

ISSN: 1304 – 8880

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Çukurova University Institute of Social Sciences

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Cilt/ Vol: 29

Sayı/No: 3

Yıl/Year: 2020

Çukurova Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Sahibi / Owner

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü adına
Enstitü Müdürü Prof. Dr. Serap ÇABUK

Editörler / Board of Editors

Prof.Dr. İ. Çetin DERDİYOK Çukurova Üniversitesi, FEF, Türk Dili ve Edebiyatı
Prof. C. Hakan ÇUHADAR Çukurova Üniversitesi, Devlet Konservatuarı
Prof.Dr. Rukiye AKDOĞAN Çukurova Üniversitesi, FEF, Arkeoloji
Prof.Dr. Kenan LOPCU Çukurova Üniversitesi, İİBF, Ekonometri
Prof. Dr. Haşim AKÇA Çukurova Üniversitesi, İİBF, Maliye
Prof. Dr. F. Engin ALPAT Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Doç.Dr. Deniz ZEREN Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Doç.Dr. Sadık Erol ER Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Ortaöğretim Sosyal Alanlar
Doç.Dr. Gülden TÜM Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi
Doç.Dr. Mustafa YAŞAR Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim
Dr. Öğr. Üyesi Marella BODUR ÜN Çukurova Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

Dil Editörleri

Dr. Bilge KARGA GÖLLÜ, Çukurova Üniversitesi, Türkçe
Doç.Dr. Gülden TÜM, Çukurova Üniversitesi, İngilizce
Doç.Dr. Mustafa Mavaşoğlu, Çukurova Üniversitesi, Fransızca
Dr. Öğr. Üyesi Nihat Yavuz, Çukurova Üniversitesi, Almanca

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Abdullatif AÇARLIOĞLU, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Gül DURMUĞOĞLU KÖSE, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Marcel ERDAL, Johann Wolfgang Goethe-University
Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Barbara KELLNER-HEGNKEL, Freie University Berlin
Prof. Dr. Yunus KİSHALI, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer KOÇEL, İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet ÜNAL, University München-Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Birol YEŞİLADA, Portland State University
Prof. Dr. Ali YILDIRIM, Ortadoğu Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Todd Alan PRICE, National Louis University
Prof. Dr. Andreas SCHACHNER, Deutsches Archäologisches Institut
Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR, Marmara Üniversitesi

Derleme Sekreteri / Editorial Secretary

Doç.Dr. Deniz ZEREN

Redaktör

Dr. Bilge KARGA GÖLLÜ

Dizgi-Mizanpaj / Typesetter

Doç.Dr. Deniz ZEREN ve Arş. Gör. Abdil ARIK

Copyright©Ekim 2011**Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**

Tüm hakları mahfuzdur.

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makalelerin dil ve bilim sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Elektronik veya mekanik yöntemlerle (fotokopi dâhil) herhangi biçimde basılamaz ve / veya çoğaltılamaz. Dergimiz 2003-2013 yılları arasında ve 2018 yılı ilk sayısından itibaren Tübitak Ulakbim TR Dizinde taranmaktadır.

Adres / Address:

ÇÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

01330 Balcalı / ADANA

Tel: 0 (322) 338 65 74

Faks: 0 (322) 338 69 47

E- Posta: sosbil@cu.edu.tr

İnternet adresi: <http://sosyalbilimler.cu.edu.tr>

Kapak Tasarımı: Metin AYGÜN

Baskı: Çukurova Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

1	Öğr. Gör. Seher Yastıoğlu Doç. Dr. Ali Murat Alparslan	İyi Karakterli Örgüt Özellikleri: Örgütsel Erdemlilik Literatürüne İlişkin Bibliyometrik Bir Analiz <i>Kavramsal Makale</i>	1-28
2	Dr. Öğr. Üyesi Murat Gülmez Prof. Dr. Hilal İnan	Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi ve Türkiye'deki Yeri Üzerine Kavramsal Bir Çalışma <i>Kavramsal Makale</i>	29-48
3	Öğr. Gör. Sümeyye Bakım Prof. Dr. Seyit Yöre	Fibonacci dizisi ve Altın Oran'ın Müzikteki Uygulamalarının İncelenmesi <i>Kavramsal Makale</i>	49-69
4	Arş. Gör. Esra Öztürk Prof. Dr. Ayşe Şahin	Tüketicilerin Karar Verme Tarzlarının Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etmelerine Etkisi <i>Araştırma Makalesi</i>	70-90
5	Prof. Dr. Mithat Zeydan Gonca Kayhan	Personel Performans Değerlendirmesi ve Seçiminde Hibrit Bir Yaklaşım <i>Araştırma Makalesi</i>	91-118
6	Dr. Cem Şen	Aktörün Sosyal Ağlardaki Konumu ve Sosyal Sermayesinin Kurumsal Mantıkların Değişimindeki Rolü: Kavramsal Bir Çalışma <i>Kavramsal Makale</i>	119-136
7	Doç. Dr. Mahmut Doğan Dr. Ali Yeşildal	Yerel Yönetimlerde Kamu Hizmetlerinin Sunumunda Katılımcı Yönetişimin Rolü <i>Kavramsal Makale</i>	137-148
8	Dr. Öğr. Üyesi Fatma İdil Baktemur	Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Enflasyon ve Faiz Oranları Arasındaki Nedensellik İlişkisi <i>Araştırma Makalesi</i>	149-158
9	Prof. Dr. Sefer Yılmaz Özlem Atakay	Lider - Üye Etkileşiminin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü: Bir Zincir Perakende İşletmesi Üzerine Araştırma <i>Araştırma Makalesi</i>	159-175
10	Dr. Öğr. Üyesi Sevinç Koçak Öğr. Gör. Semra Tüplek	Dizi Karakterlerinin Reklamlarda Kullanılmasının Semiyolojik Çözümlemesi: Mimesis Ve Freudyen Yaklaşım Etkileşimi <i>Araştırma Makalesi</i>	176-212

11	Doç. Dr. Süleyman Kale Doç. Dr. Hüseyin Selimler	Bankaların Rekabeti İhlal Kararında Tazminat Talebi Analizi <i>Araştırma Makalesi</i>	213-225
12	Arş. Gör. Meltem Ercanlar	Les Marques De Repetion Et De Progression Dans Les Textes Des Etudiants De Fle <i>Araştırma Makalesi</i>	226-238
13	Doç. Dr. Zuhâl Ergen Arş. Gör. Burcu Durak Oldaç	Osmanlı İmparatorluğundan Günümüze Bütçe Hakkının Gelişim Süreci <i>Kavramsal Makale</i>	239-253
14	Prof. Dr. Serap Çabuk Öğr. Gör. Dr. Didem Demir	Yeşil Ürünlerde Algılanan Tüketim Değerlerinin Tüketici Seçim Davranışına Etkisi <i>Araştırma Makalesi</i>	254-266
15	Dr. Bilge Yılmaz Kolancı	Lykos Laodikeiası'ndan Turna Kuşu Kabartmalı Bir Blok <i>Kavramsal Makale</i>	267-278
16	Dr. Öğr. Üyesi Gözde Mert Doç. Dr. Vildan Durmaz Dr. Öğr. Üyesi Berk Küçükaltan	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Stres İlişkisinin Havayolu Uçuş Ekibi Örneğinde İncelenmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	279-297
17	Dr. Öğr. Gör. Mevhibe Şahbaz	İslam Öncesi Orta Asya Türk Devletlerindeki İnşaat Tekniğinin Günümüz İnşaat Tekniğine Yansımaları <i>Kavramsal Makale</i>	298-309
18	Öğr. Gör. Ece Yılmaz	Eğitim Kurumlarındaki Kadınların İdari Pozisyonlarda Başarısızlık Algısını Yaratan Yapay Engeller <i>Araştırma Makalesi</i>	310-333
19	Dr. Öğr. Üyesi Adem Gök	Freedom to Pollute <i>Araştırma Makalesi</i>	334-350
20	Dr. Öğr. Üyesi İsmail Erkan	Bana "Hikaye" Anlat! Instagram'ın Hikayeler Bölümünde Yayınlanan Reklamların Tüketici-Marka İlişkisine Etkisi <i>Araştırma Makalesi</i>	351-367
21	Prof. Dr. Songül Tümkaya Ersin Çopur	Suriyeli Ailelerin İlkokulda Aile Katılımına İlişkin Öğretmen Görüşleri <i>Araştırma Makalesi</i>	368-386

22	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Eda Çelik	Türkçe Üzerinde Bir Duygu Metaforu Çalışması: “Moral” Düğüm Sözcüğünün Derlem Temelli Görünümleri <i>Kavramsal Makale</i>	387-399
23	Doç. Dr. Neslihan Coşkun	COVID-19 Pandemisi ve Alınan Önlemlerin Vergi Hukuku Açısından Değerlendirilmesi <i>Kavramsal Makale</i>	400-413
24	Sevim Gülin Kırıl Dr. Öğr. Üyesi Selim Gündüz	Saklı Markov Modeli Kullanılarak Seçmen Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	414-428
25	Doç. Dr. Cahit Aslan	Üçüncü Dünya Milliyetçilik ve İşçi Sınıfı <i>Kavramsal Makale</i>	429-440
26	Doç. Dr. Ali Eren Alper Doç. Dr. F. Özlem Alper	Endüstri 4.0 Devrimi ve Emek Piyasalarına Etkisi <i>Kavramsal Makale</i>	441-460
27	Dr. Öğr. Üyesi Elif N. Demircioğlu Demet Ever	Döngüsel Ekonomiye Geçişte Endüstriyel Simbiyozun Maliyetler Üzerine Etkisi <i>Kavramsal Makale</i>	461-473
28	Beril Dönmez Aykut Göktuğ Soylu Hülya Taştan Adem Yetim	Local Food As A Pull Up Factor Of Destinations: A Study On The Visitors Of A Restaurant Serving Hatay’s Rooted Food-Beverages In Istanbul <i>Araştırma Makalesi</i>	474-491
29	Dr. Öğr. Üyesi İsmail Güneş Doç. Dr. Melek Akdoğan Gedik	Piyasa Başarısızlığı Örneği Olarak Obezite ve Kamusal Çözümler <i>Kavramsal Makale</i>	492-506
30	Doç. Dr. Yasemin Deringöl	Family Involvement in Mathematics Education <i>Araştırma Makalesi</i>	507-523
31	Hüseyin Ataş Doç. Dr. Hüseyin Güler	Türkiye’nin Doğal Gaz, Petrol ve Kömür Tüketiminin Büyümeye Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz <i>Araştırma Makalesi</i>	524-539
32	Arş. Gör. Muhammet Emre Diri Prof. Dr. Turgut Çürük	Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesinde Uygulama Farklılıkları İçin Bir Öneri <i>Kavramsal Makale</i>	540-549

33	Doç. Dr. Ekmel Geçer	Salgın Hastalıklar, Kültürel Psikoloji Ve Politika: Yerel Bir Yaklaşım <i>Kavramsal Makale</i>	550-567
34	Prof. Dr. Salih Yeşil Yüksel Mavi Mihriban Hatunoğlu	Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Bir Alan Araştırması <i>Araştırma Makalesi</i>	568-598

Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teşekkürlerimizi sunarız.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us evaluate the articles sent for the current issue of our journal.

HAKEMLER/REFEREES

Prof. Dr. Abdülkadir Işık	Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Akif Tabak	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe Mentiş Taş	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe Şahin	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Belir Tecimer	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Celil Çakıcı	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Cemal Yükselen	Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Cuma Çataloluk	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan Uysal	Manisa Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru Özgür Güler	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Erbay Arıkboğ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Erkut Düzakın	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih Yücel	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prod. Dr. Fatma Demirci Orel	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Gül Rengin Küçükdoğan	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Prof. Dr. Harun Bal	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. H. Altan Çabuk	Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Hava Taşkıran	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Organ	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Sani Mert	Antalya Bilim Üniversitesi
Prof. Dr. İlter Ünlükaplan	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal Can Kılıç	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Erişoğlu	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer Sümbül	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat Küçüksavaş	Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Korkut	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Öztürk	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Tarkan Oktay	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur Alpagut	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Veyis Naci Tanış	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Yaşar Erjem	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Yeliz Yalçın	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldız Akpolat	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep Türk	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Adnan Özyılmaz	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Altuğ Murat Köktaş	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Ayten Pınar Bal	Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Berna Güloğlu	Bahçeşehir Üniversitesi
Doç. Dr. Eda Yaşa Özeltürkay	Çağ Üniversitesi
Doç. Dr. Erdal şen	İstanbul Aydın Üniversitesi
Doç. Dr. Ertan Kuşçu	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Feyza Balan	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Fikret Gülaçtı	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin Güçlü Çiçek	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. İlksun Didem Ülbeği	Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Mine Biniş	Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. M.A. Burak Nakıboğlu	Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Nazmiye Topçu Tecelli	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Nesrin Akıncı Çötök	Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Sezen Bozyiğit	Tarsus Üniversitesi
Doç. Dr. Şakir Eşitti	Ardahan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Tuncay Erdem	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aslı Seda Kurt	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bedri Aydoğan	Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Beyhan Yaslıdağ	Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gözde Mert	Niğantaşı Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih Erhan	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gül Bilginer Özsaatçı	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Taşkıran	Bitlis Eren Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hünkar Güler	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İlhami Tuncer	Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İrfan Tuğcu	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Erkan	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kübra Mert	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mert Demircioğlu	Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurullah Kaya	Erzurum Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özge Sönmez	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Selim Gündüz	Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Dr. Ahmet Usta	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

MAKALE YAZIM KURALLARI

Dergiye gönderilecek makalelerin yazımında uyulması gerekli kurallar aşağıda özetlenmiştir:

1. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, yılda **en az iki kez** yayınlanan **hakemli** bir dergidir.
2. Gönderilecek makalenin daha önce hiçbir yerde yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Makaleler, **Türkçe, İngilizce, Fransızca** ya da **Almanca** olarak yayımlanabilir.
4. Makaleler, **MS Word** formatında Dergipark üzerinden isimsiz olarak gönderilmelidir.
5. Makalelerde; **Kağıt Boyutu:** A-4, sayfa yapısı olarak **Alt:** 6 cm, **Üst:** 5 cm, **Sol:** 4,5 cm, **Sağ:** 4 cm, **Üst Bilgi:** 4 cm ve **Alt Bilgi:** 5 cm, **Yazı Tipi:** Times New Roman, **Punto:**10, **Satır Aralığı:** Tek olarak ayarlanacaktır. Makalenin tümü **15 sayfayı** geçmemelidir.

6. Orijinal makalelerde bölümler aşağıdaki şekilde düzenlenmelidir:
 - **Öz (en çok 200 kelime),**
 - **Abstract (en çok 200 kelime),**
 - **Giriş (en çok 3 sayfa),**
 - **Araştırma bulguları, tartışma ve sonuçları,**
 - **Kaynaklar.**
7. Makalelerin başlığı metne uygun; kısa ve açık ifadedi; büyük harflerle yazılmış olmalıdır.
8. Yazar adı, başlığın sol alt kenarına konulmalı; yazar birden fazla ise, adları alt alta yazılmalıdır. Yazar adı veya adları dipnotta sırasıyla unvan, bağlı oldukları üniversite, fakülte, bölüm veya kurum adı, e-posta adresi ve ORCID ile yazılmalıdır.
9. Ana bölüm başlıkları, her iki bölümün sol üst kenarına gelecek şekilde ve küçük harflerle yazılmalıdır. Öz ve Abstract büyük harflerle metnin sol kenarına konulmalıdır.
10. Makalede resim, şekil ve grafikler "**Şekil**" adı altında gösterilmeli; şekil ve grafikler bilgisayarda çizilmeli; fotoğraf veya resimler, parlak fotoğraf kağıdına net olarak siyahbeyaz basılmış ve numaralandırılmış olmalıdır. **Şekil adları**, her kelimenin ilk harfi büyük olacak şekilde tablonun alt tarafına bilgisayarda yazılmalıdır.
11. Makalede **tablo adları**, her sözcüğün ilk harfi büyük olacak şekilde tablonun üst tarafına yazılmalıdır.
12. Kaynaklara yapılan göndermeler, dipnot yerine metnin içinde parantez arasında yapılmalıdır. Parantez içinde sırasıyla, **yazarın soyadı, kaynağın yılı ve sayfa numarası** yer almalıdır (**Horngren, 2002: 124**). Birden çok kaynak noktalı virgül ile ayrılmalı, 3 veya daha çok yazar isimli bildirimlerde "**vd.**" kısaltması kullanılmalıdır.
13. Kaynak listesi, yazarların soyadlarına göre alfabetik olarak düzenlenmelidir. Kaynak bildiriminde sıra; **"yazar soyadı, adının baş harfi, eserin yayın tarihi, eserin adı, basımevi ve basım yeri"** olarak düzenlenmelidir. Dergi alıntılarında, cilt, parantez içinde sayı ve iki noktayı takip eden sayfa numaraları verilmelidir. Metin içinde verilmemiş kaynaklar bu listede gösterilmemeli, kaynağın yazarı belli değilse yerine "**Anonymus**" deyimini yazılmalıdır.
14. Yukarıdaki kurallara uygun olmayan makale dikkate alınmaz.

REQUIRED FORMAT FOR ARTICLES

Submission guidelines:

1. Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences is published at least twice a year and is a peer-reviewed journal.
2. It is an obligation that the article which will be sent mustn't be published in anywhere before.
3. Articles can be published in the following languages: **Turkish, English, French and German.**
4. Articles must be written on **MS word 97** or above and they must be copied, then they must be sent **with a diskette and four print copies. (One of the hard copies should be named, the rest three will be sent unnamed.)**
5. In articles, **page layout** has to be arranged as to leave 5 cm **from above**, 6 cm **from below**, 4.5 cm **from left**, 4 cm in **from right**. And also they have to be written on **A4 pages**. Articles have to be written in Times New Roman with **10 points**. Articles mustn't exceed

15 pages. It must be set as **single spaced.**

6. In original articles, section must be arranged in the way shown below:
 - **Summary (maximum 200 words)**
 - **Abstract (maximum 200 words)**
 - **Introduction (maximum 3 pages)**
 - **Findings, discussion and the results**
 - **Bibliography**
7. The title of the articles should be fit with the content; they should be short and understandable, written with capital letters.
8. The name of the writer should be written below the article and left side. If there is more than one writer, the names should be written side by side. Under the name of the writers, their universities, faculties, sections name and an **e-mail address** have to be written.
9. Titles of main sections should be written with small letters and they have to be written in a way that they have to be left side and above on each of two sections.
10. In an article, pictures, graphics have to be shown under the name of **the figure**. Figures and graphics have to be drawn on the computer. Photographs and pictures have to be published in white-black colours clearly, they have to be numbered and the name of **the figures** have to be written below the table on the computer with the way first letter will be capital in every word.
11. In an article, **name of the table** should be written with the way first letter will be capital every word.
12. Citations or references to the sources have to written in the parentheses in the article. The surname of the writer, the year of the source and the number of the page have to become left side by side. If there are more than two writers, it should be shortened like “et. al.” and left by semicolon.
13. Source lists have to be arranged as the surname of the writers alphabetically. These lists have to be followed the name of the **writer, the first letter of the name, the date of the article, the name of the article and publishing place** of it. The volume of the sources must be written in the parentheses with the numbers and page numbers followed by colon. If the writer of the article is uncertain, **Anonymous** must be written.
14. Those articles, not written according to the above mentioned rules, cannot be published.

İYİ KARAKTERLİ ÖRGÜT ÖZELLİKLERİ: ÖRGÜTSEL ERDEMLİLİK LİTERATÜRÜNE İLİŞKİN BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ*

Seher YASTIOĞLU¹
Ali Murat ALPARSLAN²

ÖZ

Bu araştırmayı doğuran güdü, örgütsel erdemlilik konusu üzerine yapılmış çalışmalarda oluşan bilgi birikiminin sistemli bir şekilde ortaya konulma arzusudur. Bu amaçla örgütsel erdemlilik konusunda yerli/yabancı literatürde yayımlanan akademik makalelerin bibliyometrik bir içerik analizi ve atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 1982-2018 yılları arasında yerli/yabancı literatürde yayınlanmış ve ulaşılabilen 72 kavramsal çalışma ve araştırma makalesi incelenmiştir. Yapılan bibliyometrik analiz sonucunda makalelerin özellikleri (yazar, yıl, yayımlandığı dergi, örneklem, örnek sayısı, ölçekler, ölçek boyutları, erdem/örgütsel erdem tanımları, erdem tasnifine yer verilen filozoflar, değişkenler arası ilişkiler), en fazla atıf alan 10 makale ve içerik analizi ile en sık kullanılan anahtar kelimeler incelenmiştir. Örgütsel erdemlilik kavramı ile birlikte en fazla çalışılan konular mutluluk/iyilik hâli, etik, örgütsel adalet, liderlik tarzları, kişilik, bireysel/örgütsel performans, örgütsel bağlılık, işe tutukunluk ve yaratıcılık olmuştur. **Anahtar Kelimeler:** Örgütsel Erdemlilik, Erdemler, Örgütlerde Erdemler, Bibliyometrik Analiz, Atıf Analizi

FEATURES OF VIRTUOUS ORGANIZATION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH AND THEORY ON ORGANIZATIONAL VIRTUOUSNESS

ABSTRACT

The motivation that gives rise to this research is the desire to systematically reveal the knowledge accumulated in the studies on the subject of organizational virtue. For this purpose, a bibliometric analysis of content and citation analysis of academic articles published in the literature on domestic/foreign literature were carried out. In this research, 72 conceptual studies and research articles which were published in domestic/foreign literature between the years 1982-2018 were examined. As a result of the bibliometric analysis; the features of the articles (author, year, published journal, sample, number of samples, scales, scale dimensions, virtue / organizational virtue definitions, philosophers involved in virtue classification, relations between variables) and ten most cited articles were examined. In addition, the most commonly used keywords were identified with content analysis. In addition to the concept of organizational virtue, the most studied topics were happiness/ well-being, ethics, organizational justice, leadership styles, personality, individual/organizational performance, organizational commitment, recruitment and creativity.

Keywords: Organizational Virtuousness, Virtue, Bibliometric Analysis, Citation Analysis

¹ Öğr.Gör., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, saytas@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8166-4172.

² Doç.Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İşletme Bölümü, alimurat@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1682-4202

* Bu çalışma 2-3 Kasım 2018 tarihinde Ispartada gerçekleştirilen 6. Örgütsel Davranış kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve 6. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabında özet metin olarak yayımlanmıştır.

Received/Geliş: 23/01/2020 Accepted/Kabul: 06/02/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Yastıoğlu, S., Alparslan, A.M. (2020), "İyi Karakterli Örgüt Özellikleri: Örgütsel Erdemlilik Literatürüne İlişkin Bibliyometrik Bir Analiz", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.1-28.

Giriş

Gerçek mutluluğun kaynağı olan, insanın duygu, düşünce ve davranışlarını yönlendiren erdemler, iş hayatında iş ahlakının ilkeleri olarak tezahür etmektedir. Güzel ahlakın temellerini oluşturan erdemler, iş hayatını anlamlı kılan ulvi ilkelerdir. Erdemliliğe ulaşan çalışanlar marifet (bilme), ilim ve irade ile anlayış ve hareket gücü kazanmaktadır (Kınalızade, 2007; Manz, 2008). Anlamlı bir yaşamın temsili olan erdemliliğe sahip olan toplumların ve örgütlerin bireyleri zorluklar karşısında sağlığa, esnekliğe, irade gücüne, dayanıklılığa, anlamlı ve mutlu bir hayata, sahip olmaktadır (Overholser, 1999; Myers, 2000; Seligman, 1999). Erdemler, örgütlerin uzun ömürlü olmasını sağlamak için gereken çabanın, vatandaşlığın, bağlılığın, istikrarın ve refahın ayrılmaz unsurlarıdır. Ahlaki kuralların içselleştirilmesi ve davranışlar düzeyine gelebilmesidir. Zira erdemler, toplulukların ve ekonomilerin gelişebilmesi ve topyekün kalkınabilmesi için en temel unsurlardandır (Simmel, 1950; White, 1996; Baumeister ve Exline, 1999; Seligman, 1999).

Ahlakla ilgili çalışmalarda iş hayatının konu edilmesi ve örgüt düzeyinde erdemlerin çalışılması son zamanların konusu gibi görünse de erdemler ve iş hayatı arasındaki bağ öteden beri birçok çalışmada incelenmiştir. Ahiliğin adap ve kaidelerini açıklayan el kitabı olan Fütüvvetnameler’de teşkilat mensuplarında bulunması gereken doğruluk, emniyet, cömellik, tevazu, samimiyet, anlamlı bir amaç (ulvi bir dava), affedici olma ve bencil olmama gibi erdem özellikleri sıralanmıştır (Öztürk, 2002). Yine örgütsel erdemlilik, iyi alışkanlıklar, umut, merhamet, dürüstlük, bağışlama ve hem bireysel hem de sosyal düzeylerde güven gibi bazı örgütsel yapıların boyutlarını içermektedir (Cameron, vd. 2004; Bright vd. 2006). Bu boyutların birlikte örgütsel erdemlilik kavramı olarak ele alınması ise hâlâ nispeten yenidir ve yapılan çalışmalarda üç araştırma akımının ortaya çıktığı görülmektedir (Chun, 2017). Erdem teorisyenleri tarafından başlatılan birinci akımda temel amaç, geleneksel erdem etiği teorilerini iş ortamında çalışanların iş ahlakının ve etik davranışlarının artırılmasında kullanılmasıdır (Solomon, 1999; Shanahan ve Hyman 2003). İkinci akım pozitif örgütsel davranışçılar tarafından ortaya konulmuş olup çalışanların iş ortamındaki pozitif davranışlarını arttırmak için erdemlerden faydalanılabileceği görüşüne dayanmaktadır (Bright, vd., 2014). Üçüncü akım ise örgütsel erdemlilik ve firma stratejisi arasındaki ilişkiyi keşfetmek isteyen strateji uzmanları tarafından ortaya konulmuştur. Bu akıma göre erdem, örgütün tamamına yayılmış, örgüt düzeyinde olumlu sonuçlar sağlayan ve nihayetinde rekabet avantajına katkıda bulunan karakter özellikleri olarak ele alınmaktadır (Chun, 2017). Bu üç görüş değerlendirildiğinde, birey ve örgüt düzeyindeki erdemliliğin, küresel düzeyde finansal ve etik krizden kaynaklanan olumsuzlukların giderilmesine yardımcı olacağı, bireysel performansı geliştireceği ve örgütsel verimliliği artıracığı öne sürülmektedir (Cameron, 2010; George, 2003). Bu sebeple, erdemliliğin bilimsel araştırmalardan uzak tutulması, olumlu örgütsel tutumlar ve işe dair tutumların açıklanmasında yetersizlikler doğuracağı düşünülmektedir.

Hangi erdemlerin iş hayatında daha öncül, temel ve vazgeçilmez olduğunu ifade edebilmek, erdemlerin gelişmesine ve içselleştirilmesine dair önerilerde bulunmak sadece örgütsel değil, toplumsal bir gerekliliktir. Bu gerekliliğin yerine getirilebilmesi için özellikle yerli literatürde örgütsel erdemlilik konusunda yapılacak çalışmaların sayısının artması gerektiği düşünülmektedir. Buradan yola çıkarak bu çalışmada,

örgütsel erdemlilik kavramını ele alan çalışmalar kapsamlı bir biçimde incelenerek kavramın ayrıntılı bir şekilde tanıtılması; bu kavramı çalışmak isteyen araştırmacıları, teorik çerçeve oluşturma ve yapacakları çalışmalarda hangi konularla kavramı ilişkilendirebilecekleri ve hangi temel kaynaklara ulaşacakları konusunda yönlendirmek amaçlanmıştır. Bununla birlikte yapılan bibliyometrik analiz ve atıf analizi, konuya dair literatürün nicel hâle getirilmesi ve ortaya çıkan kavramların değerlendirilmesi ile, alandaki eğilimlerin tespit edilmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

Örgütsel Erdemlilik

Antik Yunan kültüründe “arete”, İslam Felsefesinde “fazilet” Batı dillerinde ise “virtue” kelimeleri ile karşılık bulan erdem kavramı, insanın üstün karakteristik özelliklerini ifade eden ve insanı esas mutluluğa ulaştıran ahlaki meziyettir (Durak, 2009, s. 13-20). Erdemler insanın kazanılmış niteliğidir. Başka bir ifade ile erdem, bir kişinin görevini en iyi şekilde yerine getirmesini, kendine/topluma faydalı eylemleri gerçekleştirmesini sağlayan, böylece gerçek mutluluğa eriştiren niteliklerdir. Bu nitelikleri ilk dillendiren ve daha somut nitelikler hâlinde sınıflayan filozoflar olmuştur.

Düşünce tarihi boyunca birçok düşünür/filozof erdem kavramına farklı tasnifler getirmiştir. Erdemleri sistematik olarak inceleyen Doğu kültüründeki ilk düşünür Konfüçyüs olup, erdem kavramını ağırbaşlılık, cömertlik, samimiyet, doğruluk ve nezaret olmak üzere beş boyut altında toplamıştır (Wang, 2011). Batı kültüründe ise erdemler listesinden açık bir şekilde bahseden ilk düşünür Platondur ve O’na göre temel erdemler hikmet, cesaret, itidal (ölçülülük) ve adalettir (Durak, 2009). İslam aleminde de oldukça temel bir konu olarak konuşulan ve yazılan iyi insan özellikleri Allah’ın sıfatları ile de açıklanmıştır. Farabi, İbn Miskeveyh, İbni Sina, İbni Hazm, Gazali, Aristoteles, Aquinas ve Spinoza gibi Doğu ve Batı Filozofları erdem kavramına farklı yaklaşımlar getirmiş ve bireylerin sahip olduğu erdemleri farklı şekillerde sınıflandırmışlardır. Bu çalışmada, söz konusu sınıflamalar yazarlar tarafından derlenerek Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1. Erdemlerin Doğu/Batı Filozoflarına ve Yönetici Erdemlerine Göre Özet Tasnifi

	Düşünür	Erdem Boyutları					
Doğu Filozofları na Göre Erdem Tasnifi	<i>Konfüçyüs</i>	İnsanîyet	Adalet	Görgü	Samimiyet	İlmlilik	Aşkılık
	<i>Farabi</i>	Bilgelik	Cömertlik	İffet	Sadakat	Dostluk	Adalet
	<i>İbni Sina</i>	İffet	Bilgelik	Adalet			
	<i>Miskeveyh</i>	Bilgelik	İffet	Cesaret			
	<i>İbni Hazm</i>	Adalet	Akıl	Cesaret			
	<i>El- İsfahani</i>	İffet	Kavrayış	Cesaret			
	<i>El- Gazali</i>	Bilgelik	İffet	Cesaret			
	<i>Tusi</i>	Bilgelik	Yiğitlik	İffet			
Batı Filozofları na Göre Erdem Tasnifi	<i>Platon</i>	Bilgelik	Cesaret	Ölçülülük			
	<i>Aristoteles</i>	Yiğitlik	Ölçülülük	Cömertlik	İhtiyatlılık	Doğruluk	Sevecenlik
	<i>Aquinas</i>	Cesaret	İlmlilik	Adalet	İnanç	Umut	
	<i>Spinoza</i>	Sevgi	Diğergam	Gönüllülük	Ölçülülük	Şükran	Affedicilik
	<i>Hackett,</i>	Cesaret	Adalet	İhtiyatlılık	Dürüstlük		
	<i>Wang</i>						

(Kaynak: Peterson ve Seligman, 2004; Tusi, 2007; Durak, 2009; Hackett ve Wang, 2011; Aristoteles, 2014; Ayten, 2014; Turan, 2015; Spinoza, 2016)

Tablo 1'e bakıldığında Doğu Filozofları tarafından en sık ifade edilen erdem adalettir ki zaten tüm Doğu Filozofları erdem tasnifinde adalet erdemine yer vermiştir. Yine bilgelik (hikmet) ve cesaret/yiğitlik erdemleri de en sık ifade edilen erdemler arasında yer almaktadır. Batı Filozofları tarafından en sık ifade edilen erdemler ise yine başta adalet, sonrasında cesaret ve ölçülülüktür. Adalet erdeminin tüm kültürlerde en sık ifade edilen erdem olması, bu erdem topluluklar ve örgütler için önemini ortaya koymakta, insanlık için ne kadar temel olduğunu bir kez daha göstermektedir. Yine doğu/batı filozofları tarafından ortak olarak ifade edilen diğer erdemler ise cesaret, hikmet/bilgelik, insanlık ve ölçülülüktür.

Örgütsel erdem ise, sosyal ve kişisel faydalar üreten alışkanlıkların, arzuların ve ilişkilerin örgütsel düzeyde tezahürüdür (Cameron, 2003). Kurumlardaki erdemlik, bir kurumdaki bireysel ve kolektif düzeylerde davranışları, gelenekleri, uygulamaları ve insanlık, dürüstlük, bağışlama, güven ve sadakat gibi yüce/aşkın eğilimleri oluşturmak, teşvik etmek, korumak ve beslemek anlamına gelmektedir (Rego, vd. 2011). Örgütsel erdemlilik uygulamaları ise, erdemlilikle birlikte hareket eden bir örgütlenme ve onun tarafından desteklenen kolektif davranışlar veya faaliyetler bütünüdür (Khorakian vd., 2016, s. 49). Emmons (1999), Seligman (1999), Bamister ve Akslain (2000) ve Rego ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan çalışmalar organizasyondaki erdemliliğin sevgi, empati ahlak gücü, dayanıklılık ve hoşgörü yaratmada önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Bununla birlikte erdemliliğin, sağlık ve mutluluk düzeyini arttırdığı (Gavin ve Mason, 2004; Bloomfield 2014), zorluklar karşısında esnekliği ve anlamlı bir yaşam sürmeyi sağladığı da (Myers, 2000) ortaya konulmuştur.

Alandaki en temel çalışmayı ve çalışmaları yapan Cameron ve ark. (2004), iyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük ve affedicilik olmak üzere örgütsel erdemliliğin bütüncül yapısının oluşmasını sağlayan bir model önermişlerdir: *Örgütsel iyimserlik*: Olumlu bir sonuç almak ve elde etmek için sürekli arzu içerisinde olmaktır. Örgütsel düzeyde iyimserlik ise örgüt üyelerinin zorluklarla karşılaşmalar bile işlerin yolunda gideceğine, olumlu sonuçlar alacaklarına ve başarılı olacaklarına dair inançlardır (Cameron, vd., 2004). Daha ümitli, iyimser, daha etkili ve daha esnek çalışanlar, düşük psikolojik sermayesi olan meslektaşlarına kıyasla mevcut rekabet ortamında karşılaştıkları zorlu koşullar karşısında daha uzun süre ayakta kalabilmektedirler (Luthans vd., 2007). *Örgütsel güven*: Yöneticilerin ve çalışanların birbirlerine saygı duyması, nezaketli/düşünceli davranması ve karşılıklı güven ortamının inşa edilmesidir (Rego vd., 2011). Bir örgütte güven kültürünün gelişmesi yalan, hile, düzenbazlık, ikiyüzlülük gibi olumsuz değerlerden ziyade, dürüstlük, doğruluk, adalet, kararlılık ve cesaret gibi olumlu ahlaki değerlerin yayılmasını sağlamaktadır (Heydarabadi, 2010). *Örgütsel merhamet*: Çalışanların birbirini önemsemeleri ve birbirlerine şefkat göstermeleridir. *Örgütsel dürüstlük*: Örgütte doğruluk, güvenilirlik ve saygınlığın yaygın olmasıdır (Rego, vd., 2010). *Örgütsel affedicilik*: Yapılan hataların affedilmesi, özürlerin kabul edilmesi ve bu hataların öğrenim fırsatları olarak geribildirimlerle çalışanlara sunulması gerektiği anlamına gelmektedir (Fehr ve Gelfand, 2012).

Chun (2005) örgütleri temsil eden kişilerin (çalışanlar/yöneticiler/müşteriler) özelliklerinden yola çıkarak, örgütlerin karakterini belirleyen erdemler üzerine kapsamlı bir araştırma yapmıştır. Ardından örgütsel erdemliliği temsil eden 6 temel erdemi ortaya koymuştur: *Bütünlük, empati, cesaret, samimiyet, azim ve vicdanlılık*. Başka bir

çalışmada Kaptain (2008) kurumsal ahlaki erdemler modeline dayanarak (Kaptain, 1998; 1999) örgütsel erdemliliği 7 alt boyutta ele almıştır. Ona göre bir örgütün erdemli olabilmesi için örgütün *netlik, uyum, uygulanabilirlik, desteklenebilirlik, şeffaflık, tartışma yeteneği ve yaptırım yeteneğine* sahip olması gerekmektedir. Khorakian ve arkadaşları (2016) ise örgütsel erdemleri altı boyut olarak ele almışlardır: *Özen* (çalışanların arkadaşlık etmesi ve birbirleri için sorumluluk almaları), *şefkatli destek* (sorun anında insanların merhametli bir şekilde desteklenmesi), *ilham* (insanların birbirlerine iş yerinde ilham vermeleri), *anlam* (anamlı bir iş ve insanların iş yerlerinde iken akışa kapılması), *saygı, dürüstlük* ve *şükran* (insanların birbirlerine saygı ve takdirle davranması, iş ortamında güvenin ve bütünlüğün korunmaya çalışması).

Erdemler, örgütün sahip olduğu değerlerin çalışanlar tarafından özümsemesini sağlamaktadır. Ayrıca çalışanın tutum ve davranışlarını şekillendirmek için güçlü normatif güçler olarak işlev görmektedir (Nepean, 2007). Aynı zamanda erdem; çalışanlarda ortak bir vizyon oluşturabilmek için ilham veren ve çalışanların ortak kurumsal misyon altında birlikte çalışıp kendilerini geliştirmeleri için motive eden bir güçtür (Ip, 2002). Çalışanların öz saygı, özerklik, bağlılık ve mutluluk duygusunu geliştirmektedir. Erdemler, karar aşamasında etik ve ahlak kuralların göz önüne alınmasını sağlamaktadır (Mele, 2009). Örgüt düzeyinde yapılan iyileştirmeler sayesinde güçlendirilmiş ve motivasyonu yüksek çalışanlarla (Dawson, 2015), kaliteli müşteri hizmetleri sayesinde daha yüksek müşteri memnuniyeti ve sadakati sağlamaktadır (Cameron vd., 2011; Chun, 2017). Erdemler, sistemlerde pozitif enerji üretir, çalışanın sistemindeki büyümesini, canlılığını artırır. Çalışanların iyimserlikleri ve pozitif bakış açıları ise iş yerindeki değişimleri kabul etmesi ve içselleştirilmesini sağlamaktadır. Böylece, gelişmiş çalışan inovasyonu, genişletilmiş sosyal sermaye gelişimi, pro-sosyal davranışlardaki artış ve esnekliğin gelişmesi nedeniyle daha yüksek kârlılık oranı elde edilmiş olur (Cameron, vd. 2004; Dawson, 2018).

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma örgütsel erdemlilik üzerine yerli ve yabancı literatürde hakemli dergilerde yayımlanmış olan çalışmaların bibliyometrik yöntem ile değerlendirilmesini içermektedir. Bibliyometri, bilimsel çalışmaların hesaplanmasından sayılmasına, bilimsel çalışmalarda kullanılan iletişim kalıplarından çalışmaların yayımlanmasına kadar birçok konuda matematik ve istatistiksel tekniklerin kullanıldığı bir alandır (Diodato ve Brooks, 1996). Bu çalışma ile, mevcut çalışılan örgütsel erdemlilik konularına ilişkin araştırmacılara bilgilendirmeler yapmak suretiyle, gelecek çalışmalar için bir vizyon sağlamak ve örgütsel erdemliliğe ilişkin daha fazla bilimsel araştırma yapılmasını teşvik etmek amaçlanmıştır.

Bugüne kadar örgütsel erdemlilikle ilgili yerli ve yabancı literatürde yapılmış tüm çalışmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Makalelerin, bilimsel gelişmelerin izlenmesi bakımından sahip oldukları önem nedeniyle (Bayram, 1998), bu çalışmada yalnızca makaleler üzerinden inceleme yapılması kararlaştırılmıştır. Çalışmaya esas oluşturan makalelerin derlenmesi, yazar tarafından belirlenen anahtar sözcüklere göre (örgütsel erdemlilik, organizational virtuousness, virtue in organization, organizational virtue, virtues behaviour at workplace) Web of Science, Goole Scholar, Wiley, SpringerLink, Oxford University Press, EBSCOhost veritabanlarından erişilen bilimsel yayınlarla

sınırlıdır. Bu bağlamda, 1982-2018 yılları arasında yapılan toplam 86 çalışmaya ulaşılmış, ancak bazı makalelerin tam metinlerine ulaşılmaması ve yine bazı makalelerin doğrudan ilgili konu ile bağlantılı olmaması sebebiyle çalışmaya dâhil edilmemiştir. Son durumda, bu çalışmada 1982-2018 yılları arasında yapılan 72 makale ele alınmıştır. Bu makalelerden 4' ü yerli araştırmacılar tarafından kaleme alınmışken, 68'i yabancı araştırmacılar tarafından kaleme alınmıştır.

Bulgular

Çalışma kapsamında ilk olarak, örgütsel erdemlilik konusunda yayımlanan makalelerin bibliyometrik özellikleri incelenmiştir. Örgütsel erdemlilik konusunda 72 makale ele alınmış ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir. Analize dâhil edilen makalelerin 26'sı kavramsal makale çalışması iken 46'sı araştırma makalesidir. Tablo 2 ve 3'te öncelikle makale çalışmalarının yazarlarına, isimlerine, yıllara göre dağılımlarına, yayımlandığı dergilere, atıf sayılarına, araştırmaların örneklem özelliklerine ve örneklem büyüklüklerine ve araştırmalarda kullanılan ölçeklere göre özelliklerine yer verilmiştir. Ele alınan 26 kavramsal çalışma makalesinin tümünün yabancı literatürde yer aldığı görülmektedir. Ulaşılan ilk makale 1982 yılında yayımlanmıştır. Konuya dair kavramsal makaleler en fazla 2006 ve 2015 yıllarında yayımlanmıştır. En fazla atıf (259) alan makale Gavin & Mason (2004)'ya ait çalışmadır.

Tablo 2. Kavramsal Makaleler ve Özellikleri

Yazar	Yıl	Makale İsmi	Yayımlandığı Dergi	Atf Sayısı
Smith, Jane	1982	The Virtuous Organization	The Journal Of Medicine And Philosop	12
Collier, Jane	1995	The Virtuous Organization	Business Ethics: A European Review	60
Moberg, Dennis J.	1999	The Big Five And Organizational Virtue	Business Ethics Quarterly	87
Meara, Naomi M.	2001	Just And Virtuous Leaders And Organizations	Journal Of Vocational Behavior	22
Cameron, Kim & Caza, Arran	2002	Organizational and Leadership Virtues and The Role of Forgiveness	Journal Of Leadership & Organizational Studies	157
Dobson, John	2004	Applying Virtue Ethics To Business: The Agent-Based Approach	Journal Of Business Ethics And Organization Studies	42
Gavin, Joanne H. & Mason, Richard O.	2004	The Virtuous Organization: The Value Of Happiness In The Workplace	Organizational Dynamics	259
Whetstone, J Thomas	2005	A Framework For Organizational Virtue: The İnterrelationship Of Mission, Culture And Leadership	Business Ethics: A European Review	109
Nielsen, Richard P.	2006	Introduction to The Special Issue. In Search Of Organizational Virtue: Moral Agency In Organizations	Organization Studies	35
Weaver, Gary R.	2006	Virtue In Organizations: Moral İdentity As A Foundation For Moral Agency	Organization Studies	240
Beadle, Ron & Moore, Geoff	2006	Macintyre On Virtue And Organization	Organization Studies	116
Manz, Charles, vd.	2006	Values And Virtues In Organizations: An Introduction	Journal Of Management, Spirituality And Religion	14
Wright, Thomas A. & Goodstein, Jerry	2007	Character is Not Dead In Management Research: A Review Of Individual Character And Organizational-Level Virtuous	Journal Of Management	192
Heugens, vd.	2008	Contracts To Communities: A Processual Model Of Organizational Virtue	Journal Of Management Studies	90

Tablo 2. Kavramsal Makaleler ve Özellikleri (Devamı)

Yazar	Yıl	Makale İsmi	Yayınlandığı Dergi	Atıf Sayısı
Duchon, Dennis & Drake, Brian	2009	Organizational Narcissism And Virtuous Behavior	Journal Of Business Ethics	116
Betty Rambur vd.	2009	The Moral Cascade: Distress, Eustress, And The Virtuous Organization	Journal Of Organizational Moral Psychology	10
Searle, Travis P. & Barbuto, John E.	2011	Servant Leadership, Hope, And Organizational Virtuousness: A Framework Exploring Positive Micro And Macro Behaviors And Performance Impact	Journal Of Leadership And Organizational Studies	105
Barclay, Lizabeth A. vd.	2012	Virtue Theory And Organizations: Considering Persons With Disabilities	Journal Of Managerial Psychology	27
Cameron, Kim S. & Winn, Bradley	2012	Virtuousness In Organizations	The Oxford Handbook Of Positive Organizational Scholarship	89
Bright, David S. & Fry, Ronald E.	2013	Introduction: Building Ethical, Virtuous Organizations	Journal Of Applied Behavioral Science	18
O'Mara-Shimek, Michael vd.	2015	Approaching Virtuousness Through Organizational Ethical Quality: Toward A Moral Corporate Social Responsibility	Business Ethics	14
Rhodes, Kent	2015	Six Characteristics Of Virtuous Organizations: A Roadmap Taken From Family Business Success	Graziadio Business Report	3
Sison, Alejo & Ferrero, Ignacio	2015	How Different Is Neo-Aristotelian Virtue From Positive Organizational Virtuousness?	Business Ethics: A European Review	23
Gotsis, George & Grimani, Katerina	2015	Virtue Theory And Organizational Behavior: An Integrative Framework	Journal Of Management Development	10
Gukiina, Joshua vd.	2017	Organizational Virtuousness : The Customers ' Perspective	International Journal On Customer Relations	0
Zeng, Xian	2018	Development Of Framework Linking Organizational Virtuousness And Pro-Social Rule Breaking	Open Journal Of Social Sciences	0

Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri

Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örneklem	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Cameron, Kim, Bright & David Caza, Arran	2004	Exploring The Relationships Between Organizational Virtuousness And Performance	American Behavioral Scientist	Özel sektör	804	708	Cameron, Bright & Caza Örgütsel Erdemlilik Ölçeği (Organizational Virtuousness Scale) (2004)
Chun, Rosa	2005	Ethical Character And Virtue Of Organizations: An Empirical Assessment And Strategic Implications	Journal Of Business Ethics	Hizmet ve Üretim Sektörü	2548	202	Chun (Virtuous Ethical Character Scale) (2005)
Bright, David S, vd.	2006	The Amplifying And Buffering Effects Of Virtuousness In Downsized Organizations	Journal Of Business Ethics	Özel sektör	647	194	Bright, David S, vd. (2006)
Moore, Geoff & Beadle, Ron	2006	In Search Of Organizational Virtue In Business: Agents, Goods, Practices, Institutions And Environments	Organization Studies	Boost Şirketi		189	Chun (2005)
Chun, Rosa	2009	A Corporate's Responsibility To Employees During A Merger: Organizational Virtue And Employee Loyalty	Corporate Governance	Googen Marris Şirketi		29	Chun (2005)
Ribeiro, Neuza& Rego, Arménio	2009	Does Perceived Organizational Virtuousness Explain Organizational Citizenship Behaviors?	World Academy Of Science, Engineering And Technology	14 özel sektör kuruluşu (Plastik, kalıp, cam, alçı)	216	9	Cameron, Bright, & Caza (2004)

Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri (Devamı)

Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örnekleme	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Vallett, Carol M.	2010	Exploring The Relationship Between Organizational Virtuousness And Culture In Continuing Higher Education	Journal Of Continuing Higher Education	Üniversite Öğretim Üyesi	87	17	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Fiksenbaum, Lisa vd.	2010	Virtues, Work Experiences And Psychological Well-Being Among Managerial Women In A Turkish Bank	Equality, Diversity And Inclusion: An International Journal	Kadın Banka Yöneticileri	286	12	Bateman and Crant Proaktif Davranışlar ölçeği (1993) ; Scheier & Carver İyimserlik Ölçeği (1985)
Rego, Arménio, vd.	2010	Perceptions Of Organizational Virtuousness And Happiness As Predictors Of Organizational Citizenship Behaviors	Journal Of Business Ethics	Özel Sektör Çalışanları	216	200	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Payne, G. Tyge vd.	2011	Organizational Virtue Orientation And Family Firms	Business Ethics Quarterly	S&P Yer Alan 500 şirket	435	80	Chun (2005)
Rego, Arménio vd.	2011	How Happiness Mediates The Organizational Virtuousness And Affective Commitment Relationship	Journal Of Business Research	Özel sektör	205	106	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Ugwu, Fabian	2012	Perceptions Of Organizational Virtuousness And Optimism As Predictors Of Work Engagement	Asian Journal Of Social Sciences & Humanities	Banka çalışanları	222	11	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Fernando, Mario & Almeida, Shamika	2012	The Organizational Virtuousness Of Strategic Corporate Social Responsibility: A Case Study Of The Sri Lankan Family-Owned Enterprise MAS Holdings	European Management Journal	Özel sektör yöneticileri	23	45	Bright, Cameron, & Caza,(2006)

Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri (Devamı)

Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örneklem	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Zamahani, Majid Ahmadi vd.	2012	Moving Towards Virtuousness In Organization: An Analysis Of Factors Affecting Virtuous Organizations	Management Science Letters	Üniversite personeli	574	2	Not: Ölçek ifadeleri yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
Stephens, John vd.	2013	Relationship Quality And Virtuousness	Journal Of Applied Behavioral Science	Üniversite personeli	649	110	Caza ve Bagozzi (2010) Dayanıklılık Ölçeği
Rego, Arménio vd.	2013	Are Authentic Leaders Associated With More Virtuous, Committed And Potent Teams?	Leadership Quarterly	Üniversite personeli	500	82	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Zamahani, Majid vd.	2013	Virtuous Organization: A Structural Equation Modeling Approach	Management Science Letters	Üniversite personeli	211	3	Not: Çalışmada kullanılan ölçeğe yer verilmemiştir.
Payne, G. Tyge vd.	2013	Signaling Organizational Virtue: An Examination Of Virtue Rhetoric, Country-Level Corruption, And Performance Of Foreign Ipos From Emerging And Developed Economies	Strategic Entrepreneurship Journal	Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ekonomiye sahip 35 Ülke		34	Chun (2005)
Manikandan, Anipriya	2014	Organizational Justice, Organizational Virtuousness And Performance Among Bank Employees	SAARJ Journal On Banking & Insurance Research	Banka personeli	208	1	Anipriya & Manikandan 2013 (Calicut Üniversitesi Erdemlilik Ölçeği)
Abedi, Sedighe Haji vd.	2014	The Role Of Organizational Virtuousness On The Organizational Commitment Of Employees	IJCRB	Üniversite personeli	158	0	Rego A., Ribeiro N., Cunha M. P., Jesuino J. C., (2011)
Arash, Ziapour vd.	2015	A Study Of The Relationship Between Organizational Virtuousness And Employee Engagement	Int. Research Journal Of Applied And Basic Sciences	Banka çalışanları	410	0	Cameron, Bright, & Caza (2004)

Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri (Devamı)

Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örnekleme	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Abedi, Sedighe Haji vd.	2015	Examining The Relationship Between Organizational Virtue And Creativity Of Employees	Report And Opinion	Eğitim Kurumu personeli	136	1	Rego A., Ribeiro N., Cunha M. P., Jesuino J. C., (2011)
Rai, Gauri S.	2015	Organizational Justice And Quality Of Working Life: A Road That Leads To A Virtuous Organization	Journal Of Social Service Research	Sağlık personeli	511	3	Not: Örgütsel Adalet ve İş hayatı kalitesi örgütsel erdemlilik olarak ele alınmıştır.
Williams, Paige vd.	2015	A Longitudinal Examination Of The Association Between Psychological Capital, Perception Of Organizational Virtues And Work Happiness In School Staff	Psychology Of Well-Being	Okul personeli	247	14	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Hamrahi, Mehrdad vd.	2015	Factors Effecting On Promoting Organizational Virtuousness In Iran State Agencies	Indian Journal Of Fundamental And Applied Life Sciences	Kamu personeli	384	1	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Ravaji, Marjan	2016	The Effect Of Organizational Virtuousness And Psychological Capital Role On Employees' Creativity In Tehran Water And Wastewater Company	International Journal Of Scientific Management And Development	Özel sektör çalışanları	186	0	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Khorakian, Alireza vd.	2016	Virtuousness And Effectiveness In Hospitals: The Moderating Role Of Organizational Culture	Advances In Management & Applied Economics	Hemşireler	67	7	Cameron, Mora, Leutscher & Calaro (2011)

Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri (Devamı)

Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örneklem	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Kooshki, Sara & Zeinabadi, Hassanreza	2016	The Role Of Organizational Virtuousness In Organizational Citizenship Behavior Of Teachers	International Review	Öğretmenler	403	4	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Nartgun, Senay & Dilekci, Umit	2016	Teacher Views On Administrators' Leadership Styles And Level Of Organizational Virtuousness	Anthropologist	Öğretmenler	232	2	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Tsachouridi, I. & Nikandrou, Irene	2016	Organizational Virtuousness And Spontaneity: A Social Identity View	Personnel Review	Çeşitli örgütlerde çalışan personel	708	5	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Malik, Saniza Z. & Naeem, Ramsha	2016	Organizational Virtuousness, Perceived Organizational Support And Organizational Citizenship Behavior	Journal Of Behavioural Sciences	Banka çalışanları	250	3	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Abedikooshki, Sara & Zeinabadi, H.	2016	Organizational Virtuousness In Schools : A Review Of Factor Structure Of A Tool In Secondary Schools	JAMET	Öğretmenler	403	0	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Akbolat, Mahmut vd.	2017	Örgütsel Erdemliliğin Personel Güçlendirmeye Etkisi Ve Otantik Liderliğin Aracı Rolü	İşletme Bilimi Dergisi	Sağlık personeli	460	2	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Hur, Won-Moo vd.	2017	Organizational Virtuousness Perceptions And Task Crafting: The Mediating Roles Of Organizational Identification And Work Engagement	Career Development International	Uçus görevlisi	175	3	Cameron, Bright, & Caza (2004); Rego A., Ribeiro N., Cunha M. P., Jesuino J. C., (2011)

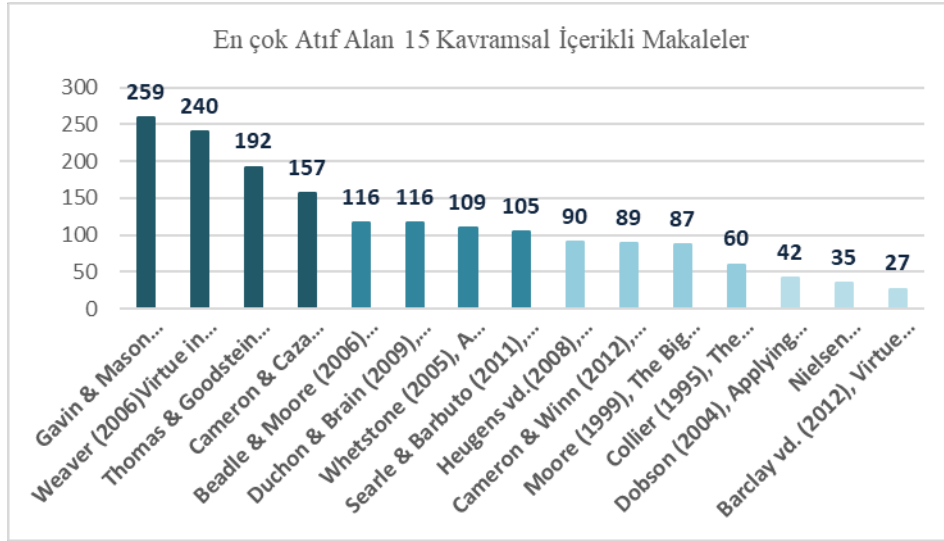
Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri (Devamı)

Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örneklem	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Ebrahimpour, Habib vd.	2017	Examining The Role Of Organizational Virtue In Professional Ethics Augmentation	International Journal Of Organizational Leadership	Banka çalışanları	118	0	Khoshouei & Nouri (2013)
Naseem, Rabia & Faiz, Rabia	2017	Mediating Effect Of Ethical Climate Between Organizational Virtuousness And Job Satisfaction	Pakistan Journal Of Commerce And Social Sciences	Akademisyenler	271	1	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Chun, Rosa	2017	Organizational Virtue And Performance: An Empirical Study Of Customers And Employees	Journal Of Business Ethics	Hizmet sektörü çalışanlar; Müşteriler	1207; 1341	4	Chun (2005)
Magnier-Watanabe, Remy vd.	2017	Organizational Virtuousness And Job Performance In Japan: Does Happiness Matter?	International Journal Of Organizational Analysis	Büro çalışanları	208	0	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Karakas, Fahri, vd.	2017	Exploring The Diversity Of Virtues Through The Lens Of Moral Imagination	Journal Of Business Ethics	Türk yöneticiler	58	7	Not: Nitel araştırma yapılmıştır.
Riivari, Elina & Lämsä, Anna Maija	2017	Organizational Ethical Virtues Of Innovativeness	Journal Of Business Ethics	Uzmanlar	39	4	Kaptain (Organization Ethical Virtues Sacale) (2008)
Erkmen, Turhan & Esen, Emel	2017	Örgütsel Erdemlilik Ölçeğinin Uyarlanması: Geçerlik Ve Güvenirlilik Çalışması	Business And Economics Research Journal	Hizmet sektörü çalışanları	290	2	Cameron, Bright, & Caza (2004)

Tablo 3. Araştırma Makaleleri ve Özellikleri (Devamı)

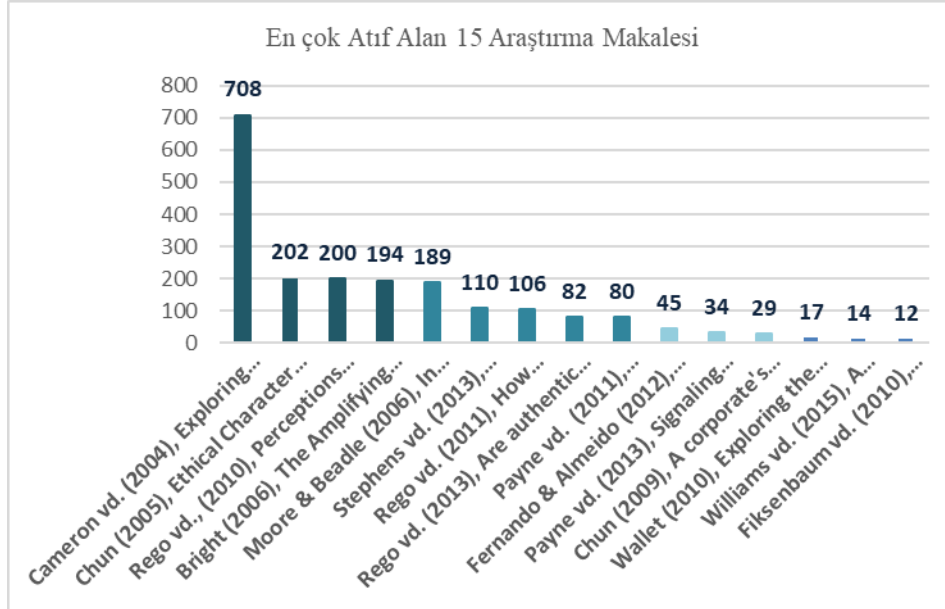
Yazar	Yıl	İsim	Dergi	Örneklem	Örn. Sayısı	Atıf Sayısı	Kullanılan Ölçek
Ahmed, Ishfaq vd.	2018	Predicting Employee Performance Through Organizational Virtuousness: Mediation By Affective Well-Being And Work Engagement	Journal Of Management Developmen	Banka personeli	487	0	Cameron, Bright, & Caza (2004)
Dawson, David	2018	Organisational Virtue, Moral Attentiveness, And The Perceived Role Of Ethics And Social Responsibility In Business: The Case Of UK HR Practitioners	Journal Of Business Ethics	İnsan kaynakları uzmanı	197	2	Cameron, Mora, Leutscher & Calaro (2011)
Wang, Haotong	2018	Effect Of Perceived Organizational Virtuousness On Challenge-Oriented Organizational Citizenship Behavior: A Dual Mediation Model	American Journal Of Industrial And Business Management	İşletme okulu çalışanları; yöneticileri	259	0	Liu (2015)
McLeod, Michael S. vd.	2018	Organizational Virtue And Stakeholder Interdependence: An Empirical Examination Of Financial Intermediaries And IPO Firms	Journal Of Business Ethics	2009-2012 halka arz edilen şirketler	236	4	Chun (Virtuous Ethical Character Scale) (2005)
Singh, Sharda vd.	2018	Organizational Virtuousness And Work Engagement: Mediating Role Of Happiness In India	Advances In Developing Human Resources	Hizmet sektörü çalışanları	136	1	Cameron, Bright, & Caza (2004)

Tablo 3'e bakıldığında araştırma kapsamında ele alınan 46 araştırma makalesinin 42'sinin yabancı makale ve sadece 4'ünün yerli makale olduğu görülmektedir. Yerli yazarlar tarafından yayınlanmış olan makalelerin ikisi Türkçe dilinde yazılmış olup yerli dergilerde yayımlanmışken, diğer ikisi ise İngilizce dilinde yazılmış olup yabancı dergilerde yayımlanmıştır. Ulaşılan ilk araştırma makalesi 2004 yılında Cameron ve arkadaşları tarafından yayımlanan ölçek geliştirme çalışmasıdır. Bu makale aynı zamanda en çok atıf alan (708) çalışmadır. Konuya dair araştırma makaleleri en fazla 2016-2018 yılları arasında yayımlanmıştır. Araştırmalarda farklı özelliklere sahip örneklem kullanılmıştır. Hizmet sektörü, özel sektör, yöneticiler gibi genel ifadelerin yanında bazı makalelerde örneklem özellikleri birlikte açık bir şekilde verilmiştir. Çalışmaların 26'sı özel sektörde (yöneticiler, çalışanlar, büro elemanları, banka personeli, müşteriler, uzmanlar, uçuş görevlisi) 21'i kamu kurumlarında (öğretmenler, eğitim kurumu çalışanları, üniversite personeli, kamu personeli) gerçekleştirilmiştir. Araştırmaların 2'si 1000 kişinin üzerinde, 8'i 500 kişinin üzerinde, 12'i 250-500 kişi arasında, 17'si 100-250 kişi arasında ve sadece 5'i 100 kişinin altında örneklem üzerinde çalışmıştır. Kavramsal çalışma ve araştırma makalelerinde en fazla atıf alan ilk 15 makale Grafik 1 ve Grafik 2'de verilmiştir.



Grafik 1. En çok Atıf Alan Kavramsal İçerikli Makaleler (İlk 15)

Kavramsal makale çalışmaları içerisinde en fazla atıf alan ilk 15 makale sıralandığında 300-150 arası atıf sayısı olan 4, 149-50 arası atıf sayısı olan 8 ve 50'den az atıf sayısı olan 3 makale bulunmaktadır.



Grafik 2. En Çok Atıf Alan Araştırma Makaleleri (İlk 15)

Araştırma makaleleri içerisinde en fazla atıf alan ilk 15 makale sıralandığında ise 500 üzeri atıf alan 1, 250 -100 arası atıf sayısı olan 6, 100-50 arası atıf sayısı olan 2 ve 50'den az atıf sayısı olan 6 makale bulunmaktadır.

Kavramsal çalışma ve araştırma makalelerinde yer alan anahtar kelimeler içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan içerik analizine ait bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Anahtar Kelime Analizi

Kategori	Kod	f	Kod	F
Erdem/Örgütsel Erdemlilik (f= 73)	Örgütsel Erdem	34	Erdem Teorisi	2
	Erdem/Erdemlilik	16	MacIntyre	2
	Etik Erdemler/Erdem Ahlakı	7	Karakterin Güçlü Yönleri	2
	Örgütlerde Erdem Uygulamaları	3	Güven	2
	Erdemli Örgütler	3	Temel Erdemler	1
	Takım erdemliliği	1		
Değerler (f=3)	Değerler	2	Paylaşılan değerler	1
	Mutluluk	5	Psikolojik Sermaye	2
	Psikolojik İklim	3	Pozitif Yönetim	1
Pozitif Psikoloji (f=22)	Duygusal İyilik Hali	3	Dayanıklılık	1
	Pozitif Örgütsel Davranış	2	Pozitif Psikoloji	1
	Duygusal Refah/Esenlik	2	Duygusal Taşıma	1
	Anlamli İş	1	Kapasite	1

Tablo 4. Anahtar Kelime Analizi (Devamı)

Kategori	Kod	f	Kod	F
Liderlik Tarzları ve Yönetici Davranışları (f=6)	Otantik Liderlik	2	Hizmetkâr Liderlik	1
	Paylaşılan Liderlik	1	Liderlik	1
	Personel Güçlendirme	1		
Etik (f=20)	Etik	6	Mesleki Etik	1
	Etik Kültür	3	Etik İklim	1
	Örgütsel Adalet	3	Ahlaki Kimlik	1
	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	3	Ayrımcılık	1
	Etik Karakter	1		
Örgütsel Yapı, Strateji, Performans (f= 11)	Performans	6	Örgütsel Amaç	1
	Birleşme/Devralma	2	Başarı	1
	İnovasyon	2	Küçülme	1
	Örgüt Kültürü	2	İnsan Kaynakları	1
	Strateji	1	Yönetimi	1
Kişilik (f= 6)	Kimlik Teorisi	2	Proaktif Kişilik	1
	Sosyal Kimlik	1	Ahlaki Kimlik	1
	Narsisim	1		
Örgütsel ve İşe Yönelik Tutum ve Davranışlar (f= 23)	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	4	Örgütsel Davranış	3
	Örgütsel Bağlılık	4	Çalışan Davranışları	2
	İşe Bağlılık/Tutkunluk	4	İş Tatmini	2
	Yaratıcılık	3	Algılanan Örgütsel Destek	1
Araştırma Yöntemleri (f=14)	Keşfedici Faktör Analizi	2	Yol Analizi	1
	Nitel Araştırma	2	Hiyerarşik Regresyon	1
	Ölçek geliştirme	1	Tematik Analiz	1
	Delphi Tekniği	1	Geçerlilik	1
	Doğrulayıcı Faktör Analizi	1	İçerik Analizi	1
	Yapısal Eşitlik Modeli	1	Güvenilirlik	1

Örgütsel erdem ve erdemlilik konusunda yapılan çalışmalarda kavram ile ilişkilendirilen, birlikte çalışılan konuları tespit etmek amacıyla çalışmaların anahtar kelimeleriyle yapılan içerik analizi sonucunda, 9 kategori ve 63 kod elde edilmiştir. Çalışmalarda en çok kullanılan anahtar kelime kategorisi “erdem/ örgütsel erdemlilik” (f=73). En çok tekrar eden anahtar kelime kodu ise erdem/örgütsel erdemlilik kategorisi altında yer alan “örgütsel erdemdir” (f=34). Öne çıkan diğer anahtar kelime kategorileri ise sırası ile “etik (f=20)”, “örgütsel ve işe yönelik tutum ve davranışlar (f= 23)”, “pozitif psikoloji (f=22)”, “araştırma yöntemleri (f=14)”, “liderlik tarzları ve yönetici davranışları (f=6)”, “kişilik (f= 6) ve “değerlerdir (f=3)”. Araştırma yöntemlerine bakıldığında nitel, nicel, ölçek geliştirme ve delphi tekniği farklı türlerde çalışmaların yapıldığı görülmekte olup, içerik analizi, yol analizi, regresyon analizi gibi farklı analiz türlerinin kullanıldığı da görülmektedir.

Aynı zamanda bu çalışma kapsamında, araştırma makalesi çalışmalarında örgütsel erdemlilik düzeyini ölçmede hangi ölçeklerin kullanıldığı ve bu ölçeklerin kullanılma sıklığı belirlenmiştir. Tablo 5'e bakıldığında özellikle Cameron ve arkadaşları (2004) tarafından geliştirilen 5 boyuttan oluşan Örgütsel Erdemlilik Ölçeğinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu ölçek 46 araştırma makalesi içerisinde 24 kez kullanılarak en fazla tercih edilen ölçek olmuştur. Örgütsel erdemliliği ölçmek için ön plana çıkan diğer ölçekler ise Chun (2005) tarafından geliştirilen 6 boyutlu Erdemli Etik Karakter Ölçeği (f=6) ve Rego ve arkadaşları tarafından geliştirilen 5 boyutlu Örgütsel Erdemlilik ölçeğidir (f=3). Toplamda 10 farklı ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeklerin boyutlarını oluşturan ve yazarların ortaya koydukları örgütsel erdem/erdemlilik boyutları incelendiğinde, dürüstlük (f=5), iyimserlik (f=4), affedicilik (f=4), güven (f=3) ve merhamet (f=3) ortak olarak en fazla ifade edilen boyutlar olmuştur.

Tablo 5. Araştırma Makalelerinde Kullanılan Ölçeklere İlişkin Bilgiler

Ölçek	Boyutlar	F	Atf Sayısı
Cameron, Bright, & Caza (2004) Örgütsel Erdemlilik Ölçeği (Organizational Virtuousness Scale)	İyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük ve affedicilik	24	708
Chun (2005) Virtuous Ethical Character Scale	Dürüstlük, empati, samimiyet, cesaret, doğruluk ve azim	6	202
Rego A., Ribeiro N., Cunha M. P., Jesuino J. C., (2011)	İyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük ve affedicilik	3	106
Cameron, Mora, Leutscher & Calaro (2011)	Yardımseverlik, affedicilik, ilham, anlam, saygı ve destek	2	189
Kaptain (2008) Organization Ethical Virtues Sacale	Netlik, uyum, uygulanabilirlik, desteklenebilirlik, şeffaflık, tartışma yeteneği ve yaptırım yeteneği	1	275
Bright, Cameron, & Caza(2006)	İnsan etkisi, ahlaki iyilik, koşulsuz toplumsal iyileştirme	1	194
Caza ve Bagozzi (2010) Dayanıklılık Ölçeği (Not: Dayanıklılık erdemini bir boyutu olarak ele alınmıştır)	Dayanıklılık	1	111
Bateman and Crant Proaktif Davranışlar ölçeği (1993) (Proaktif davranışlar örgütsel erdem olarak ele alınmıştır).	Proaktif Davranış	1	2393
Carver (1985) İyimserlik Ölçeği	İyimserlik	1	6910
Khoshouei & Nouri (2013) Organizational Virtuousness Scale	İyimserlik, güven, merhamet/nezaket, dürüstlük ve affedicilik	1	1

Bu çalışma kapsamında ele alınan makalelerde yer verilen örgütsel erdemlilik tanımları çalışma kapsamında incelenmiş ve Tablo 6 oluşturulmuştur. En fazla erdem/örgütsel erdem tanımına yer verilen ilk beş yazar/yazarlar sırası ile Cameron, Bright, & Caza, 2004 (f=32), Cameron, 2003; 2011 (f= 21), Peterson & Seligman, 2000; 2002; 2004; 2010 (f=19), Rego, Ribro, Sona & Jesuino, 2011 ve Chun, 2005 (f=11) olmuştur. Ayrıca makalelerde erdem tanımı ve tasnifi geçen filozoflar tespit edilmiştir. Makallerde en fazla yer verilen filozoflar Aristoteles (f=26) ve McIntyre (f=14) olmuştur. Aquinas, Platon, Sokrates ve Konfüçyus de yine makalelerde erdem tanımına ve tasnifine yer verilen filozoflardır.

Tablo 6. Erdem/Örgütsel Erdem Tanımları

Erdem/Örgütsel Erdem Tanımları	f	Erdem/Örgütsel Erdem Tanımları	F
Cameron, Bright, & Caza (2004)	32	Peterson (2003)	2
Cameron (2003; 2011)	21	Beadle & Moore (2006)	2
Peterson & Seligman (2000; 2002; 2004; 2010)	19	Manz et al., (2008)	2
Rego, Ribro, Sona & Jesuino (2011)	13	Chapman, & Galston (1992; 1984)	2
Chun (2005)	11	Bright, D. & Fry, R. (2013)	2
Bright, Cameron, & Caza (2006)	7	Erkmen & Esen (2012)	1
Solomon (1992; 1999; 2000; 2003; 2004)	6	Abedi, Astaneh & Abooe (2015)	1
Moore (2005; 2005b; 2008)	6	Sosik & Cameron (2010)	1
Seligman (1999; 2002; 2004)	5	Khoshouei & Nori (2013)	1
Comte-Sponville (2001)	4	Peterson, Park, & Seligman (2005)	1
Payne vd. (2011)	4	Caza vd. (2004)	1
Cameron & Winn (2011; 2012)	3	Evans & Reville (2008)	1
Shanahan & Hyman (2003)	3	Ryff & Singer (1998)	1
Baumeister & Exline, (1999; 2000)	3	Dutton & Sonenshein (2007)	1
Whetstone (2001; 2005)	3	Seligman & Csikszentmihalyi (2000)	1
Weiner (1993)	3	Webster (1989)	1
Kaptein (2008)	3	Mayer, Davis, & Schoorman (1995)	1
Chapman, & Galston (1992; 2001)	3	Morphy (1999)	1
Bright, Winn & Kanov (2013)	3	Stark (1993)	1
Shanahan & Hyman (2003)	2	Park & Peterson (2003)	1
Moberg (1999)	2	Mitroff & Denton (1999)	1
Baumeister & Exline (1999; 2000)	2	Beauchamp & Childress (1994)	1
Dent (1984)	2	Smith & George (1950)	1
Hartman (1998)	2	Heugens & Kaptein (2008)	1
Gowri (2007)	2	Heugens vd. (2006)	1
Aristoteles	26	Platon	3
McIntyre (1979; 1981; 1984)	14	Sokrates	2
Aquinas	4	Konfüçyus	1

Örgütsel erdemliliğin hangi diğer konular ile çalışıldığı, ilişkili olduğu ve bu ilişkilerin yönünün tespiti bu çalışmanın bir diğer önemli bulgusunu oluşturmaktadır (Tablo 7). Örgütsel erdemlilik kavramı ile en fazla çalışılan ve pozitif ilişkiye sahip olan konu iş tatmini (f=6) olmuştur. Yine örgütsel vatandaşlık davranışı (f=5), duygusal bağlılık (f=4), çalışan mutluluğu (f=3), duygusal iyi oluş (f=3), örgüt yapısı (f=3) ve çalışan bağlılığı (f=3) örgütsel erdemlilikle pozitif yönde ilişkili olan ve ön plana çıkan değişkenler olmuştur. Örgütsel erdemlilik ile negatif yönde ilişkili olan değişkenler ise yolsuzluk, tükenmişlik, stres, işten ayrılma niyeti, psikomatik semptomlar, psikolojik rol kırılması ve örgütlerde küçülmenin zararlı etkileridir.

Tablo 7. Örgütsel Erdemliliğin Bağımlı/Bağımsız Değişken Olduğu Araştırmalarda Bağımlı/Bağımsız Değişkenler ve İlişkilerin Yönü

Değişkenler	f	Değişkenler	F
İş Tatmini (+)	6	Paylaşılan Liderlik (+)	1
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı (+)	5	Hizmetkâr Liderlik (+)	1
Duygusal Bağlılık (+)	4	Makro Pozitif Davranışlar (+)	1
Çalışan Mutluluğu (+)	3	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (+)	1
Duygusal İyi Oluş (+)	3	Duygusal Taşıma Kapasitesi (+)	1
Örgüt Yapısı (+)	3	İlişki Yakınlığı (+)	1
Çalışan Bağlılığı (+)	3	Yolsuzluk (-)	1
Örgütsel Performans (+)	2	Otantik Liderlik (+)	1
Sürdürülebilir Performans (+)	2	Takım Duygusal Bağlılığı (+)	1
İşyeri Mutluluğu (+)	2	Takım Potansiyeli (+)	1
Örgüt Kültürü (+)	2	Liderlik (+)	1
İşe Bağlılık/Tutkunluk (+)	2	Toplum sağlığı (+)	1
Halka arz edilen şirketler Performansı (+)	2	Normatif Bağlılık (+)	1
İnsan Kaynakları (+)	2	Prosedür Adaleti (+)	1
Yaratıcılık (+)	2	Dağıtım Adaleti (+)	1
Psikolojik Sermaye (+)	2	Etkililik (Etkinlik) (+)	1
Örgütsel Yenilikçilik (+)	2	Öğrenen Lider (+)	1
Öznel İyi Oluş (+)	2	Süper Lider (+)	1
Örgütsel Ahlakî Duyarlılık (+)	2	Örgütsel Spontanlık (+)	1
Örgütlerde Küçülmenin Zararları (-)	1	Örgütsel Kimlik (+)	1
Başarı/Mükemmellik (+)	1	Personel Güçlendirme (+)	1
Algılanan İş Güvenliği (+)	1	İş Becerikliliği (+)	1
Sadakat (+)	1	Profesyonel Etik (+)	1
Kariyer Tatmini (+)	1	Etik İklim (+)	1
Stres (-)	1	Bireysel İş Performansı (+)	1
Tükenmişlik (-)	1	Özdeşleşme (+)	1
İşten Ayrılma Niyeti (-)	1	İşe Katılım (+)	1
Psikomatik Semptomlar (-)	1	Algılanan Aidiyet Durumu (+)	1
Fiziksel İyi Oluş (+)	1	Psikolojik Güçlendirme (+)	1
Proaktif Kişilik (+)	1	Psikolojik Rol Kırılması (-)	1

Pareto Yasası olarak ifade edilen 80/20 yoğunlaşma kuralına göre, bir konu hakkında en verimli %20'lik dilimde yer alan yayımlanmış makale sayısı, yayımlanmış toplam makale sayısının %80'ine eşit olmaktadır (Egghe ve Rousseau, 1990, s. 361-362). Bu bağlamda bu araştırmada, örgütsel erdemlilik konusunda yayımlanmış olan 73 makalenin kaynakçaları derlenmiş ve bu makalelerde en fazla atıf verilen yayınlar bir yazılım programı aracılığı ile tespit edilmiştir. Bu çalışmada incelenen 73 makalenin atıflarının toplam sayısı 4867'dir. 73 makaleye ilişkin atıf analizi sonucunda en fazla atıf verilen ilk 10 kaynak tespit edilmiştir (Tablo 9). Cameron, Bright ve Caza (2004) tarafından yapılan araştırma (ölçek geliştirme çalışması) en fazla atıf verilen kaynak olmuştur (f=49). En fazla atıf verilen diğer kaynaklar ise sırasıyla, Bright, Cameron ve Caza, 2004 (f=41), Moore ve Beadle, 2006 (f=26), Cameron, 2003 (f=26), Rego, Ribeiro ve Jesuino, 2011 (f=24), Rego, Ribeiro ve Cunha, 2010 (f=24), Chun, 2005 (f=24), Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000 (f=18), Peterson ve Seligman, 2004 (f=18) ve Solomon, 1999'dur (f=13). Ayrıca bu kaynaklara bu güne kadar verilen atıf sayıları da incelenmiş olup pozitif psikoloji yazarlarından olan Seligman ve arkadaşlarına ait olan kaynaklara toplamda 5000'in üzerinde atıf verildiği, yine Cameron ve ark.(2003, 2004) ait kaynaklara da toplamda 700'ün üzerinde atıf verildiği görülmektedir.

Tablo 8. Makalelerde En Fazla Atıf Yapılan İlk 10 Kaynak (Atıf Analizi)

Alıntı Yapılan Kaynak	Atıf³	f
Cameron, K. S., Bright, D. & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between virtuousness and performance. <i>American Behavioral Scientist</i> , 47: 766-790.	708	49
Bright, D. S., Cameron, K. S., & Caza, A. (2006). The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations. <i>Journal of Business Ethics</i> , 64(3), 249-269.	194	41
Moor, G., & Beadle, R. (2006). In Search of Organizational Virtue in Business: Agents, Goods, Practices, Institution and Environments. <i>Organization Studie</i> , 27, 369-389.	189	26
Cameron, K. S. (2003). Organizational virtuousness and performance. In K. S. Cameron, J. E. Dutton & R. E. Quinn (Eds.), <i>Positive organizational scholarship</i> (48-65). San Francisco, CA: Berrett-Koehler.	712	26
Rego, A., Ribeiro, N., & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. <i>Journal of Business Research</i> , 64(5), 524-532.	106	24
Rego, A., Ribeiro, N., & Cunha, M. P. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. <i>Journal of Business Ethics</i> , 93, 215 – 235.	200	24
Chun, R. (2005). Ethical character and virtue of organizations: An empirical assessment and strategic implications. <i>Journal of Business Ethics</i> , 57(3), 269-284.	202	24
Seligman, M.E.P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. <i>American Psychologist</i> , 55, 5-14.	16332	18
Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). <i>Character strengths and virtues: A handbook and classification</i> . New York: Oxford University Press/Washington, DC: American Psychological Association.	7179	18
Solomon, R. (1999). <i>A better way to think about business</i> . Oxford: Oxford University Press.	288	13

³ Makalelerin toplam atıf sayısına 12.09.2018 tarihinde ulaşılmıştır.

Sonuç

Bu çalışmada, örgütsel erdemlilik konusunda yayımlanan ulusal ve uluslararası makalelerin bibliyometrik özellikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, örgütsel erdemlilik kavramı ile birlikte çalışılan konuların saptanmasına ve bu çalışmalarda yayınlara yapılan atıflara yönelik atıf analizi bulgularına ulaşılmıştır. Bu sayede, örgütsel erdemlilik kavramının daha yakından tanınması, kavram haritasının çıkartılması, araştırmacılara konu ile ilgili bilgilerin sunulması ve gelecek çalışmalara yol gösterici olunması amaçlanmıştır.

1982-2018 yılları arasında yerli ve yabancı literatürde örgütsel erdemlilik konusunda çalışılan 26 kavramsal çalışma makalesi ve 46 araştırma makalesine ulaşılmıştır. Kavramsal çalışma makaleleri içerisinde en fazla atıf alan çalışma Gavin & Mason'un (2004) çalışması olurken, araştırma makaleleri içerisinde en fazla atıf alan çalışma Cameron ve arkadaşlarının (2004) Örgütsel Erdemlilik Ölçeği geliştirme çalışması olmuştur. Yapılan ortak atıf analizi sonucunda, yine Cameron ve arkadaşları tarafından yapılan bu çalışma 73 makalenin en fazla atıf verdiği kaynak olmuştur. Yapılan içerik analizi sonucunda çalışmanın örgütsel erdemlilik alanında yapılan ilk araştırma makalesi olduğu da görülmektedir. Aynı zamanda bu çalışma 46 araştırma makalesinde örgütsel erdemlilik değişkenini ölçmek için en sık kullanılan ölçek konumundadır. Chun (2017)'e göre Cameron, vd'nin (2004) yaptığı bu çalışma pozitif örgütsel davranış alanında yapılan örgütsel erdemlilik çalışmalarının temsili bir ampirik çalışması olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla örgütsel erdem/erdemlilik konusunda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara, özellikle, temel kabul edilen bu kaynağa ulaşmaları önerilmektedir.

Araştırma makalelerinde kullanılan ölçeklerin boyutları incelendiğinde dürüstlük, iyimserlik, affedicilik, güven ve merhamet en fazla ortak olarak ifade edilen boyutlar olmuştur. Boyutların her biri örgütsel davranış alanında ayrı bir kavram olarak ele alınmakta (Cummings ve Bromiley, 1996; Becker, 1998; Konav, 2004; Youssef, ve Luthans, 2007; Kepenekçi ve Nayir, 2015; Karapınar, vd, 2016) olup boyutların önemine işaret ettiği düşünülmektedir. Bu boyutların oluşturduğu olumlu etki, örgütsel erdemliliğin bütüncül yapısının içerisinde toplandığında bütüncül bir etki ile iş yerinde olumlu davranışların itici gücü hâline geleceği düşünülmektedir.

Anahtar kelime analizinin sonuçlarına bakıldığında, örgütsel erdemliliğin pozitif psikoloji, liderlik tarzları, kişilik, örgütsel ve işe yönelik tutum ve davranışlar, örgütsel yapı, strateji ve performans gibi çok çeşitli konular ile birlikte ele alındığı görülmektedir. Bu kategorilerin kodlarına bakıldığında en sık birlikte çalışılan kavramlar mutluluk/iyilik hâli, etik, örgütsel adalet, liderlik tarzları, kişilik, bireysel/örgütsel performans, örgütsel bağlılık, işe tutukunluk, iş tatmini ve yaratıcılıktır. Aynı zamanda yapılan çalışmaların bulguları incelendiğinde, örgütsel erdemliliğin kavramlarla ilişkisi ve etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, çalışanların olumlu ve güçlü yönlerine odaklanıldığında ahlaki iyiliğe ulaşacakları, iyilik hallerinin, işten aldıkları tatminin ve bağlılıklarının artacağı, adalet temelli, yüksek performanslı ve yaratıcılığı yüksek bir örgüt yapısının oluşacağı söylenebilir. Ayrıca, örgütsel erdemliliğin olumlu davranışları arttırması ile birlikte tükenmişlik, stres, işten ayrılma niyeti ve rol çatışmalarını da azalttığı görülmektedir.

Son olarak, yabancı literatüre bakıldığında örgütsel erdemliliğin olumlu sonuçları ve uygulamaları üzerine birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Yerli yazarlar tarafından ise sadece yayımlanmış 4 çalışmanın olması konun özellikle Türk kültüründe ve Türk örgütlerinde yeterince çalışılmadığının göstergesi niteliğindedir. Dolayısıyla örgütsel erdemlilik ve sonuçları adına hem yönetsel hem de sisteme/ değerlere dayalı yapılması gerekenler üzerine daha fazla araştırma yapılması ve Türk kültürüne ve değerlerine özgü bir ölçek geliştirme çalışmasının yapılması önerilmektedir.

Kaynaklar

- Alzola, M. (2008). Character and environment: The status of virtues in organizations. *Journal of Business Ethics*, 78(3), 343-357.
- Aristoteles, (2014). *Nikomakhos'a Etik*, çev. Zeki Özcan, Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Ayten, A. (2014). *Erdeme dönüş: Psikoloji ve mutluluk yolu*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Baumeister, R. F., & Juola Exline, J. (1999). Virtue, personality, and social relations: Self-control as the moral muscle. *Journal of Personality*, 67(6), 1165-1194.
- Bayram, Ö. G. (1998). Atıf verisi (Citation data) ve enformetrik yasalar: Türk kütüphanecilik literatüründeki doktora tezleri üzerinde bir uygulama. *Türk Kütüphaneciliği*. 12 (1), 21-32.
- Becker, T. E. (1998). Integrity in organizations: Beyond honesty and conscientiousness. *Academy of Management Review*, 23 (1), 154-161.
- Bloomfield, P. (2014). *The virtues of happiness: A theory of the good life*. Oxford University Press.
- Bright, D. S., Cameron, K. S., & Caza, A. (2006). The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations. *Journal of Business Ethics*, 64 (3), 249-269.
- Bright, D., Winn, B., & Kanov, J. (2014). Reconsidering virtue: differences of perspective in virtue ethics and the positive social sciences. *Journal of Business Ethics*, 119 (4), 445-460.
- Cameron, K. S. (2003). *Organizational Virtuousness and Performance*, [in:] Positive Organizational Scholarship. Foundations of a New Discipline, KS Cameron, JE Dutton, RE Quinn.
- Cameron, K. S. (2010). Five keys to flourishing in trying times. *Leader to Leader*, 2010 (55), 45-51.

- Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47 (6), 766-790.
- Chun, R. (2005). Ethical character and virtue of organizations: An empirical assessment and strategic implications. *Journal of Business Ethics*, 57 (3), 269-284.
- Chun, R. (2017). Organizational virtue and performance: An empirical study of customers and employees. *Journal of Business Ethics*, 146 (4), 869-881.
- Cummings, L. L., & Bromiley, P. (1996). The organizational trust inventory (OTI). Trust in organizations: *Frontiers of theory and research*, 302 (330), 39-52.
- Dawson, D. (2015). Two forms of virtue ethics: Two forms of virtuous action in the fire service dispute. *Journal of Business Ethics*, 128 (3), 585-681.
- Dawson, D. (2018). Organisational virtue, moral attentiveness, and the perceived role of ethics and social responsibility in business: the case of UK HR practitioners. *Journal of Business Ethics*, 148 (4), 765-781.
- Diodato, V., & Brooks, T. A. (1996). Dictionary of Bibliometrics. *Library Quarterly*, 66 (1), 103-104.
- Durak, N. (2009). *Platon ve Fârâbî Felsefesinde Erdem Kavramı*. Isparta: Fakülte Kitabevi.
- Egghe, L., & Rousseau, R. (1990). *Introduction to informetrics: Quantitative methods in library, documentation and information science*. Elsevier Science Publishers.
- Emmons, R. A. (1999). Religion in the psychology of personality: An introduction. *Journal of personality*, 67 (6), 874-888.
- Fehr, R., & Gelfand, M. J. (2012). The forgiving organization: A multilevel model of forgiveness at work. *Academy of Management Review*, 37 (4), 664-688.
- Gavin, J. H., & Mason, R. O. (2004). The virtuous organization: The value of happiness in the workplace. *Organizational dynamics*, 33 (4), 379-392.
- Hackett, R. D., & Wang, G. (2012). Virtues and leadership: An integrating conceptual framework founded in Aristotelian and Confucian perspectives on virtues. *Management Decision*, 50 (5), p. 868-899.

- Hyderabadı, A., (2010). Social trust and social-cultural factors affecting it (Case study 20 to 29 years old, the Mazandaran province). *Journal of Sociology Youth Studies*, 1, 39-66.
- Ip, Po-keung (2002). the weizhi group of xian: A Chinese virtuous corporation. *Journal of Business Ethics*, 35, 15-26.
- Kanov, J. M., Maitlis, S., Worline, M. C., Dutton, J. E., Frost, P. J., & Lilius, J. M. (2004). Compassion in organizational life. *American Behavioral Scientist*, 47 (6), 808-827.
- Kaptein, M. (1998). *Ethics management: Auditing and developing the ethical content of organizations*. Dordrecht: Springer.
- Kaptein, M. (1999). Integrity management. *European Management Journal*, 17, 625–634.
- Kaptein, M. (2008). Developing and testing a measure for the ethical culture of organizations: The corporate ethical virtues model. *Journal of Organizational Behaviour*, 29, 923–957.
- Karapınar-Bayhan, P., Metin-Camgöz, S., & Ekmekçi-Tayfur, Ö. (2016). The mediating effect of organizational trust on the link between the areas of work Life and emotional exhaustion. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 16 (6), 1947–1980.
- Kepenekçi, Y. K., & Nayir, K. F. (2015). Örgütsel Affedicilik Ölçeğinin geliştirilmesi ve öğretmenlerin örgütsel affediciliğe ilişkin görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (3).
- Khorakian, A., Maharati, Y., & Lorestany, H. Z. (2016). Virtuousness and effectiveness in hospitals: The moderating role of organizational culture. *Advances in Management and Applied Economics*, 6 (4), 45.
- Kınalızade, A.Ç. (2007). *Ahlak-ı Alai*. İstanbul: Klasik Yayınları.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60 (3), 541-572.
- Manz, C. C. (2008). *The virtuous organization: Insights from some of the world's leading management thinkers*. World Scientific.
- Mele, D. (2009). Integrating persona list into virtue- based Business ethics: the persona list and the common good businciples. *Journal of Business Ethics*, 88, 227-244.

- Myers, D. G. (2000). The funds, friends, and faith of happy people. *American Psychologist*, 55 (1), 56.
- Nepean, W. (2007). Virtuous Firms Perform Better: An Empirical Investigation of Organizational Virtues and Performance. *Business Post Comment*.
- Overholser, J. C. (1999). Elements of the Socratic method: VI. Promoting virtue in everyday life. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 36 (2), 137.
- Öztürk, N. (2002). Ahilik teşkilatı ve günümüz ekonomisi, çalışma hayatı ve iş ahlakı açısından değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 43-56.
- Ravaji, M. (2016). The Effect of Organizational Virtuousness and Psychological Capital Role on Employees' Creativity In Tehran Water and Wastewater Company. *International Journal of Scientific Management and Development*. 4 (2), 496-506.
- Rego, A., Ribeiro, N., & Cunha, M. P. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 93 (2), 215-235.
- Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, M. P., & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of Business Research*, 64 (5), 524-532.
- Seligman, M. E. (1999). The president's address. *American Psychologist*, 54 (8), 559-562.
- Shanahan, K., & Hyman, Ml. (2003). The development of a virtue ethics scale. *Journal of Business Ethics*, 42 (2), 197-208.
- Simmel, G. (1950). *The sociology of georg simmel* (Vol. 92892). Simon and Schuster.
- Solomon, R. C. (1999). *Business ethics and virtue*. In R. E. Frederick (Ed.), A companion to business ethics (pp. 30-37). MA: Blackwell, Malden.
- Spinoza, (2016). *Ethica*. çev., Çiğdem Dürüşken, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Turan, R. (2015). İbn Miskeveyh'de erdem kavramı ve temel erdemler. *Namık Kemal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (NKUIFD)*, 1 (2), 7-35.
- Tûsî, N. (2007). *Ahlâk-ı Nâsirî* . çev. A. Gafarov & Z. Şükürov. İstanbul: Litera Yayıncılık.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 1-28

Wang, Q. I. (2011). A conceptual and empirical investigation of leader virtues and virtuous leadership (Doctoral dissertation).

Youssef, C. M., & Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of management*, 33 (5), 774-800.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLETİŞİMİ VE TÜRKİYE'DEKİ YERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Murat GÜLMEZ¹
Hilal İNAN²

ÖZ

İş dünyasında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemi günden güne artmaktadır. Bu gelişmeye paralel olarak firmalar sosyal sorumluluklarının daha fazla farkına varır iken, tüketiciler de daha eğitilmiş ve bilgili hâle gelmektedir. Bu süreçte, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları konusunda paydaşları ile iletişim kurmaları büyük önem arz etmektedir. Nitel bir çalışma olarak tasarlanan bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, gelişim süreci ve iletişimi ile ilgili önceki çalışmaların yanı sıra Kurumsal Sosyal Sorumluluk uygulamalarının rekabete etkisi konuları ilgili literatür kapsamında incelenmiştir. KSS ve KSS iletişimi konularında yapılacak çalışmalar için yol gösterici nitelikte olacağı düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi

A CONCEPTUAL STUDY REGARDING THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION AND IT'S PLACE IN TURKEY

ABSTRACT

The importance of corporate social responsibility has been increasing day by day in business world. Along with this development companies become more aware of their social responsibilities, while the consumers have become more educated and conscious. In this process, it is very important for companies to communicate their corporate social responsibility activities with their stakeholders. In this qualitative study, the concept of corporate social responsibility, development processes and communication of corporate social responsibility have been examined in detail and the studies carried out in this field have been included. This study will help and guide the future studies in this field.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Communication

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Çağ Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İşletmecilik Bölümü, mgulmez@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2584-785X.

² Prof. Dr. Çukurova Üniversitesi, İşletme Bölümü, ihilal@cu.edu.tr, ORCID:0000-000-3-4321-0430

* Bu çalışma, doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

Received/Geliş: 09/09/2019 Accepted/Kabul: 06/05/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makalesi

Cite as/Alıntı: Gülmez, M., İnan, H. (2020), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi Ve Türkiye'deki Yeri Üzerine Kavramsal Bir Çalışma", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.29-48.

Giriş

Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi kavramları, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gerek işletmeler için gerekse akademisyenler tarafından tartışılan güncel ve önemli konular arasında yerini korumaktadır. Teknolojik gelişmeler sayesinde hızla büyüyen endüstriler ve yeni iş kolları ortaya çıkmaktadır. Önceki zamanlarda bu yeni iş kolları yaratılırken, işletmeler ekonomik faydaları toplumsal ve çevresel faydaların daha çok önünde tutmuşlardır. Özellikle küreselleşmenin de etkisiyle daha yoğun bir rekabet içinde olan çoğu işletme, hedefledikleri kârlılık düzeyine erişebilmek ve varlıklarını devam ettirebilmeleri için sadece ürünlerini üretip satmalarının yeterli olmadığını farkına varmaya başlamışlardır. Çokuluslu işletmeler, dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan kitlelerin etkileşim yeteneğinin, kendileri için bir avantaj olduğu kadar bir tehdit de oluşturabileceğinin bilincine varmışlardır. Örneğin, üretim sürecinin bir yan ürünü olarak çevreye zararlı gazlar yayan bir fabrikanın, küresel ısınma bilinç ve endişesinin toplumlar arasında yaygınlaşması neticesinde o işletmenin ve ürünlerinin tüketici gözündeki itibarı azalarak ve hatta firmanın uzun vadeli stratejilerini etkileyen bir tehdit oluşabilmektedir. Bütün bu gelişmeler göz önüne alındığında, işletmelerin, değişen çevre ve pazar koşullarını yakından takip etmeleri gerektiği ve daha da önemlisi yakın gelecekle ilgili etkin tahminler yürüterek uzun vadeli stratejiler geliştirmeleri gerektiği görülmektedir.

Thomas Friedman (2007) “The World is Flat” (Dünya düzdür) isimli eserinde dijital teknoloji ve taşımacılıktaki gelişmelerin dünyamızı her geçen gün daha da küçültmekte olduğu ve dünyayı spiral olmanın tersine düz bir konuma getirdiğinden bahsedilmektedir. Yazara göre düz bir dünyada dijital teknolojilerdeki gelişmeler sayesinde artık yalnızca işletmeler için değil, bireyler için de rekabet ve dayanışma daha da kolaylaşmıştır. Toplumsal ve çevresel duyarlılığı artan tüketicilerin beklentilerine uygun davranmayan işletmeler, dünyanın her yerinde hızlı bilgi paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya sayfaları aracılığı ile kısa sürede örgütlü tepkilerle de karşılaşabilmektedir (Türkel, 2013). Gelişen iletişim teknolojilerinin de etkisi ile bu farkındalık gerek işletmeler ve tüketiciler gerekse toplum tarafından daha hızlı ve sistemli bir şekilde takip edilebilmektedir. Artık, işletmeler sosyal sorumluluk faaliyetleri uygulayarak tüm paydaşlarının beklentilerini de karşılamak için çalışmaktadırlar (Nielsen ve Thomsen, 2018). Bu bağlamda işletmelerin stratejilerini geliştirirken kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili faaliyetlerini de bu stratejiler kapsamında dikkate alması ve uygulamalarını bu yönde geliştirmeleri gerekmektedir. Günümüz iş uygulamalarında giderek etkin bir kavram hâline gelen KSS uygulamaları hem iş dünyası hem de akademik dünya için daha fazla incelenen bir çalışma alanına dönüşmüştür (Güngör, 2018). Bu bağlamda bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi kavramları açıklanıp ilgili önceki çalışmaların derlenip özetlenmesi amaçlanmıştır. Özellikle konuyla ilgili çalışmalar yapan akademisyenlere ve uygulayıcılara teorik bir temel oluşturulması amaçlanmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Tarihi Gelişimi

İşletmelerin hissedarlarının beklentilerini yerine getirirken ne tür süreçler kullandıkları, belli kurallar çerçevesinde hareket edip etmedikleri ve hatta topluma ve diğer paydaşlarına ne gibi faydalar sağladıkları da değerlendirilmektedir. Bu değişen atmosferde, yeni kavram ve olgular da iş dünyasında konuşulmaya ve önem kazanmaya

devam etmektedir. Bu kavramlardan biri olan sosyal sorumluluk, ya da genel kabul görmüş adıyla kurumsal sosyal sorumluluk kavramıdır. Kavram olarak sorumluluk, insanlığın ilk zamanlarından beri yani tarihin en eski zamanlarından günümüze kadar varlığını sürdüren bir kavramdır.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri (sozluk.gov.tr, 2019)'nde yer alan tanımına göre sorumluluk “kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet” anlamına gelmektedir. İşletmeler de tıpkı bireyler gibi içinde bulunduğu toplum, ülke ve uluslararası çevre bağlamında sosyal ve ekonomik sorumluluklara sahiptir (Vural ve Coskun, 2011). Benzer olarak sorumluluk, başkalarını tanımak, onların değerlerine saygı göstermek; kısaca onların varlığını kabullenmektir (Özüpek, 2013). Sosyal sorumluluk işletmelerin topluma karşı bazı sorumluluklarını yerine getirmesi olarak ifade edilir. Benzer bir tanıma göre, şirketlerin daha fazla insan sermayesine, çevreye ve paydaşlarla ilişkilerine yatırım yaparak daha iyi bir topluma ve daha temiz bir çevreye katkıda bulunmaya gönüllü olarak karar verdikleri bir kavram olarak tanımlanmaktadır (El- Bassiouny vd., 2018).

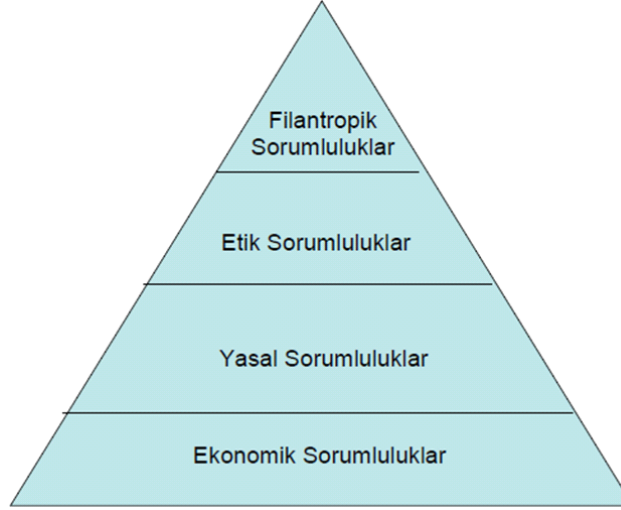
Sosyal sorumluluğun modern çağı diyebileceğimiz günümüzde ilk olarak sosyal sorumluluk olarak adlandırılan bu kavram, daha sonraları kurumsal sosyal sorumluluk (Corporate Social Responsibility-CSR/KSS) olarak anılmaya başlanmıştır. Carroll (1979)'a göre özellikle modern işletmelerin toplum içindeki ağırlıkları ve önemlerinin fark edilmesi ve artmasıyla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk kavramı bu yüzyılda daha öncelikli bir konu olarak öne çıkmıştır. Her ne kadar kavram son zamanlarda yönetim alanında önemli bir disiplin olarak ön plana çıksa da, topluma katkıda bulunmak işletmeler için çok da yeni bir olgu değildir. 1770' li yılların sonlarında Adam Smith tarafından “görünmez el” kavramı ortaya atılmıştır (Wan, 2006). “Görünmez el”, kapitalistlerin asıl amaçlarının kendi çıkarlarını gözetmek olsa da nasıl topluma zenginlik ve bereket getirdiklerini anlatmak için kullanılan bir kavramdır. Smith burada “el” kelimesi ile metafor yapmış ve her ne kadar böyle bir amaç gütmeseler de kapitalistlerin toplum yararına fayda üretmelerini anlatmaya çalışmıştır. Smith'e göre toplumsal refah kapitalist aktivitelerin bir yan ürünüdür (Wan, 2006). Adam Smith'in maksimum kâr anlayışının yerini topluma karşı sorumlu davranılması anlayışına bırakması ile sosyal sorumluluk kavramı ortaya çıkmıştır. (Wan, 2006; Peltekoğlu, 2001). Carroll tarafından önerilen kurumsal sosyal sorumluluk tanımına göre bir işletmenin sosyal sorumluluğu, belli bir zaman diliminde içinde bulunduğu toplumun ekonomik, hukuki, etik ve isteğe bağlı olan beklentilerini içermektedir (Carroll, 1979).

Kavramın kökeninde işletmelerin toplumla olan ilişkilerini düzenlemek yer alırken, iş dünyasında birçok uygulamacının firmaları ve toplumla ilişkilerini yönetirken amaçları ya da konusu her ne olursa olsun çeşitli sosyal sorumluluk faaliyetlerinde buldukları görülmektedir. Endüstri devriminin hemen sonrasında İngiltere'de ileriye gören iş dünyası liderleri, birçok endüstri şehirleri henüz düzensiz ve sağlıklı yaşam alanları oluşturduğu sırada, işçileri ve onların ailelerinin barınmaları için barınma ve yaşam ihtiyaçlarının karşılandığı fabrika şehirleri kurmuşlardır. Örneğin 1879'da George Cadbury tarafından kurulan Bourneville ve 1888'de William Lever tarafından kurulan (ürettikleri sabunun adını alan) Port Sunlight bu tür şehirlere birer örnek teşkil etmektedir. Bu yaklaşım Amerika Birleşik Devletleri'nde de benimsenmiş ve Chicago'nun hemen yanı başında George Pullman'ın kurduğu endüstri şehri “Dünyanın en mükemmel şehri” olarak değerlendirilmiştir. Her ne kadar bu şehirlerin kuruluş amaçları başlangıçta sadece

toplumsal fayda sağlamaya dönük olmasa da, bu şehirler çalışanlara sosyal katkı sağlamış ve o dönemlerde topluma faydalı olmuşlardır (Crawford, 1995). Çağdaş kurumsal sosyal sorumluluk dönemi ise, 20'inci yüzyılın ortasında, 1953 yılında Bowen'ın iş hayatının sosyal sorumluluklarının ötesinde sorumluluklarının olduğunu savunmasıyla başlamıştır (Mc Gee, 1998).

Keith Davis 1983, bir firmanın ekonomik kazanç elde etmenin yanında içinde bulunduğu sosyal sisteme de fayda sağlayacak şekilde kararlar vermesinin ve bunu kendi karar verme mekanizmasının içinde değerlendirilmesinin işletme açısından zorunlu olduğunu ifade etmiştir. Davis'e göre bir işletmenin sadece uymakla yükümlü olduğu kanun ve kurallara uyarak, sosyal sorumluluk sahibi bir kurum olarak anılması doğru değildir. Kanunlara uymak zaten her iyi vatandaşın görevidir. Buna göre Davis sosyal sorumluluğun kanunların bittiği yerde başladığını savunmaktadır. Yani bir işletme, sadece kanun ve kurallara uymakla kalmayıp, bunun üzerine koyarak toplum için faydalı başka faaliyetlerde bulunduğu zaman sosyal sorumluluk sahibi bir kurum olarak anılır (Davis 1983).

Kavramla ilgili yapılan tanımlamaların yanı sıra o dönemlerde uygulayıcıların bu konuyla ilgili yaptıkları (Eilbert ve Parket, 1973; Bowman ve Haire, 1975; Holmes, 1976; Abbott ve Monsen, 1979 vb.) araştırmalarda mevcuttur. Eilbert ve Parket (1973), o zamana kadar yapılan tanımlamaların uygulayıcılar tarafından nasıl hayata geçirildiği üzerinde çalışmışlardır. İşletmelerin içinde buldukları toplumların ırkçılık, hava kirliliği, ulaşım ve diğer kentsel sorunlar gibi sosyal sorunlarını çözmeye yardım etmeleri gerektiğini savunmaktadırlar (Eilbert & Parket, 1973). Benzer olarak, Bowman ve Haire (1975) işletmelerin yıllık raporları üzerine bir içerik analizi yapmış ve bu işletmelerin ne düzeyde sosyal sorumluluk anlayışını benimseyip konu ile ilgili ne düzeyde faaliyetler gerçekleştirdiklerini incelemişlerdir. Holmes, şirket yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili algılarını ölçmüşlerdir (Holmes, 1976). Abbott ve Monsen (1979) Fortune 500 listesinde yer alan şirketlerin yıllık faaliyet raporları üzerine bir içerik analizi yaparak, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki faaliyetlerini ya da yaklaşımlarını ölçmüşlerdir. Yetmişli yılların sonlarına gelindiğinde artık araştırmacılar, işletmelerin sadece ekonomik durum ve başarıları ile değil bazı ekonomik olmayan başka kriterleri de göz önüne alarak yargılamanın gerekliliğini vurgulamışlardır (Lantos, 2001). Carroll'ın 1979 yılında önerdiği sosyal sorumluluk piramidi Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Carrol'un Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kaynak: Carroll, A.B,A, Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance,' Academy of Management Review, 1979, 4 (4), 497- 505.

Şekil 1'de yer alan sosyal sorumluluk piramidine göre işletmeler dört alt sorumluluk alanında (filantropik (isteğe bağlı/gönüllü) sorumluluklar, etik sorumluluklar, yasal sorumluluklar ve ekonomik sorumluluklar) faaliyet göstermekte olup, bu yapı tıpkı Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki gibi önceliklerin alttan üste doğru sıralanmasından oluşmaktadır (Carroll, 1979).

Birinci basamakta yer alan ekonomik sorumluluklar, işletmelerin ekonomik faaliyetlerini sağlıklı bir biçimde sürdürmesi yani optimum maliyette optimum satış ve kârlılık elde edilmesi olarak tanımlanırken ikinci basamakta yer alan yasal sorumluluklarda ise işletmelerin kanun ve yönetmeliklere uygun olarak hareket etmesi ve sadık kalabilmesi gelmektedir. Etik sorumluluklar olarak adlandırılan üçüncü basamakta ise işletmelerin toplum tarafından geliştirilen değerler çerçevesinde davranış ve faaliyetlerde bulunmasıdır. Etik sorumluluklar yasalarda yer almasa da toplumun işletmelerden beklediği doğru ve adil davranışları kapsamaktadır (Ay, 2003). Bu davranışlar kanunlarla belirlenen davranışların da ötesinde bazı davranış ve uygulamaları içerir. Dördüncü basamakta yer alan filantropik sorumlulukta ise toplumun genel refah düzeyini ve yaşam seviyesini yükseltici etkinliklere işletmelerin gönüllü katılımı olarak tanımlanmıştır. Toplumun ve tüm paydaşların beklentilerinden oluşan etik sorumluluklar firmalar üzerinde bir baskı unsuru olup, firmaların beklendiği gibi davranmaları için itici bir güç oluşturmaktadır (Carroll, 1979).

1950'li yıllardan beri bilinen Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, 1970lerde daha geniş çevrelerde yer almaya başlarken, 1990'lar itibariyle popülerliği artmış ve milenyum çağında önemi daha belirgin hâle gelmiştir (Wirth, 2016). 1990'lı yıllar, işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk toplumda olumlu bir imaj yaratma çabalarının ötesinde bir zorunluluk olmaya başladığı yıllar olarak anılmakta iken, 2000'li yıllara gelindiğinde hâlâ KSS'ı önemli bir işletme kavramı olması yönünde saygınlığının arttığı

göze çarpsa (Hooghiemstra, 2000) da hâlâ genel çevrelerce kabul görmüş bir tanımın yapılamadığından da bahsedilmekteydi (Welford, 2004). Özellikle küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan yeni durumlar kurumsal sosyal sorumluluğu sadece akademik çevreler için bir kavram olmaktan öteye götürmüştür. En kabul gören tanımların başında 2002 yılında Avrupa Komisyonu tarafından yapılan KSS tanımıdır. Bu tanıma göre KSS, işletmelerin, gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal ve çevresel endişelerini iş ile ilgili operasyonlar ve paydaşları ile iletişim gibi süreçlerine entegre etmesidir. Bu bağlamda kavramsal ve kültürel kökenleri geçmişe uzanan kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı 21. yüzyılda iş dünyasının yeni paradigmalarından birini temsil etmektedir (Hoşut, 2018).

1970'li yılların sonlarında başlayan ve günümüze kadar KSS faaliyetleri ile işletmelerin performansının ilişkisini ölçen ve bu konuya değinen pek çok çalışma mevcuttur (Alexander ve Buchholz, 1978; Cochran ve Wood, 1984, Aupperle vd., 1985; Mc Guire vd., 1988; Mc Williams ve Siegel, 2000; Kelgökmen, 2010; Strand vd., 2015; Chung vd. 2015; Thanetsunthorn, 2015; Hovring, 2017; Song ve Kang, 2018; vb.). Chung vd., (2015) işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tüketici sadakati ve tatmini arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında KSS alanlarını, Carroll (1979)'un sosyal sorumluluk piramidi çerçevesinde; etik sorumluluk, yasal sorumluluk, ekonomik sorumluluk, hayırsever sorumluluk olmak üzere dört boyut altında incelemişlerdir. Bu çalışmalar ayrıca, güncel konulardan yola çıkarak KSS alanlarına çevre ve tüketici korumanın da eklendiği araştırma sonucunda KSS faaliyetlerinin, tüketici tatmini üzerinde tüketici sadakatinden daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Aynı zamanda KSS faaliyet alanlarından en fazla tüketiciyi korumaya yönelik gerçekleştirilen faaliyetlerin anlamlı yönde etkisi olduğu belirlenmiştir. KSS yaklaşımlarının ülkelerin ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel özelliklerine göre de farklılık gösterdiği bilinmektedir (Song ve Kang, 2018). Kültürün KSS faaliyetlerinde etkisini araştıran, Doğu Asya ve Avrupa'da yer alan 28 ülkedeki 3055 katılımcı ile gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise Avrupa ülkelerinin sosyal sorumluluğun her alanında daha aktif ve etkili çalışmalarda yer aldığı belirlenmiştir (Thanetsunthorn, 2015). Bu çalışmalar konunun önemini ve yerini daha da ortaya çeken çalışmalardır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Rekabete Etkisi

Daha çok hayırseverlik ya da gönüllülük esasına dayanarak hayata geçirilmiş ve toplum tarafından asil bir davranış olarak kabul görmüş olan KSS kavramı, özellikle 2000'li yıllar itibarıyla stratejik bir araç olarak görülmeye başlanmıştır. Finansal performansın artması, operasyon maliyetlerinin düşmesi, satışların ve müşteri bağlılığının artması, çalışanların verimliliğinin ve kalitesinin artması, yetenekli çalışanların işletmeye çekilmesi gibi faydalarının yanında Kurumsal sosyal sorumlulukların işletmelerin marka imajının ve itibarının gelişmesine de katkı sağladığı görülmektedir (Gülmez, 2012). Bowd vd. (2006) KSS' un faydalarını iyi niyeti geliştirmek, müşteri ve çalışan sadakatini, perakende satışlarını arttırmak, bağlantılı kurumlar için fayda sağlamak, paydaş ilişkileri kurmak, itibar ve rekabet avantajı oluşturmak ve geliştirmek olarak sıralamıştır. Kurumsal itibar kurumun tüm çalışmalarının bir sonucu olarak oluşmak olup, bu bağlamda birçok bileşenin kurumsal itibar oluşumunda etkili olduğunu söylemek mümkündür. Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal itibar oluşturmak, geliştirmek ve var olan itibarı korumak açısından oldukça önemli bir kavramdır. (Rajendra vd., 2003) İtibar işletmeler için uzun uğraş ve süre sonrası kazanılan bir varlıktır. 2007 yılında "Reputation

Institute” tarafından yapılan bir çalışmada sosyal sorumluluğun kurum itibarı açısından da bir anahtar olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yine bu çalışmada global olarak sosyal sorumluluğun kurum itibarı açısından daha önemli bir hal aldığı belirtilmiştir (Morsing vd., 2008). Stratejik açıdan yaklaşıldığında, KSS'nin direkt olarak kurumsal itibarı etkilediği görülmektedir ve kurumsal itibar ise en önemli stratejik kaynaklardan biridir (Flanagan ve O'Shaughnessy, 2005). Dolayısıyla, artık KSS rekabet avantajı yaratan stratejik bir araç olarak görülmeye başlanmıştır. İşletmeler ayrıca, ürün ve kurumla ilgili özellikler üzerine kurumsal sosyal sorumluluğun da dâhil olduğu marka vaatleri yaratabilmektedirler (Polonsky ve Jemons, 2006). Bu nedenle işletmeler, başta reklam ve halkla ilişkiler olmak üzere geleneksel pazarlama iletişim araçları yanında, iyi birer kurumsal ve küresel vatandaş oldukları mesajını vermek ve insanları buna inandırmak amacıyla kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına başvurumaktadırlar (Yönet, 2005).

Marka imajı yaratmak, kitle iletişimi yolu ile markanın görünürlüğünü sağlamaktan, doğrudan pazarlama yolu ile belirli kitlelere ulaşmaya ve bu kitleler üzerinde bilinirlik yaratmaya doğru gelişim göstermiştir. Bugün gelinen noktada ise markanın sosyal paydaşları da içerisine alacak şekilde ürüne spesifik ve kişiselleştirilmiş bir şekilde doğrudan veya dolaylı olarak duygusal bir değer katması söz konusudur (Thöny, 2009). Markanın, rasyonel boyutundan çok duygusal boyutu son yıllarda ön plana çıkmaktadır. Tüketiciler artık ürünlerin fiziksel özelliklerinden ziyade sembolik ürün kalitesi ve duygusal tecrübelerine dayanarak satın alma kararını vermektedirler. Markalaşma sürecindeyse ürünü veya hizmeti bu duygusal ve sembolik özelliklere sahip kılarak onu diğerlerinden farklılaştırmak söz konusudur (Van de Ven, 2008). Benzer olarak kurumsal marka imajını işletmeler, topluma ve çevreye zarar vermeden, tam aksine katkı sağlayarak yaptıkları zaman iletmek istedikleri mesajların tüm hedef kitlelere iletebildiği gözlemlenmektedir (Özdemir, 2009).

Şirketlerin stratejik KSS yaklaşımını benimsedikten sonra bunu nasıl başarılı bir şekilde rekabet avantajına çevirebilecekleri konusu önemli bir unsur olarak çalışmalarda yer almaktadır. Matten ve Moon (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Atlantik Okyanusu'nun her iki tarafında bulunan ülkelerdeki şirketler, çeşitli iş süreçleri ve stratejileri bakımından çeşitli araştırmalar vasıtası ile incelenmiş olup, işletmelerin KSS ve KSS iletişimine bakış açıları ve stratejileri arasında da kültürel, ekonomik ve politik nedenlerden ötürü çeşitli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bu konuda araştırmalar yapan akademisyenlerden ikisi olan Matten ve Moon'a göre Amerikan sistemi ile çalışan şirketler, geleneksel olarak sosyal gelişmelere katkı sağlamaktadırlar, bu nedenledir ki bu şirketler “Dışa dönük” KSS politikası ve iletişimini geliştirmişlerdir. Avrupa sisteminde ise şirketlerin KSS aktiviteleri ulusal ve kurumsal sistemin içine yuvalanmıştır. Bu nedenden ötürü de Avrupa'daki şirketler genellikle “Dışa Dönük” KSS yerine Matten ve Moon'un İçe Dönük KSS yaklaşım diye adlandırdıkları yaklaşımı benimsemişlerdir (Matten ve Moon, 2007). Amerikan ve Avrupa'daki şirketler arasında, buldukları ülkenin kanun ve kurallarından, kültürel ve toplumsal yapılarından kaynaklanan bazı farklılıklar Tablo 1' de belirtilmiştir.

Tablo 1. Açık ve Kapalı KSS Karşılaştırması

Açık KSS (Explicit)	Kapalı KSS (Implicit)
Şirket aktivitelerini toplumun faydası için yapılan aktiviteler olarak tanımlar.	Şirketin daha büyük resmi ve resmi olmayan kurumlar içerisindeki toplum yararını gözetilen rolünü tanımlar.
Gönüllü şirket uygulamaları, programları ve stratejilerinden oluşur.	Şirketler için zorunlu olan değer, norm ve kurallardan oluşur.
Teşvik ve fırsatlar, firmanın farklı fayda grupları tarafınca algılanan beklentileri tarafından motive olurlar.	Toplumu oluşturan temel grupların toplumdaki rol ve katkılarına ilişkin yasal beklentiler dâhilindeki toplumsal mutabakat yolu ile motive olurlar.

Kaynak: Matten,D., Moon, J., “Implicit “and “Explicit” CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility, Academy of Responsibility. Academy of Management Review, 2007,1-27.

Tablo 1’de yer alan farklılıklar şirketlerin KSS politikalarına ve KSS iletişim süreçlerine de etki etmektedir.

KSS konusunda oldukça iddialı olan Amerikan şirketlerinden farklı şekilde KSS sürecini yöneten ve bu konuda kendi toplumunun beklentilerine cevap veren iki başarılı Danimarka Şirketi, Morsing ve diğerleri tarafından incelenmiş ve “içten-dışa doğru KSS yaklaşımı” adı verilen bir yaklaşımı ortaya çıkarmışlardır (Morsing vd., 2008). Aslında en temel paydaş gruplarından biri olan çalışanların temel alındığı ve özünde şirketlerin KSS etkinliklerine önce çalışanları ile başlamaları gerektiğini ve adımların sırayla içten dışa doğru atılması gerektiğini savunan bir yaklaşımdır. Yapılan KSS çalışmaları ve bu çalışmaların etkin bir şekilde topluma aktarılması neticesinde bir şirketin stratejik fayda ve rekabet avantajı yaratabileceği de bilinmektedir (Gugler ve Shi, 2008).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi

Dünyadaki birçok şirket paydaşları ile çeşitli sebeplerden ötürü iletişim kurma ihtiyacı hissetmektedir. KSS iletişimi, şirketin kendisi tarafından KSS çabalarının duyurulması için dizayn edilmiş bir iletişim şekli olarak tanımlanmaktadır (Morsing ve Schultz, 2006). Benzer bir tanımda ise KSS iletişimi, paydaşların beklentilerinin öngörüldüğü, şirketin sosyal ve çevresel kaygıları, markalarıyla bütünleşik operasyonları ve paydaşlarla etkileşimleri hakkında doğru ve şeffaf bilgi sağlayabilecek farklı kurumsal iletişim araçlarının kullanıldığı bir bilgi paylaşım süreci olarak belirtilmiştir (Podnar, 2008). Bu süreçte şirketler KSS ile ilgili ilkelerini, aktivitelerini ve başarılarını tüm paydaşları nezdinde iyi bir imaj yaratabilmek için ve daha fazla yatırım, satış hatta kâr elde etmeyi umarak onlara aktarmaktadırlar (Tang ve Li, 2009). Morsing and Schultz (2006)’a göre şirketlerle ilgili etik ve sosyal faaliyetleri içeren mesajlar paydaşlar arasında güçlü ve olumlu bir etki yaratmaktadır. Aynı zamanda, kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal itibar oluşturmak, geliştirmek ve var olan itibarı korumak açısından oldukça önemli bir kavramdır (Rajendra vd., 2003). Nielsen ve Thomsen’a (2009) göre kurumlar giderek artan düzeyde kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk iletişimine odaklanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi (KSSİ); kurumsal sorumluluk uygulamalarının ve mesajlarının paydaşlara ulaşması, paydaşların bu sürece dâhil

olmasının sağlanması, paydaş kuruma ilişkin algılamalarının ve değerlendirmelerinin olumlu olması açısından önemli bir görevi yerine getirmektedir. Bunun sonucunda kurum güçlü bir itibara sahip olmaktadır. Diğer bir deyişle KSSİ, kurum ve paydaşları arasında kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları açısından köprü kurma rolü üstlenmektedir (Gümüş ve Öksüz, 2009).

Kurumsal sosyal sorumluluk kurumun içinde ve dışında iletişime dayanmaktadır (Isenmann, 2006). İçsel iletişim ile çalışanlar kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının bir temsilcisi hâline gelmekte ve çalışmalarda önemli roller üstlenmektedir. Dışsal iletişim ise kurumların sosyal sorumluluk anlayışını ve çalışmalarını paydaşlarına anlatması ve onların desteğini kazanması açısından oldukça önemlidir (Gümüş ve Öksüz, 2009). Şeffaf ve proaktif iletişim gerekliliği, kurumsal sosyal sorumluluğun kilit konularından biridir (Chaudhri ve Wang, 2007). Bazı araştırmacılar, çevresel ve toplumsal kalkınma stratejilerine dönüşün temel olarak KSS, hissedar değeri ve finansal performans arasındaki bağlantıdan kaynaklandığını belirtmektedirler (Wirth, 2016).

İşletmeler, doğrudan sosyal kârlar dışında, KSS'yi benimseyen bazı gerçek mali faydalar elde edebileceğine inanmaktadır. Ayrıca birçok yönetici arasında KSS ile ilgili popüler bir alıntı olan “*you do weel by doing good-iyi yaparak iyi gidiyorsunuz*” kabul görmektedir (Falck and Hebllich 2007; Hilson, 2012; Wirth, 2016). Falck and Hebllich (2007) KSS'yi stratejik olarak uygulayan işletmelerin, bir 'iyi yaparak iyi işler yapabileceklerini yani kâr elde ederken, dünyayı da, daha iyi bir yer hâline getirebileceklerini belirtmişlerdir. Bu savı destekleyen beş madde şu şekilde sıralanmaktadır: (1) tüketiciler sorumluluğu ve dürüst şirketlerden ürün ve hizmetleri almayı daha fazla tercih ederler; (2) yatırımcılar sorumlu şirketleri tercih eder-diğer yandan sorumlu şirketler genellikle daha yüksek borçlanma maliyetleriyle karşı karşıya kalırlar; (3) sorumlu şirketler daha iyi çalışanlar çekmektedir; (4) paydaşlarla ilişki kurmak yenilik üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir; (5) KSS projeleri yürütmek, güvenlik tedbirlerinden kaynaklanan potansiyel riskleri ve olumsuz çevresel ayak izini azaltmaya yardımcı olacaktır (Hilson, 2012; Wirth, 2016).

İşletmeler 2000'li yıllardan itibaren yürüttükleri projelerinde gönüllü desteğini arttırmak ve katılımı güçlendirmek için, reklam ve tanıtım kampanyaları düzenlemektedirler (www.capital.com.tr). Özellikle büyük ve kurumsal işletmelerin yanı sıra bu işletmelerin paydaşlarının da kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili iletişim kurma konusundaki beklentileri artış göstermiştir (Beckman, Morsing ve Reisch, 2006). Tüm dünyada toplumlar tarafından, şirketlerin aktif olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmaları beklenmektedir. Danimarka gibi bazı ülkelerde toplum, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili konularda çok yoğun bir iletişim hâlinde olunmasını talep etmektedir (Morsing vd., 2008). Bu bağlamda sorun, fayda gruplarıncı firmanın sosyal sorumluluğa adanmış olduğunun duyulması ve kabul edilmesinin nasıl sağlanacağı ve daha da ötesi ne derecede düzenli olarak iletişim yoluyla ve ne tür stratejiler kullanarak bu iletişimin sağlanması gerektiğinin belirlenmesidir (Morsing vd., 2008).

KSS iletişimi, firmaların paydaşları tarafından kendilerinden beklenen sosyal sorumluluk aldıkları alanları ve faaliyetlerini tanıtmak için önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (O'Connor vd., 2017). Birçok firma paydaşları nezdinde olumsuz algılanmanın ve bu iletişim çalışmalarının bir reklam aracı olarak görülmesinin önüne geçmek için sorumluluk faaliyetlerinde sessiz kalmayı tercih edebilmektedir (Michelon

vd., 2015). Firmaların KSS iletişimini hâlâ risk olarak algılaması ve bu konuda çekimser bir yaklaşım sergilemesi, nasıl etkin KSS iletişimi kurulacağı konusunda gündeme getirmektedir. Morsing ve Sczhultz (2006) tarafından geliştirilen ve KSS iletişimi konusunda yaygın olarak kabul gören üç iletişim stratejisi bulunmaktadır. Bunlar kamuoyu bilgilendirmesine dayanan paydaş stratejisi, hedef grupların ikna edilmesine dayanan paydaş müdahale stratejisi ve paydaşlar arasında karşılıklı diyalogu esas alan paydaş katılım stratejisidir (Freeman ve Parmar, 2010).

Toplumun sahip olduğu kültürel özelliklerin KSS faaliyetlerinde olduğu gibi KSS iletişiminde de etkili olduğu bilinmektedir. Liao vd. (2017), Asya, ABD, Kanada ve Çin'de bulunan uluslararası alanda çalışmalar yapan müteahhitlik firmalarının KSS iletişimini incelediği çalışmasında, iletişim sunma eğiliminin ülkelere göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Buna göre Çin'de yer alan firmaların KSS iletişim oranlarının Avrupa'ya göre düşük olduğu belirlenmiş olup, başarılı bir KSS iletişim stratejisinin temelini, paydaşlar ile yapılan iş birliğine dayandığı desteklenmiştir. Çalışmaların yapıldığı sorumluluk alanlarından, iletişimin hangi kanallarla nasıl yapıldığı etkin KSS iletişim stratejilerinin vazgeçilmez bileşenleri olarak değerlendirilmektedir. KSS faaliyetlerine yönelik iletişimler doğru kanallar ile yapılmadığında işletmelere fayda sağlamaktan ziyade zarar verebilir (Türkel, 2013). Bu açıdan gerçekleştirilen KSS faaliyetlerinin paydaşlara duyurulması konusunda doğru iletişim yönetmelerinin uygulanması önemli bir husus olarak belirmektedir. Benzer şekilde Türkiye'de de hâlâ birçok işletmenin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk uygulamalarının iletişimi yeterli ölçüde yapamadığı da göze çarpmaktadır (Hoştut, 2018).

Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Türk kültürünün içinde yer alan misafirperverlik, paylaşma ve yardımlaşma gibi değerler bir araya gelerek günümüz Türk toplumunun oluşmasında çok önemli bir yer edinmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'ndeki KSS anlayışı Osmanlı imparatorluğu ve hatta önceki dönemlerden miras kalan vakıf anlayışının etkisinde oluşmuştur. Anadolu'da ilk vâkıfa ait yazılı kaynaklar 1048 yılına dayanmaktadır. Vakıflar Türk kültürünün bir parçası olarak doğmuş ve Anadolu üzerinden tüm dünyayı etkilemiş büyük bir geleneksel yapıdır. Birçok kurum ve girişim vakıf yapısı altında sağlık, eğitim, kültür ve sanat, çevre gibi çok çeşitli alanlarda topluma faydalı olmaya çalışmaktadırlar. Örneğin lösemili çocuklara yardım etmek amacıyla kurulmuş Lösev Vakfı; çevre korumasını kendisine amaç edinmiş TEMA, genç nesillerin eğitilmesi ve topluma yararlı birer birey olarak yetişmeleri için çabalayan Türk Eğitim Vakfı gibi bazı bilinen vakıfların yanı sıra birçok başka vakıf da bulunmaktadır. Bütün bu vakıflar, toplumun sosyal gelişimi için çabalarken toplum tarafından da gönüllülük esasına dayanarak desteklenmekte, bağışlar ve gönüllü yapılan çalışmalar gibi faaliyetlerle güç kazanmaktadırlar. Bu anlayış filantropik KSS anlayışıyla paralellik içermekte ve KSS faaliyetlerinin hayata geçirilmesinde izlenen bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Vakıflar yolu ile toplumun sosyal gelişimine katkıda bulunmak birçok Türk şirketi tarafından da benimsenmiş ve günümüzde kullanılan bir yol olmuştur. Birçok holding sahibi ailenin (Vehbi Koç Vakfı, Hacı Ömer Sabancı Vakfı vb.) ya da aile bireylerinin kurdukları vakıflar günümüzde faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Türkiye'de özellikle 2000'li yıllardan sonra gündeme gelmeye başlayan KSS kavramı, tüm dünyada olduğu gibi her geçen gün artan bir öneme sahip olmaktadır. Ancak

hâlâ gelişmiş ülkelerin durumları göz önüne alındığında, KSS faaliyetlerine hem kamu hem özel kurumlar tarafından daha çok kaynakların ayrılması bu alanda toplumsal olarak ilerlemeye büyük ölçüde katkı sağlayacaktır. Sürdürülebilir rekabet avantajı için önemli bir unsur olan KSS kurumlar için hayır faaliyeti olmaktan öteye geçmiştir. (Güleryüz ve Dalkılıç, 2019). Capital Dergisinin 2018 yılında GFK Türkiye ile beraber yürüttüğü araştırma da, son dönemlerde hızlı bir yükseliş gösteren KSS faaliyetlerinin Türkiye'deki güncel durumunu ve firmaların toplum ve iş dünyası açısından nasıl algılandığını ortaya koymayı hedeflemektedir. Araştırma sonucunda KSS'de lider firmalar olarak seçilen firmaların KSS'nin büyümeyi destekleyen bir unsur olduğunu ve bu paralelde şirketlerde KSS bölümleri açılmaya başlandığını ortaya çıkarmıştır. Buna göre firmaların 2018 yılında yeni kurumsal sosyal sorumluluk projeleri başlatma oranının (%52,4), 2017 yılına (%33,9) göre %18,5 oranında arttığı belirlenmiştir. Aynı zamanda firmaların %44,2'nin KSS projelerine yönelik bütçelerinde de artış yapacaklarını %85'nin ise bu projeleri aktif olarak desteklediğini belirtmeleri de araştırmanın diğer dikkat çekici sonuçları arasında yer almaktadır (www.capital.com.tr; 31.08.2019). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu 2018" araştırmasının sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Toplumsal Sorumluluklar Konusunda En Başarılı Firmalar ve Sıraları

2018	Şirket	2018	Şirket
1	Koç Holding	11	Procter & Gamble (P&G)
2	Sabancı Holding	12	Anadolu Grubu-Anadolu Efes
3	Eczacıbaşı Holding	13	Doğuş Holding
4	Turkcell	14	Doğan Holding
5	Borusan	15	Arçelik /Nef
6	Türkiye İş Bankası	16	Eti /Mercedes
7	Akbank	17	Yapı Kredi Bankası/LCW
8	Vodafone	18	Zorlu Holding & Vestel
9	Garanti Bankası	19	Boyrer /Ziraat Bankası
10	Opet	20	Coca-Cola/Rönesans Holding

Kaynak: Capital GFK Kurumsal Sosyal Sorumluluk 2018 Raporu

Tablo 2 incelendiğinde Türkiye'nin KSS konusunda en başarılı bulunan firmaları arasında ilk üç sırada Koç Holding, Sabancı Holding ve Eczacıbaşı Holding olduğu görülmektedir. Bu sıralamalar göz önüne alınarak bu firmaların ya da holdinglerin başarılı KSS stratejileri uyguladıkları ve kendilerini paydaşlarına kabul ettirerek bu konuda itibar kazandıkları söylenebilir. İş dünyasına göre ise, önceki yıllardaki araştırma sonuçları ile uyumlu olarak, özel sektörün sosyal sorunlar konusunda daha sorumlu olduğu ve bu alanlara yönelik faaliyetlere öncelik verdiği belirtilmektedir. Türkiye'de KSS projelerini destekleyen kurumların öncelik verdiği alanlar incelendiğinde ise ilk sırayı eğitimin aldığı görülmektedir. Bunu sırası ile sürdürülebilirlik çalışmaları, spor, sanat ve kültür ile ilgili faaliyetler, çevre ve doğanın korunması, hayır işleri yapılması, çalışanlarına değer verme ve STK'lara destek olunması izlemektedir. Aktif olarak destek verilen alanlardan farklı olarak, öncelik verilmesi gereken sorumluluk alanlarına ait sonuçlar incelendiğinde ise aile içi şiddet, kadın ve çocuk haklarının korunması, çevre ve doğanın korunması ön

sıralarda yer aldığı belirlenmiştir. 2018 yılında Türkiye’de gerçekleştirilen ve en başarılı bulunan projelere ait bilgiler Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. En Başarılı Bulunan KSS Projeleri ve Sıraları

2018	Proje İsmi ve Kurum
1	Temiz Tuvalet (Opet)
2	Meslek Lisesi Memleket Meselesi (Vehbi Koç Vakfı-Özel Sektör Gönüllüler Derneği)
3	HeForShe (Koç Holding)
4	Ülkem İçin (Koç Holding)
5	Engelsiz Eğitim Programı (Turkcell)
6	Eti Çocuk Tiyatrosu (Eti)/Trafik Hayattır (Doğuş Otomotiv)
7	Olimpik Anneler (P&G)/Şehrin iyi hali (Akbank)
8	Aile İçi Şiddete Son (Hürriyet)/81 ilde 81 Orman (İş Bankası)
9	Gelecek Turizmde (Anadolu Efes)/Düşler Akademisi (AYDER-UNDP-Vodafone)/Pembe Kurdele (Avon)
10	81 İlden 81 Öğrenci Projesi (Türkiye İş Bankası)/Haydi kızlar kodlamaya (BORUSAN)/Geleceği Yazan Kadınlar (Turkcell)

Kaynak: Capital GFK Kurumsal Sosyal Sorumluluk 2018 Raporu

Tablo 3 incelendiğinde iş dünyasında ve toplum nezdinde en başarılı KSS projesinin Opet firması tarafından gerçekleştirilen “Temiz Tuvalet” projesinin olduğu görülmektedir. Listenin ikinci, üçüncü ve dördüncü sırasında ise Vehbi Koç vakfı ile Koç Holding’in yürüttükleri projeler yer almaktadır. Bu sonuçlar holdinglerin finansal ve sembolik bağlamda toplumdaki güçlü konumlarını ve KSS uygulamalarının sürükleyicisi konumunda yer aldıkları görüşünü destekler niteliktedir (Alakavuklar vd., 2009). Ayrıca araştırma sonuçlarında yer alan KSS uygulamalarında başarılı kurumlar ve projeler arasında da uyumluluk olduğu dikkat çekmektedir. Buna karşın ülkemizde bireylerin projeyi gerçekleştiren kurumlardan ziyade daha çok KSS projelerini bildikleri görülmektedir. Bu noktada KSS faaliyetlerinin toplumda yaygınlaşması ve gerçekleştirilen uygulamalara yönelik paydaşların bilgilendirilmesi için KSS iletişiminin önemini pekiştirmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi konuları Türkiye’de de işletmelerin yanı sıra akademisyenler açısından da önemli ve popülerdir. Günümüzde firmaların gerçekleştirdikleri KSS faaliyetleri artış göstermekte olsa da hâlâ bu faaliyetlere yönelik iletişim uygulamalarının, paydaşlar tarafından olumlu veya olumsuz algılanmaları konusunda alan yazında kesin bir sonuç yer almamaktadır (Astarlıoğlu, 2017). Yapraklı vd., 2017 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında tüketicilerin sosyal sorumluluk projelerine yönelik tutumlarının, marka sadakati ve satın alma niyeti üzerindeki olumlu yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre KSS faaliyetleri tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde yüksek düzeyde, marka sadakatinde ise orta düzeyde bir etkiye sahiptir. Elde edilen bu sonuç tüketicilerin KSS uygulamalarını kullanan firmaya karşı olumlu yönde bir algıya sahip olduğu ancak marka sadakatinin tam olarak oluşmadığı şeklinde değerlendirilmektedir. Benzer şekilde Aydın ve Erdoğan (2016) restoran işletmeleri örneğinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında KSS faaliyetlerinin müşteri bağlılığında olumlu bir

etkisi olduğunu belirtmektedirler. Koparan (2014) ulusal kültürün KSS faaliyetleri üzerindeki etkisini 30 ülkeden elde ettiği verilerle incelediği doktora tezinde kültürün ve ülkelerin gelişmişlik düzeyinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. 2000’li yıllardan itibaren ülkemizde yeni gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlayan KSS iletişim faaliyetlerinin araştırıldığı çalışmaların (Peltekoğlu ve Tozlu, 2018; Öztürk ve Marşap, 2018; Güven, 2016; Becan, 2011 vb.) varlığına karşın bu alanda daha geniş kapsamlı araştırmaların yapılması gerektiğini söylemek mümkündür.

Sonuç ve Öneriler

Tüketiciler artık yalnızca kullandıkları mal ve hizmetin özellikleri ile ilgilenmemekte, işletmelerin çevreye ve topluma karşı sorumluluklarına da dikkat etmektedir. Farkındalık seviyesi artan tüketicilerin, ucuz ve kaliteli ürün sağlayan işletmelerden ziyade, paydaşlarına karşı sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden ve bu alanda itibar edinmiş işletmeleri tercih ettikleri gözlenmektedir (Güleryüz ve Dalkılıç 2019). Yaşanılan bu gelişmelerden dolayı işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk, iş süreçlerinden bağımsız düşünülmecek kadar önemli bir strateji aracı durumuna gelmiştir. Birçok firma paydaşlarının beklentilerini karşılamak ve toplum önünde olumlu marka itibarı edinmek için çeşitli alanlarda sosyal sorumluluk faaliyetlerinde durumunda kalmaktadır.

Günümüzde çevre, küresel ısınma, sürdürülebilirlik konularında hükümetler ve dünyadaki çeşitli organizasyon ve kurumlar çalışmalar yapmaktadır. 15 yaşındaki Greta Thunberg’in İsveç’in iklim değişikliği konusunda harekete geçmesini sağlamak için parlamento binası önünde oturma eylemlerini başlatması ve bu eylemlerin kısa süre içinde tüm Avrupa’da hatta dünyada iklim değişimine karşı geniş çaplı öğrenci eylemlerine (Fridays for Future-Gelecek için Cumalar) dönüşmesi bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Bir kişinin göstermiş olduğu çevresel duyarlılık, BM ülkelerinin gerçekleştirdiği “İklim Zirvesinde” gündeme gelerek dikkat çekmiştir (<https://tr.euronews.com> E..T.02.09.2019). Küresel bazda firmaların ve ülkelerin KSS faaliyetlerini artırmalarına katkı sağlayan KSS iletişimi hâlâ önemle ele alınması ve geliştirilmesi gereken konular arasında yer almaktadır (Verk vd., 2019). Morsing ve Spence (2019) çalışmalarında KSS iletişimin iyileştirilmiş sosyal faaliyetleri teşvik ettiğini belirtmektedirler. Özellikle firma yetkilileri tarafından dile getirilen KSS konularının daha çok eyleme dönüştüğüne dikkat çekmektedir (Morsing ve Spence, 2019). Günümüzde işletmeler tarafından çekimser yaklaşılan hatta çoğu zaman sessiz bir şekilde gerçekleştirilen KSS iletişiminin, sorumluluk faaliyetlerinin zayıf halkasını oluşturduğunu söylemek mümkündür. Sosyal sorumluluk alanında yapılan çalışmaların halka duyurulması, sorumluluk bilincinin topluma kazandırılmasında ve yaygınlaşmasında önemli bir yer teşkil etmektedir.

İşletmeler, çalışanlarını KSS politikalarına inandırdıktan ve bu konuya adandıklarından emin olduktan sonra bir sonraki adım olan çalışanlarını yerel toplum yararına faaliyetlerde görevlendirmeye başlarlar. Bu aşamada konular çevre, eğitim, sağlık gibi konular olabilir ve yerel yönetimlerin ya da STK’larının devreye girmesi de sağlanabilir. Daha sonra sırası ile ulusal ve uluslararası çapta sorumluluk faaliyetlerinde bulunulabilir. KSS etkinlikleri sonucunda bir şirket, pazara ve hayatta kalabilmeleri için gerekli olan finansal kaynaklara daha etkin bir erişim sağlayabilmektedir. Bunun yanı sıra itibar ve paydaşları ile olan ilişkilerinin geliştirilmesi ve bu maddi olmayan ancak çok

önemli unsurların şirket için değerinin artırılması diğer önemli bir etkidir. Bunlara ek olarak sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket edecek bir şirket doğal olarak toplumun yararı düşünülerek oluşturulan kanun ve kurallara da bağlı kalarak sorumlu bir işletme gibi davranacaktır. Bu paralelde de aksi şekilde davranmış olsaydı oluşabilecek birçok sorunu yaşamadan ve bu konudaki riskleri minimize ederek yaşamını sürdürecektir. Bütün bu avantajlar KSS anlayışıyla bütünleşen bir şirket için daha efektif bir üretim, inovasyon ve yönetim süreci anlamına gelir ki bu da direkt olarak şirkete pazardaki rakipleri önünde bir rekabet avantajı sağlayacaktır.

Küresel ısınma, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk gibi konular daha sıklıkla tartışılmaktadır. Özellikle gelişmiş endüstriyel toplumların acil çözümler üreterek ileride insanoğlunu bekleyen tehlikelerin azaltılmasına yönelik çabalar daha önemli hâle gelmiştir. Literatür taramasına dayanarak hazırlanan bu çalışmada, sorumluluk kavramından başlayarak kurumsal sosyal sorumluluk ve iletişimi erişilebilir kaynaklar çerçevesinde incelenmiş ve bir literatür özeti ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın bu bağlamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda iletişiminin durumunu değerlendirmek için iş dünyasına ve ileride gerçekleştirilecek uygulamalı akademik çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Abbott, W., & Mosen, R. (1979). On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement. *The Academy of Management Journal Cilt 22, Sayı 3* 501-515. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/255740>.
- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S., & Öztürk, E. B. (2009). Türkiye'de hayırseverlikten kurumsal sosyal sorumluluğa geçiş: bir kurumsal değişim öyküsü. *Journal of Management Research/Yonetim Arastirmalari Dergisi*, 9 (2).
- Alexander, G. J. Ve Buchholz, R. A. (1978). Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance: *The Academy of Management Journal*, cilt . 21, sayı . 3 (Eylül), 479-486.
- Astarlioğlu, M. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk iletişim stratejilerinin tüketici satın alma davranışları üzerine etkisi: Türkiye ve Hollanda arasında bir karşılaştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, cilt 18 , 221-236.
- Aupperle, K. E. Carroll, A. B. Ve Hatfield, J., D. (1985). An Empirical Examination Of The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Profitability, *Academy of Management Journal*, Cilt. 28. Sayı. 2, 446- 463.
- Ay, Ü., (2003). İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk, *Nobel Kitabevi*, Adana
- Aydın, B, Erdoğan, B. (2016). Restoranların Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, cilt 3, sayı 1, 11-27.

- Becan, C. (2011). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının paydaş teorisi ve iletişim yaklaşımı açısından değerlendirilmesi: bankaların basın bültenlerine yönelik bir içerik analizi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt 7 sayı 1, 16-35.
- Beckmann, S. C., Morsing, M. and Reisch, L. (2006), "Strategic CSR communication: an emerging field", in Morsing, M. and Beckmann, S.C. (Eds), *Strategic CSR Communication*, DJOF Publications, Copenhagen, pp. 11-36.
- Bowd, R., Bowd, L., Harris, P., (2006). Communicating Corporate Social Responsibility: An Exploratory Case Study of A Major UK Retail Centre", *Journal of Public Affairs*, cilt 6, sayı 2 147–155.
- Bowman, E. H., Haire, M. (1975). A Strategic Posture toward Corporate Social Responsibility, *California Management Review*, Cilt, 18 Sayı 2 ,49-58.
- Carroll, A. B., (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance,' *Academy of Management Review*, cilt 4 sayı 4, 4 497-505.
- Chaudhri, V., Wang, J. (2007). Communicationd Corporate Social Responsibility on the Internet, A case study of the top 100 Information Technology Companies in India, *Management Communication Quarterly*, 21, 232.
- Chung, K. H., Yu, J. E., Choi, M. G., & Shin, J. I. (2015). The effects of CSR on customer satisfaction and loyalty in China: the moderating role of corporate image. *Journal of Economics, Business and Management*, cilt 3 Sayı 5, 542-547.
- Cochran, P.L. ve Wood R. A. (1984)., Corporate Social Responsibility and Financial Performance, *The Academy of Management Journal*, Cilt. 27, Sayı 1, (Mar), 42-56.
- Crawford (1995). *Building the Workingman's Paradise: The design of American Company Towns*, London: Verso, 70-77.
- Davis, K., (1983). An expanded view of the social responsibility of Business, in Beachamp, T.L. ve Bowie, N.E (eds), *Ethical Theory and Business* , 2nd Ed., Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Eilbert H., Parket, R.I. (1973). The practice of business: The current status of corporate social responsibility *Business Horizons*, Cilt 16, sayı 4, 5-14.
- El-Bassiouny, N., Darrag, M., & Zahran, N. (2018). Corporate social responsibility (CSR) communication patterns in an emerging market: An exploratory study. *Journal of Organizational Change Management*, cilt 31, sayı 4, 795-809.
- Falck, Oliver & Heblich, Stephan, (2007). "Corporate social responsibility: Doing well by doing good," *Business Horizons*, Elsevier, vol. 50 (3), 247-254.

- Flanagan, D. J., O'Shaughnessy K. C. (2005). The Effect of Layoffs on Firm Reputation, *Journal of Management*, 31 (3), 445-463.
- Freeman, R. E. & B. Parmar, (2010). Stakeholder Theory, içinde W. Visser, D. Matten, M. Pohl & M. N. Tolhurst (Der.), *The A-Z of Corporate Social Responsibility* (372-376), Wiley, Chichester.
- Friedman, T. (2007). *The World Is Flat : A Brief History of the Twenty-First Century*, Farrar, Straus and Giroux; 1st edition.
- Gugler, P. and Shi, J. Y. J. (2008) Corporate Social Responsibility for Developing Country Multinational Corporations: Lost War in Pertaining Global Competitiveness? *Journal of Business Ethics*, 87, pp. 3-24.
- Güleryüz, İ. & Sürgevil Dalkılıç, O. (2019). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Kurumsal İtibar Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *International Social Sciences Studies Journal*, 5(33): 2089-2098.
- Gülmez, M. (2012). Türk, Amerikan, İngiliz Ve Fransız Şirketlerinin Web Siteleri Aracılığı İle Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi Üzerine Bir Araştırma. (Doktora Tezi), *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Gümüş, M., Öksüz, B., (2009). İtibar Sürecinde Kilit Rol: Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi, *Journal of Yaşar University*, 4 (14), 2129-2150.
- Güngör, F. S. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk ve üniversiteler: On Türk üniversitesinin web sayfalarının incelenmesi. *Turkish Studies*, Cilt 13, Sayı 23, 147-167.
- Güven, S. (2016). Kurumsal İletişim Bağlamında Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik İlişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (26), 133-154.
- Hilson, G., (2012). Corporate Social Responsibility in the extractive industries Experiences from developing countries. *Resour. Policy* 37, 131–137. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2012.01.002>.
- Holmes, S.L, (1976). Executive perceptions of corporate social responsibility *Business Horizons*, 19 (3), 34-40.
- Hooghiemstra, R. (2000). "Corporate communication and impression management – new perspectives why companies engage in corporate social reporting", *Journal of Business Ethics*, cilt 27, 55-68.
- Hoştut, S.(2018). Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi ve halkla ilişkiler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, cilt 6, Sayı 1, 101-128.

- Høvring, C. M. (2017). Corporate social responsibility as shared value creation: toward a communicative approach. *Corporate Communications: An International Journal*, Cilt 22 Sayı 2, 239-256.
- Isenmann, R., (2006). CSR online: Internet Base Communication, Management Models for Corporate Social Responsibility, Berlin Springer, s. 246-253.
- Kelgökmen, D., (2010). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik bir Literatür Taraması, *Ege Akademik Bakış*, cilt 10. sayı 1, 303-318.
- Koparan, E. (2014). Ulusal kültürün kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerindeki etkisi: kültürler arası karşılaştırma (Doktora tezi), *Karadeniz Teknik Üniversitesi, Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Lantos, G.P., (2001). The Boundaries of Strategic Corporate Responsibility, *The Journal of Consumer Marketing*, Cilt 18, sayı 7, 595-632.
- Liao, P. C., Xia, N. N., Wu, C. L., Zhang, X. L., & Yeh, J. L. (2017). Communicating the corporate social responsibility (CSR) of international contractors: Content analysis of CSR reporting. *Journal of Cleaner Production*, 156, 327-336.
- Matten, D., Moon, J., (2008). Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework For A Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility, *Academy of Management review*, Vol,8, No.2, 404-424.
- Mc Gee, J. (1998). Commentary on 'corporate strategies and environmental regulations: an organizing framework' by A. M. Rugman and A. Verbeke, *Strategic management Journal*, Cilt 19, sayı 4, 377-387.
- McGuire, J., Sundgren, A., & Schneeweis, T. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, Cilt 31 Sayı 4, 854-872. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/256342>.
- Mc Williams, A. ve Siegel D., (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?, *Strategic Management Journal*, Cilt. 21, Sayı. 5(Mayıs), 603-609.
- Michelon, G., Pilonato, S., ve Ricceri, F. (2015). CSR Reporting Practices and the Quality of Disclosure: An Empirical Analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 59- 78.
- Morsing, M., & Spence, L. J. (2019). Corporate social responsibility (CSR) communication and small and medium sized enterprises: The governmentality

dilemma of explicit and implicit CSR communication. *human relations*, 0018726718804306.

Morsing, M, Schultz, M, & Nielsen U.K. (2008). The ‘Catch 22’ of communicating CSR: Findings from a Danish study, *Journal of Marketing Communications*, 14:2, 97-111, DOI: [10.1080/13527260701856608](https://doi.org/10.1080/13527260701856608)

Morsing M, Schultz M. (2006). Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies. *Business Ethics: Eur. Rev.* 15(4): 323–338.

Nielsen, A. E. ve Thomsen, C. (2007). Reporting CSR – What and how to say it?. *Corporate Communications: An International Journal*, 12 (1), 25-40.

Nielsen, E. A., & Thomsen, C. (2018). Reviewing corporate social responsibility communication: a legitimacy perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, cilt 23, sayı 4, 492-511.

O’Connor, A., Parcha, J. M., & Tulibaski, K. L. (2017). The institutionalization of corporate social responsibility communication: An intra-industry comparison of MNCs’ and SMEs’ CSR reports. *Management Communication Quarterly*, 31(4), 503-532.

Özdemir,H. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Marka İmajına Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl, 8,Sayı 15. Bahar 2009, 57-72.

Öztürk, C , Marşap, B. (2018). Telekomünikasyon Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: ABD, İngiltere ve Türkiye Vakası. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, cilt 78, 217-234. DOI: 10.25095/mufad.412697

Özüpek, N. (2013). Kurumsal İmaj ve Sosyal Sorumluluk (2.b.). Konya: Eğitim Kitabevi.

Peltekoğlu, F.B. (2001). Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yayınları, İstanbul.

Peltekoğlu, F , Tozlu, E . (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, cilt 5, sayı 4., 285-299. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.421085

Podnar, K., (2008). Communicating Corporate Social Responsibility, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 14, No. 2, April 2008, 75–81.

Polonsky, M.J., Jemons, C., (2006). Understanding Issue Complexity When Building a Socially Responsible Brand, *European Business Review*, Vol,18, no.5, 340-349.

- Rajendra, B., Jose, P. D. Mehra, M., (2003), Corporate Social Responsibility in the Information and Communication Technologies Sector: Discussion, *IIMB Management Review*, cilt 15 sayı 4, 61-77.
- Song, H. J., & Kang, K. H. (2019). Implementing corporate social responsibility strategies in the hospitality and tourism firms: A culture-based approach. *Tourism Economics*, Cilt 25 Sayı 4, 520-538.
- Strand, R., Freeman, R.E. & Hockerts, K. Corporate Social Responsibility and Sustainability in Scandinavia: An Overview. *J Bus Ethics* 127, 1–15 (2015). <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2224->
- Tang, L., Li, H., (2009). Corporate Social Responsibility Communication of Chinese and Global Corporations in China, *public relations review* 35 (2009), 199-212.
- Thanetsunthorn, N. (2015). The impact of national culture on corporate social responsibility: evidence from cross-regional comparison. *Asian Journal of Business Ethics*, Cilt 4 Sayı 1 35-56.
- Thöny, A., (2009). Enhancing Corporate Reputation and Financial Performance Through Corporate Social Responsibility and Branding, 13th Conference on Corporate Reputation, Identity, and Competitiveness, Amsterdam, 28- 31 Mayıs, 2009.
- Türkel, S. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk iletişiminde kullanılan mecraların tüketici tutumuna etkisi: perakendecilik sektöründe bir araştırma(Doktora tezi), *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.
- Wan, S., (2006) Defining Corporate Social Responsibility, *Journal of Public Affairs*, Cilt 6, 176-184.
- Welford, R. (2004). Corporate social responsibility in Europe and Asia: Critical elements and best practice. *Journal of Corporate Citizenship*, Cilt 13: 31-47.
- Wirth, H., Kulczycka, J., Hausner, J., Koński, M., (2016). Corporate Social Responsibility: communication about social and environmental disclosure by large and small copper mining companies. *Resour. Policy* sayı 49, 53–60. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2016.04.007>.
- Van de Ven, B., (2008) An Ethical Framework for the Marketing of Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, Cilt 82, 339-352.
- Verk, N., Golob, U., & Podnar, K. (2019). A Dynamic Review of the Emergence of Corporate Social Responsibility Communication. *Journal of Business Ethics*, 1-25.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 29-48

Vural,Z.B.A., Çoskun,G (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt 1,61-87.*

Yapraklı, Ş., Noksan, E., & Ünalın, M. (2017). Tüketicilerin sosyal sorumluluk projelerine yönelik genel tutumlarının marka sadakati ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt 15, sayı 4. 133-154.*

Yönet, E., (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 8, sayı 13, 239, 265.*

<https://tr.euronews.com/2019/08/29/cevreci-aktivist-greta-thunberg-15-gun-yelkenli-yolculugunun-ardindan-new-yorka-ulasi>, Erişim Tarihi: 02.09.2019

www.capital.com.tr Capital (2018), GFK Kurumsal Sosyal Sorumluluk 2018 Raporu, Erişim Tarihi: 01.09.2019

www.sozluk.gov.tr, 30.08.2019.

INVESTIGATION OF APPLICATIONS OF FIBONACCI SEQUENCE AND GOLDEN RATIO IN MUSIC*

Sümeyye BAKIM¹
Seyit YÖRE²

ABSTRACT

In studies presented in the literature, relationships between music and mathematics can sometimes be observed. Leonardo Fibonacci (1170-1250) is well known in mathematics with the Fibonacci Sequence and this sequence used to identify numbers in various music elements, too. In related studies, these numbers have been used to demonstrate the existence of the 'Golden Ratio' using methods and theories borrowed from the components of music. Nevertheless, this relationship has subsequently been seen inaccurate. The studies that previously based some works of Chopin, Mozart, Beethoven, Bach and Bartók on Fibonacci Sequence and Golden Ratio are critically examined in the context of musical and mathematical theories in this study. Qualitative and quantitative research methods were used together in this interdisciplinary research in the field of mathematical sciences and critical musicology. It was examined basically the measure or rhythms (sound duration) within the musical works that allegedly used the Fibonacci Sequence and the Golden Ratio, and it was found these studies yielded values close to the terms of the Fibonacci Sequence and the determined values of the Golden Ratio were 0.618, 1.618, and 0.382. It is determined that mathematical, historical and music theoretical data and findings could not provide enough to support the claims of the related studies. Thus, it was determined that the accuracy of the Fibonacci Sequence and Golden Ratio expressed in the works of the related composers are controversial within the framework of the relevant studies.

Keywords: Fibonacci Sequence, Golden Ratio, Maths, Music, Analysis

FIBONACCI DİZİSİ VE ALTIN ORAN'IN MÜZİKTEKİ UYGULAMALARININ İNCELENMESİ

ÖZ

Literatürde sunulan çalışmalarda, bazen müzik ve matematik arasındaki ilişkiler gözlemlenebilir. Leonardo Fibonacci (1170-1250), Fibonacci Dizisi'yle matematikte iyi bilinir ve bu dizi çeşitli müzik öğelerinde sayıların tanımlanması için de kullanılmıştır. Bu rakamlar, müzik bileşenlerinden ödünç alınan yöntem ve teorileri kullanarak Altın Oran'ın varlığını göstermek için ilgili çalışmalarda yer almıştır. Bununla birlikte, bu ilişkinin daha sonra yanlış olduğu görülmüştür. Daha önce Chopin, Mozart, Beethoven, Bach ve Bartók'tan seçilmiş eserleri Fibonacci Dizisi ve Altın Oran'a dayandıran çalışmalar, bu çalışmada müziksel ve matematiksel teoriler bağlamında eleştirel olarak irdelenmiştir. Matematik bilimleri ve eleştirel müzikoloji alanındaki bu disiplinlerarası araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Fibonacci Dizisi'ni ve Altın Oran'ı kullandığı iddia edilen müzik eserlerinin ölçüleri veya ritimleri (ses süresi) incelenmiş, bu çalışmaların Fibonacci sekansına yakın değerler verdiği ve Altın Oran'ın belirlenen değerlerinin 0.618, 1.618 ve 0.382 olduğu tespit edilmiştir. İlgili çalışmaların iddialarını destekleyecek matematiksel, tarihsel ve müzik

¹ Lecturer, Department of Mechatronics Engineering, Faculty of Engineering, KTO Karatay University, Konya/Turkey, sumbkm@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6957-2328

² Prof. Dr., Department of Musicology, State Conservatory, İstanbul University, İstanbul/Turkey, seyityore@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5833-4271

* This article was produced from the first author's master thesis (See Bakım, 2014).

Received/Geliş: 27/09/2019 Accepted/Kabul: 02/02/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Bakım, S., Yöre, S. (2020), "Investigation of Applications of Fibonacci Sequence and Golden Ratio in Music", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.49-69.

teorik verileri yeterince sunamadığı belirlenmiştir. Böylece, ilgili bestecilerin eserlerinde ifade edilen Fibonacci Dizisi'nin ve Altın Oran'ın doğruluğunun ilgili çalışmalar çerçevesinde tartışmalı olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fibonacci Dizisi, Altın Oran, Matematik, Müzik, Analiz

Introduction

Pythagoras (570–495 BC) was an ancient Greek philosopher who is thought to have originated the concept of mathematical and musical relationships. He revealed the arithmetic relationships among sound pitches (Hammond, 2011, p. 1). According to legend, Pythagoras encountered to workers with various types of hammers. The sound from the hammers appeared to be harmonious. When Pythagoras weighed the hammers, he noticed that the weight ratios were 12:9:8:6. Later, Pythagorean followers derived the ratios 2:1, 3:2, 4:3, and 9:8 from 12:9:8:6, creating the accepted standard sound intervals in music. These ratios are integer multiples of one single octave within a frequency (the octave between the starting frequency and twice frequencies), designating the initials of the indicated frequency. Using the “monochord” shown in Fig. 1, frequencies can be easily calculated by changing the length of the wire of the “relative frequencies” (Bora, 2002, p. 54-60).

Leonardo Fibonacci (1170–1250), one of the most famous Italian mathematicians, developed an original theory for identifying numbers, called the Fibonacci Sequence. Depending on the established numbers and the related Golden Ratio that they form, the natural science of these numbers has been used in natural sciences and many musical works around the world. Leonardo Pisano Bigollo or Leonardo Bonacci (whom we now know as Leonardo Fibonacci) in his book *Liberabaci* (Book of Calculations) (1202) provided the key to understanding the mathematical puzzle of the Golden Ratio (Marie, 2012, p. 1). This puzzle is known as the rabbit problem, expressed as follows:

1. On the first day of January, one rabbit couple exists,
2. On the first day of February and after every first day of each month thereafter, they give birth to two rabbits,
3. Each newborn couple becomes adult in one month and from the third month of their lives, they give birth to a new couple every first day of each month. The rabbits do not die. A, B, and T denotes the number of adult couples, baby couples and the total number of rabbits, respectively (Hoggatt, 1969, p. 1-2).

Table 1. Number of rabbit couples in one year (Hoggatt, 1969, p. 2-3).

MONTHS	RUBBITS	A	B	T
Begining	A	1	0	1
January	<pre> A / \ A B </pre>	1	1	2
February	<pre> A B / \ / \ A B A B </pre>	2	1	3
March	<pre> A B A / \ / \ / \ A B A B A B </pre>	3	2	5
April	<pre> A B A B / \ / \ / \ / \ A B A B A B A B </pre>	5	3	8
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

December	233	144	377
-----------------	------------	------------	------------

We obtain the number of adults, babies and total rabbits from the Table 1.

From the rabbit problem, the following Sequence:

1,2,3,5,8,13,21,34, ... is called a **Fibonacci Sequence**, and the terms are called **Fibonacci numbers**. The n th Fibonacci number is denoted by F_n (Hoggatt, 1969, p. 5).

1. Theory: Golden Ratio and Fibonacci Quadratic Equation

When line segment AB is considered and point C separates AB into a piece in the following proportion:

$$\frac{|AB|}{|AC|} = \frac{|AC|}{|CB|}$$

then C is called the “gold section” of AB. This ratio is made up of ratios $|AB|/|AC|$ and $|AC|/|CB|$ are called the **Golden Ratio**.

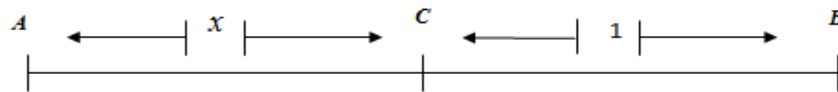


Fig 1. Golden Section

Let $|AC| = x$ and $|CB| = 1$ in line segment $|AB|$ (Fig. 1).

Thus, the $\frac{|AB|}{|AC|} = \frac{|AC|}{|CB|}$ ratio can be expressed as

$$\frac{x+1}{x} = \frac{x}{1},$$

which is equivalent to

$$x + 1 = x^2.$$

Then

$x^2 - x - 1 = 0$ forms a quadratic equation. The roots of the quadratic equation

are

$$x_1 = \frac{1 + \sqrt{5}}{2} = 1.61803..$$

$$x_2 = \frac{1 - \sqrt{5}}{2} = 0.61803..$$

$x_1 = 1.61803$ is a five-step value of the Golden Ratio, which was consequently accepted as 1.618. This number is denoted by ϕ (Phi). In this manner, $x_2 = 0.61803$ represents an inverse value of the Golden Ratio accepted as 0.618.

When the Golden Ratio 1.618 is compared with its inverse value 0.618, an interesting feature occurs: 1.618 is a unique number that provides its inverse number 0.618 when the Golden Ratio is subtracted by one.

Therefore,

$$1.618 - 1 = \frac{1}{1.618} = 0.618$$

Thus,

$$1.618 \times 1.618 - 1.618 = 1$$

$$(1.618)^2 = 2.618$$

This result means that when one is added to the Golden Ratio, the Golden Ratio yields its own square. No other number possesses this characteristic (5). Meanwhile, any number in the Sequences yields the next two numbers when multiplied by 2.618 ($89 \times 2.618 = 233$) or the previous two numbers when multiplied by 0.382 ($89 \times 0.382 = 34$). The limit of rate F_n/F_{n+2} is 0.382, and that of F_{n+2}/F_n is 2.618.

2. Problem

In the present study, studies on relationship of the Fibonacci Sequence and the Golden Ratio with music were investigated. In related studies, specific discussions have been made regarding whether the Fibonacci Sequence is appropriate for the European-based theories. The principal works of Chopin, Mozart, Beethoven, Bach and Bartók that are claimed to contain the Fibonacci Sequence and Golden Ratio, have been discussed as part of mathematical and musical theories, and the results are provided in Section 5.

3. Method

In this research based on phenomenology, grounded theory research and meta-analysis, qualitative and quantitative research methods were used together. The works of Chopin, Mozart, Beethoven, Bach and Bartók, which are claimed to be based on Fibonacci Sequence and Golden Ratio in the sources selected from many sources were analyzed mathematically and musically by analytical method. These analyzes were compared with critical method according to Fibonacci Sequence and the Golden Ratio theory and the general music theory, and the findings were revealed. The research is interdisciplinary in the framework of mathematical sciences, systematic musicology and critical musicology.

4. Theoretical Discussions on Relationships of the Fibonacci Sequence and the Golden Ratio in Music

The Fibonacci Sequence was associated with music by W. J. Zerger who is the mathematics professor.

1. The English word “music” begins with the 13th letter ‘m’ and successor letter ‘u’ is the 21st letter of the English alphabet. The 8th, 13th, and 21st letters can create the word “hum” (song). 8, 13 and 21 are Fibonacci numbers, 2. In the US Library of Congress, the classification of the musical number is M, the 13th letter in the alphabet, 3. The Dewey decimal numbers for the music classification system is 780. The number 780 = $2 \cdot 2 \cdot 3 \cdot 5 \cdot 13$ is a product of a Fibonacci Sequence, 4. Pianos are tuned to the chord standards of 440 cycles per second ($440 = 8 \times 55$). The numbers 8 and 55 are numbers in a Fibonacci Sequence (Koshy, 2001, p. 37).

In these expressions, Fibonacci numbers and music endeavored to associate and demonstrated by the numbers fortuitously obtained from studies. In particular, in the first article based on the English word “music,” then derived the English word “hum” (song), we can see a non-universal approach to relationship between the Fibonacci Sequence and music. These and the similar phrases made by authors that tried to establish the

relationship between music and the Fibonacci Sequence appeared in several websites and resources. However, this attempt does not imply any meaningful relationship.

Piano keys also make a stunning visual statement of the connection between music and the Fibonacci Sequence. An octave on the keyboard defines musical interval between two notes one with higher than the other. Frequency of higher note is twice of the lower one. Octaves on the keyboard are divided into five black and eight white keys for a total of 13 keys (Fig. 2). The five black keys are divided into two groups as one binary and one one triple. Each of the numbers 2, 3, 5, 8, and 13 are numbers in the Fibonacci Sequence (Koshy, 2001, p. 38).

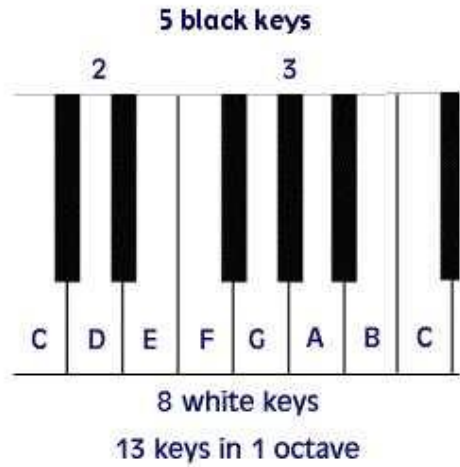


Fig. 2. Fibonacci numbers in one octave of piano keys according to Zerger

As shown in this example, in proving the existence of Fibonacci numbers, expressions on the eight-notes sequences completely wrong. Diatonic sequences have seven notes and not eight. Because the eighth note is the repetition of the first note and moves numerically to the next note. In this case we need to write 2, 3, 5, 7, and 12; however, this is not Fibonacci Sequence. In fact, no relationship with the Fibonacci Sequence exists among the black keys on a piano when divided into two groups as double or one-third. It is impossible to determine which of the two or three numbers comes first (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 272).

Musical instruments are often constructed based on the number ϕ . Similar to the design of a violin, in the design of high quality of the vocal cord, (its strings too) the numbers in the Fibonacci Sequence and ϕ are being used. The Golden Ratio in the violin is shown in Fig. 3 (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 291).



Fig 3. Golden Ratio in a violin.

$$\frac{|AB|}{|BC|} = \phi \text{ and } \frac{|AC|}{|CD|} = \phi. \text{ In the same manner: } \frac{|AD|}{|AC|} = \frac{|AC|}{|AB|} = \frac{|CD|}{|BC|} = \phi.$$

5. Findings

In literature, including those reviewed below, famous compositions for example composed by Mozart, Beethoven, Bach, Chopin, Béla Bartók, and others have been used to demonstrate the assumed application of the Fibonacci Sequence and Golden Ratio.

When composers compose their works, they sometimes use direct materials from subconscious emotions/feelings. Sometimes they rely on conscious thinking. Thus, composers sometimes create their work in a method exceptional in the musical structures of their period. This process can reveal incidental or consequential mathematical structured works in which the analytical structures of music are indeed based on physics and mathematics. Hence, the incidental mathematical theories within works, except for those consciously created by composers, do not always mean that they are important assets. The holistic value of a work is the most important factor from the musical point of view. Thus, a certain form of music used by the same composer may consist of equal sections or not, in which many examples in the musical history can be found. In addition, by 20th century in contemporary period, compositions created by mathematical features consciously like 12 sound system in music and has esthetics at the same time may achieve importance (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 274-275).

Examples related to the usage of the Fibonacci Sequence and Golden Ratio are provided and discussed in the next subsection.

5.1. Fibonacci numbers and the Golden Ratio in Chopin's *Preludes*

One of the piano works of Frédéric Chopin (1810–1849) from the 19th century is Op. No. 28 *Preludes*. This collection includes 24 of the most exceptional musical miniatures. The first one of these works was based on a game that Chopin played by himself. Fig. 4 shows a basic simplified drawing of the melodic movements in the right hand. Each measure (except the last six) is accompanied by the left hand (the whole note), and the other measures (the black note) that have notes that contain two notes that are one step away from the other, have no accompaniment. This work, lasting approximately 30 seconds, is established by two distinct sections with different measures. The climax of this work is at the 21st measure, corresponding to the Golden Ratio of the 34th measure. Numbers 21 and 34 are both numbers of the Fibonacci Sequence and $34 \times 0.618 \approx 21$. The climax is also located in the same manner in the Golden Ratio in the *Prelude* Op. 28 No. 9. The length of this work is 12 measures and contains 48 beats. The climax point is exactly at beat 29 ($48 \times 0.618 \approx 29$) and appears at the beginning of the eighth measure. The climax point does not always have to agree with the mathematical formula. In some cases, it can reach a value near the Golden Ratio. The preludes are not mostly similar to the Golden Ratio. Perhaps Chopin thought that the use of Phi (ϕ) was not necessary to ensure musical success (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 272-273).



Fig. 4. *Prelude*, No. 1 in C Major (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 273).

Fig. 5 is a graphical equivalent of Fig. 4 and shows the Golden Ratio of the climax using a pitch string.

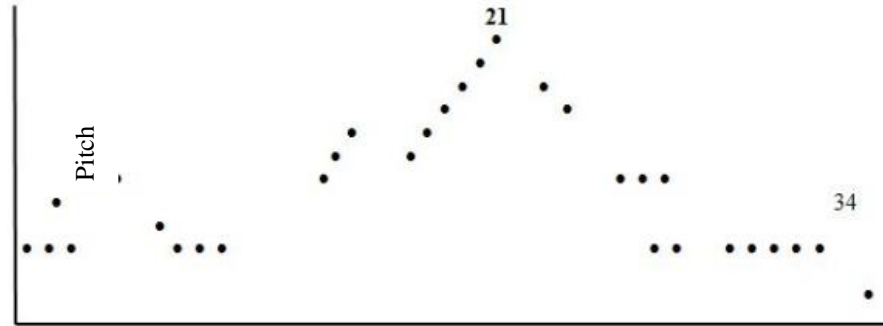


Fig. 5. *Prelude*, No. 1 in C Major (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 274).

5.2. Fibonacci numbers and the Golden Ratio in Mozart's piano sonatas

One of the games played to determinate the form of works by some famous composers is related to the use of the Golden Ratio. Because Wolfgang Amadeus Mozart (1756–1791) loved numbers and all types of games, he was known for his addiction to this practice. Mozart composed eighteen sonatas for piano. Except for one, he used the sonata-allegro form in all of them. In the remaining one, the form of “theme and variations” was used. As listed in Table 2, six of the 17 (35%) works can be exactly divided into the Golden Ratio. These are indicated by the word “golden” in the accuracy column. Eight of these works (47%) is very close to the Golden Ratio, and these are shown as error ratios that range between -3 and $+4$ in the accuracy column. These numbers indicate that no Golden Ratio is present. Because the values 6, 8, and 12 are very high, the remaining three works (18%) are not considered to be close to the Golden Ratio. Statistically, on the basis of these examples, we can appreciate the importance of the Golden Ratio to Mozart (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 277).

Table 2. Mozart's piano sonatas (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 278)

Mozart Sonata	Key	Length	Exposition	Proportion	Accuracy (%)
No. 1. K. 279	C major	100	38	0.38	golden
No. 2. K. 280	F major	144	56	0.389	golden
No. 3. K. 281	Bb major	109	40	0.367	-2
No. 4. K. 282	Eb major	36	15	0.417	1
No. 5. K. 283	G major	120	53	0.442	8
No. 6. K. 284	D major	127	51	0.402	3
No. 7. K. 309	C major	156	59	0.378	golden

No. 8. K. 310	A minor	133	49	0.368	-1
No. 9. K. 311	D major	112	9	0.348	-3
No. 10. K. 330	C major	149	57	0.383	golden
No. 11. K. 331	A major	135	55	Theme & Variations	
No. 12. K. 332	F major	229	93	0.406	6
No. 13. K. 333	Bb major	170	63	0.371	-1
No. 14. K. 457	C minor	185	74	0.4	4
No. 15. K. 545	C Major	73	28	0.384	golden
No. 16. K. 570	Bb major	209	79	0.378	golden
No. 17. K. 576	D major	160	58	0.363	-2
No. 18. K. 533	F major	240	103	0.429	12

Exhibition part of *Sonata No. 1 (K279)*, one of the six compositions listed in Table 2 marked as word “golden,” consists of 100 measures and finishes at the 38th measure. This composition is the closest to the Golden Ratio, as shown in Fig. 6.



Fig. 6. Mozart’s *Piano Sonata*, No.1 (K279) (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 278).

5.3. Fibonacci Sequence and the Golden Ratio in Haydn’s piano sonata

In evaluating whether Franz Joseph Haydn (1732–1803) used the Golden Ratio in his piano sonata or not, we can conclude that Haydn’s use of ϕ cannot be compared with that of Mozart. When the same number of randomly-selected piano sonatas was studied, only 18% (3/17) of the sonata-allegro forms have an exact Golden Ratio, and 53% (9/17) are closer to the Golden Ratio. The remaining 29% (5/17) are not taken into consideration, as they are not related to the Golden Ratio. The average calculated number in the Golden Ratio in Mozart’s work is 0.388, and it is 0.364 in Haydn’s works. In Mozart’s works, location of measures in accordance with the ϕ values are found between –3 and +12,

whereas they are -6 and +2 in Haydn's works. The quality of music or the aesthetic value is irrelevant in these numbers. In order to test this, when 34 works taken one from Mozart and one from Haydn, it is not possible to conclude which work is closest to the Golden Ratio, but a lot of beautiful musical works are heard (Table 3) (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 278-279).

Table 3. Haydn's piano sonatas (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 279)

Haydn Sonata	Key	Length	Exposition	Proportion	Accuracy(%)
No. 14. 1767	E major	100	84	30	-2
No. 15. 1767	D major	144	110	36	-6
No. 16. 1767	Bb major	109	116	38	-6
No. 17. 1767	D major	36	103	42	2
No. 19. 1773	C major	120	150	57	golden
No. 21. 1773	F major	127	127	46	-3
No. 25. 1776	G major	156	143	57	2
No. 26. 1776	Eb major	133	141	52	-2
No. 27. 1776	F major	112	90	31	-4
No. 31. 1778	D major	149	195	69	-6
No. 32. 1778	E minor	135	127	45	-4
No. 33. 1780	C major	229	172	68	2
No. 34. 1780	C # minor	170	100	33	-5
No. 35. 1780	D major	185	103	40	golden
No. 42. 1786	G minor	73	77	30	golden
No. 43. 1786	Ab major	209	112	38	-5
No.49. 1793	Eb major	160	116	43	-1

5.4. Fibonacci numbers and the Golden Ratio in Beethoven's *Symphony No. 5*

In the tempo *Allegro con brio* (cheerful fanfare), the first five measures start the first section of the symphony (Op. 67), probably the most universally-known musical expression in classical music. The form of this work is different from that of Mozart's and Haydn's sonatas and symphonies. In Ludwig van Beethoven's (1770–1827) fifth symphony exposition, the development and recapitulation subsections have approximately the same length. In this manner, the Golden Ratio is not present in these three subsections (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 280).

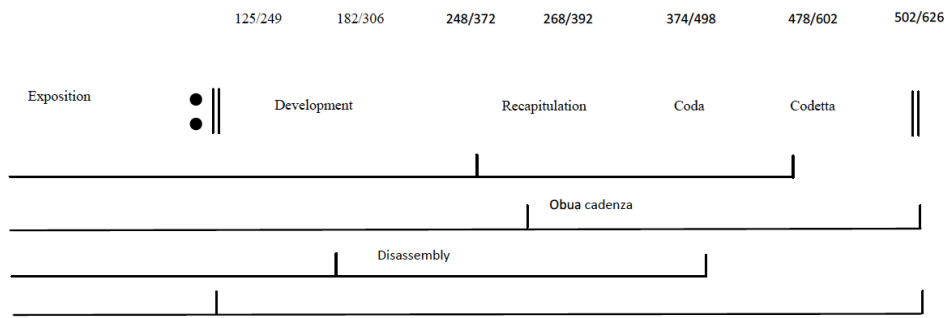


Fig. 7. Beethoven's *Symphony No. 5*: first movement (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 280).

Instead of leading the first movement to a conclusion, it is not seen in earlier musical works, the recapitulation turns into a coda and so new (second) development section is formed. When codetta added to coda, a significant and unique fifth subsection appears. Therefore, with five subsections, not four, ends this section between measures 124 and 128. This form is a new type of sonata-allegro form. Fig. 7 shows that this new improved sonata-allegro form contains three Golden Ratio subsections. Firstly, repetition of the exposition occurs at measure 372, and this is the Golden Ratio of the entire section. The length of this section without the codetta is 602 measure, and the Golden Ratio is: $602 \times 0.618 \approx 372$. Measure of the last section of the repetition in this exposition subsection ($124 \times 2 = 248$) is, nearly a Golden Ratio of the whole part ($248 \div 626 \approx 0.396$). If the last two measures of the exposition are removed, the number will be closer to the Golden Ratio ($244 \div 626 \approx 0.389$). In the current work, two stylistic events occur upon the ratio. First occurs in the development subdivision. A four-note motive is separated into two and finally into a single part. Distribution of these four notes in the 306 measure and it is the Golden Ratio of the part to the end of the repetition in measure ($306 \div 498 \approx 0.614$). One of the most important moments of the entire symphony occurs at the 392nd measure of the repetition, the entire orchestra stops except the oboe. No example is available for the short caesura of the oboe, and this is unusual for those who know the sonata-allegro form. This solo takes place only six measure away from the Golden Ratio of the entire part ($626 \times 0.618 \approx 386$). We will never know if Beethoven

planned this special moment according to the Golden Ratio or not. However, the result is close to the Golden Ratio (Posamentier&Lehmann, 2007, p. 281-282).

5.5. Fibonacci numbers and the Golden Ratio in Bach's *Chromatic Fantasy*

We can see another example of the Golden Ratio when Johann Sebastian Bach's (1685–1750) *The Chromatic Fantasy* (BWV 903/1) is divided into two unequal parts. In this example, to avoid fractions, quarter notes are used as measures. The same results can be realized by counting the measures. The length of the *Chromatic Fantasy* can be described as 316 quarter notes and it is divided into two formally unequal parts. The length of the first part is 195, second part is 121 quarter notes. The first section is thought to be written in a "toccata" form. For the 195th notes, many sources used the expression "recitativo." At this point, an abrupt change begins, and the remaining part is written in a half-recitativo form. The *Chromatic Fantasy* is division shown in Fig. 8 (Power, 2001, p. 85).

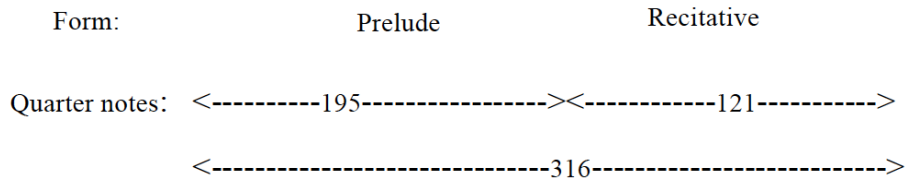


Fig. 8. Division of *Chromatic Fantasy* (BWV 903/1) (Power, 2001, p. 85).

From the division of all the quarter notes in whole part (316) to the quarter notes in the Prelude (195) can be seen to coincide with the Golden Ratio. Mathematically: $316 \div 195 = 1.621 \approx \phi$. If the larger part of the Prelude is divided into smaller part recitativo, it will result in $195 \div 121 = 1.61$. Again this result approaches the ϕ value with small deviation. These two calculations show relation of division of the composition with the Golden Ratio (Power, 2001, p. 87).

The earliest extant da capo arias of Bach in 1713 is seen in the first permanent cantata known as *Was mir behagt, ist nur die muntre Jagd* (Sprightly hunting is the only thing that makes me happy) (BWV 208). In this work, in addition to the two choirs, three arias were present, and two of them holds kind of shape and measure that demonstrates the Golden Ratio. Fig. 9 shows the beginning form. The measurements in this example were from Bach's beginning aria extant from the mentioned cantata. At a first glance, the aria ratio revealed the Golden Ratio. When we looked at the number of measures, we can see that section A had 21 measures and section B had 13, meaning that segments A and B together yielded 34, it gives 55 measures when we calculate $(A + B + A^2 = 21 + 13 + 21 = 55)$. Considering the measures of A and B and the combination of segments A and B, these numbers appear to be numbers in the Fibonacci Sequence 1, 2, 3, 5, 8, 13, **21**, **34**, and **55**. This Sequence of numbers, which probably Bach knew, revealed that this part was consciously and not coincidentally composed (Power, 2001, p. 105).

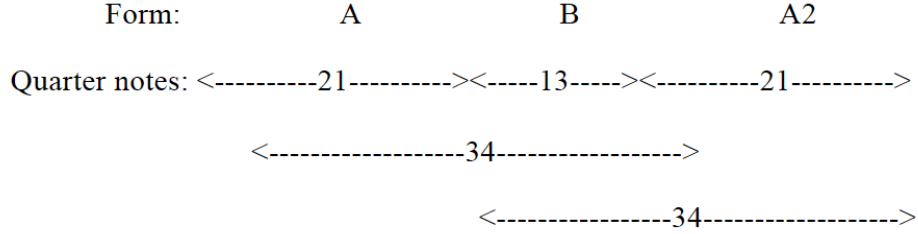


Fig. 9. Bach's first extended da capo aria (BWV 208/4) (Power, 2001, p. 106).

The following calculations can support the ratios. When the combination of sections A and B and all the aria measures are considered, (the number of measures for the entire aria: $(A + B + A2) \div (A + B) = 55 \div 34 = 1.618 \approx \phi$ can be found. When the combination of sections A and B (totally 34 measure) is divided into section A (21 measure), a similar proximity of ϕ can be observed: $34 \div 21 = 1.619 \approx \phi$. When entire section divided into combination of sections B and A2 another example of Golden Ratio can be observed: $(A + B + A2) \div (B + A2) = 55 \div 34 = 1.618 \approx \phi$ (Power, 2001, p. 106).

5.6. Fibonacci numbers and the Golden Ratio in Bartók's *Two Sonatas for Piano and Percussion*

The work of Béla Bartók (1881–1945) composed in 1937, namely, *Sonata for Two Pianos and Percussion*, consisted of three sections. Each section was divided into subsections, and the relationships of the ratio of these subsections with one another in terms of the Golden Ratio were examined.

5.6.1. First Movement

The formal division of the first movement, both the long and short sections, agree with the Golden Ratio principles. In this section, in order to examine Golden Ratio, formal divisions lengths were used and calculations made by multiplying lengths by inverse value of the Golden Ratio of 0.618 or the value 0.382 (Simons, 2000, p. 62).

Table 4. Formal divisions of first movement (Simons, 2000, p. 33).

1 st measure	Introduction	Foreshadows the Allegro
m. 32	Allegro/Exposition First thematic group	Beginning of the movement proper, in C. Theme 1 (Principle theme)
m.43	First thematic group	Theme 2
m. 84-101	Secondary theme	
m. 105	Codetta	
m. 161	Conclusion	Reference to secondary theme
m. 175	Transition	Layers of fourths

m. 195	Development	a) in E. Uses second theme of main theme group as ostinato beneath principal theme in imitation
m. 217		b) Short interlude
m. 232		c) in G-sharp. Inverted ostinato
m. 274	Recapitulation	
m. 332	Coda	Fugato beginning; built on closing theme
m. 443	End	

Length of combination from the first measure of introduction till the last measure of the exposition and thematic materials 171st measure is totally 170 measures. By including previous 171st measure, combination of “transition” section and “development” subsection until 274th measure is **104** measure long. First movements (total 443 measure) Golden Section is seen at 274th measure at the beginning of “recapitulation” ($443 \times 0.618 \approx 274$). From the 274th measure, remaining part of the section is 169 measures. Golden Ratio of 169 is: $169 \times 0.618 = \mathbf{104.44}$, which shows that Bartók’s whole plan for the first section was to create a symmetrical design that adhered to the Golden Ratio (Table 4). By including the previous 171st measure, the combined length of the transition section and “development” subsection until 274th measure is not 104 measure but **103**. The remaining part of the section from the 274th measure is not 169 but 170 (Simons, 2000, p. 62). Therefore, the calculation should be as follows: $70 \times 0.618 = \mathbf{105.06}$, which has nothing to do with 103. In this case, the assumption raised about the Golden Ratio is wrong

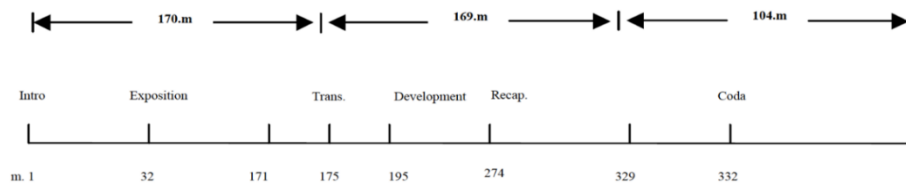


Fig. 10. “Formal divisions of first movement.”

Source: Simons, 2000, “Top, total number of measures in large sections; bottom, total number of measures in small sections”, (p. 63)

Smaller-scaled Golden Ratios can be observed within this formal outline. For example, the structural differences in the introduction subsection with the separate canonical sections show structural similarities to the Golden Ratio (Fig. 11). The Golden Ratio of 55 beat in the first canonical section (introduction) coincide with fortissimo (very strong) rise at 6th measure or 34th beat ($55 \times 0.618 = 33.99$). The silence at 8th measure is at 52nd of the 55 beats, and it is equivalent to the Golden Ratio of two canonical subsection combinations: The total is 84 beats $\times 0.618 = 51.912$. Meanwhile, first four canonical parts consists of two equal sections. After 55-beat subsection, 26-beat thematic material sections appear in each of them. The Golden Ratio of the first and third subsections 55

beats is 26.01, and this is equal to 26 beats of the second and fourth sections of the thematic materials (Fig. 12) (Simons, 2000, p. 63).

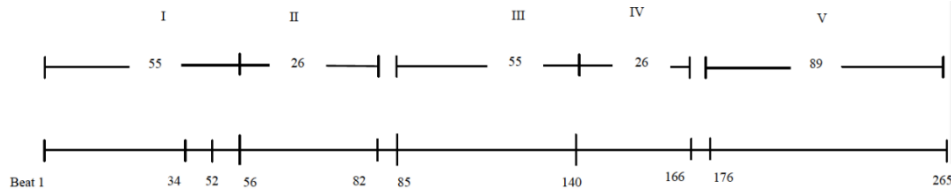


Fig. 11. “Golden Section proportions of movement I, introduction to m.32.”

Source: Simons, 2000, Top. Canonic sections by number; middle, total number of beats per section; bottom, beats” (p. 64).

Here, the Golden Ratio of number 55 is incorrectly evaluated. The Golden Ratio of the 55 beats in the first and third subdivisions is not 26.01 but $55 \times 0.38 = 21.01$. This does not correspond to 26 beats of the thematic material in the second and fourth divisions. Therefore, the alleged Golden Ratio is incorrect. From the beginning of the exposition at the 32nd measure until the end of the secondary theme in the 101st measure, 70 measures exist. The Golden Ratio of 70 is $(70 \times 0.618) 43.2$. This value coincides with the 2nd theme of the first thematic group at the 43rd measure (Fig. 12).

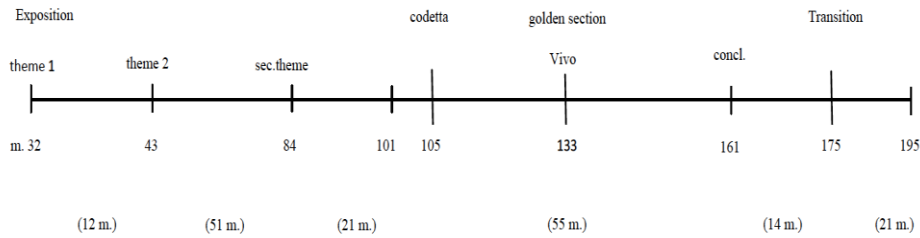


Fig. 12. “Golden Section proportions of movement I”

Source: “Exposition through transition: bottom, total measures per section” (Simons, 2000, p. 65).

In the above-mentioned division, we can also observe small-sized Golden Ratios. For example, the Golden Ratio of the first thematic group of the exposition subsection ($84-32=52$) is: $52 \times 0.618 = 32.13$, which corresponds to the first measure of this subsection. Simultaneously, the Golden Ratio of the part from the codetta to vivo (live) (a total of 28 measures) is $28 \times 0.618 = 17.304$, is the length of the secondary theme. The Golden Ratio of the length from codetta to the concluding subsection is: $55 \times 0.618 = 33.99$, which is relevant to number 34 obtained from the combination of the conclusion subsection and transition. Thus, the Golden Ratio of the section from codetta to the end of the transition: $89 \times 0.618 = 55.02$, is equal to the length from the codetta to the conclusion at the 161st measure. These numbers are closely related to the Golden Ratio calculations of the introduction subsection. We can see that Golden Ratio of total measure from the conclusion to transition ($34 \times 0.618 = 21.01$) is closely related to the length of

the transition (20 measures). After all, the Golden Ratio is seen in all parts of the entire movement (Fig. 13). Combination from the transition to the end of the development subsection is 99 measure. Its Golden Ratio: $99 \times 0.618 = 67.362$, equal to the total measures of the part from the interlude to the end of the development subsection (Simons, 2000, p. 63-64).

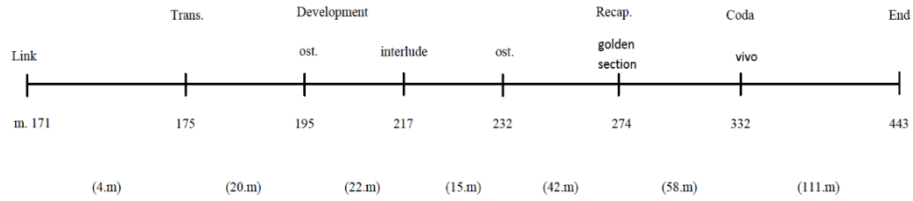


Fig. 13. Golden Ratio of the first movement from transition to conclusion (Simons, 2000, p. 66).

According to the above-mentioned findings, the length from codetta to conclusion is not 55 but 56. Thus, the Golden Ratio of this value is $56 \times 0.618 = 34.60835 \approx 35$. From conclusion section to the transition, the measure is not 34 but 35. From codetta to the end of transition is not 89 but 90. The Golden Ratio of this value is $90 \times 0.618 = 55.62 \approx 56$. This number indicates the measurement of the section from the codetta to the conclusion. From the transition section to the end of development (99 measures), the Golden Ratio: $99 \times 0.618 = 61.18261$. This is not the measure of the length from the interlude to the end of development as mentioned. This length is not 67 but 57. Therefore, it has nothing to do with the number 61 found by Golden Ratio calculations. Here, not only the Golden Ratio of 99 is miscalculated but also the number of measures is miscounted. That is to say, the alleged Golden Ratio findings are wrong (Simons, 2000, p. 65-66).

5.6.2. Second Movement

The whole second movement is based on the Golden Ratio principle. The formal division is shown in Fig. 14.

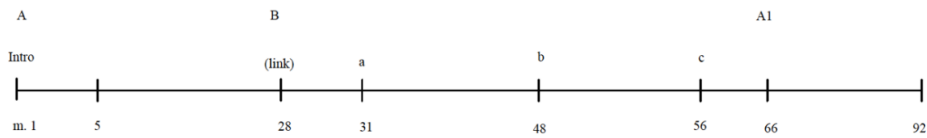


Fig. 14. “Divisions and subsections of second movement” (Simons, 2000, p. 66).

On a large scale, the total measure (92) when applied to the Golden Ratio results in 56.85. At 56th measure, a significant change occurs in the musical materials. In this section, depending on the frequent fluctuation of the time signals, calculation of the Golden Ratio of measures numbers may be difficult. For more accurate results of the Golden Ratio, various sections should be calculated using the quarter-note beat. Some of the Fibonacci Numbers are as follows: 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144, 233, 377, 610.

When the second section formal scheme is considered, the importance of these numbers on the calculation of the quarter notes among formal subsections arise (Fig. 15). Each subsection in Fig. 16 represents a musical event and beat numbers between each event is associated with certain integers of the Fibonacci Sequence (Simons, 2000, p. 72-73).

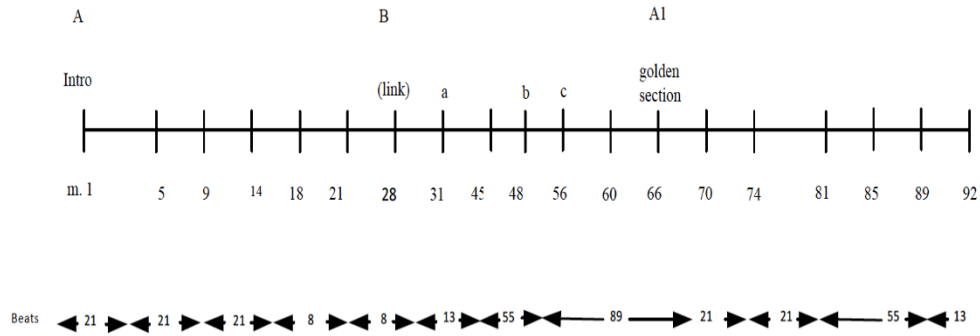


Fig. 15. “Golden Ratios of the second movement”

Source: Bottom, beat numbers of the section” (Simons, 2000, p. 73).

In this section, a total of 377 beats is present, yielding 233 when multiplied by the Golden Ratio. Probably, the most important musical phenomena occur at the 233rd beat, 66th measure on the turn to subsection A. This determines Golden Ratio of this movement both in mathematical and musical meaning. Considering the three main sections of this movement, a close relationship with the Golden Ratio can be clearly observed. Subsection A has a length of 126 quarter-note beats. Subsection B has 114 beats, and subsection A1 has 107 beats. The total beats in both sections A and A1 is 233, and this is Golden Ratio for a total of 377 beats. When the beats from the first measure in this section are calculated, we obtain 113 in section A, 157 in section B, and 110 in section C, where the total number of beats is not 377, as previously estimated, but 380. When the Golden Ratio of this value is calculated, no meaning is obtained: $380 \times 0.618 = 234,84 \approx 235$. The total beats of the A subsequences (A+A1) is not 233 but 223. This number is not a Golden Ratio of 380. The beats here are incorrectly counted, and an error has been made in the calculation of the Golden Ratio (Simons, 2000, p. 73).

5.6.3. Third Movement

In this section, the principles of the Golden Ratio are included. In the context of the formal outline, the linear expression of the division in the third section reveals the connection between the total length of the subsections and the Fibonacci numbers (Table 5).

Table 5. “Formal outline of third movement (left formal sections; right, sonata-rondo divisions)” (Simons, 2000, p. 77).

A	m. 1-Principal Theme (I)	(C)	A
A1	m. 18-Theme 1 (variation)	(C)	
	m.28-Transition	(C)	
B	m. 44-Secondary theme (II)	(E)	B
B1	m. 56-Theme II (variation)	(F-sharp)	
	m. 91-Transition	(C-sharp)	
C	m. 103-First Episode (I)	(B)	
A	m. 134-Refrain, Theme I	(G)	A
D	m. 140 Development	(E-flat)	C
A	m. 229-Refrain, Theme I	(B-flat)	A
A	m. 248-Recapitulation	(C)	
	m. 260-Retransition	(G)	
B	m. 269-Theme II.	(E-flat)	B
	m. 287- Retransition	(B-flat)	
C	m. 301-Second Episode	(E)	
A	m. 351-Refrain, Theme I (variation)	(E-flat)	A
A1	m. 365- Refrain, Theme I (variation)	(F)	
	M. 379-Coda	(C)	(Coda)
	(m. 420-End)	(C)	

This section contains 843 quarter-note beats. Division of Fig. 16 into three major parts and calculation of the quarter notes is shown by the below line. The Fibonacci numbers given in parenthesis correspond to the total quarter-note beats, and the total number of measures in smaller section of the formal outline. The large scaled subdivisions of the sonata-rondo plan; A, B, and C corresponds to the Golden Ratio. The total amount of measured numbers among in all A parts is 161, almost the Golden Ratio of the total number in sections B and C ($261 \times 0.618 = 161.298$). Therefore, A is a Golden Ratio of $B + C$. (Simons, 2000, p. 90).

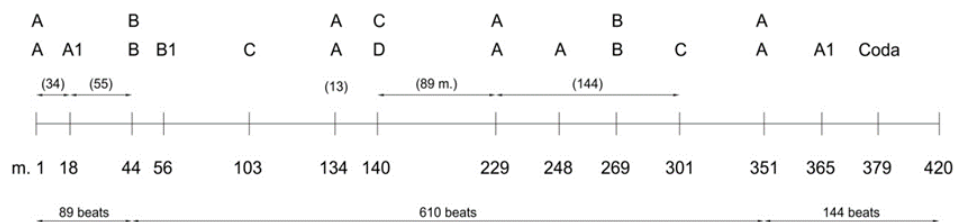


Fig. 16. “Linear expression of the sections in the third movement”

Source: “Top, sonata-rondo parts. (Second line, thematic parts. Numbers in parenthesis show the beat or measurement in the sections)” (Simons, 2000, p. 90).

In this section, since measure number of subsection A is not 161 but 158. Besides this, Golden Ratio of the total amount of the measured numbers in section B and C ($261 \times 0.618 = 161.298$) has no meaning. Thus, subsection A is not a Golden Ratio of sections $B + C$. A Golden Ratio is also observed in the smaller parts of the formal outline. In the

first 44 measures of the section, evidence is present on the application of Golden Ratio. If the section articulated as A, A1 and T, each of them relates to the other in Golden Section sense (Fig. 17). Golden Ratio of the total measures: $43.5 (43.5 \times 0.168)$ is 26.88. In parallel, the total measures of sections A and A1 is 27, which almost approaches this number. The length of A1 (10.5 measures) is a full Golden Ratio of the length of A ($17 \times 0.618 = 10.506$). The transition section or T immediately starts after the 27th measure of the Golden Ratio division. Meanwhile, the length of T is a slightly less than 17 measures, related to the Golden Ratio equality: $A + A1 : 27, 5 \times 0,168 = 16,995$ (Simons, 2000, p. 90-91).

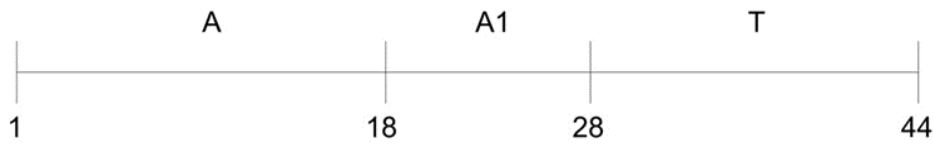


Fig. 17. Third movement measurements 1–44 (Simons, 2000, p. 91).

The Golden Ratio is mostly seen in all of the three main movements in this work. Although some ratios do not cover the whole work, they are also obvious and significant. As a result, a strong commitment to certain ratios shows Bartók's great reliance to formal planning. Moreover, Bartók's musical creativity shines through the use of formulaic rules, which he only used in important cases to emphasize the great musical needs (Simons, 2000, p. 93).

In the above expressions, important composer works from the 17th to the 20th century, the use of the Golden Ratio and Fibonacci Sequence was assumed without verifying whether they consciously did them or not. In particular, in Bartók's years as a student, his familiarity with mathematics and writing numbers over the notes lead to the belief that he used the Fibonacci Sequence numbers and the Golden Ratio in his compositions consciously. Many studies have been conducted to prove this (see 10). As a consequence of both the criticism of these studies made on Bartók's works (see Somfai, 1996) and the conversation of Yöre with Peter Bartók (Béla Bartók's son and publisher), no document is available that provided evidence of Bartók's use of the Fibonacci Sequence and Golden Ratio (personal communication, 23 March 2015). Thus, no similar evidence is available for the other composers.

Conclusion, Discussion and Recommendations

In the present study, according to the related problem, mathematics in relation to music were first discussed. Some mathematical representations of the musical expressions were shown. The mathematical and musical relationship was theoretically studied. Specifically, the use of the Fibonacci Sequence and Golden Ratio in the construction of instruments was discussed, as well as the European-based musical theory. Essentially, studies were performed relative to certain polyphonic music composer works whether they considered the Fibonacci Sequence and Golden Ratio during their composition process.

From the theoretical perspective, according to one octave consisting of eight notes, the assumption that the black and white keys in a piano create numbers in the Fibonacci Sequence is wrong. The octave consists of seven different sounds and therefore, a conclusion that this number is not a number in the Fibonacci Sequence was made.

Investigation of the works in which the alleged use of the Fibonacci Sequence and the Golden Ratio were made was conducted, where only a few exceptions in the conclusion that they are not related to the Golden Ratio were observed. In these particular investigations, with respect to the number of measures, we can see that the ratios in the sections or subsections are each close to the Golden Ratio. However, when the entire studies are considered in the calculation of some musical works, the Golden Ratio was considered to be 1.618, in some works, it was 0.168, whereas in other works, it was 0.382. This concludes that related studies are not aimed at investigating existence of the Golden Ratio in the works, but aimed at confirmation of the assumption.

The individually-considered works were about proximity to the Golden Ratio. However, no error margin determined in calculations. For example, in one work, 1.618 was thought to be the basis of the Golden Ratio; however, the values of 1.571 and 1.616 were also accepted as Golden Ratios. Even between the numbers 1.616 and 1.618, many infinite real numbers exist. This condition shows that no acceptable rule is available that determines whether a value can be considered "golden." Therefore, in the investigated works there exist methodological errors.

In some compositions where we encountered Fibonacci numbers, no evidence was available to prove that it is not coincidental, although it did not also mean that the composer deliberately used the Golden Ratio in his works. For such an assertion to be true, clear data must be available that prove that the composer deliberately used it. Therefore, from these examples selected from polyphonic/contemporary composers, the compositions were not purposely made but were based on artistic intuitions and the mathematical specifications in these works determined by the examinations were made later.

Instead of using the Golden Ratio's three different values (1.618, 0.618 and 0.382) if only one value were considered it would increase the accuracy of the examination results. To determine whether a composer used mathematical features in his works, we recommend examination of the complete works of the composers. In addition, more realistic and scientific results can be obtained if works of contemporary composers (e.g., Iannis Xenakis, Luigi Nono, Ernst Krenek and Karlheinz Stockhausen), who are known to use the Fibonacci Sequence in their works.

References

- Antolontez, E.& Susanni, P. (2011). *Béla Bartók: A research and information guide* (3rd ed.). New York and London: Routledge.
- Bakım, S. (2014). *Fibonacci dizisi ve Altın Oran'ın müzikte kullanımının incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

- Bergil, M. S. (1993). *Doğada/bilimde/sanatta Altın Oran*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Bora, U. (2002). Bilim ve sanatın kesiştiği temel bir nokta: Matematik ve müzik ilişkisi. *Uludağ University Faculty of Education Journal*, XV(1), 53-68. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/153191>
- Hammond, J. K. (2011). Mathematics of music. *UW-L Journal of Undergraduate Research*, XIV, 1-11. Retrieved from <https://www.uwlax.edu/urc/jur-online/PDF/2011/hammond.MTH.pdf>
- Hoggatt, V. E. (1969). *Fibonacci and Lucas numbers*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Koshy, T. (2001). *Fibonacci and Lucas numbers with applications*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Marie, J. S. (2012). *Theology as the basis for Golden Section analysis: A model of construction for Johann Sebastian Bach's St. John Passion* (Unpublished doctoral dissertation). University of Southern California, California.
- Posamentier, A.S.&Lehmann, I. (2007). *The (Fabulous) Fibonacci numbers*. NY: Prometheus Books.
- Power, T. (2001). *J. S. Bach and the Divine Proportion* (Unpublished doctoral dissertation). Duke University, Durham.
- Simons, H. A. (2000). *Béla Bartók's sonata for two pianos and percussion* (Unpublished doctoral dissertation). University of Alberta, Alberta, Canada.
- Somfai, L. (1996). *Béla Bartók: Composition, concepts, and autograph sources*. Oakland, CA: University of California Press.

TÜKETİCİLERİN KARAR VERME TARZLARININ SANAL ALIŞVERİŞ SEPETİNİ TERK ETMELERİNE ETKİSİ

Esra ÖZTÜRK¹
Ayşe ŞAHİN²

ÖZ

Son yıllardaki sosyo-ekonomik gelişmeler tüketicilerin özellikle kıyafet sektöründe daha çok online alışveriş yapmalarına sebep olurken, online satın alma davranışlarının araştırılması pazarlamacılar açısından cazip hâle gelmiştir. Tüketicilerin karar verme tarzlarının sanal alışveriş sepetini terk etmelerine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada, 402 kişiye kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak anketler uygulanmıştır. Sonuç olarak çeşit karmaşası yaşayan, düşünmeden alışveriş yapan, fiyat odaklı ve marka odaklı tüketicilerin sanal alışveriş sepetini daha çok terk ettikleri saptanmıştır. Online satın alma sıklığının ve cinsiyetin de sanal alışveriş sepetini terk etme üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Düzenleyici değişken olarak anında satın alma niyeti yükseldikçe, tüketicilerin online satın alma sıklıkları ile sanal alışveriş sepetinden vazgeçmeleri arasındaki negatif yönlü ilişkinin daha kuvvetli olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Online Alışveriş, Tüketici Karar Verme Tarzları, Alışveriş Sepetini Terk Etme

THE EFFECTS OF CONSUMERS' DECISION MAKING STYLES ON ONLINE SHOPPING CART ABANDONMENT

ABSTRACT

In recent years, socio-economic developments have led consumers to attach more importance to buy online shopping especially for apparel products. Moreover, in terms of marketers, it has become tempting to investigate the consumers' online buying behaviors. In this research, the effects of consumers' decision-making styles on consumers' shopping cart abandonment was investigated via analysis of questionnaires administered to 402 convenience sampling respondents. As a result, it has been determined that the consumers who were confused by over-choice, consumers who prone to impulsive buying, consumers who were price conscious and brand conscious abandon the online shopping cart more. Moreover, it was found that frequency of online buying and gender were other factors affecting shopping cart abandonment. One of the most remarkable findings in this research was that there is a moderation effect of current purchase intention between frequency of online buying and shopping cart abandonment.

Keywords: Online Shopping, Consumer Decision-Making Styles, Shopping Cart Abandonment

Giriş

Elektronik ticaretin, pazarlama stratejilerinin önemli bir bileşeni olmaya başlaması ile birlikte internet üzerindeki müşteri davranışları üzerine yeni bilgi, model ve teorilerin geliştirilmesi ihtiyacı giderek artmıştır (Close ve Kukar-Kinney, 2010). Dünya nüfusunun %24'ünün, Türkiye nüfusunun da %35'inin internet kullanıcısı olduğu düşünüldüğünde online ticaretin hem pazarlamacılar hem akademik camia tarafından araştırmaya konu olması kaçınılmaz hâle gelmiştir. Türkiye'de, internet alışverişi yapanların oranı 2016'da

¹ Arş. Gör., Toros Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, esra.ozturk@toros.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7463-088X

² Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, asahin@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7006-3072

Received/Geliş: 29/09/2019 Accepted/Kabul: 09/06/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Öztürk, E., Şahin, A. (2020), "Tüketicilerin Karar Verme Tarzlarının Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etmelerine Etkisi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.70-90.

%20,9 iken 2017'de %24,9 olmuştur (TÜİK, 2017). 2017 yılı Nisan ayı ile 2018 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde bu oran %29,3 olmuş ve internet üzerinden alışveriş yapan bireylerin %65,2'si giyim ve spor malzemesi satın almıştır (TÜİK, 2018).

Online alışveriş eğilimi artarken, literatürdeki tüm çalışmalar sanal alışveriş sepetine konulan ürünlerin yaklaşık %60-75'inin satın alınmadan terk edildiğini belirtmektedir (Oliver ve Shor, 2003; Rewick, 2000). Bu sebeple yönetici ve akademisyenlerin çalıştığı tüketici davranışlarından biri, internet alışverişlerinde tüketicilerin alışveriş sepetini terk etmeleri olmuştur (Kukar-Kinney ve Close, 2010; Oliver ve Shor, 2003). Goldwyn (2003) en başarılı e-ticaret sitelerinin online ziyaretçilerinin sadece %8'ini ödeme yapan müşterilere dönüştürdüklerini belirtmiştir.

Son yıllarda online tüketici davranışları ve sanal alışveriş sepetini terk etme hakkında kapsamlı araştırmalar yapılmaktadır. Bununla birlikte literatürde sanal alışveriş sepetini terk etme sebeplerini araştırmaya odaklanırken tüketicilerin karar verme tarzlarını dikkate alan çok az çalışma bulunmaktadır. Ayrıca yapılan çoğu çalışma, gelişmiş ülkelerde yürütülen araştırmalardır. Kıyafet sektörü bağlamında yapılan bu çalışma, tüketicilerin demografik özelliklerinin, karar verme tarzlarının, anında satın alma niyetlerinin ve online satın alma sıklıklarının online alışveriş sepetinden vazgeçme davranışlarına etkilerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Böylece işletmeler sürdürülebilir kârlılık hedeflerini sağlamak için müşterilerini nasıl elde tutacaklarına dair stratejilerini rahatlıkla tasarlayabileceklerdir.

Araştırma kapsamında kıyafet ürünlerinin seçilmesinin sebebi Türkiye'de en fazla internet alışverişinin yapıldığı ve cinsiyet, gelir, eğitim gibi demografik kriterler açısından her kesime hitap eden bir ürün grubu olmasıdır. Araştırmanın kuramsal çerçeve bölümünde, tüketici karar verme tarzları ve sanal alışveriş sepetini terk etme kavramı açıklanmıştır. Ayrıca, araştırmaya konu olan tüketici karar verme tarzları envanteri kullanılarak ve sanal alışveriş sepetini terk etmeyle ilgili literatürdeki sebeplerle ilişkilendirilerek araştırmanın hipotezleri sunulmuştur. Yöntem bölümünde ise araştırma örnekleme, araştırmada kullanılan ölçekler ve kullanılan istatistiksel analizler yer almaktadır. Çalışmanın son bölümünde elde edilen bulgular, sonuç ve öneriler ile araştırma kısıtları bulunmaktadır.

Literatür

Tüketici Karar Verme Tarzları

Tüketici davranışları, bireyin ürün ve hizmetleri seçme, satın alma, kullanma ve elden çıkarmadaki kararları ve bunlarla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Odabaşı, 2002, s. 15) ve tüketiciler satın alma kararlarını verirken birçok iç ve dış değişkenin etkisinde kalır. Tüketici davranışlarını daha iyi anlayabilmek için araştırmacılar tüketicileri neden ve nasıl satın aldıklarına ilişkin çeşitli kategorilere ayırma yoluna gitmiştir. Bu alandaki en kapsamlı çalışmalardan biri Sproles ve Kendall (1986) tarafından ortaya konulan ve sekiz alt boyuttan oluşan tüketici tarzları envanteridir. Çalışmada, tüketici karar verme tarzı, bir tüketicinin karar verme yaklaşımını nitelendiren zihinsel yönelim olarak tanımlanmıştır (Sproles, 1983, s. 79).

Tüketici Tarzları Envanteri şu boyutları içermektedir: (1) **Mükemmeliyetçilik-yüksek kalite odaklılık**, en iyi ve en kaliteli ürünü seçmek için yoğun araştırmalar yapmayı içeren bir karar verme tarzıdır. Bu tarza sahip tüketiciler daha dikkatli karşılaştırma yaparlar, sistematik bir tarzları vardır. (2) **Marka odaklılık**, daha pahalı,

tanınan markaları satın alma eğiliminde olan tüketicilerin karar verme tarzıdır. Yüksek fiyatın kaliteyi de beraberinde getirdiği düşünülür. (3) **Yenilik-moda odaklılık**, yeni şeyler aramaktan zevk ve heyecan duymayı içeren bir karar verme tarzıdır. Bu tarza sahip tüketiciler alışveriş esnasında çok dikkatli değildir ve fazla mukayese yapmadan ani karar verirler. Tarzlarını güncel tutarlar ve onlar için çeşitlilik önemlidir. (4) **Eğlence-haz odaklılık**, alışverişten zevk alma ve eğlence olsun diye alışveriş yapmayı içeren bir karar verme tarzıdır. (5) **Fiyat odaklılık**, indirimleri takip etme ve verilen paranın karşılığını sonuna kadar aramayı içeren bir karar verme tarzıdır. Bu tarza sahip tüketiciler fiyata önem verir ve kıyaslamalı alışveriş yaparlar. (6) **Düşünmeden alışveriş yapma**, ani, fazla düşünülmeden, plansız ve özensiz alışveriş yapmayı içeren bir karar verme tarzıdır. Bu tarza sahip tüketiciler, ne kadar harcadığına dikkat etmezler. (7) **Çeşit karmaşası yaşama**, marka, mağaza ve bilgi çokluğundan karar vermede zorlanmayı içeren bir karar verme tarzıdır. (8) **Alışkanlık-marka bağlılığı odaklılık**, sevilen marka ve mağazaların olması ve bunlardan satın almayı alışkanlık hâline getirmeyi içeren bir karar verme tarzıdır. Bu tarza sahip tüketiciler alternatiflerle fazla ilgilenmezler ve alıştıkları markaları kolay değiştirmezler (Sproles ve Kendall, 1986, s. 271-274).

Tüketici karar verme tarzı envanteri, tüketicilerin satın alma veya almama karar süreçlerine ilişkin dinamikleri anlamaya olanak sağladığından tüketicileri bölümlendirmede önemli bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ölçek Sproles ve Kendall'ın da (1986, s. 277) önerdiği gibi daha yüksek genellenebilirlik sağlanması için birçok ülkede farklı örneklerle test edilmiştir. Hafstrom vd. (1992) Koreli öğrencilerden oluşan örnekleme yaptıkları çalışmalarında “yenilik/moda odaklılık” dışındaki faktörleri onaylarken, Amerikalı örneklemden farklı olarak “zaman ve para tasarrufu” olarak isimlendirilen yeni bir faktör bulmuşlardır. Fan ve Xiao (1998) 271 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları çalışmada bu ölçeği uyarlamışlar ve “marka odaklılık”, “kalite odaklılık”, “fiyat odaklılık”, “zaman odaklılık” ve “bilgi kullanımı” olmak üzere beş faktöre ulaşmışlardır. Walsh vd. (2001) Almanya’da yetişkin örnekleme yaptıkları çalışmalarında “farklılık-değişiklik arama” adında yeni bir boyuta ulaşmışlardır. Farklı ülkelerde yapılan araştırmalar orijinal ölçekle benzer faktör yapıları gösterse de, ülkelerin ekonomi ve kültüründen kaynaklı farklılıklar oluşmuştur.

Tüketicilerin Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme Nedenleri

Alışveriş sepetleri çevrim içi ve çevrim dışı alışverişlerde müşterilerin işlerini kolaylaştıran araçlardır. Geleneksel alışveriş sepetleri tüketicilerin anlık satın alımlarında ürünleri toplamasına ve saklamasına yardımcı olurken, sanal alışveriş sepetleri tüketicilerin alışveriş oturumlarının sonrası için de ürünleri saklama imkânı sunmaktadır. Online alışveriş ile online satın almanın motivasyonları birbirinden farklıdır. Online alışveriş sepeti kullanımı, elektronik alışveriş kabulleniminin bir ön koşuludur. Ancak online değerlendirme, online müşteriler sepetin içeriğini gözden geçirdikleri ve geçmiş tecrübe ve eşsiz satın alma kriterlerine göre analiz ettikleri zaman oluşur (Nedungadi, 1990). Online ticarete temel amaç, online alışveriş yapanları online satın alanlara dönüştürmektir. Nitekim, literatürdeki tüm çalışmalar elektronik alışveriş sepetine konulan ürünlerin yaklaşık %60-75’inin satın alınmadan terk edildiğini belirtmektedir (Oliver ve Shor, 2003; Rewick, 2000).

Coppola ve Sousa (2008) alışveriş sepetini terk etme davranışını, kullanıcıların ürünü sepetlere yerleştirdikten sonra satın alma yapmadan web sitesini terk etmeleri

olarak tanımlamıştır. Tüketicilerin neden alışveriş sepetinden vazgeçtiklerini açıklarken, online alışveriş sepeti kullanmadaki güdülerini anlamak önemlidir. Cho vd. (2006), tüketicilerin sanal alışveriş sepetlerini terk etmelerinin, sadece ödeme ile ilgili bir tereddüt olmadığını, genel bir tereddüt içerdiğini belirterek, bu kavramın çok boyutluluğuna vurgu yapmıştır. Literatürde sanal alışveriş sepetini terk etme davranışının sebepleri sıklıkla çalışılan konulardan biri hâline gelmiştir. Kimi araştırmacılar tüketicilerin gizlilik/güvenlik endişeleri ile sepeti terk ettiğini dile getirirken (Odom vd., 2002; Ranganathan ve Ganapathy, 2002); kimi araştırmacılar “bilgi araştırma” amacı ile sanal sepetleri kullandıkları bulgusuna ulaşmıştır (Luo, 2010; Punjand ve Moore, 2009). Birçok araştırmada fiyatla ilişkili faktörlerin alışveriş sepeti kullanımını etkilediği sonucuna ulaşırlarken (Song, 2019; Close ve Kukar-Kinney, 2010; Arnold ve Reynolds, 2003; Charney ve Greenberg, 2001); Wolfinbarger ve Gilly (2001) tüketicilerin amaç odaklı güdülerin yanı sıra deneyim, eğlence arayışı, sıkıntıdan kaçma gibi güdülerle de online alışveriş yapabildiğini belirtmiştir. Sondhi (2017) ise, online satın almaya ilişkin algılanan risk ve zihinsel bütçeleme gibi tüketiciyi ikilemde bırakan faktörlerin etkisini incelemiştir. Bilişsel çelişki teorisinden (Festinger, 1957) yola çıkan araştırmacı, sanal alışveriş sepetini terk etmenin, çelişki azaltma yollarından biri olduğunu öne sürmüştür.

Tüketicilerin online alışverişten online satın almaya doğru evrilmesinde en önemli faktörlerden biri anında satın alma niyetidir. Anında satın alma niyeti, online müşterilerin o anki internet oturumları sırasında alışveriş sepetine ekledikleri ürünü satın alma niyetleridir. Bridges ve Florsheim (2008) online satın alma davranışını, hazcı faktörlerin değil faydacı faktörlerin etkilediğini belirtirken, Close ve Kukar-Kinney (2010) sanal alışveriş sepetini terk etme davranışının sebeplerini araştırdıkları çalışmalarında anında satın alma niyetinin terk etme davranışını azalttığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Kuramsal Çerçeve ve Hipotezler

Tüketicilerin karar verme tarzlarının sanal alışveriş sepetinden vazgeçmelerine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada geliştirilen model Şekil-1’de görüldüğü gibidir.

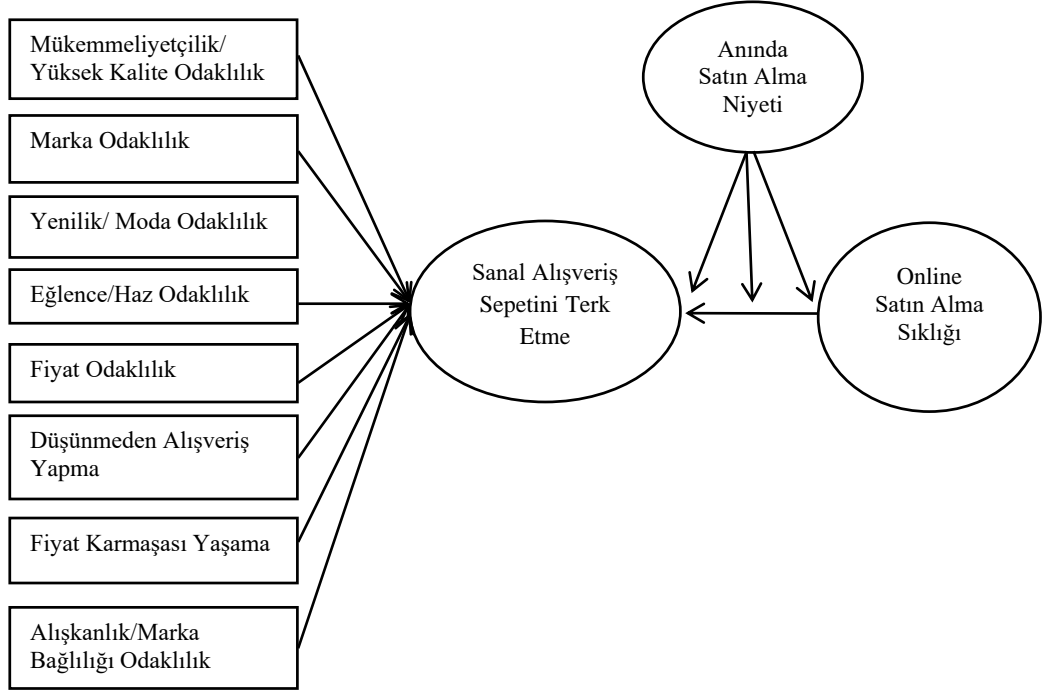
Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

Mükemmeliyetçi/yüksek kalite odaklı tüketiciler, kendileri için en kaliteli ürünü seçmek için yoğun ve karşılaştırmalı bir bilgi araştırma sürecine girdikleri için (Sproles ve Kendall, 1986) arzu ettikleri ürünü bulduktan sonra sanal alışveriş sepetini terk etmeye meyilli olacakları söylenebilir. Bu nedenle sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkileyen tüketici karar verme tarzlarıyla ilgili oluşturulan hipotezlerden ilki aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 1: Tüketicilerin mükemmeliyetçi ve yüksek kalite odaklı karar verme tarzlarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Algılanan riskin, sanal alışveriş sepetini terk etme davranışına pozitif etkisi olduğu görülmekle birlikte (Tong, 2010; Cho, 2004), bilinen markaları alma eğiliminde olan marka odaklı tüketiciler için bilmedikleri markayı satın almaları sosyal ve psikolojik risk içermektedir. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 2: Tüketicilerin marka odaklı karar verme tarzlarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırmanın İlişkisel Modeli

Yenilik-moda odaklı tüketiciler, yeni şeyler aramaktan zevk ve heyecan duydukları için (Sproles ve Kendall, 1986) çeşitlilik arayışındadırlar. Sanal alışveriş sepetini bilgi arayışı amacı ile kullanan tüketiciler (Luo, 2010; Punjand ve Moore, 2009) dolayısı ile daha farklı ve yeni ürünleri gördükleri zaman alışveriş sepetini terk etme ihtimalleri artacaktır. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 3: Tüketicilerin yenilik/moda odaklı karar verme tarzlarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Tüketicilerin sanal alışverişi, eğlenmek ve stresten kaçmak amaçlı deneysel faaliyetler olarak gördüklerini savunan araştırmacılar olmuştur (Holbrook ve Hirschman, 1982; Wolfenbarger ve Gilly, 2001). Wolfenbarger ve Gilly'nin (2001) öne sürdüğü gibi sepete ürünü yerleştirmek, ürünü elde etmekten daha önemlidir ve tüketici için özgürlük, kontrol ve eğlence ifade eder. Eğlence-haz odaklı tüketiciler, sanal alışveriş sepetlerini "vitrin bakma" faaliyeti olarak görmekte ve satın almaktan ziyade eğlence amacı ile kullanmaktadır. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 4: Tüketicilerin eğlence/haz odaklı karar verme tarzlarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Çok sayıda çalışma parasal teşviklerin internet kullanımı ile pozitif korelasyon gösterdiğini bulmuştur (Charney ve Greenberg, 2001; Nelson vd., 2007). Maxwell ve Maxwell'in (2001) öne sürdüğü gibi çoğu internet kullanıcısı online perakendecilerin

offline olanlara göre daha çok indirim ve fiyat promosyonu sunmasını beklemektedir. Dolayısı ile ücretsiz kargo, fiyat indirimleri vb. tüketicilerin sanal alışveriş sepetini kullanmalarını artırırken (Close ve Kukar-Kinney, 2010), beklenmedik kargo ücretleri tüketicilerin satın alma hevesini kıracaktır (Magill, 2005). Fiyat odaklı tüketicilerin, beklenmedik maliyetlerle karşılaştıklarında sanal alışveriş sepetini terk etmeleri muhtemeldir. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 5: Tüketicilerin fiyat odaklı karar verme tarzlarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Sondhi (2017) alışveriş sepetini terk etmenin, bilişsel çelişkiyi azaltma yollarından biri olduğunu öne sürmüştür. Algılanan risk ne kadar fazla ise, bilişsel çelişki ve dolayısı ile sepeti terk etme davranışı da artış gösterecektir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda algılanan risk genellikle gizlilik/güvenlik riski bağlamında incelenmiş de (Mick ve Fournier, 1998; Ranganathan ve Ganapathy, 2002; Odom vd., 2002; Sondhi, 2017) algılanan riskin finansal, sosyal ve psikolojik boyutları olduğu da unutulmamalıdır. Düşünmeden alışveriş yapan tüketicilerin, sonrasında yaşayacakları bilişsel çelişkiden kaçınmak için, alışveriş sepetini terk etme olasılıkları daha yüksek olacaktır. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 6: Tüketicilerin düşünmeden alışveriş yapma tarzına sahip olmalarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Satın alma kararı verirken çeşit karmaşası yaşayan tüketiciler, marka, mağaza ve bilgi çokluğundan dolayı karar vermede zorlandıkları için (Sproles ve Kendall, 1986) bu karmaşayı yaşayan tüketicilerin alışveriş sepetini terk etme olasılıkları artacaktır. Huang vd.'nin (2018) de öne sürdüğü gibi mobil alışveriş sepetlerini terk etmede çatışma, duygu karmaşası ve tereddüt etkilidir. Dolayısı ile çeşit karmaşasının, yarattığı duygu karmaşası ile birlikte sepeti terk etme davranışını tetikleyeceği söylenebilir. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 7: Tüketicilerin satın alma kararı verirken çeşit karmaşası yaşamalarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Alışkanlık-marka bağlılığı odaklı tüketiciler, sevdikleri marka ve mağazalardan alışveriş yapmayı alışkanlık hâline getirdikleri için (Sproles ve Kendall, 1986), sanal alışveriş sepetini sadece vitrin bakma faaliyeti olarak kullanmaktadır. Alışveriş sepetini terk etmeyi tetikleyen algılanan risk faktörünün (Tong, 2010; Cho, 2004) tüketicilerin alışık olmadıkları ürünleri sepete ekledikleri durumda artış göstereceği söylenebilir. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 8: Tüketicilerin alışkanlık/marka bağlılığı odaklı karar verme tarzına sahip olmalarının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde pozitif etkisi vardır.

Tüketicilerin sanal alışveriş sepetini terk etmesine sebep olan en önemli faktörlerden biri literatürde “anlık satın alma niyeti” olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicilerin anında satın alma niyeti, satın alma frekanslarını da artırmaktadır (Close ve Kukar-Kinney, 2010). Close ve Kukar-Kinney (2010) ayrıca anında satın alma niyetinin alışveriş sepetini terk etme üzerinde negatif etkisi olduğunu tespit etmiştir. Buna dayanarak oluşturulan hipotezler aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 9: Anında satın alma niyetinin, sanal alışveriş sepetini terk etme üzerinde negatif etkisi vardır.

Hipotez 10: Anında satın alma niyetinin, online satın alma sıklığı üzerinde pozitif etkisi vardır.

Online alışveriş yapmak, online satın alma yapmak anlamına gelmemektedir ve ikisini tetikleyen güdüler farklıdır. Close ve Kukar-Kinney (2010) anında satın alma niyetinin online satın alma sıklığını artırdığını belirtmiştir. Dolayısı ile online satın alma sıklığının artması alışveriş sepetini terk etmenin de önüne geçecektir. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 11: Online satın alma sıklığının, sanal alışveriş sepetini terk etme üzerinde negatif etkisi vardır.

Hipotez 12: Tüketicilerin online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme davranışları arasında ilişkide anlamlı satın alma niyetinin düzenleyici etkisi vardır.

Mitchell ve Walsh (2004:331) cinsiyet faktörünün tüketicilerin karar alma tarzı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmalarında, erkekler ve kadınların karar alma tarzları açısından farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Wesley vd. (2006) tüketicilerin alışveriş merkezlerine yönelik değerlendirmelerini ve satın alma tarzlarını inceledikleri çalışmalarında, cinsiyetin satın alma kararları ile yüksek oranda ilişkili olduğunu belirlemiştir. Buna dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 13: Tüketicilerin cinsiyeti ile satın alma tarzları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tüketicilerin sanal alışveriş sepetini terk etme davranışlarını inceleyen birçok çalışma demografik değişkenleri göz ardı etmiştir. Cinsiyetin sanal alışveriş sepetini terk etmeye etkisinin incelendiği çok az çalışmada, bu davranışın cinsiyetten etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır (Sondhi, 2017; Rajamma vd., 2009). Öte yandan tüketicilerin satın alma davranışlarının, cinsiyetlerinden etkilendiğini kanıtlayan çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Örneğin; Arnold ve Reynolds (2003) kadınların daha hızlı satın almaları yaptığını belirtirken, Burgess vd. (2014) kadınların daha düşünmeden ve anlamlı satın alma yaptıklarını bulmuştur. Online alışverişlerde de cinsiyetin davranışı etkileme potansiyeline dayanarak oluşturulan hipotez aşağıda belirtildiği gibidir:

Hipotez 14: Katılımcıların cinsiyeti ile sanal alışveriş sepetini terk etme davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Yöntem

Örneklem

Araştırma örneklemini, Türkiye’de şehir merkezlerinde yaşayan, 17 yaş üzeri tüketiciler oluşturmakta olup, bu bireylere ulaşmak için kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veriler genel olarak incelendiğinde; ankete katılanların yaklaşık %80’inin 1980-1999 doğumlu oldukları, cinsiyetleri bakımından kadınların çoğunlukta olduğu (%53,5 kadın ve %46,5 erkek), eğitim seviyeleri bakımından yaklaşık yarısının lisans mezunu olduğu, yaklaşık %83’ünün 2.000 TL üzerinde gelire sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların temel demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Değişkenler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	215	53,5
Erkek	187	46,5
Eğitim		
İlköğretim	6	1,5
Lise	94	23,4
Ön Lisans	25	6,2
Lisans	196	48,8
Yüksek Lisans	67	16,7
Doktora	14	3,5
Yaş Grubu		
2000-2018 (Z Kuşağı)	24	6,0
1980-1999 (Y Kuşağı)	324	80,6
1965-1979 (X Kuşağı)	48	11,9
1946-1964 (Baby Boomers)	6	1,5
Gelir		
2.000 TL ve altı	68	16,9
2.001- 4.000 TL	107	26,6
4.001- 6.000 TL	109	27,1
6.001- 8.000 TL	70	17,4
8.001 TL ve üstü	48	11,9
n= 402		

Veri Toplama Aracı ve Kullanılan Ölçekler

Araştırmada birinci veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmakta olup, birinci bölüm katılımcıların karar verme tarzlarına ilişkin soruları kapsamaktadır. İkinci bölüm online satın alma davranışlarına ilişkin soruları kapsamaktadır. Üçüncü bölümde, tüketicilerin demografik bilgilerini içeren sorular bulunmaktadır. Sorularda 5'li likert ölçeği (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum ve 1: Asla, 5: Her zaman) kullanılmıştır. Ön testler sonrasında, anket formu şekillendikten sonra veri toplama işlemi 1 Nisan-30 Haziran 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Tüketici karar verme tarzlarını ölçmek üzere kullanılan ölçek Sproles ve Kendall (1986) ve Sproles ve Sproles (1990)'ın çalışmalarından alınmıştır. Ölçek mükemmeliyetçilik, marka bilinci, yenilikçilik, eğlence, fiyat, düşünmeden alışveriş yapma, çeşit karmaşası, alışkanlık olmak üzere 8 alt boyuta sahiptir ve toplam 39 ifadeden oluşmaktadır. Tüketicilerin sanal alışveriş sepetinden vazgeçme seviyelerini ölçmek için kullanılan değişkenlerin belirlenmesinde Kukar-Kinney ve Close (2010)'un

çalışmasından yararlanılırken, anlık satın alma niyetini ve online alışveriş sıklığını ölçmek için, Close ve Kukar-Kinney (2010)'in ölçeği kullanılmıştır.

Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Tüketici karar verme tarzları ölçeğinin geçerlik analizi kapsamında modelin teoride temel alınan faktör yapısına ne kadar uyumlu olduğunu test etmek için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Faktörler ile maddeleri arasında hesaplanan ilişki katsayılarının (standart regresyon ağırlıkları) .453 ile .902 arasında değiştiği görülmektedir. Faktör madde ilişki katsayısı .40'ın altında olan altı madde, ölçekten çıkarılmıştır. Ancak ilişki katsayısı 0,368 olan F1 ve 0,074 olan F2 maddeleri fiyat odaklılık faktörünü ölçen hâlihazırda sadece üç madde olduğu için ve bir faktörün çok kararlı olabilmesi için en az 3 tane maddeye sahip olması gerektiği için (Velicer ve Fava, 1998) ölçekten çıkarılmamıştır. Uyum indeksleri Tablo 2'de gösterilmektedir. DFA sonucunda Ki-kare ve RMSEA uyum indekslerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Sonuç olarak 8 faktör ve 33 maddeden oluşan, iyi derecede yapı geçerliğine sahip bir ölçeğe ulaşılmıştır.

Tablo 2. Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği DFA Uyum İndeksleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	Ulaşılan Değerler
RMSEA	0.00<RMSEA<0.05	0.05<RMSA<0.08	0,063
Goodness of Fit Index (GFI)	0.95<GFI<1.00	0.90<GFI<0.95	0,836
Adjusted GFI	0.90<AGFI<1.00	0.85<AGFI<0.90	0,803
Normed Fit Index (NFI)	0.95<NFI<1.00	0.90<NFI<0.95	0,760
Comperative Fit Index (CFI)	0.95<CFI<1.00	0.90<CFI<0.95	0,834
χ^2 /df	0< χ^2 /df <3	3≤ χ^2 /df <5	2,613

Ankette yer alan faktörlere ilişkin Cronbach's Alpha değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir ve bu değerler % 70'in üstünde yer aldığı için her bir faktörün yüksek düzeyde güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Field, 2009). Düşünmeden alışveriş yapma, fiyat odaklılık ve alışkanlık/marka bağlılığı odaklılık değişkenlerinin güvenilirlikleri Sproles ve Kendall (1986) ve Sproles ve Sproles (1990)'in orijinal ölçeklerinde de %70'in altında değerler almıştır.

Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Temel Faktörler	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
1. Tüketici Karar Verme Tazları	33	0,853
1.1. Mükemmeliyetçilik/Yüksek Kalite odaklılık	5	0,837
1.2. Marka Odaklılık	6	0,810
1.3. Yenilik/Moda odaklılık	5	0,775
1.4. Eğlence/Haz Odaklılık	4	0,760
1.5. Düşünmeden Alışveriş Etme	3	0,545
1.6. Fiyat odaklılık	3	0,493
1.7. Çeşit Karmaşası Yaşama	4	0,816
1.8. Alışkanlık/Marka Bağlılığı odaklılık	3	0,606
2. Anında Satın Alma Niyeti	3	0,756
3. Online Satın Alma Sıklığı	3	0,800
4. Alışveriş Sepetini Terk etme	4	0,834

Araştırma Bulguları

Bu bölümde ilk olarak, araştırma hipotezlerini test etmek için yapılan regresyon analizi ve düzenleyici değişken analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Ayrıca araştırma kapsamındaki tüketicilerin cinsiyetlerine göre karar verme tarzları ile alışveriş sepetini terk etme davranışlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız örneklem “t” testi sonuçları raporlanmıştır.

Regresyon Analizleri

Bağımsız değişkenlerden hangilerinin sanal alışveriş sepetini terk etmeye anlamlı bir katkı sağladığını belirlemek amacıyla aşamalı regresyon (stepwise) yöntemi uygulanmıştır. Aşamalı regresyon analizinde bağımlı değişkenle en yüksek korelasyona sahip bağımsız değişken ilk olarak modele alınmaktadır. Bu yöntem altı aşamalı model olarak gerçekleştirilmiş ve sonucunda sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını açıklayan toplam varyansa erişilmiştir. Regresyon analizi sonuçları Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4. Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Değişken	B (katsayı)	S. Hata	T	P	R ²	Düzeltilmiş R ²
1	Sabit	3,767	0,138	27,282	0,000	0,066	0,063
	Online Satın Alma Sıklığı	-0,233	0,044	-5,308	0,000		
2	Sabit	3,322	0,16	20,764	0,000	0,123	0,118
	Online Satın Alma Sıklığı	-0,263	0,043	-6,135	0,000		
	Çeşit Karmaşası Yaşama	0,188	0,037	5,085	0,000		
3	Sabit	3,836	0,192	19,953	0,000	0,167	0,16
	Online Satın Alma Sıklığı	-0,264	0,042	-6,305	0,000		
	Çeşit Karmaşası Yaşama	0,184	0,036	5,096	0,000		
	Cinsiyet	-0,341	0,074	-4,581	0,000		
4	Sabit	3,23	0,247	13,066	0,000	0,196	0,188
	Online Satın Alma Sıklığı	-0,276	0,041	-6,67	0,000		
	Çeşit Karmaşası Yaşama	0,175	0,036	4,914	0,000		
	Cinsiyet	-0,363	0,073	-4,936	0,000		
	Fiyat Odaklılık	0,189	0,05	3,804	0,000		
5	Sabit	2,68	0,279	9,618	0,000	0,227	0,218
	Online Satın Alma Sıklığı	-0,286	0,041	-7,030	0,000		
	Çeşit Karmaşası Yaşama	0,151	0,035	4,265	0,000		
	Cinsiyet	-0,36	0,072	-5,000	0,000		
	Fiyat Odaklılık	0,255	0,051	4,959	0,000		
	Düşünmeden Alışveriş	0,185	0,046	4,011	0,000		
6	Sabit	2,571	0,28	9,166	0,000	0,239	0,227
	Online Satın Alma Sıklığı	-0,309	0,041	-7,447	0,000		
	Çeşit Karmaşası Yaşama	0,134	0,036	3,740	0,000		
	Cinsiyet	-0,389	0,073	-5,364	0,000		
	Fiyat Odaklılık	0,261	0,051	5,102	0,000		
	Düşünmeden Alışveriş	0,162	0,047	3,469	0,001		
	Marka Odaklılık	0,116	0,047	2,458	0,014		
R ² : 0,239 Adjusted R ² :0,227 F:20,668 p: 0,000 Durbin-Watson:2,063							

Birinci modelde görüldüğü üzere sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkileyen en güçlü faktör online satın alma sıklığı olarak belirlenmiştir ve tek başına varyansın %6,6'sını açıklamaktadır. Beta değerinin yönünün negatif olması online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu sonuç Close ve Kukar-Kinney'in (2010) çalışması ise paralellik göstermektedir. İkinci modelde, tüketici karar verme tarzlarından "çeşit karmaşası yaşama" değişkeninin eklenmesiyle sanal alışveriş sepetinin açıklanan varyansı %12,3'e çıkmıştır. Yani tüketici karar verme tarzlarından sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkileyen en güçlü tarz "çeşit karmaşası yaşama"dır ve varyansa %5,7 katkısı olmuştur. Diğer modellerde sırası ile cinsiyet, fiyat odaklılık, düşünmeden alışveriş etme ve marka odaklılık değişkenleri eklenerek toplam açıklanan varyans %22,7'ye ulaşmıştır. Cinsiyet değişkeninde kadın 1, erkek 2 olarak kodlanmıştır. Bu durumda Beta değerinin negatif olması kadınlarda sanal alışveriş sepetini terk etme davranışının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Dolayısı ile H1, H3, H4, H8, H9 hipotezleri desteklenmezken, H2, H5, H6, H7, H11, H14 hipotezleri desteklenmiştir.

Ayrıca anında satın alma niyetinin online satın alma sıklığı üzerindeki etkisini test etmek için, enter metodu ile lineer regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü gibi, yapılan regresyon analizi sonucuna göre anında satın alma niyeti ile online satın alma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır. 0,571 olan R² değeri online satın alma sıklığı skorundaki değişikliklerde, anında satın alma niyetinin etkili olduğunu göstermektedir. Dolayısı ise H10 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 5. Anında Satın Alma Niyeti ile Online Satın Alma Sıklığı Arasındaki Regresyon Analizi

Değişken	B (katsayı)	S.Hata	t	p
Anında Satın Alma Niyeti	0,769	0,049	15,548	0
R ² : 0,573 Adjusted R ² :0,571 F:241,773 p: 0,000 Durbin-Watson: 1,910				

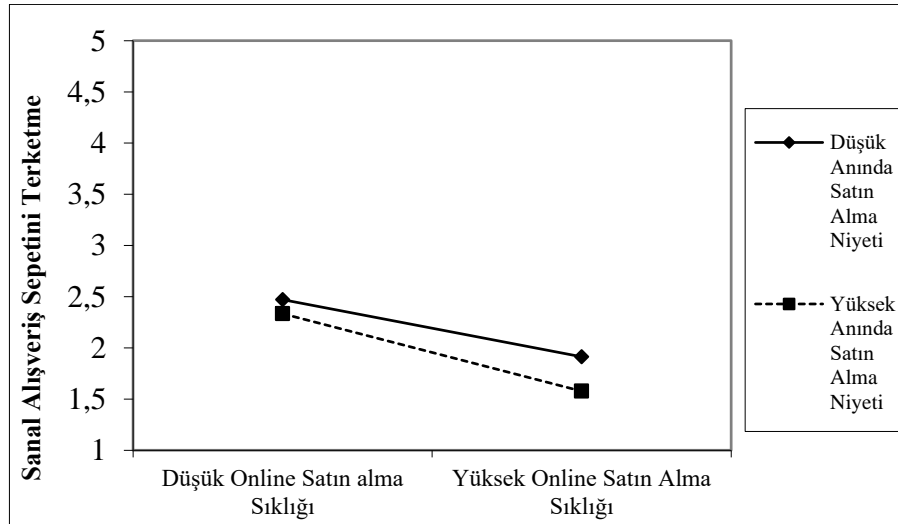
Düzenleyici Değişken Analizi

Online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasındaki ilişkide anlamlık satın alma niyetinin düzenleyici etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen analiz Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Online Satın Alma Sıklığı ile Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme Arasındaki İlişkide Anlık Satın Alma Niyetinin Düzenleyici Etkisi

Değişkenler	Standardize β	Standart Hata	t	p	LLCI	ULCI
Online Satın Alma Sıklığı	-0,3117	0,0721	-4,3227	0,000	-0,4535	-0,1699
Anlık Satın Alma Niyeti	0,0955	0,0718	1,3304	0,1841	-0,0456	0,2366
Etkileşim Değişkeni	-0,1101	0,0376	-2,9257	0,0036	-0,1841	-0,0361
Modelle İlişkin Değerler	R ² : 0,0889		F: 12,9492		p< 0,001	

Tablo 6 incelendiğinde, online satın alma sıklığının sanal alışveriş sepetini terk etme üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi ($\beta = -0,3117$; $p = 0,000$) tespit edilirken; anlık satın alma niyetinin ise sanal alışveriş sepetini terk etme davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($\beta = 0,0955$; $P = 0,1841$) görülmektedir. Düzenleyici etkinin varlığı incelendiğinde, etkileşim değişkeninin negatif ve anlamlı bir etkiye ($\beta = -0,1101$; $P < 0,05$) sahip olduğu görülmektedir. Buna göre H12 hipotezi desteklenmiştir. Ulaşılan bu sonuca göre, tüketicilerin online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasındaki ilişkide, anlık satın alma niyetinin düzenleyici etkisi bulunmaktadır. Bu aşamadan sonra anlık satın alma düzeyinin farklı düzeylerinde online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek ve etkinin yapısını görmek amacıyla, Şekil 2’de sunulan grafik oluşturulmuştur. Bu grafiğin oluşturulmasında, Jeremy Dawson’ın geliştirdiği 2-way linear interactions isimli Excel makrosundan yararlanılmıştır.



Şekil 2. Anlık Satın Alma Niyetinin Farklı Düzeylerinde Online Satın Alma Sıklığı ve Sanal Alışveriş Sepetini Terk etme Davranışı Arasındaki İlişki

Şekil 2’de tüketicilerin anlık satın alma niyetinin iki farklı düzeyine göre (düşük ve yüksek) online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme davranışı arasındaki ilişki incelenmiştir. Anlık satın alma niyeti yükseldikçe, katılımcıların online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etmeleri arasındaki negatif yönlü ilişki daha kuvvetli olmaktadır. Görüldüğü üzere yüksek anlık satın alma eğrisinin eğimi, düşük satın alma eğrisinin eğiminden daha büyüktür. Anında satın alma niyetinin yüksek olduğu durumda, online satın alma sıklığı daha da artmakta ve bu da sanal alışveriş sepetini terk etme olasılığını azaltmaktadır.

Bağımsız Örneklem t-Testleri

Araştırma kapsamındaki tüketicilerin cinsiyetlerine göre tüketici karar verme tarzları ile alışveriş sepetini terk etme davranışlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız örneklem “t” testi yapılmıştır (Tablo 7).

Tablo 7. Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem Testleri

Değişken	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	T	sd	P																																																																																																																				
Mükemmeliyetçilik/Yüksek Kalite Odaklılık	Kadın	215	3,8977	,82414	-,773	399,321	0,440																																																																																																																				
	Erkek	187	3,9583	,74673				Yenilik/Moda Odaklılık	Kadın	215	3,0205	,87454	2,042	400	0,042	Erkek	187	2,8353	,94256	Marka Odaklılık	Kadın	215	2,4519	,81635	-2,706	400	0,007	Erkek	187	2,6738	,82375	Çeşit Karmaşası Yaşama	Kadın	215	2,8872	1,10268	,509	400	0,611	Erkek	187	2,8342	,96717	Düşünmeden Alışveriş	Kadın	215	2,1938	,86537	,700	400	0,484	Erkek	187	2,1355	,79541	Eğlence/Haz Odaklılık	Kadın	215	3,1547	,97856	4,696	400	0,000	Erkek	187	2,6872	1,01487	Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138	Erkek	187	3,7504	,77951	Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000
Yenilik/Moda Odaklılık	Kadın	215	3,0205	,87454	2,042	400	0,042																																																																																																																				
	Erkek	187	2,8353	,94256				Marka Odaklılık	Kadın	215	2,4519	,81635	-2,706	400	0,007	Erkek	187	2,6738	,82375	Çeşit Karmaşası Yaşama	Kadın	215	2,8872	1,10268	,509	400	0,611	Erkek	187	2,8342	,96717	Düşünmeden Alışveriş	Kadın	215	2,1938	,86537	,700	400	0,484	Erkek	187	2,1355	,79541	Eğlence/Haz Odaklılık	Kadın	215	3,1547	,97856	4,696	400	0,000	Erkek	187	2,6872	1,01487	Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138	Erkek	187	3,7504	,77951	Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655								
Marka Odaklılık	Kadın	215	2,4519	,81635	-2,706	400	0,007																																																																																																																				
	Erkek	187	2,6738	,82375				Çeşit Karmaşası Yaşama	Kadın	215	2,8872	1,10268	,509	400	0,611	Erkek	187	2,8342	,96717	Düşünmeden Alışveriş	Kadın	215	2,1938	,86537	,700	400	0,484	Erkek	187	2,1355	,79541	Eğlence/Haz Odaklılık	Kadın	215	3,1547	,97856	4,696	400	0,000	Erkek	187	2,6872	1,01487	Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138	Erkek	187	3,7504	,77951	Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																				
Çeşit Karmaşası Yaşama	Kadın	215	2,8872	1,10268	,509	400	0,611																																																																																																																				
	Erkek	187	2,8342	,96717				Düşünmeden Alışveriş	Kadın	215	2,1938	,86537	,700	400	0,484	Erkek	187	2,1355	,79541	Eğlence/Haz Odaklılık	Kadın	215	3,1547	,97856	4,696	400	0,000	Erkek	187	2,6872	1,01487	Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138	Erkek	187	3,7504	,77951	Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																
Düşünmeden Alışveriş	Kadın	215	2,1938	,86537	,700	400	0,484																																																																																																																				
	Erkek	187	2,1355	,79541				Eğlence/Haz Odaklılık	Kadın	215	3,1547	,97856	4,696	400	0,000	Erkek	187	2,6872	1,01487	Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138	Erkek	187	3,7504	,77951	Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																												
Eğlence/Haz Odaklılık	Kadın	215	3,1547	,97856	4,696	400	0,000																																																																																																																				
	Erkek	187	2,6872	1,01487				Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138	Erkek	187	3,7504	,77951	Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																																								
Fiyat odaklılık	Kadın	215	3,6403	,70588	-1,486	400	0,138																																																																																																																				
	Erkek	187	3,7504	,77951				Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002	Erkek	187	3,5847	,81967	Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																																																				
Alışkanlık/ Marka Bağlılığı odaklılık	Kadın	215	3,8372	,80681	3,107	400	0,002																																																																																																																				
	Erkek	187	3,5847	,81967				Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836	Erkek	187	2,9643	,92614	Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																																																																
Anlık Satın Alma Niyeti	Kadın	215	2,9457	,87876	-,207	400	0,836																																																																																																																				
	Erkek	187	2,9643	,92614				Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879	Erkek	187	3,0143	,91439	Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																																																																												
Online Satın Alma Sıklığı	Kadın	215	3,0279	,88206	,152	400	0,879																																																																																																																				
	Erkek	187	3,0143	,91439				Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000	Erkek	187	2,8783	,76655																																																																																																								
Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme	Kadın	215	3,2256	,81833	4,370	400	0,000																																																																																																																				
	Erkek	187	2,8783	,76655																																																																																																																							

Yapılan analiz sonucunda kadın ve erkeklerin karar verme tarzlarından yenilik/moda odaklılık, marka odaklılık, eğlence/haz odaklılık ve alışkanlık/marka bağlılığı odaklılık arasındaki istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Kadın tüketicilerin karar verme tarzları incelendiğinde daha yenilik, eğlence ve alışkanlık odaklı oldukları ancak daha az marka odaklı oldukları görülmektedir. Ayrıca kadın ve erkeklerin sanal alışveriş sepetini terk etme davranışları arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Kadınlar, erkeklere oranla alışveriş sepetini daha sıklıkla terk etmektedir. Dolayısı ile bulgular cinsiyetin satın alma karar tarzları ile ilişkili olduğunu öne süren çalışmalarla paralellik göstermektedir (Mitchell ve Walsh, 2004; Wesley vd., 2006). Arnold ve Reynolds (2003)'un belirttiği gibi kadınların erkeklere kıyasla daha fazla eğlence/haz odaklı satın alımlar yaptıkları saptanmıştır. Dolayısıyla H13 hipotezi desteklenmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Tüketicilerin karar verme tarzlarının, demografik özelliklerinin, anlık satın alma niyetlerinin ve online satın alma sıklıklarının sanal alışveriş sepetini terk etme davranışları üzerindeki etkisinin kıyafet sektörü bağlamında incelendiği bu çalışmada, 402 kişiye kolayda örneklem yöntemi ile anketler uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, online satın alma sıklığı, çeşit karmaşası yaşama, cinsiyet, fiyat odaklılık, düşünmeden alışveriş yapma ve marka odaklılık değişkenleri ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkileyen en güçlü faktörün online satın alma sıklığı olarak bulunması Close ve Kukar-Kinney'in (2010) çalışması ile paralellik göstermektedir. Ayrıca anında satın alma niyeti ile online satın alma sıklığı arasında güçlü, pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Tüketicilerin anında satın alma niyeti, online satın alma sıklıklarını da artırmaktadır (Close ve Kukar-Kinney, 2010). Yapılan analizler sonucunda anında satın alma niyetinin sanal alışveriş sepetini terk etme davranışına doğrudan bir etkisi bulunmazken, online satın alma sıklığı ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasındaki ilişkide düzenleyici etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anlık satın alma niyeti arttıkça, tüketicilerin online alışveriş sıklığı da artmakta ve dolayısı ile sanal alışveriş sepetini terk etme olasılıkları azalmaktadır. Alışveriş sepetini terk etmeyi önlemek için firmaların tüketicilerin anlık satın alma dürtülerini teşvik etmeleri ve online satın alma sıklıklarını artıracak tutundurma faaliyetlerine yönelmeleri gerekmektedir.

Çalışmada, tüketici karar verme tarzlarından sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkileyen en güçlü tarz "çeşit karmaşası yaşama" olarak bulunmuştur. Huang vd.'nin (2018) öne sürdüğü gibi duygu karmaşası alışveriş sepetini terk etmeye yol açan temel faktörlerdendir ve marka, mağaza ve bilgi çokluğundan karar vermede zorlanan tüketiciler duygu çatışmasına son vermek için alışveriş sepetini terk edebilmektedir. Online alışveriş siteleri, kararsız müşterilerin karar alma sürecini hızlandırmak ve yönlendirmek için tutundurma çalışmalarına önem vermeli ve etkili web sitesi tasarımları kullanılmalıdır.

Çalışmada, tüketici karar verme tarzlarından fiyat odaklılığın, sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkileyen bir diğer faktör olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu, literatürde sanal alışveriş sepetini terk etmenin en önemli sebeplerinden birinin

fiyat olduğunu öne süren çalışmalarla paralellik göstermektedir (Maxwell ve Maxwell, 2001; Magill, 2005; Close ve Kukar-Kinney, 2010). Dolayısı ile online alışveriş siteleri, tüketicilerin ürünü sepete ekledikten sonra beklenmedik maliyetlerle karşılaşmasını engellemelidir. Kargo, vergi vb. maliyetleri fiyatın içerisine eklemeli veya tüketicilerin ürünü sepete eklemekten görebileceği şekilde web sitesini tasarlamalıdır.

Çalışmada elde edilen bulgulardan bir diğeri ise düşünmeden alışveriş yapan tüketicilerin alışveriş sepetini daha çok terk ettikleridir. Bunun temel sebebi tüketicilerin plansız alışveriş yaptıkları için, sonrasında yaşayacakları bilişsel çelişkiden kaçınmak için alışveriş sepetini terk etmeleri olarak yorumlanabilir. Nitekim bu bulgu Sondhi (2017) ve Huang vd.'nin (2018) tüketicilerin bilişsel çelişkilerini azaltmak için alışveriş sepetini terk ettikleri argümanlarını destekler niteliktedir.

Ayrıca sanal alışverişini terk etme davranışında marka odaklılık tarzının da etkili olduğu bulunmuştur. Marka odağından uzaklaşmanın getirdiği sosyal, psikolojik ve ilişkili diğer riskler alışveriş sepetini terk etmeyi beraberinde getirmektedir. Online alışveriş siteleri bu bağlamda marka yönetim çalışmalarına hız vermeli ve marka değerini artıracak tutundurma faaliyetlerine yönelerek tüketici sadakatini geliştirmelidir.

Yapılan analizler sonucunda cinsiyetin hem tüketici karar verme tarzlarını hem de sanal alışveriş sepetini terk etme davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Kadın tüketicilerin karar verme tarzları incelendiğinde daha çok yenilik, eğlence ve alışkanlık odaklı oldukları ancak daha az marka odaklı oldukları görülmektedir. Kadınlar, erkeklere oranla alışveriş sepetini daha sıklıkla terk etmektedir. Firmalar, hem hedef kitlelerini belirlerken hem de mevcut hedef kitlelerine yönelik iletişim ve tutundurma faaliyetlerini geliştirirken ve web sitelerini tasarlarken bu kriterleri göz önünde bulundurmalıdır.

Literatürdeki araştırmalar, şimdiye kadar sanal alışveriş sepetini terk etmenin “dış kaynaklı” sebeplerini incelemişlerdir ve bu sebepler her tüketici için geçerli sebepler değildir. Tüketicilerin eğlence, bilgi arama veya istek listesi oluşturma amacı ile sanal alışveriş sepetlerini kullanması onların satın alma veya almama davranışlarını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Örneğin eğlence amacı ile web sitesinde gezinerek sepete ürün ekleyen tüketici gerçekten ürünü beğenerek satın alabilmekte veya ürünü sepete bile eklemekten web sitesinden ayrılabilir. Ürünü sepete eklemek, satın almanın ön koşuludur ve tüketiciyi satın almadan vazgeçiren durumu sadece eğlence ve bilgi arama gibi dar kapsamlı sebeplere indirgemek tüketici davranışları alanının ilerlemesine sekte vuracaktır. Bu çalışma tüketicilerin karar verme tarzlarının, alışveriş sepetini terk etmedeki etkisini inceleyerek “tüketici” boyutunu ortaya koymuş ve bu bağlamda literatürdeki çalışmalardan ayrılmıştır.

Araştırma Kısıtları ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışmanın en önemli kısıtı, tüketicilerin sadece belirli demografik özelliklerinin değerlendirilmesi, kişilik özelliklerinin dikkate alınmaması ve kolayda örneklem yöntemi ile sınırlı kalmasıdır. Tüketicilerinin karar verme tarzının, sanal alışveriş sepetini terk etmeleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığını görebilmek için, örneklemin daha heterojen dağılması gerekmektedir.

Bununla birlikte elde edilen bulgular, hem tüketici karar verme tarzları hem de sanal alışveriş sepetini terk etme ölçeklerinin Türk tüketiciler üzerinde uygulandığında sonuçların farklılaştığını göstermesi açısından ilgili teorilere ilişkin literatüre önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Mevcut kısıtlarına rağmen araştırma, konu hakkında faydalı

bulgular sunması ve gelecekteki araştırmalara bir örnek teşkil etmesi açısından önem taşımaktadır. Yukarıda bahsedildiği gibi bu çalışmanın en önemli katkısı sanal alışveriş sepetini terk etme ile ilgili literatürdeki araştırmaların birbirine benzeyen ortak bakış açısından ayrılarak farklı ve kapsayıcı bir pencereden yani “tüketici” boyutundan bakmaya yönelmesi olmuştur. Tüketici karar verme tarzları ile sanal alışveriş sepetini terk etme arasındaki ilişki ve etkileşimi ortaya koymaya yönelik olarak daha sonra yapılacak çalışmalarda, tüketicilerin bu ilişkiye etki edebilecek gelir, meslek, aylık harcama vb. faktörlerin ele alınması ve farklı ürün kategorilerini de kapsamaları önerilebilir. Böylelikle bu ilişkiye aracılık eden diğer faktörler de gün ışığına çıkarılacaktır.

Kaynaklar

- Arnold, M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79 (2), 77–95.
- Bridges E, Florsheim R. (2008). Hedonic and utilitarian shopping goals: the online experience. *Journal of Business Research*, 61(4), 309–314.
- Burgess, B., Yaoyuneyong, G., Gibbs, S. (2014). Gender, self-construal and impulse buying behavior of young Thai consumers. *Asian Journal of Business Research*, 4(1), 1-15.
- Charney, T. ve Greenberg, B. S. (2001). Uses and gratifications of the Internet. Lin C.A., Atkin, D. (Ed.), *Communication Technology and Society Audience Adoption and Uses içinde* (ss.353-78). Cresskill, NJ: Hampton.
- Cho, J. (2004). Likelihood to abort an online transaction: influences from cognitive evaluations, attitudes, and behavioral variables. *Information & Management*, 41, 827-838.
- Cho, C.H., Kang, J., Cheon, H. J. (2006). Online shopping hesitation. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(3), 261–274.
- Close, A. G. ve Kukar-Kinney, M. (2010). Beyond buying: motivations behind consumers' online shopping cart use. *Journal of Business Research*, 63(9-10), 986-992.
- Coppola, J. ve Sousa, K. (2008). Characteristics affecting the abandonment of e-commerce shopping carts – a pilot study. *Northeast Decision Sciences Institute Proceedings*, 384-389.
- Fan, J. X. ve Xiao, J. (1998). Consumer decision making styles of young-adult Chinese. *The Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 275-294.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row & Peterson.

- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: SAGE Publications Ltd.
- Goldwyn, C. (2003). The art of the cart. *Vividence Corporation Report*. [http://www.keynote.com/downloads/cem/wp_stop_losing_customers.pdf]
- Hafstrom, L. L., Jung-Sook, C., Young-Sook, C. (1992). Consumer-decision making styles: comparison between united states and Korean young consumers. *The Journal of Consumer Affairs*, 26(1), 46-158.
- Holbrook, M. B. ve Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *The Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140.
- Huang, G, Korfiatis, N. ve Chang, C. (2018). Mobile shopping cart abandonment: The roles of conflicts, ambivalence, and hesitation. *Journal of Business Research*, 85, 165-174.
- Kukar-Kinney, M. ve Close, A. G. (2010). The determinants of consumers' online shopping cart abandonment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), 240–250.
- Luo X. (2010). Uses and gratifications theory and e-consumer behaviors: a structural equation modeling study, *Journal of Interactive Advertising*, 2(2), 34-41.
- Magill, K. (2005). Building a better shopping cart. *Multichannel Merchant*, 1(8), 18–19.
- Maxwell S. ve Maxwell N. (2001). Channel reference prices: the potentially damaging effects of napster. *Proceedings of the 2001 Fordham University Behavioral Pricing Conference*, 32.
- Mick, D.G. ve Fournier, S. (1998). Paradoxes of technology: Consumer cognizance, emotions, and coping strategies. *Journal of Consumer Research*, 25(2), 123–143.
- Mitchell, V. ve Walsh, G. (2004). Gender differences in German consumer decisionmaking styles. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(4), 331-346.
- Nedungadi, P. (1990). Recall and consumer consideration sets: influencing choice without altering brand evaluations. *The Journal of Consumer Research*, 17(4), 263–276.
- Nelson, R. A., Cohen, R., Rasmussen, F. R. (2007). An analysis of pricing strategy and price dispersion on the internet. *Eastern Economic Journal*, 33(1), 95–110.
- Odabaşı, Y. (2002). *Tüketici Davranışı*. İstanbul:Kapital Medya Hizmetleri AŞ.

- Odom, M.D., Kumar, A., Saunders, L. (2002). Web assurance seals: how and why they influence consumers' decisions. *Journal of Information Systems*, 16(2), 231-250.
- Oliver, R. L., Shor, M. (2003). Digital redemption of coupons: satisfying and dissatisfying effects of promotion codes. *Journal of Product and Brand Management*, 12(2), 121-134.
- Punjand G., Moore R. (2009). Information search and consideration set formation in a web-based store environment. *Journal of Business Research*, 62(6), 644-650.
- Rajamma, R.K., Paswan, A. K, Hossain, M. M. (2009). Why do shoppers abandon shopping cart? Perceived waiting time, risk, and transaction inconvenience. *Journal of Product & Brand Management*, 18(3), 188-197.
- Ranganathan, C. ve Ganapathy, S. (2002). Key dimensions of business-to-business web sites. *Information and Management*, 39, 457-465.
- Rewick, J. (2000). Clinching the holiday e-sale: some 65% of online shopper's bolt at the checkout point; e-tailers try to keep them. *Wall Street Journal*, B1. October 9.
- Sproles, E. K. ve Sproles, G. B. (1990). Consumer decision-making styles as a function of individual learning styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 24(1), 134-147.
- Sproles G. B. ve Kendall, E. L. (1986). A Methodology for profiling consumers' decision-making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267-279.
- Sproles B.G. (1983). From perfectionism to fadism: Measuring consumers' decision-making styles. *Proceedings American Council on Consumer Interests*, 31, 79-85.
- Sondhi, N. (2017). Segmenting & profiling the deflecting customer: understanding shopping cart abandonment. *Procedia Computer Science*, 122, 392-399.
- Song, J. (2019). A study on online shopping cart abandonment: A Product Category Perspective. *Journal of Internet Commerce*, 18(2), 1-32.
- Tong, X. (2010). A cross-national investigation of an extended technology acceptance model in the online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(10), 742-759.
- Velicer, W. F. ve Fava, J. L. (1998). Effects of variable and subject sampling on factor pattern recovery. *Psychological Methods*, 3(2), 231-251.
- Walsh, G., Mitchell, V. W., Thureau, T. H. (2001). German consumer-decision making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 73-95.

Wesley, S., LeHew, M., Woodside, A.G. (2006). Consumer decision-making styles and mall shopping behavior: building theory using exploratory data analysis and the comparative method. *Journal of Bussiness Research*, 59 (5), 535–548.

Wolfenbarger, M. ve Gilly, M.C. (2001). Shopping online for freedom, control and fun. *California Management Review*, 43(2), 34-55.

TÜİK (2018). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2018. Sayı: 27819.

TÜİK (2017). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2017. Sayı: 24862.

EK: ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Mükemmeliyetçilik/ Yüksek Kalite Odaklılık
Aldığım ürünlerin kalitelerinin yüksek olması benim için çok önemlidir.
Konu bir ürün satın almak olunca, en iyisini ya da en kusursuz olanını satın almaya çalışırım.
Genellikle alışverişlerimde kalitesi en iyi olan ürünü almaya çalışırım
En iyi kalite ürünleri seçebilmek için özel çaba harcarım.
<i>Alışverişlerimde karar verirken çok fazla düşünmem.*</i>
Satın aldığım ürünlere yönelik standartlarım ve beklentilerim yüksektir.
<i>Beklentilerimi karşılayan ilk ürünü çok düşünmeden satın alırım.*</i>
Marka Odaklılık
Tanınmış markalar tercihimdir.
Genellikle pahalı markaları tercih ederim.
Bir ürün ne kadar pahalı ise o kadar kaliteli.
Şık mağaza ve dükkanlar bana en iyi ürünü sunarlar.
En çok satılan markaları almayı tercih ederim.
Genellikle reklamı çok yapılan markalar en iyi olanlardır.
Yenilik/ Moda Odaklılık
Genellikle en yeni giyim ürünlerinden en az bir tanesine sahibimdir.
Sürekli olarak gardırobumu değişen moda uygun olarak yenilerim.
Tarzımın moda uygun ve çekici olması benim için çok önemlidir.
Çok çeşide sahip olmak için farklı mağazalardan farklı markalar seçerim.
Yeni ve heyecan verici şeyler satın almak eğlencelidir.
Eğlence/Haz Odaklılık
Alışveriş yapmak benim için zevkli bir aktivite değildir.*
Alışveriş yapmak hayatımda en çok keyif aldığım aktivitelerden birisidir.
Mağaza mağaza dolaşarak alışveriş yapmak zaman kaybıdır.*
Sırf eğlenceli olduğu için alışveriş yapmaktan hoşlanırım.
<i>Alışverişlerimi genellikle hızlı şekilde tamamlarım.*</i>

Fiyat Odaklılık
Çoğunlukla indirimde olan ürünleri satın alırım.
Genellikle düşük fiyatlı ürünleri almayı tercih ederim.
Harcadığım paranın karşılığını alabilmek için dikkatli alışveriş yaparım.
Düşünmeden Alışveriş Yapma
<i>Alışverişlerimi daha iyi planlamam gerekir.</i>
Alışveriş yaparken düşünmeden karar veririm.
Genellikle sonrasında pişman olduğum dikkatsiz alışverişler yapıyorum.
<i>En iyi ürünü satın almak için alışverişe uzun zaman ayırıyorum.*</i>
Genellikle ne kadar para harcadığıma dikkat ederim.*
Çeşit Karmaşası Yaşama
Çok fazla seçenek olmasından dolayı seçim yaparken aklım karışıyor.
Bazen hangi mağazadan alışveriş yapacağıma karar vermem zor oluyor.
Ürünler hakkında ne kadar fazla şey öğrenirsem aralarından seçim yapmakta o kadar zorlanıyorum.
Farklı ürünlerle ilgili edindiğim bilgiler kafamın karışmasına yol açıyor.
Alışkanlık/ Marka Bağlılığı Odaklılık
Tekrar tekrar satın aldığım favorim olan markalar vardır.
Bir markanın ürününü beğenirsem onu kolay kolay bırakmam.
Her alışverişimde aynı mağazaları tercih ederim.
<i>Satın aldığım markaları düzenli olarak değiştiririm.*</i>
Anlık Satın Alma Niyeti
Bulduğum internet oturumu sırasında satın alma niyeti ile online alışveriş yaparım.
Online alışveriş sepetime ürünleri hemen satın alma niyetiyle eklerim.
İnternet mağazalarını hemen satın alma niyetiyle ziyaret etme sıklığınız nedir?
Online Satın Alma Sıklığı
Online alışveriş yaparken, genellikle aynı internet oturumunda bir şeyler satın alırım.
Alışveriş sepetime bir ürün eklediğimde, genellikle aynı internet oturumunda bu ürünü satın alırım.
İnternet mağazasını ziyaretinizde, ne sıklıkla gerçekten bir şeyler satın alırsınız?
Sanal Alışveriş Sepetini Terk Etme
Alışveriş sepetinizdeki ürünleri ne sıklıkta satın almaktan vazgeçiyorsunuz?
Ne kadar sıklıkla online alışveriş sepetine ürünler ekleyip, aynı internet oturumunda satın almadan ayrıldınız?
Ne kadar sıklıkla alışveriş sepetinize eklediğiniz ürünleri satın almadan önce web sayfasını kapattınız?
Bu alışverişlerinizde ne sıklıkla alışveriş sepetinizde bulunan herhangi bir ürünü satın almadan (ürünün o anda sizin için gereksiz olduğunu düşünmeniz, unutmanız veya finansal vb. nedenlerle) alışveriş sepetinde bıraktınız?

- Sonu * ile biten ifadeler, ters kodlanmış ifadelerdir.
- *İtalik* olan ifadeler, analizlerde çıkarılan ifadeleri belirtmektedir.

PERSONEL PERFORMANS DEĞERLENDİRMESİ VE SEÇİMİNDE HİBRİD BİR YAKLAŞIM

Mithat ZEYDAN¹
Gonca KAYHAN²

ÖZ

Teknolojik gelişmelere, rekabet koşullarına ve küreselleşmeye bağlı olarak değişen yönetim anlayışı, firmaların insan kaynaklarına bakış açısını değiştirmiştir. Günümüzde etkin insan kaynağına sahip olmak organizasyonların başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle büyük önem kazanan konulardan biri de çalışan performanslarının objektif bir şekilde değerlendirilmesidir. Genellikle büyük organizasyonlarda değerlendirme süreci kompleks bir yapıya sahiptir. Çünkü birçok karar kriteri ve karar verici bulunmaktadır. Karar analizi, çok kriterli/amaçlı ortamlarda yapılmaktadır. Bu nedenle objektif bir performans değerlendirme sistemi kurabilmek için değerlendirme sürecinde bilimsel yöntemlerin kullanılması gerekmektedir. Böylece uygulayıcılara da büyük kolaylıklar sağlanır. Bu çalışmada, Türkiye’de mobilya sektöründe öncü olan bir işletmede personel performans değerlendirme problemi ele alınmıştır. İnsan kaynakları departmanında çalışanların performans değerlendirmesinde, değerlendirme kriterleri Wang ve Chang’ın AHP mertebeli analizi yöntemleriyle ve personelin sıralandırılması ise Bulanık TOPSIS yöntemiyle yapılmıştır. Hibrid yöntemler ile yapılan değerlendirmenin mevcuda göre yapılan değerlendirmeden daha uygun sonuç verdiği gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Performans Değerleme, Bulanık AHP, Bulanık TOPSIS, İnsan Kaynakları Yönetimi

A HYBRID APPROACH IN STAFF PERFORMANCE EVALUATION AND SELECTION

ABSTRACT

Having effective human resources in today's competitive environment has become an important role in the success of organizations. Therefore, one of the important issues is the objective evaluation of employee performance. Generally, in large organizations, the evaluation process is complex because of many decision criteria and decision makers. Decision analysis is performed in multi-criteria/multi-objective environment. In order to establish an objective performance evaluation system, scientific methods should be used in the evaluation process. Thus, the practitioners are provided with great convenience. In this study, performance evaluation problems in a company is a pioneer in the furniture sector in Turkey were discussed. In the performance evaluation of the employees in the human resources department, the evaluation criteria were made by Wang and Chang's AHP order analysis methods and the personnel were ranked by the Fuzzy TOPSIS method. It has been observed that the evaluation with hybrid methods is more appropriate than the present evaluation.

Keywords: Performance Evaluation, Fuzzy AHP, Fuzzy TOPSIS, Human Resources Management

¹ Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, mithat.zeydan@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9459-146X.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği, goncakayhan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9040-0168.

Received/Geliş: 27/11/2019 Accepted/Kabul: 26/06/2020, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı: Zeydan, M., Kayhan, G. (2020), "Personel Performans Değerlendirmesi Ve Seçiminde Hibrid Bir Yaklaşım", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.91-118.

Giriş

Günümüz şartlarında hızla gelişen teknolojiyle, globalleşen dünyada ayakta kalabilmek için yönetimlerin attıkları adımda, aldıkları kararlarda sağlam temellere dayanmaları gerekmektedir. Bu sağlam temeller doğru zamanda, doğru veriyi işleyerek doğru bilgiye ulaşmakla olur. Bu süreç, “Ölçme ve Değerlendirme” olarak ifade edilebilir. Modern yönetimde, sezgilere dayanan kararlar vermektense profesyonel bir şekilde ölçme ve değerlendirme sonucu alınan kararlar daha güvenilir kabul edilmektedir. Yönetimler buldukları konumu koruma ve sürekli iyileşme için mevcut kaynaklarıyla ilgili doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmak isterler. Doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmak o kaynağı daha etkin ve güçlü kılar. Ancak bir firmanın maddi kaynakları ne kadar güçlü olursa olsun entelektüel sermayesi olan insan kaynağı etkin değilse o firmanın başarılı olması çok zordur. Bu nedenle firma verimliliğini ve kalitesini artırmak için başarı güdüsü yüksek motive edilmiş ve eğitilmiş insan kaynağına sahip olmak önemlidir. Böyle bir insan kaynağına ulaşmak için ölçme ve değerlendirme yapılarak çıkan sonuçlar doğrultusunda iyileştirmelere gidilebilmektedir. Kullanılabilecek araçlar ise performans ölçüm ve değerlendirme teknikleridir.

Palmer (1993), performans değerlendirmeyi, bir grubun veya iş görenin işiyle ilgili güçlü ve zayıf yönlerinin sistematik olarak tanımlanması, bir çalışanın önceden belirlenmiş standartlarla karşılaştırma ve ölçme yoluyla başarısının değerlendirilmesidir diye ifade etmiştir. Performans değerlendirme sürecinde analiz için verilerin özelliklerine ve karmaşıklığına göre çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Organizasyonların büyümesi karar verme süreçlerinin bu doğrultuda daha karmaşık hâle gelmesi çok kriterli karar verme tekniklerine olan ilgiyi artırmıştır. Son yıllarda çok kriterli karar verme teknikleri birçok karar probleminde etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu yöntemlerle farklı kişiler karar verme sürecine dâhil edilebilmekte ve birçok faktör bir arada ele alınarak değerlendirme yapılabilmektedir. Bu yönüyle çok amaçlı karar verme yöntemleriyle yapılan çalışmaların sonuçlarına güven artmaktadır. Çok amaçlı karar verme yöntemleri uygulandıkları alanlara göre farklılık göstermektedirler. Her teknik her sürece, probleme uymadığı gibi kararların verildiği ortamda belirlilik ve belirsizlikler söz konusu olmaktadır. İnsan kaynağı dikkate alındığında genellikle bir belirsizlik mevcuttur. Çünkü burada sayısal olmayan veriler ağır basmaktadır. Bir değerlendirme yapmak, somut verilere ulaşmak için sayısal olmayan verilerin sayısallaştırılması gerekmektedir. Bunun için çok kriterli karar verme teknikleri kullanılarak dilsel değişkenler işlenir ve ortaya sayısal sonuçlar çıkar.

Bu çalışmada, Türkiye’de sektöründe lider olan bir mobilya işletmesinde İnsan Kaynakları Departmanı için Wang’ın 2008 ve Chang’ın 1996 yılında kullanmış oldukları iki ayrı normalizasyon yöntemiyle Hibrid Bulanık AHP-Bulanık TOPSIS teknikleri kullanılarak çalışan performansının değerlendirilmesi ile çıkan sonuçların diğer insan kaynakları süreçlerine sağlıklı girdi oluşturması amaçlanmıştır.

Literatür Çalışması

Çok kriterli karar verme tekniklerinden birisi olan AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi) 1977 yılında Thomas Saaty (2000) tarafından geliştirilmiştir.

Sonraki yıllarda ilk bulanık AHP çalışmasını Van Laarhoven ve Pedrytcz (1983) üçgensel bulanık sayılarla yapmışlardır.

Literatürde sıklıkla kullanılan mertbe analizi yöntemi Chang (1996) tarafından geliştirilmiştir. AHP yöntemi ikili karşılaştırmalar sürecinde kesin sayıları kullanmaktadır. Ancak gerçek hayatta alternatifleri ya da faktörleri değerlendirirken sözel ifadelerde kesin sayılar kullanmak karar vericileri zorlayabilmektedir. Bu doğrultuda karar vericileri rahatlatmak için bulanık sayılardan yararlanılması gündeme gelmiştir. Chang'ın, üçgensel bulanık kıyaslama matrisinden bir öncelik vektörü bulmayı amaçlayan makalesinde kullandığı "Mertebe Analizi Yöntemi" ise önemli eleştiriler almıştır.

Eleştiri yapan Wang ve diğerlerine göre (2008) mertbe analizi yöntemi, bulanık kıyaslama matrisinden doğru ağırlıkları tahmin edememektedir ve kendi çalışmalarında bunu örneklerle göstermişlerdir. Bu çalışmada, Chang ve Wang'ın bulanık AHP yöntemlerinin kıyaslanmasının yanı sıra işletmede çalışanların performansları da mevcut değerlendirme yöntemine göre kıyaslanacaktır.

Göleç ve Kahya (2007), etkili personel değerlendirme ve seçmede hiyerarşik bir yapıda yetkinlik bazlı faktörlerde subjektif yargıları minimize edecek bir yaklaşım tasarlamışlardır.

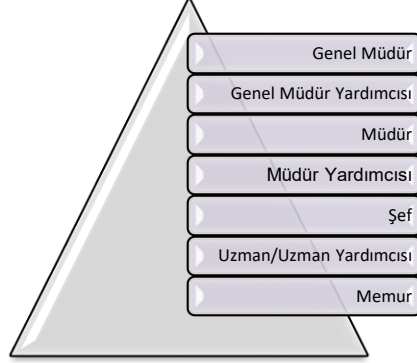
Torfi ve diğerleri (2010), kriter ağırlıklarında ve performans oranlarında bir belirsizlik ya da kusur söz konusuysa AHP ve TOPSIS yöntemlerine nazaran Bulanık AHP ve Bulanık TOPSIS yöntemlerinin tercih edilmesinin daha uygun olacağını göstermiştir.

Maheswari ve Kumari (2013), Hindistan'da bir IT firmasında çalışanların performansını bulanık çok kriterli karar verme yöntemini uygulayarak değerlendirmiştir.

Kusumawardani ve Agintiara (2015), çalışmalarında insan kaynakları yöneticisi seçimini hibrid fuzzy AHP-fuzzy TOPSIS yöntemiyle yapmışlardır. Yapılan çalışmalarda hibrid yaklaşımların daha çok tercih edildiği gözlenmiştir.

Uygulama Yapılan İşletmenin Tanıtımı

Şirket, 1995 yılında kurulmuş ve döşemeli ürünler ve panel mobilya ağırlıklı olmak üzere mutfak ve sandalye üretimi gerçekleştiren yaklaşık 3500 çalışanı bulunan bir kuruluştur. Aile şirketi olan organizasyon, kurumsal bir yapıya geçme arzusu ile İnsan Kaynakları Yönetim Sistemi'nin geliştirilmesini hedeflemektedir. Bu nedenle, bütün İnsan Kaynakları Süreçleri yeniden gözden geçirilerek uygulamaya alınmış ve SAP (Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımı) ile sürekliliği sağlanmaya çalışılmaktadır. Ünvanlar bazında şirkette Şekil 1'deki gibi sabit kademeli bir yapı kullanılmaktadır.



Şekil 1. Organizasyon Yapılanmasının Temel Basamakları

Her görev için standart görev tanımları oluşturulmuştur ve bu görevler belirli periyotlar dâhilinde yeniden gözden geçirilmekte ve gerekli revizyonlar yapılarak dinamikliği sağlanmaktadır.

İş değerlendirmesi ve ücretlendirme uygulamaları tam anlamıyla oturmamakla birlikte bütün görevlerin masa değerleri bellidir. Görevlerin puanlarına karşılık gelen ücretler, bu görevlerin ücret grupları ve basamaklarının belirlenmesi aşaması tamamlanmış olmasına rağmen performans değerlendirme ve hedeflerle ilgili çalışmalar tamamlanmadığı için ücretlendirme tam anlamıyla uygulanamamaktadır.

Şirketin Performans Değerlendirme Süreci

İşletmede yetkinliklere dayalı performans değerlendirme uygulanmaktadır. Bir çalışanın değerlendirilebilmesi için en az altı ay değerlendiricilerle çalışma süresinin olması gerekmektedir. Değerlendirici olarak; değerlendirilen çalışanın ilk amiri ve astları alınmaktadır.

Değerlendirme sürecinde temel ve ilk kademe, orta kademe ve üst kademe yönetsel yetkinliklerden oluşan performans değerlendirme formları kullanılmaktadır. Temel yetkinlik formu bütün beyaz yakalı çalışanlar için kullanılmaktadır.

Yönetsel yetkinlik formları ise kendine bağlı çalışanı bulunanların kademelerine göre farklılık göstermektedir. Uzmanlar ve şefler için “İlk Kademe Yönetsel Yetkinlik Formu” kullanılırken, müdürler için “Orta Kademe Yönetsel Yetkinlik Formu”, genel müdürlüktekiler için ise “Üst Kademe Yönetsel Yetkinlik Formu” kullanılmaktadır. Değerlendirme puanları hesaplanırken ilk amirin yaptığı değerlendirmenin %70’i, astların değerlendirmelerinin ortalamasının %30’u alınmaktadır.

Boş formaların çalışanlara dağılımı EBA (Elektronik Bilgi Akışı) programı ile gerçekleştirilirken, değerlendirme süreci SAP HR (İnsan Kaynakları) Modülü üzerinden yapılmaktadır. Puanlamada kullanılan skala Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Performans Değerlendirme Puan Skalası

PUAN	ANLAMI	SORULARDAKİ ANLAMI
5	Çok iyi	Tamamen katılıyorum.
4	İyi	Biraz Katılıyorum.
3	Yeterli	Ne katılıyorum ne de katılmıyorum.
2	Gelişmesi gerekir	Katılmıyorum.
1	Zayıf	Hiç katılmıyorum.

Hesaplamalarda uzman, şef ve müdürlerde yönetsel ve temel yetkinlik puanlarının ortalaması alınırken müdürlerde temel yetkinlik puanlarının %40'ı, yönetsel yetkinlik puanlarının % 60'ı alınmakta, üst yönetimdekinlerin performans sonuçlarının hesaplanmasında temelde %30, yönetselde %70 ağırlığı kullanılmaktadır. Bu sonuçlar kişilere bireysel olarak elden "Performans Karnesi" olarak iletilmekte ve geri bildirim sağlanmaktadır.

Burada amaç bir çalışanın değerine verdiği puanların bilinmemesidir. İsteği dâhilinde üstün astını değerlendirdiği puanların ast tarafından görülmesine izin verilebilir. Üst konumunda bulunan kişiler kendi emirlerinde bulunan bütün kişilerin kademe farkı olmaksızın değerlendirme sonuçlarını görebilirler.

Yetkinliklere Dayalı Performans Değerlendirme

Yetkinlik, bir tanesi çıktı, diğeri girdilerle ilişkili olmak üzere 2 anlamı bulunmaktadır. Çıktılarla ilgili, Hoffman (1999) öğrenmenin sonuçlarını ifade ederken, girdilerle ilgili bir personelin bir işi yapabilmesi için gereksinim duyduğu özellikler olarak tanımlanmaktadır.

Sakıcı (2003), yetkinliğin, bilgi (nasıl yapacağını bilme), beceri (yapabilme) ve tutum (yapmayı isteme, seçme) olmak üzere üç boyutu olduğunu söylemektedir. Bir konuda yetkinlikten bahsedebilmek için öncelikle o konuda bilgi sahibi olmak gerekir. Beceri kavramına baktığımızda ise, bir konuda başkalarından daha az çaba göstererek daha iyi performans gösterme yetenek/beceri olarak görülebilir.

Yetenek bireyde kendiliğinden olabileceği gibi sonradan da kazanılabilir. Tutum ise, bireyin konuyla ilgili duygu, düşünce ve inançlarını ifade eder.

Garavan ve McGuire (2001) literatürde üç temel yetkinlik türünü ifade etmektedir.

- Davranışsal Yetkinlikler; çalışanın işine taşıdığı kişilik özellikleridir.
- Fonksiyonel Yetkinlikler; görevlere özgüdür. Bir görev için gerekli yetkinlikler bir başka görev için değerli olmayabilir.
- Temel Yetkinlikler; günümüzde organizasyonların enine genişlemesiyle tüm çalışanlarda aranan, iletişim, müşteri odaklılık, planlama ve organizasyon gibi nitelikleri kapsar.

Martone (2003), yetkinliklere dayalı performans değerlendirmeyi oluşturan 5 aşama olduğunu belirtmişlerdir.

a) *Yetkinliklerin Belirlenmesi:* Bu aşamada performans değerlendirmede hangi yetkinliklerin dikkate alınacağı belirlenir. Önceden belirlenmiş yetkinlik modelleri kullanılabileceği gibi güncellemeler de yapılabilir. Yetkinlikler belirlenirken gereksiz,

değerlendirme sonucu fayda sağlamayacak yetkinliklerden kaçınılmalıdır. Yetkinliklerin özellikle organizasyon hedeflerine paralel olması ve temel yetkinlikleri içermesi gerekir.

b) Yetkinlik Kriterlerinin Belirlenmesi: Bu aşamada değerlendirmede kullanılacak yetkinliklere karşılık gelecek çalışandan beklenen performans kriterleri belirlenmektedir. Yani her bir yetkinliğin hangi seviyede sergilenmesi gerektiği belirlenmektedir. Burada davranışsal göstergelerden yararlanılmaktadır.

c) Performansın İzlenmesi: Bu aşamada çalışan, üstü tarafından performans dönemi boyunca takip edilir ve çalışanın eksik olduğu konularla ilgili iyileştirici faaliyetler sunulur. Yani bu aşamada çalışana sürekli geri bildirimlerde bulunulur.

d) Yetkinliklerin Değerlendirilmesi: Dönem sonunda değerlendirilen yetkinliklerde çalışanın performansının istenen seviyede olup olmadığı analiz edilir. Yetkinliklerin değerlendirilmesinde objektif olarak ölçülebilecek ölçütler geliştirmek zor olduğu için subjektif değerlendirme araçlarından yararlanılmaktadır. Bu doğrultuda genellikle 360 derece uygulaması, değerlendirme merkezi uygulaması ya da anket uygulamalarından faydalanılmaktadır.

e) Performansın Gözden Geçirilmesi: Bu aşamada ise dönem sonunda çalışana yetkinliklerine ilişkin değerlendirme sonuçları doğrultusunda, geri bildirim yapılmaktadır. Geri bildirimde güçlü ve zayıf yanlar aktarılmakta ve çalışana zayıf yönlerini geliştirebileceği bir gelişim planı sunulmaktadır. Çalışanın yetkinliklerde sahip olması gereken seviyeler ile mevcuttaki seviyesi arasındaki fark, çalışanın hangi yetkinliklerini ne ölçüde geliştirmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Hedef ve Yetkinliklere Dayalı Performans Değerlendirme

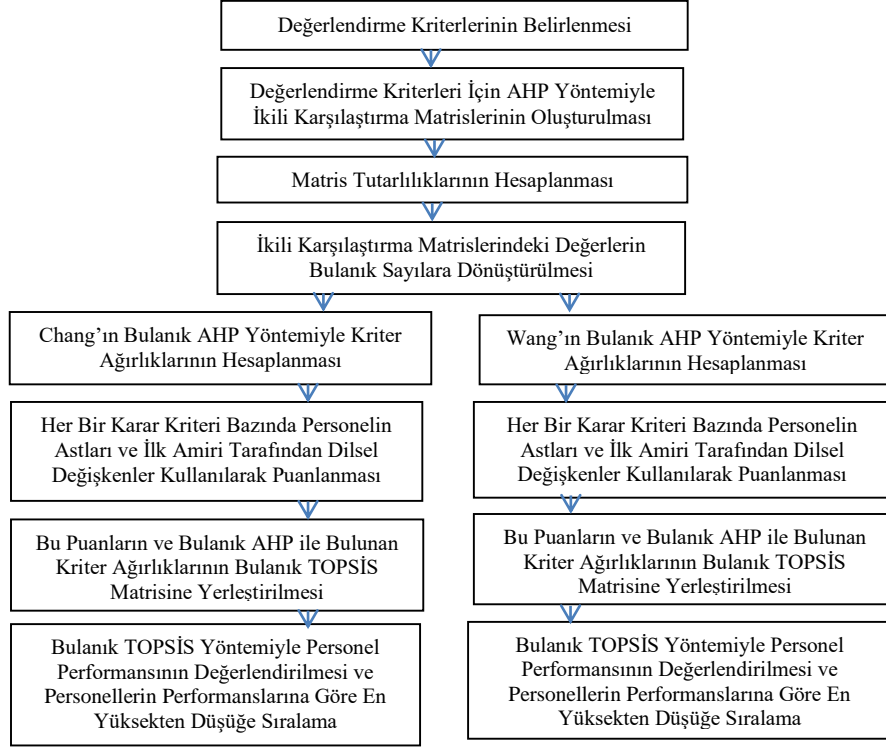
Hedeflere dayalı yöntem kantitatif, çalışanın neyi ortaya koyduğu ve nasıl bir sonuca ulaştığına bakılırken, yetkinliklere dayalı yöntem kalitatif, çalışanın performansını nasıl ortaya koyduğu ve hangi davranışlarda/yetkinliklerde bulunduğuna bakılmaktadır.

Hedeflere göre değerlendirme çalışanın gelişimini olumsuz yönde etkiler, çünkü yetkinlikler/beceriler konusunda gelişim geri plana atılır. Bu noktada hedef bazlı performans değerlendirme yöntemi yetkinliklere dayalı yöntemle entegre kullanılırsa, yetkinlikler ile çalışanın gelişimi de takip edilebilir.

Hedefler ve yetkinliklerin birlikte kullanıldığı bu yöntemde uygulamada “toplam performans yönetimi” olarak da Yege (2007) isimlendirmektedir. Uygulamada, çalışanın performansına katkısı noktasında hedefler ve yetkinlikler ağırlıklandırılarak hesaba katılabilmektedir.

Çalışmada Uygulanan Yöntem

İnsan Kaynakları Departmanında uzman/uzman yardımcısı ve şeflerden oluşan on iki kişilik bir gurubun performans değerlendirmesi için aşağıdaki Şekil 2’de çalışmanın iş akışı gösterilmektedir.



Şekil 2. Performans Değerlendirme Sürecinde Takip Edilen Metodoloji

Chang'ın Mertebe Analizi Yöntemi

Bir kriter kümesi $X = \{X_1, X_2, \dots, X_n\}$ ve bir de hedef kümesinin $U = \{U_1, U_2, \dots, U_m\}$ varlığı düşünüldüğünde Chang'ın yöntemine göre, her bir kriter alınır ve her bir hedef için mertebe analizi uygulanır. Aşağıdaki eşitlikteki gibi bir üçgensel bulanık karşılaştırma matrisinden önceliklerin hesaplanmasında Chang'ın (1996) mertebe analizi yöntemi, adımlarıyla aşağıda anlatılmıştır.

$$\tilde{A} = (\tilde{a}_{ij})_{n \times n} = \begin{bmatrix} (1,1,1) & (l_{12}, m_{12}, u_{12}) & \dots & (l_{1n}, m_{1n}, u_{1n}) \\ (l_{21}, m_{21}, u_{21}) & (1,1,1) & \dots & (l_{2n}, m_{2n}, u_{2n}) \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ (l_{n1}, m_{n1}, u_{n1}) & (l_{n2}, m_{n2}, u_{n2}) & \dots & (1,1,1) \end{bmatrix}$$

Adım 1: Karşılaştırma matrisindeki her bir satır bulanık aritmetik işlemler ile aşağıdaki gibi toplanır.

$$RS_i = \sum_{j=1}^n \tilde{a}_{ij} = \left(\sum_{j=1}^n l_{ij}, \sum_{j=1}^n m_{ij}, \sum_{j=1}^n u_{ij} \right), \quad i = 1, \dots, n$$

Adım 2: 1. adımda satır bazında alınan toplamlar bu kez yine bulanık toplama işlemiyle sütun olarak toplanır ve $\sum_{j=1}^n RS_j$ elde edilir.

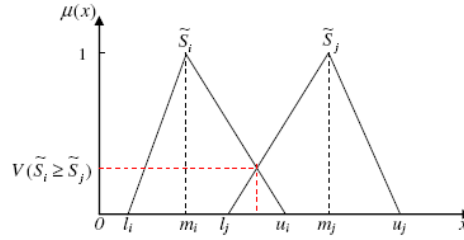
Adım 3: Bu aşamada satır toplamları aşağıdaki eşitlikteki gibi normalize edilir. Normalizasyon işleminde $\sum_{j=1}^n RS_j$ bölüm olarak alınırken yine bulanık sayılardaki bölme işlemi uygulandığı için paydadaki sıralama (u,m,l) şeklini alır.

$$\tilde{S}_i = \frac{RS_i}{\sum_{j=1}^n RS_j} = \left(\frac{\sum_{j=1}^n l_{ij}}{\sum_{k=1}^n \sum_{j=1}^n u_{kj}}, \frac{\sum_{j=1}^n m_{ij}}{\sum_{k=1}^n \sum_{j=1}^n m_{kj}}, \frac{\sum_{j=1}^n u_{ij}}{\sum_{k=1}^n \sum_{j=1}^n l_{kj}} \right) \quad i = 1, \dots, n$$

Adım 4: Bu aşamada $\tilde{S}_i \geq \tilde{S}_j$ nin olabilirlik derecesinin hesaplanması için aşağıdaki eşitlikten yararlanır.

$$V(\tilde{S}_i \geq \tilde{S}_j) = \begin{cases} 1, & \text{if } m_i \geq m_j \\ \frac{u_i - l_j}{(u_i - m_i) + (m_j - l_j)}, & \text{if } l_j \leq u_i \quad i, j = 1, \dots, n; j \neq i \\ 0 & \text{others} \end{cases}$$

Burada $S_i = (l_i, m_i, u_i)$ ve $S_j = (l_j, m_j, u_j)$ dir. Olabilirlik derecesinin açıklaması Şekil 3'de gösterilmiştir.



Şekil 3. $V(\tilde{S}_i \geq \tilde{S}_j)$ 'nin Olabilirlik Derecesi

Adım 5: \tilde{S}_i 'nin bütün diğer (n-1) bulanık sayıdan daha fazla olabilirlik derecesi aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$V(\tilde{S}_i \geq \tilde{S}_j | j = 1, \dots, n; j \neq i) = \min_{j \in \{1, \dots, n\}, j \neq i} V(\tilde{S}_i \geq \tilde{S}_j), \quad i = 1, \dots, n.$$

Adım 6: Karşılaştırma matrisi A'nın öncelik vektörü $W = (w_1, \dots, w_n)^T$ aşağıdaki gibi hesaplanır ve süreç tamamlanır.

$$w_i = \frac{V(\tilde{S}_i \geq \tilde{S}_j | j = 1, \dots, n; j \neq i)}{\sum_{k=1}^n V(\tilde{S}_k \geq \tilde{S}_j | j = 1, \dots, n; j \neq k)}, \quad i = 1, \dots, n$$

Wang ve Diğerlerinin Yöntemi

Wang ve diğerleri Chang'ın normalizasyon formülünün yanlış olduğunu savunmaktadırlar. Onlara göre doğru olan normalizasyon işlemi aşağıdaki gibidir.

$$\tilde{S}_i = \frac{RS_i}{\sum_{j=1}^n RS_j} = \left(\frac{\sum_{j=1}^n l_{ij}}{\sum_{j=1}^n l_{ij} + \sum_{k=1, k \neq i}^n \sum_{j=1}^n u_{kj}}, \frac{\sum_{j=1}^n m_{ij}}{\sum_{k=1}^n \sum_{j=1}^n m_{kj}}, \frac{\sum_{j=1}^n u_{ij}}{\sum_{j=1}^n u_{ij} + \sum_{j=1}^n l_{ij} + \sum_{k=1, k \neq i}^n \sum_{j=1}^n l_{kj}} \right), \quad i = 1, \dots, n$$

Chang'ın mertbe analizi yöntemi karar kriterleri veya alternatiflerin göreceli önemlerini göstermemektedir ve bu değerler öncelikler olarak kullanılamamaktadır. Bu nedenle Wang ve diğ. (2008) normalizasyon sürecinde, Chang'ın Bulanık AHP yönteminin yanlışlığını birkaç örnek yardımıyla açıklayarak kendilerinin yaklaşımlarının doğruluğunu ispatlamışlardır. Wang ve diğerleri (2008) tarafından incelenen örnekler, Chang'ın mertbe analizi yönteminin öncelikleri ortaya koymadığını, bazı yararlı kriter ve alt kriterlere "0" ağırlığı verdiğini, bu kriterlerin atılarak yanlış kararlar verilebildiğini göstermiştir.

TOPSIS Yöntemiyle Bulanık Karar Verme

TOPSIS, Hwang ve Yoon (1981) tarafından geliştirilmiş çok kriterli bir karar verme tekniğidir. Bu yöntem, ideal çözüme en yakın alternatifin seçilmesi mantığına dayanır. Seçilen alternatifin pozitif ideal çözüme en yakın, negatif ideal çözüme en uzak olması amaçlanır. İdeal çözümlere bulunan uzaklıklar sonucu ulaşılan yakınlık katsayıları alternatiflerin sıralamasında kullanılır. Bu yöntemde, karar vericilerin subjektif yargılarından biraz daha sınırlanabilmek için bulanık mantıktan faydalanılır. Bulanık TOPSIS, karar vericilerin değerlendirme yaparken sabit değerler yerine, aralık belirten ifadeler ve sayısal olarak tam ifade edilemeyen durumlarda dilsel değişkenler kullanarak karar vericiyi rahatlatmakta, hem kalitatif hem de kantitatif verilerle değerlendirme yapmaya imkân sağlamaktadır. Bu yöntemde, alternatifler değerlendirilirken farklı ağırlıklara/önceliklere sahip kriterler dikkate alınır. Kriterler bazında alternatifler değerlendirilirken üçgensel bulanık sayılar kullanılır ve her bir alternatifin yakınlık katsayısı hesaplanır. Elde edilen yakınlık katsayılarıyla alternatifler için bir sıralama bulunur. Bu çalışmada, karar kriterlerinin ağırlıkları Bulanık AHP yardımıyla bulunmuştur ve kullanılan dilsel değişkenler ve onlara karşılık gelen bulanık sayılar Tablo 2'de verilmiştir. Bulanık TOPSIS yönteminde alternatifleri değerlendirirken kullanılan dilsel değişkenler ve onlara karşılık gelen bulanık sayılar Yang ve Hung (2007) tarafından aşağıda Tablo 3'teki gibi ve grafiksel gösterim ise Şekil 3'teki gibi verilmiştir.

Tablo 2. Saaty Ölçeğine Karşılık Gelen Üçgensel Bulanık Sayılar ve Dilsel Değişkenler

İlişkisel Önemler İçin Saaty Ölçeği	Değişken Tanım	Üçgensel Bulanık Sayılar
1	Her iki faktörün eşit öneme sahip olması durumu	(1,1,1)
3	1. faktörün 2.den daha(hafif) önemli olması durumu	(2,3,4)
5	1. faktörün 2.den çok önemli olması durumu	(4,5,6)
7	1. faktörün 2. ye nazaran kuvvetli derecede öneme sahip olması durumu	(6,7,8)
9	1. faktörün 2. ye nazaran mutlak üstün (tamamıyla önemli) bir öneme sahip olması durumu	(9,9,9)
2,4,6,8	Ara değerler	(1,2,3), (3,4,5), (5,6,7), (7,8,9)

Tablo 3. Dilsel Değişkenler ve Karşılık Gelen Bulanık Sayılar

Sıralama	Derece	Bulanık sayı
Çok Düşük	1	(0.00,0.10,0.25)
Düşük	2	(0.15,0.30,0.45)
Orta	3	(0.35,0.50,0.65)
Yüksek	4	(0.55,0.70,0.85)
Çok Yüksek	5	(0.75,0.90,1.00)

TOPSIS yönteminde çok kriterli bir karar probleminin bulanık karar matrisi ve kriterler için bulanık ağırlık matrisi aşağıda verilmiştir.

$$\begin{bmatrix} & C_1 & C_2 & C_3 & \dots & C_n \\ A_1 & \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{12} & \tilde{x}_{13} & \dots & \tilde{x}_{1n} \\ A_2 & \tilde{x}_{21} & \tilde{x}_{22} & \tilde{x}_{23} & \dots & \tilde{x}_{2n} \\ A_3 & \tilde{x}_{31} & \tilde{x}_{32} & \tilde{x}_{33} & \dots & \tilde{x}_{3n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ A_m & \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{m2} & \tilde{x}_{m3} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}_{m \times n}$$

$$\tilde{W} = [\tilde{w}_1 \quad \tilde{w}_2 \quad \dots \quad \tilde{w}_n]$$

Burada $x_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$ ve $W_j = (a_{j1}, b_{j2}, c_{j3})$ dilsel değişkenler olup $i=(1,2,\dots,m)$, $j = (1, 2,\dots, n)$ dir. A_1, A_2,\dots, A_m alternatifleri; C_1, C_2,\dots, C_n karar kriterlerini; x_{ij}, C_j karar kriterine göre A_i alternatifinin performans oranını, w_j ise C_j kriterinin önem ağırlığını temsil etmektedir. Bulanık TOPSIS yönteminde Chen (2000) aşağıdaki adımları uygulamaktadır.

Adım 1: Bulanık karar matrisinin normalleştirilmiş karar matrisi oluşturulur. Bu matris oluşturulurken normalizasyon işlemi için aşağıdaki eşitlikten faydalanılır ve bu matris R ile gösterilir.

$$\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n}$$

Bir karar verme probleminde kriter bazında faydayı maksimize etmek amaçlanıyorsa r_{ij} , maksimum, eğer maliyeti minimize etmek amaçlanıyorsa r_{ij} , minimum eşitliğine göre hesaplanır.

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j^*}, \frac{b_{ij}}{c_j^*}, \frac{c_{ij}}{c_j^*} \right), \quad c_j^* = \max_i c_{ij}$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j^-}{c_{ij}}, \frac{a_j^-}{b_{ij}}, \frac{a_j^-}{a_{ij}} \right), \quad a_j^- = \min_i a_{ij}$$

Karar kriteri fayda kriteri olduğunda her sütundaki elemanlar, bu sütundaki elemanların üçüncü bileşenleri bazında en büyük değere sahip olana bölünerek normalizasyon gerçekleştirilir. Maliyet kriteri söz konusu ise her sütundaki ilk elemanların minimum değeri dikkate alınarak işlem yapılır.

Adım 2: Ağırlıklandırılmış bulanık karar matrisi hesaplanır. Bu aşamada, her bir kriterin ağırlıkları dikkate alınarak ağırlıklı normalize edilmiş bulanık karar matrisi aşağıdaki gibi bulunur.

$$\tilde{V} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n} \quad \tilde{V} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n} \quad i=1, 2, \dots, m; j=1, 2, \dots, n$$

$$V = \begin{bmatrix} \tilde{v}_{11} & \tilde{v}_{12} & \dots & \tilde{v}_{1n} \\ \tilde{v}_{21} & \tilde{v}_{22} & \dots & \tilde{v}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ \tilde{v}_{m1} & \tilde{v}_{m2} & \dots & \tilde{v}_{mn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \tilde{w}_1 \tilde{r}_{11} & \tilde{w}_2 \tilde{r}_{12} & \dots & \tilde{w}_n \tilde{r}_{1n} \\ \tilde{w}_1 \tilde{r}_{21} & \tilde{w}_2 \tilde{r}_{22} & \dots & \tilde{w}_n \tilde{r}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ \tilde{w}_1 \tilde{r}_{m1} & \tilde{w}_2 \tilde{r}_{m2} & \dots & \tilde{w}_n \tilde{r}_{mn} \end{bmatrix}$$

Diğer bir ifadeyle ağırlıklı normalize edilmiş bulanık karar matrisi, normalize edilmiş bulanık karar matrisi ile bulanık kriter ağırlıklarından oluşan matrisin çarpımıyla elde edilir.

Adım 3: Pozitif ideal (A^*) ve negatif ideal (A^-) çözümler belirlenir. Aşağıdaki eşitliklerde Bulanık pozitif ideal çözüm ve negatif ideal çözümler gösterilmektedir.

$$A^* = \{\tilde{v}_1^*, \tilde{v}_2^*, \dots, \tilde{v}_n^*\} = \left\{ \left(\max_i \tilde{v}_{ij} \mid i=1, \dots, m \right), j=1, 2, \dots, n \right\}$$

$$A^- = \{\tilde{v}_1^-, \tilde{v}_2^-, \dots, \tilde{v}_n^-\} = \left\{ \left(\min_i \tilde{v}_{ij} \mid i=1, \dots, m \right), j=1, 2, \dots, n \right\}$$

Ağırlıklandırılmış bulanık karar matrisinde V_{ij} 'nin elemanları da normalize edilmiş üçgensel bulanık sayılardır ve $[0,1]$ aralığında yer aldıkları için Işıklar ve Büyüközkan, (2006), $\tilde{v}_j^* = (1, 1, 1)$ $\tilde{v}_j^- = (1, 1, 1)$ ve $\tilde{v}_j^- = (0, 0, 0)$ $\tilde{v}_j^* = (0, 0, 0)$ olarak tanımlamışlardır.

Adım 4: Her bir alternatifin pozitif ve negatif ideal çözümlere olan uzaklıkları aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$d_i^* = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^*), \quad i = 1, 2, \dots, m$$

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^-), \quad i = 1, 2, \dots, m$$

Burada d değerleri iki bulanık sayı arasındaki uzaklığı ifade eder ve vertex metodu ile hesaplanır.

Adım 5: Her bir alternatif için aşağıdaki eşitlik yardımıyla yakınlık katsayıları hesaplanarak puanları belirlenir ve alternatifler sıralanır.

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^* + d_i^-}, \quad i = 1, 2, \dots, m$$

Yakınlık katsayısı [0-1] arasında bir değer alır ve yakınlık katsayısı ile alternatifler sıralanır. Yakınlık katsayılarının büyükten küçüğe sıralanmasıyla alternatiflerin hangisi 1'e daha yakınsa o alternatifin tercih edilme seviyesi ve beğenilme düzeyi daha yüksektir. Şekil 2'de görüldüğü üzere normalizasyondaki yaklaşım farklılığından dolayı kriter ağırlıklarının Chang ve Wang yöntemlerine göre ayrı ayrı belirlenmesi dışında süreç aynı devam etmektedir.

Değerlendirme Kriterleri ve Değerlendiricilerin Belirlenmesi

Uzmanlar ve literatür taramasıyla birlikte performans değerlendirme kriterleri belirlenmiştir. Değerlendirme kriterleri; Temel Yetkinlik Kriterleri, İlk Kademe Yönetmelik Yetkinlik Kriterleri, Orta Kademe Yönetmelik Yetkinlik Kriterleri, Üst Kademe Yönetmelik Yetkinlik Kriterleri olarak dört gruba ayrılmıştır. Temel yetkinlik kriterleri, bütün beyaz yaka çalışan için kullanılmaktadır. Yönetmelik yetkinlik kriterleri ise değerlendirilen yönetici vasfı olması şartıyla birlikte değerlendirilenin statüsüne göre değişiklik göstermektedir. İlk kademe yönetmelik yetkinlikler uzmanlar ve şef için, orta kademe yönetmelik yetkinlikler müdürler ve müdür yardımcıları için, üst kademe ise genel müdürlük için kullanılmaktadır. Bu çalışmada değerlendirilecek 12 kişilik grup; uzman, uzman yardımcısı ve şeflerden oluştuğu için değerlendirmede temel yetkinlik kriterleri ve ilk kademe yönetmelik yetkinlik kriterleri kullanılmıştır. EK-1 ve EK-2 de sırasıyla 29 yetkinlikten oluşan Temel Yetkinlik Değerlendirme Formu ve 27 yetkinlikten oluşan İlk Kademe Yönetmelik Yetkinlik Değerlendirme Formu verilmiştir. Değerlendirilecek grup İnsan Kaynakları departmanında görev yapan 5 şef ve 7 uzman ve uzman yardımcısından oluşmaktadır. Değerlendiren karar verici olarak ise bunların ilk amirleri ve astları belirlenmiştir. Seçilen bu 12 kişilik grup ve onları değerlendirenler en az altı ay birlikte çalışmış olma şartını sağlamaktadır. Değerlendirme puanları hesaplanırken astların verdiği puanların ortalaması alınmaktadır. Elde edilen puanın %30'u alınırken, ilk amirin yaptığı puanlamanın ise %70'i alınmakta ve çıkan puan Bulanık TOPSIS'e girdi sağlamaktadır. Astı olamayanlar için değerlendirme sadece ilk amiri tarafından yapılmaktadır.

Bulanık AHP ile Değerlendirme Kriterlerinin Ağırlıklandırılması

Oluşturulan temel yetkinlik ana başlıklar için ikili karşılaştırma matrisi Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Temel Yetkinlik Ana Başlıklar İçin İkili Karşılaştırma matrisi

ANA MATRİS	1.TÇ	2. İletişim	3.PÇKA	4.Yenilikçilik	5. MO	6. İBİ
1.TÇ	1	1/3	1/3	2	1/2	3
2. İletişim	3	1	1	5	2	6
3.PÇKA	3	1	1	3	2	4
4.Yenilikçilik	1/2	1/5	1/3	1	1/3	2
5. MO	2	1/2	½	3	1	4
6. İBİ	1/3	1/6	¼	1/2	1/4	1

Burada TÇ: Takım Çalışması, PÇKA: Problem Çözme ve Karar Alma, MO: Müşteri Odaklılık ve İBİ: İşine Bağlılığı ve İlgisi yetkinliklerine karşılık gelmektedir.

Bu matrisin tutarlılığı 0,1 den küçük olduğu için ikili karşılaştırma tutarlıdır diyebiliriz. Ek olarak ana kriterler bazında alt kriterlerin de tutarlılıkları 0,1’in altında çıkmıştır. Çalışmanın bundan sonraki aşamaları Bulanık AHP ile devam ettirilecektir. Yukarıdaki matrislerin her biri bulanık sayılarla tekrar oluşturulmuştur ve temel yetkinlikler için Tablo 5, yönetsel yetkinlikleri için ise Tablo 6 olarak verilmiştir.

Tablo 5. Temel Yetkinlikler İçin Bulanık Ana Matris

ANA MATRİS	1	2	3	4	5	6
1	(1,1,1)	(1/4,1/3,1/2)	(1/4,1/3,1/2)	(1,2,3)	(1/3,1/2,1/1)	(2,3,4)
2	(2,3,4)	(1,1,1)	(1,1,1)	(4,5,6)	(1,2,3)	(5,6,7)
3	(2,3,4)	(1,1,1)	(1,1,1)	(2,3,4)	(1,2,3)	(3,4,5)
4	(1/3,1/2,1/1)	(1/6,1/5,1/4)	(1/4,1/3,1/2)	(1,1,1)	(1/4,1/3,1/2)	(1,2,3)
5	(1,2,3)	(1/3,1/2,1/1)	(1/3,1/2,1/1)	(2,3,4)	(1,1,1)	(3,4,5)
6	(1/4,1/3,1/2)	(1/7,1/6,1/5)	(1/5,1/4,1/3)	(1/3,1/2,1/1)	(1/5,1/4,1/3)	(1,1,1)

Tablo 6. Yönetsel Yetkinlikler İçin Bulanık Ana Matris

ANA MATRİS	1.PY	2.İG	3.KAKY	4.TEY	5. PO	6. KKF
1.PY	(1,1,1)	(1/2,1/3,1/4)	(1/1,1/2,1/3)	(2,3,4)	(1/2,1/3,1/4)	(1,2,3)
2.İG	(2,3,4)	(1,1,1)	(1,2,3)	(5,6,7)	(1,2,3)	(4,5,6)
3.KAKY	(1,2,3)	(1/1,1/2,1/3)	(1,1,1)	(3,4,5)	(1/1,1/2,1/3)	(2,3,4)
4.TEY	(1/2,1/3,1/4)	(1/5,1/6,1/7)	(1/3,1/4,1/5)	(1,1,1)	(1/4,1/5,1/6)	(1/1,1/2,1/3)
5. PO	(2,3,4)	(1/1,1/2,1/3)	(1,2,3)	(4,5,6)	(1,1,1)	(3,4,5)
6. KKF	(1/1,1/2,1/3)	(1/4,1/5,1/6)	(1/2,1/3,1/4)	(1,2,3)	(1/3,1/4,1/5)	(1,1,1)

Burada PY: Performans Yönetimi, İG: İş Geliştirme, MO: KAKY:Karar Alma ve Kriz Yönetimi, TEY: Temsil ve Etki Yaratma, PO: Planlama ve Organizasyon, KKF: Kurum Kültürü ve Farkındalık

Chang Bulanık AHP Yöntemiyle Kriterlerin Ağırlıklandırılması

İlk olarak Tablo 5’de temel yetkinlik ana matrisi için hesaplama işlemleri yapılmıştır. Üçgensel sayılar eşitliği kullanılarak Tablo 7 elde edilmiştir. Daha sonra sütun bazında toplam yapılmış ve normalizasyon işlemi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 7. Temel Yetkinlik Matrisi İçin Chang’ın Yöntemiyle Normalizasyon

Temel Yetkinlikler	L	M	u	Temel Yetkinlik Normalize Ana Kriter Ağırlıkları	L	m	U
S1	4,83	7,16	10,00	1.TÇ	0,06474	0,12557	0,24033
S2	14,00	18,00	22,00	2. İLETİŞİM	0,18764	0,31568	0,52872
S3	10,00	14,00	18,00	3.PÇKA	0,13403	0,24553	0,43259
S4	3,00	4,36	6,25	4.YENİLİKÇİLİK	0,04021	0,07646	0,15020
S5	7,66	11,00	15,00	5. MO	0,10267	0,19291	0,36049
S6	2,12	2,50	3,36	6. İBİ	0,02841	0,04384	0,08075
Σ	41,61	57,02	74,61				
1/Σ	0,024 03	0,017 54	0,013 40				

Aşağıdaki Tablo 8’de temel yetkinlikler için satır toplamı, alt kriter ağırlıkları ve ana kriterin alt kritere yansıtılması neticesinde bulanık sayılar elde edilmiştir.

Tablo 8. Temel Yetkinlikler İçin Satır Bazında Topamlar

Ana Kriterler	Alt Kriterler		Satır Toplamı (l,m,u)	Alt Kriter Ağırlıkları (l,m,u)	Ana Kriterin Alt Kritere Yansıtılması (l,m,u)
TAKIM ÇALIŞMASI	T1	S1	(18.66, 24, 30)	(0.12, 0.19,0.32)	(0, 0.02,0.07)
	T2	S2	(3.17, 3.54, 4.35)	(0.02, 0.02, 0.04)	(0, 0, 0.01)
	T3	S3	12.83, 17.16, 22	(0.08, 0.14, 0.23)	(0, 0.01, 0.05)
	T4	S4	(22, 28, 34)	(0.14, 0.23, 0.36)	(0, 0.02, 0.08)
	T5	S5	(3.17, 3.54, 4.35)	(0.02, 0.02, 0.04)	(0, 0, 0.01)
	T6	S6	(4.09, 6.43, 9.25)	(0.02, 0.05, 0.09)	(0, 0, 0.02)
	T7	S7	(22, 28, 34)	(0.14, 0.23, 0.36)	(0, 0.02, 0.08)
	T8	S8	(6.98, 10.33, 14.16)	(0.04, 0.08, 0.15)	(0, 0.01, 0.03)
İLETİŞİM	İ1	S1	(5.83, 8.16, 11)	(0.07, 0.12, 0.22)	(0.01, 0.04, 0.12)
	İ2	S2	(3.92, 5.23, 7)	(0.04, 0.08,0.14)	(0, 0.02, 0.07)
	İ3	S3	(14, 18, 22)	(0.17, 0.28, 0.45)	(0.03, 0.08, 0.24)
	İ4	S4	(8.66, 12, 16)	(0.10, 0.18, 0.33)	(0.02, 0.05, 0.17)
	İ5	S5	(1.90, 2.12, 2.48)	(0.02, 0.03, 0.05)	(0, 0.01, 0.02)
	İ6	S6	(14, 18, 22)	(0.17, 0.28, 0.45)	(0.03, 0.08, 0.24)
PROBLEM ÇÖZME VE KARAR ALMA	PÇKA1	S1	(6, 9, 12)	(0.14, 0.29, 0.55)	(0.01, 0.07, 0.24)
	PÇKA2	S2	(3.66, 5, 7)	(0.08, 0.16, 0.32)	(0.01, 0.04, 0.14)
	PÇKA3	S3	(3.66, 5, 7)	(0.08, 0.16, 0.32)	(0.01, 0.04, 0.14)
	PÇKA4	S4	(6, 9, 12)	(0.14, 0.29, 0.55)	(0.01, 0.07, 0.24)

	PÇKA5	S5	(2.16, 2.66, 4)	(0.05, 0.08, 0.18)	(0, 0.02, 0.08)
YENİLİKÇİLİK	Y1	S1	(1.75, 2.03, 2.75)	(0.05, 0.08, 0.16)	(0,0,0.02)
	Y2	S2	(4.33, 6.5, 9)	(0.13, 0.27, 0.54)	(0, 0.02, 0.08)
	Y3	S3	(8, 11, 14)	(0.25, 0.47, 0.84)	(0.01, 0.03, 0.12)
	Y4	S4	(2.58, 3.83, 5.5)	(0.08, 0.16, 0.33)	(0, 0.01, 0.04)
MÜŞTERİ ODAKLILIK	MO1	S1	(3, 5, 7)	(0.23, 0.5, 0.91)	(0.02, 0.09, 0.32)
	MO2	S2	(2.33, 2.5, 3)	(0.17, 0.25,0.39)	(0.01, 0.04, 0.14)
	MO3	S3	(2.33, 2.5, 3)	(0.17, 0.25, 0.39)	(0.01, 0.04, 0.14)
İŞİNE BAĞLILIĞI VE İLGİSİ	İB1	S1	(2.33, 2.5, 3)	(0.17, 0.25, 0.39)	(0, 0.01, 0.03)
	İB2	S2	(2.33, 2.5, 3)	(0.17, 0.25, 0.39)	(0, 0.01, 0.03)
	İB3	S3	(3, 5, 7)	(0.23, 0.5, 0.91)	(0, 0.02, 0.07)

Tablo 9, yönetsel yetkinlik için normalize kriter ağırlıklarını vermektedir.

Tablo 9. Yönetsel Yetkinlik Matrisi İçin Chang'ın Yöntemiyle Normalizasyon

Yönetsel Yetkinlik	L	m	U	Yönetsel Yetkinlik Normalize Ana Kriter Ağırlıkları	l	m	u
S1	6,00	7,16	8,83	1.PY	0,082	0,120	0,182
S2	14,00	19,00	24,00	2.İG	0,192	0,319	0,496
S3	9,00	11,00	13,66	3.KAKY	0,123	0,185	0,282
S4	3,28	2,45	2,09	4.TEY	0,045	0,041	0,043
S5	12,00	15,50	19,33	5. PO	0,164	0,260	0,399
S6	4,08	4,28	4,95	6. KKF	0,056	0,072	0,102
Σ	48,36	59,39	72,86				
1/Σ	0,02068	0,01684	0,01372				

Aşağıdaki tablo 10'da yönetsel yetkinlikler için satır toplamı, alt kriter ağırlıkları ve ana kriterin alt kriterlere yansıtılması neticesinde bulanık sayılar elde edilmiştir.

Tablo 10. Yönetsel Yetkinlikler İçin Chang'ın alt kriter ağırlıkları

			Satır Toplamı	Alt Kriter Ağırlıkları	Ana Kriterin Alt Kriterlere Yansıtılması
Ana Kriterler	Alt Kriterler		(l,m,u)	(l,m,u)	(l,m,u)
PERFORMANS YÖNETİMİ	PY1	S1	(10,14,18)	(0.21, 0.36, 0.58)	(0.01, 0.04,0.1)
	PY2	S2	(8,10.5,13.33)	(0.17, 0.27,0.43)	(0.01,0.03,0.07)
	PY3	S3	(6,7,8.66)	(0.12, 0.18, 0.28)	(0.01,0.02,0.05)
	PY4	S4	(3.83,4.08,4.78)	(0.08, 0.1, 0.15)	(0.0,0.01,0.02)
	PY5	S5	(3,08,2.28,1.95)	(0.06, 0.06, 0.06)	(0,0,0.01)
İŞ GELİŞTİRME	İG1	S1	(12,14,16.66)	(0.11, 0.16, 0.23)	(0.02,0.05,0.11)
	İG2	S2	(15,20,25)	(0.14, 0.23, 0.35)	(0.02,0.07,0.17)
	İG3	S3	(12,14,16.66)	(0.11, 0.16, 0.23)	(0.02, 0.05,0.11)
	İG4	S4	(9,9.66,11.16)	(0.08, 0.11, 0.15)	(0.01,0.03,0.07)
	İG5	S5	(15,20,25)	(0.14, 0.23, 0.35)	(0.02,0.07,0.17)

	İG6	S6	(3.23,2.49,2.15)	(0.03, 0.02, 0.03)	(0,0,0.01)
	İG7	S7	(3.66,4.23,4.99)	(0.03, 0.05, 0.07)	(0,0.01,0.03)
KARAR ALMA VE KRİZ YÖNETİMİ	KAKY1	S1	(3,3.5,4.33)	(0.2, 0.28, 0.41)	(0.02,0.05,0.11)
	KAKY2	S2	(2.33,1.75,1.53)	(0.15, 0.14,0.14)	(0.01,0.02,0.04)
	KAKY3	S3	(5,7,9)	(0.33, 0.57, 0.87)	(0.04,0.1,0.24)
TEMSİL VE ETKİ YARATMA	TEY1	S1	(1.75,1.53,1.42)	0.1, 0.1, 0.12)	(0,0,0)
	TEY2	S2	(4,4.5,5.33)	(0.23, 0.32, 0.45)	(0.01,0.01,0.01)
	TEY3	S3	(6,8,10)	(0.35, 0.57, 0.85)	(0.01,0.02,0.03)
PLANLAMA VE ORGANİZASYON	PO1	S1	(6.5,7.83,9.58)	(0.11, 0.16, 0.25)	(0.01,0.04,0.1)
	PO2	S2	(11,13.5,16.33)	(0.19, 0.29, 0.42)	(0.03,0.07,0.17)
	PO3	S3	(14,18,22)	(0.25, 0.38, 0.57)	(0.04,0.1,0.22)
	PO4	S4	(4.58,4.95,5.7)	(0.08, 0.1, 0.14)	(0.01,0.02,0.05)
	PO5	S5	(2.2,1.89,1.72)	(0.03, 0.04, 0.04)	(0,0.01,0.01)
KURUM KÜLTÜRÜ VE FARKINDALIK	KKF1	S1	(8,11,14)	(0.26, 0.43, 0.68)	(0,0.03,0.06)
	KKF2	S2	(4,5,4.83,5.58)	(0.14, 0.19, 0.27)	(0,0.01,0.02)
	KKF3	S3	(6,7.5,9.33)	(0.19, 0.29, 0.45)	(0.01,0.02,0.04)
	KKF4	S4	(2.08,1.78,1.62)	(0.06, 0.07,0.07)	(0,0,0)

Wang Bulanık AHP Yöntemiyle Kriterlerin Ağırlıklandırılması

Wang'ın Bulanık AHP yönteminin normalizasyon işlemiyle Chang'ın Bulanık AHP yönteminden farklılık göstermesi nedeniyle bu başlık altında aynı verilere Wang normalizasyonu uygulanarak ağırlıklandırma yapılacaktır. İlk olarak Tablo 5 için temel yetkinlik ana matrisi için hesaplama işlemleri yapılmıştır. Öncelikle satır bazında toplam yapılmıştır ve Tablo 11 elde edilmiştir. Daha sonra Wang normalizasyon işlemi gerçekleştirilmiştir ve Temel yetkinlikler ana kriter ağırlıkları Tablo 11'deki gibi bulunmuştur. Aynı işlemler uygulanarak temel yetkinlik alt kriterleri için Tablo 12 elde edilmiştir.

Tablo 11. Temel Yetkinlik Matrisi İçin Wang'ın Satır Toplamları

Temel Yetkinlik	L	m	U	Temel Yetkinlik Ana Kriter Ağırlıkları	L	M	U
S1	4,83	7,16	10,00	1.TÇ	0,0696	0,1256	0,2138
S2	14,00	18,00	22,00	2. İLETİŞİM	0,2102	0,3157	0,4435
S3	10,00	14,00	18,00	3.PÇKA	0,1501	0,2455	0,3628
S4	3,00	4,36	6,25	4.YENİLİKÇİLİK	0,0420	0,0765	0,1393
S5	7,66	11,00	15,00	5. MO	0,1139	0,1929	0,3064
S6	2,12	2,50	3,36	6. İBİ	0,0289	0,0438	0,07841

Aşağıdaki tablo'da temel yetkinlikler için satır toplamı, alt kriter ağırlıkları ve ana kriterin alt kritere yansıtılması neticesinde bulanık sayılar elde edilmiştir.

Tablo 12. Temel Yetkinlikler İçin Wang'ın Alt kriter ağırlıkları

			Satır Toplamı	Alt Kriter Ağırlıkları	Ana Kriterin Alt Kriterlere Yansıtılması
ANA KRİTERLER	ALT KRİTERLER		(L,m,u)	(L,m,u)	(L,m,u)
TAKIM ÇALIŞMASI	T1	S1	(18.66,24,30)	(0.13,0.19,0.28)	(0,0.02,0.06)
	T2	S2	(3.17, 3.54,4.35)	(0.02,0.02,0.04)	(0,0,0)
	T3	S3	(12.83, 17.16, 22)	(0.08,0.14,0.21)	(0,0.01,0.04)
	T4	S4	(22,28,34)	(0.15,0.23,0.32)	(0.01,0.02,0.06)
	T5	S5	(3.17, 3.54, 4.35)	(0.02, 0.02, 0.04)	(0,0,0)
	T6	S6	(4.09, 6.43, 9.25)	(0.02, 0.05, 0.09)	(0,0,0.02)
	T7	S7	(22,28,34)	(0.15,0.23,0.32)	(0,0.02,0.06)
	T8	S8	(6.98, 10.33,14.16)	(0.04,0.08,0.14)	(0,0.01,0.03)
İLETİŞİM	İ1	S1	(5.83,8.16,11)	(0.07,0.12,0.20)	(0.01,0.04,0.09)
	İ2	S2	(3.92, 5.23,7)	(0.05,0.08,0.13)	(0.01, 0.02,0.06)
	İ3	S3	(14,18,22)	(0.19,0.28,0.39)	(0.04, 0.08, 0.17)
	İ4	S4	(8.66, 12, 16)	(0.11,0.18,0.28)	(0.02, 0.05,0.12)
	İ5	S5	(1.9, 2.12, 2.48)	(0.02,0.03,0.05)	(0,0.01,0.02)
	İ6	S6	(14,18,22)	(0.19,0.28,0.39)	(0.04, 0.08,0.17)
PROBLEM ÇÖZME VE KARAR ALMA	PÇKA1	S1	(6,9,12)	(0.16,0.29,0.43)	(0.02, 0.07,0.15)
	PÇKA2	S2	(3.66,5,7)	(0.09,0.16,0.28)	(0.01,0.04,0.1)
	PÇKA3	S3	(3.66,5,7)	(0.09,0.16,0.28)	(0.01,0.04,0.1)
	PÇKA4	S4	(6,9,12)	(0.16,0.29,0.43)	(0.02,0.07,0.15)
	PÇKA5	S5	(2.16,2.66,4)	(0.05,0.08,0.17)	(0,0.02,0.06)
YENİLİKÇİLİK	Y1	S1	(1.75,2.03,2.75)	(0.05,0.08,0.15)	(0,0,0.02)
	Y2	S2	(4.33,6.5,9)	(0.16,0.27,0.42)	(0,0.02,0.05)
	Y3	S3	(8,11,14)	(0.31,0.47,0.61)	(0.01,0.03,0.08)
	Y4	S4	(2.58,3.83,5.5)	(0.09,0.16,0.28)	(0,0.01,0.03)
MÜŞTERİ ODAKLILIK	MO1	S1	(3,5,7)	(0.33,0.5,0.6)	(0.03,0.09,0.18)
	MO2	S2	(2.33,2.5,3)	(0.18,0.25,0.36)	(0.02, 0.04,0.11)
	MO3	S3	(2.33,2.5,3)	(0.18,0.25,0.36)	(0.02, 0.04, 0.11)
İŞİNE BAĞLILIĞI VE İLGİSİ	İBİ1	S1	(2.33,2.5,3)	(0.18,0.25,0.36)	(0,0.01,0.02)
	İBİ2	S2	(2.33,2.5,3)	(0.18,0.25,0.36)	(0,0.01,0.02)
	İBİ3	S3	(3,5,7)	(0.33,0.5,0.6)	(0,0.02,0.04)

Tablo 12'de sırasıyla kriter ağırlıkları ve ana kriter ağırlıklarının alt kriter ağırlıklarıyla çarpımı sonucunda ana kriterler alt kriterlere yansıtılarak alt kriter ağırlıkları bulunmuştur. Aynı işlemler yönetsel yetkinlikler için de uygulandığında ana matris için Tablo 13 elde edilmiştir.

Tablo 13. Wang'a göre Yönetmel Yetkinlik Matrisi İçin Satır Toplamları

Yönetmel Yetkinlik	L	m	U	Yönetmel Yetkinlik Ana Kriter Ağırlıkları	I	M	U
S1	6,00	7,16	8,83	1.PY	0,08568	0,12056	0,17249
S2	14,00	19,00	24,00	2.İG	0,22272	0,31992	0,41124
S3	9,00	11,00	13,66	3.KAKY	0,13196	0,18522	0,25764
S4	3,28	2,45	2,09	4.TEY	0,04429	0,04125	0,04431
S5	12,00	15,50	19,33	5. PO	0,18312	0,26099	0,34710
S6	4,08	4,28	4,95	6. KKF	0,05667	0,07207	0,10055

Aşağıdaki Tablo 14'de yönetmel yetkinlikler için satır toplamı, alt kriter ağırlıkları ve ana kriterin alt kriterlere yansıtılması neticesinde bulanık sayılar elde edilmiştir.

Tablo 14. Yönetmel Yetkinlikler İçin Satır Bazında Toplamlar

Ana Kriterler	Alt Kriterler		(L,m,u)	(L,m,u)	(L,m,u)
Performans Yönetimi	PY1	S1	(10,14,18)	0,25, 0,36,0,46)	(0,02, 0,04, 0,07)
	PY2	S2	(8,10,5,13,33)	0,19,0,27,0,36)	(0,01, 0,03, 0,06)
	PY3	S3	(6,7,8,66)	0,13,0,18,0,25)	(0,01, 0,02,0,04)
	PY4	S4	(3,83,4,08,4,78)	(0,08,0,1,0,15)	(0,0,0,01, 0,02)
	PY5	S5	(3,08,2,28,1,95)	0,06, 0,06,0,06)	(0,0,0,01)
İş Geliştirme	İG1	S1	(12,14,16,66)	0,12,0,16,0,22)	(0,02, 0,05, 0,09)
	İG2	S2	(15,20,25)	0,16,0,23,0,31)	(0,03, 0,07, 0,12)
	İG3	S3	(12,14,16,66)	0,12,0,16,0,22)	(0,02, 0,05, 0,09)
	İG4	S4	(9,9,66,11,16)	0,09, 0,11,0,15)	(0,02, 0,03, 0,06)
	İG5	S5	(15,20,25)	0,16, 0,23,0,31)	(0,03, 0,07, 0,12)
	İG6	S6	(3,23,2,49,2,15)	0,03, 0,02,0,03)	(0,0,0,01)
	İG7	S7	(3,66,4,23,4,99)	0,03, 0,05,0,07)	(0,0,0,01,0,02)
Karar Alma ve Kriz Yönetimi	KAKY1	S1	(3,3,5,4,33)	0,22, 0,28, 0,37)	(0,02, 0,05, 0,09)
	KAKY2	S2	(2,33,1,75,1,53)	0,14, 0,14,0,16)	(0,01, 0,02, 0,04)
	KAKY3	S3	(5,7,9)	0,46, 0,57,0,62)	(0,06, 0,1, 0,16)
Temsil ve Etki Yaratma	TEY1	S1	(1,75,1,53,1,42)	0,1, 0,1,0,12)	(0,0,0)
	TEY2	S2	(4,4,5,5,33)	0,25, 0,32,0,40)	(0,01, 0,01, 0,01)
	TEY3	S3	(6,8,10)	0,47, 0,57,0,63)	(0,02, 0,02, 0,02)
Planlama Ve Organizasyon	PO1	S1	(6,5,7,83,9,58)	0,12, 0,16,0,23)	(0,02, 0,04, 0,08)
	PO2	S2	(11,13,5,16,33)	0,22, 0,29,0,37)	(0,04, 0,07, 0,12)
	PO3	S3	(14,18,22)	0,29, 0,38,0,47)	(0,05, 0,1,0,16)
	PO4	S4	(4,58,4,95,5,7)	0,08, 0,1,0,1)	(0,01, 0,02,0,05)
	PO5	S5	(2,2,1,89,1,72)	0,03, 0,04,0,04)	(0,0,0,01,0,01)
Kurum Kültürü Ve Farkındalık	KKF1	S1	(8,11,14)	0,32, 0,43,0,52)	(0,01, 0,03,0,05)
	KKF2	S2	(4,5,4,83,5,58)	0,15, 0,19,0,25)	(0,0,0,01,0,02)
	KKF3	S3	(6,7,5,9,33)	0,22, 0,29,0,39)	(0,01, 0,02, 0,03)
	KKF4	S4	(2,08,1,78,1,62)	0,06, 0,07,0,08)	(0,0,0)

Chang’ın ve Wang’ın Yönteminden Elde Edilen Kriter Ağırlıklarıyla Temel Yetkinlikler Bulanık TOPSIS

Kriter ağırlıklarının ve değerlendirme puanlarının yerleştirildiği temel yetkinlikler için temel matris elde edilerek öncelikli olarak değerlendirme puanları kriterler bazında en yüksek “u” değerine oranlanarak normalize edilmiştir. Temel yetkinlikler için normalize matrisler elde edilerek daha sonra kriter ağırlıklarıyla normalize edilmiş değerler çarpılarak ağırlıklandırılmış normalize matris elde edilmiştir. Son olarak, pozitif ideal ve negatif ideal noktalara olan uzaklıklar hesaplanmış, yakınlık katsayıları C bulunarak performans değerleri hesaplanmış, Chang ve Wang’a göre Tablo 15’de performans değerleri hesaplanmıştır.

Tablo 15. Temel Yetkinlikler Bazında d* ve d⁻ Değerleri

DEĞERLENDİRİLEN PERSONEL	Chang				Wang			
	d*	d ⁻	d* + d ⁻	C=d ⁻ /(d* + d ⁻)	d*	d ⁻	d* + d ⁻	C=d ⁻ /(d* + d ⁻)
1	27,82	1,63	29,45	0,054	28,04	1,21	29,25	0,041
2	27,84	1,61	29,45	0,054	28,05	1,20	29,25	0,041
3	27,93	1,48	29,42	0,050	28,13	1,10	29,24	0,037
4	27,65	1,85	29,50	0,062	27,89	1,38	29,27	0,047
5	27,76	1,70	29,47	0,057	27,99	1,27	29,26	0,043
6	27,81	1,65	29,46	0,056	28,03	1,22	29,26	0,041
7	27,88	1,55	29,43	0,052	28,09	1,15	29,24	0,039
8	27,79	1,67	29,46	0,056	28,01	1,24	29,26	0,042
9	27,79	1,67	29,46	0,056	28,01	1,24	29,26	0,042
10	27,82	1,63	29,45	0,055	28,04	1,21	29,25	0,041
11	27,92	1,49	29,42	0,050	28,12	1,11	29,24	0,038
12	28,27	1,03	29,30	0,035	28,41	0,76	29,18	0,026

Yönetmelikler Bulanık TOPSIS Uygulama

Temel yetkinlikler için uygulanan aynı işlemler yönetmelikler için de uygulanmıştır. Aşağıdaki Tablo 16’da Chang ve Wang’a göre performans değerleri bulunmuştur.

Tablo 16. Yönetmelik Yetkinlikler Bazında d^* ve d^- Değerleri

DEĞERLENDİRİLEN PERSONEL	Chang				Wang			
	d^*	d^-	$d^* + d^-$	$C=d^-/(d^* + d^-)$	d^*	d^-	$d^* + d^-$	$C=d^-/(d^* + d^-)$
2	25,99	1,27	27,26	0,046	26,11	1,03	27,15	0,037
5	25,94	1,33	27,27	0,048	26,07	1,07	27,15	0,039
8	26,03	1,21	27,25	0,044	26,16	0,98	27,14	0,036
9	26,03	1,22	27,25	0,044	26,15	0,98	27,14	0,036
11	26,25	0,95	27,21	0,035	26,35	0,76	27,12	0,028

Değerlendirme Kriterlerine Göre Üstün ve Astarın Puanlaması

Değerlendirme sürecinde yetkinliklerden oluşan formlar, ilgili kişilere sadece kendi kullanıcı adı ve şifreleriyle ulaşabilecekleri EBA (Elektronik Bilgi Akışı) sistemi üzerinden dağıtılmıştır. Formların doldurulması için on beş gün süre verilmiş ve bu süre sonunda formlar doldurulduktan sonra yine EBA aracılığıyla tarafımıza ulaşmıştır. Puanlama aşamasında üçgensel bulanık sayılardan oluşan Tablo 3 kullanılmıştır.

Her bir kriter bazında astların ve üstlerin verdiği temel yetkinlik puanları ve yönetmelik yetkinlik puanları elde edilmiştir. Daha sonra kriterler bazında her bir çalışan için elde edilen bu puanlar Bulanık TOPSIS matrisine yerleştirilmiştir.

Bulanık TOPSIS Yöntemi İle İnsan Kaynakları Personelinin Değerlendirilmesi ve Sıralanması

Bulanık AHP ile Wang ve Chang yöntemleriyle iki ayrı kriter ağırlıkları belirlendikten sonra bu ağırlıklar ve değerlendirilenler için elde edilen son puanlar Bulanık TOPSIS matrisine yerleştirilmiştir. Aşağıdaki Tablo 17’de Chang ve Wang yöntemlerine göre temel kriter ve yönetmelik kriter ağırlıklarıyla bulanık TOPSIS performansları gösterilmektedir.

Tablo 17. Maksimum Performans Sonuçları

Chang Temel Kriter Ağırlıklarıyla Bulanık TOPSIS Performansı	0,064
Chang Yönetmelik Kriter Ağırlıklarıyla Bulanık TOPSIS Performansı	0,050
Wang Temel Kriter Ağırlıklarıyla Bulanık TOPSIS Performansı	0,048
Wang Yönetmelik Kriter Ağırlıklarıyla Bulanık TOPSIS Performansı	0,041

Değerlendirilen bu 12 kişinin performans sonuçları bu değerlere oranlandığında ve temel yetkinlik puanının %50, yönetmelik yetkinlik puanının %50’si alındığında Chang ağırlıkları ve Wang ağırlıkları için Tablo 18 elde edilmiştir.

Tablo 18. Chang ve Wang Ağırlıklarıyla Yüzde Performans Sonuçları

DEĞERLEN DİRİLEN PERSONEL	Chang Ağırlıklarıyla Performans Sonuçları			Wang Ağırlıklarıyla Performans Sonuçları		
	TEMEL PUANLAR	YÖNET SEL PUANL AR	SON PUANLAR	TEMEL PUANLA R	YÖNETSEL PUANLAR	SON PUANLAR
1	0,862		0,862	0,858		0,858
2	0,851	0,920	0,886	0,848	0,909	0,879
3	0,788		0,788	0,783		0,783
4	0,977		0,977	0,974		0,974
5	0,902	0,960	0,931	0,898	0,951	0,925
6	0,871		0,871	0,866		0,866
7	0,820		0,820	0,814		0,814
8	0,882	0,878	0,880	0,879	0,868	0,874
9	0,884	0,883	0,884	0,879	0,872	0,876
10	0,864		0,864	0,859		0,859
11	0,792	0,692	0,742	0,788	0,679	0,734
12	0,551		0,551	0,542		0,542

Sonuç ve Tartışma

İşletmelerin başarıya ulaşmalarının temelinde insan kaynağına verdikleri önem yatmaktadır. Yapılan ölçme ve değerlendirme sonuçlarıyla organizasyon stratejileri belirlenir ve bu stratejiler doğrultusunda planlama, organizasyon, uygulama ve denetim faaliyetleri gerçekleştirilir. Bu doğrultuda insan kaynakları departmanları tarafından performans değerlendirme sistemleri uygulanır. İşletmelerin kurumsal alt yapısına ve kültürüne göre farklılık göstermekle birlikte performans değerlendirme sistemlerine dayalı insan kaynakları yönetim anlayışıyla güçlü ve zayıf yanlar belirlenir, gerekli önlemler alınır ve yeni hedeflerle planlamalar yapılır. İnsana yapılan yatırımla etkin insan kaynağını elde tutmak, potansiyel adayları işletmelere çekebilmek rekabette avantaj sağlamaktır. Dolayısıyla, bilimsel tekniklere dayanan yöntemlerle objektif değerlendirmeler yaparak gerekli önlemlerin alınması ve yatırım alanlarının, stratejilerin belirlenmesi işletmeleri bir adım daha ileri taşıyacaktır. Bu çalışmada, Kayseri’de yaklaşık 4000 çalışanı bulunan bir işletmenin İnsan Kaynakları Departmanında performans değerlendirmesi yapılmıştır. Uygulamada süreç aynı olmakla amaç, Chang’ın ve Wang’ın Bulanık AHP yöntemlerini kullanarak kriter ağırlıklarının belirlenmesi ve Bulanık TOPSIS tekniğiyle performans sonuçlarını hesaplayıp sıralama elde etmektedir. Çalışmada, Bulanık AHP yönteminde ele alınan tüm karar kriterlerinin temel ve yönetsel yetkinlikler bazında önem ağırlıkları belirlenerek söz konusu karar kriterlerinin performans sonuçlarındaki etkileri belirlenmiştir. Yapılan çalışmada, Chang ve Wang için yapılan iki ayrı Bulanık AHP değerlendirme kriter ağırlıklarına bakıldığında, Wang’ın bulanık aralığı Chang’ın yöntemine göre daha dar tuttuğu görülmektedir. Chang’ın yöntemi bulanık ağırlıkların “l” ve “u” değerleri arasını çok açmaktadır.

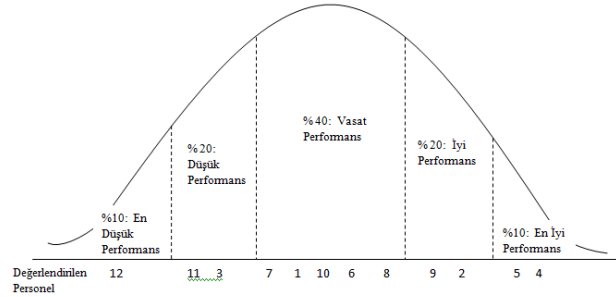
Optimum değer olarak kabul edilen “m” değerine yaklaşmak istenen bir durum olduğu için Wang’ın yönteminin tercih edilmesi daha uygun olabilecektir. Bulanık TOPSIS yönteminde karar vericilerin karar kriterlerine farklı ağırlıklar vermesi, karar kriterlerinin önem düzeyinin aynı olduğu değerlendirilmesine göre daha etkin ve objektif sonuçlar vermektedir. İnsan kaynaklarında 12 çalışan için elde edilen sonuçlar Tablo 19’da özetlenmiştir. Görüldüğü gibi iki yöntemde de sıralama değişmemektedir. Bulanık TOPSIS yönteminde her bir kriter bazında pozitif ve negatif ideal noktalara uzaklıklar hesaplandığı için hangi personelin hangi kriterde iyi ya da kötü bir performans sergilediği de gözlemlenebilir.

Tablo 19. Bulanık TOPSIS ve Mevcut Performans Sonuçları Karşılaştırma

DEĞERLENDİRİLEN PERSONEL	WANG	CHANG	MEVCUT UYGULAMA
1	85,8%	86,2%	78,6%
2	87,9%	88,6%	76,3%
3	78,3%	78,8%	76,5%
4	97,4%	97,7%	96,5%
5	92,5%	93,1%	82,6%
6	86,6%	87,1%	78,5%
7	81,4%	82,0%	75,2%
8	87,4%	88,0%	76,8%
9	87,6%	88,4%	76,5%
10	85,9%	86,4%	80,2%
11	73,4%	74,2%	61,1%
12	54,2%	55,1%	48,7%

Önerilen modellerdeki sıralamayla, mevcutta uygulanan yöntemle elde edilen sıralama karşılaştırıldığında farklılık olduğu Tablo 19’da görülmektedir. Bunun en büyük sebebi kriter ağırlıklarının mevcut sistemde eşit alınmasına karşın önerilen modelde farklılık göstermesidir. Bu durumda önerilen modeli seçmek daha mantıklıdır, çünkü daha büyük öneme sahip kriterlerde daha yüksek performans gösterenlerin sonuç değerleri daha yüksek çıkacaktır.

Şekil 4’deki dağılım yardımıyla gelişmesi gereken personel ve yüksek performans sergileyen personel rahatlıkla görülebilmektedir. Performans sonuçlarından ve Şekil 4’den yola çıkılarak acil geliştirilmesi gereken personel 12, ikinci öncelikli personeller ise 11 ve 3 olarak belirlenmiştir. İnsan kaynakları yönetim sürecinde uygulanacak personel gelişim faaliyetleri bu sonuçlar doğrultusunda planlanmalıdır. Gelişmesi gereken personeller için gelişim programları oluşturulup eğitimler verilebilir ya da iş değişikliğine gidilebilir. Yüksek performansa sahip olanlar için ise ödüllendirme ve kariyer iyileştirme yapılabilir.



Şekil 4. Performans Dağılım Grafiği

Ayrıca karar kriterlerine rakamsal değerler vermek yerine dilsel değişkenler tanımlanarak değerlendirilmesi de performans değerlendirme sistemini daha anlamlı hâle getirmiştir. Daha önce farklı çok kriterli karar verme yapılarının oluşturulmasının yanında Bulanık AHP nin iki ayrı uygulaması yoluyla elde edilen sonuçların, Bulanık TOPSIS modeline entegrasyonu sonucunda literatüre gerçek bir uygulama sunulmuştur. Ayrıca Wang ve Chang'ın Bulanık AHP yöntemlerini gerçek probleme uygulaması yönüyle önemli bir çalışma olarak kabul edilebilir. Bu çalışmanın, izleyen performans değerlendirme çalışmalarına bir temel oluşturabileceği düşünülmektedir.

EK 1 - TEMEL YETKİNLİK FORMU	
TAKIM ÇALIŞMASI	
1	Bilgi ve deneyimlerini çalışma arkadaşları ile paylaşır ve onların gelişimlerine yardımcı olur.
2	Farklı düşüncelere saygı duyar ve ekip içinde uzlaşma sağlanmasına katkıda bulunur.
3	Ekip içinde aldığı sorumlulukları zamanında ve kendisinden beklenen kalitede yerine getirir.
4	Belirlenen hedeflere tam olarak ulaşır ve hedeflerin üzerine çıkar.
5	Ekip arkadaşlarının yaptıklarından haberdardır ve gerektiğinde iş yükünü paylaşarak onlara yardımcı olur.
6	Çalışma arkadaşları ile saygı, anlayış ve güvene dayalı ilişkiler kurar ve sürdürür.
7	Her zaman miktar ve kaliteyi birlikte ve yüksek düzeyde üretme çabasındadır, hiçbir zaman birisi için diğerini feda etmez.
8	Zamanı ve diğer kaynakları çok etkili kullanır ve çalışma saatlerine riayet eder.
İLETİŞİM	
1	Karşısındaki kişileri konuşmasını kesmeden, önyargısız ve bütünüyle anlamaya çalışarak dinler ve anlamak için doğru sorular sorar.
2	Fikirlerini, karşısındakilerin anlayacağı şekilde, açık ve net olarak ifade eder.
3	Kişisel farklılıklar (unvan, görüş, yaşam tarzı vb.) ya da çıkar sebebiyle kimseye ayırım yapmaz, herkese adil davranır.
4	Verdiği sözleri tutarak, iş ahlakı ve disiplini ile çalışma arkadaşlarının güvenini kazanır ve onlara örnek olur.
5	Stres sonucu tepkisel davranışlardan kaçınır.
6	Gerekli bilgiyi zamanında ve doğru bir şekilde ilgili kişilere aktarır.

PROBLEM ÇÖZME VE KARAR VERME	
1	İşi ile ilgili karşısına çıkabilecek problemleri öngörür ve bunlara karşı gerekli önlemleri alır, problemleri kalıcı olarak çözer.
2	Problemlerin çözümünde sorumluluk üstlenir ve yetkisi dâhilinde inisiyatif kullanır.
3	Doğru zamanda ve doğru biçimde inisiyatif kullanarak işiyle ilgili gerekli kararları verir.
4	İşini yaparken karşılaştığı engelleri, yetkisi dâhilinde pratik ve etkili çözümler kullanarak aşar.
5	İşlerini önemine ve kullanacağı kaynakların durumuna göre önceliklendirerek planlı bir biçimde çalışır.
YENİLİKÇİLİK	
1	İşiyle ilgili yenilikleri ve gelişmeleri takip eder ve bunları çalışma arkadaşları ile paylaşır.
2	İşini daha iyi ve verimli yapmanın yollarını araştırır ve iyileştirme önerileri getirir.
3	Değişen iş koşullarına, kendine verilen yeni sorumluluklara ve teknolojik yeniliklere uyum sağlar ve değişimin gereklerini yerine getirir.
4	Bilgi ve tecrübe açığının olduğu konularda eksiklerini kapatmak için sürekli çaba gösterir ve gerekli durumlarda eğitim taleplerinde bulunur.
MÜŞTERİ ODAKLILIK	
1	Müşterilerin (İç ve dış) ihtiyaçlarını doğru bir şekilde belirler ve bu ihtiyaçları zamanında karşılayarak sürekliliğini sağlar.
2	Müşteri (İç ve dış) problemlerini en kısa sürede çözümler ve bu tür problemlerin bir daha tekrarlanmaması için gerekli önlemleri alır.
3	Müşterilerle (İç ve dış) olumlu ve güvene dayalı ilişkiler kurar ve bu ilişkileri sürdürür.
İŞİNE BAĞLILIĞI VE İLGİSİ	
1	Şirkete ait olma bilincini taşır.
2	Şirket kültürü ile özdeşleşir.
3	Şirket vizyon ve misyonunu benimseyerek hedef belirler ve çalışır.

EK 2 - İLK KADEME YÖNETİCİ YÖNETSEL FORMU	
PERFORMANS YÖNETİMİ	
1	Astlarının gelişim ihtiyaçlarını tespit eder ve astlarının gelişimine katkıda bulunacak fırsatları (mesleki ve kişisel gelişim eğitimleri, rotasyon vb.) sunar ve astlarına sürekli koçluk eder.
2	Bilgi birikimi ve deneyimlerini astlarına ve çalışma arkadaşlarına aktarır.
3	Çalışanlarına, güçlü ve gelişmeye açık yönleri hakkında zamanında geri bildirim verir; yapıcı bir biçimde yön göstererek onların gelişmelerine destek olur.
4	Başarının devamı için motivasyon araçlarını (maddi ya da manevi) zamanında ve doğru kullanarak takım üyelerini sürekli motive eder.
5	Motivasyonu etkili bir iş yaptırma aracı olarak kullanır.
İŞ GELİŞTİRME	
1	Sürekli kendini, çalışanlarını, işini ve kurumunu geliştirme çabasındadır. Çalışanların sektördeki gelişmeleri takip etmelerini sağlar ve bilgi paylaşımını özendirir.

2	Pazarı ve değişen müşteri ihtiyaçlarını (fuar, yayın, rakiplerin ürünleri, vb. yoluyla) takip eder ve bu doğrultuda yapılabilecekler hakkında öneri getirir.
3	Yeniliklere uyum sağlamaları için çalışanlarla karşılıklı iletişim kurarak, değişimin gerekliliğini anlamalarını ve sahiplenmelerini sağlar.
4	Değişime uyumun sağlanmasında karşılaşılan problemleri çözer ve tekrarlanmamasını sağlar.
5	Mevcut durum ve yaklaşımların sürekli iyileştirilmesi amacıyla sorumluluk alanıyla ilgili değişim ihtiyaçlarını belirler ve öneriler getirir.
6	Başkalarını, özgüvenlerini yüksek tutma konusunda motive eder, özgüven artırıcı davranışlarda bulunur.
7	Yaratıcılığın ortaya çıkabileceği güven ortamını oluşturur; yaratıcı düşünceleri destekler ve takdir eder.
KARAR ALMA VE KRİZ YÖNETİMİ	
1	Çözüm üretmek ve karar almak için, var olan bilgileri (risk, kazanç, maliyet ve müşteri memnuniyeti) bütünsel bir biçimde değerlendirerek zamanında ve doğru kararlar alır.
2	Ürettiği çözümlerin ve aldığı kararların yaratabileceği kısa ve orta vadeli etkileri öngörür.
3	Kriz durumlarında takımına çok iyi liderlik yapar; takım içinde etkili bir görev dağılımı yaparak ve çok iyi bir iletişim sağlayarak krizle başa çıkmayı sağlar.
TEMSİL VE ETKİ YARATMA	
1	Davranış, bilgi ve görüntüsü ile şirketi ve ekibini en iyi şekilde temsil eder.
2	Şirket içinde ve dışında güvene dayalı ve açık ilişkiler kurarak çalışanlarına örnek olur.
3	Çalışma arkadaşlarının fikir ve görüşlerini dinler, değerlendirir ve onların ihtiyaç ve kaygılarını dikkate alarak hareket eder.
PLANLAMA VE ORGANİZASYON	
1	Takımının sorumluluğundaki faaliyetlerin başarısını düzenli olarak takip eder ve gerektiğinde iş ve kaynak planlarını revize eder.
2	Hedefler doğrultusunda takım üyelerinin bilgi ve becerilerinden en etkin şekilde yararlanılmasını sağlayacak görev dağılımını yapar.
3	Takım hedeflerini bireylere indirger ve bireylerin faaliyetlerinin takım ve şirket hedefleri ile uyumlu olmasını sağlar.
4	Çalışanlarla açık iletişim kurarak çalışanların şirket hedeflerini anlamalarını ve sahiplenmelerini sağlar.
5	Toplantı sonunda alınan kararların ve uygulamalarını takibini çok iyi yapar.
KURUM KÜLTÜRÜ VE FARKINDALIK	
1	Kurumun geleceğe yönelik hedeflerini bilir ve iş amaçlarını buna göre oluşturur.
2	Karar verme süreçlerinde ve iletişimde kurum kültürüyle tutarlıdır.
3	Hedeflerini gerçekleştirirken kurum kültürü sınırları içerisinde kalmayı sağlar.
4	Toplantılara her zaman tam zamanında gelir ve toplantı kurallarına uyar

Kaynaklar

Chang, D. Y. (1996). Applications Of The Extent Analysis Method On Fuzzy AHP, *European Journal of Operational Research*, 4(7), 649-655.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 91-118

Chen, C.T. (2000). Extensions Of The Topsis For Group Decision-Making Under Fuzzy Environment, *Fuzzy Sets And Systems*, 114 (2), 1-9.

- Garavan, T.N., & McGuire, D. (2001). Competencies And Workplace Learning: Some Reflection On The Rhetoric And The Reality, *Journal of Workplace Learning*, 13(4), 144-163.
- Golec, A., & Kahya, E. (2007). A Fuzzy Model For Competency-Based Employee Evaluation And Selection, *Computers&Industrial Engineering*, 52, 143-161.
- Hoffmann, T. (1999). The Meanings Of Competency, *Journal of European Industrial Training*, 23(6), 275-285.
- Isiklar, G., Buyukozkan, G. (2006). Using A Multi-Criteria Decision Making Approach To Evaluate Mobile Phone Alternatives, *Computer Standards and Interfaces*, 29, 265-274.
- Kusumawardani, R.P., & Agintiara, M. (2015), Application Of Fuzzy AHP-TOPSIS Method For Decision Making in Human Resource Manager Selection Process, *Procedia Computer Science*, 72, 638 – 646.
- Maheswari, A.Uma, & Kumari, P. (2013), A Performance Appraisal Model Using Fuzzy Multi Criteria Group Decision Making. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 4 (5), 442-449
- Martone, D. (2003). A Guide To Developing A Competency-Based Performance Management System, *Employment Relations Today*, 24-28.
- Palmer, M. (1993), *Performans Değerlendirmeleri*, İstanbul: Rota Yayınları, s.9.
- Saaty, T.L. (2000), *Fundamentals of Decision Making and Priority Theory with the Analytic Hierarchy Process* (Analytic Hierarchy Process Series, Vol. 6), RWS Publications, Pittsburgh.
- Sakıcı, Z. (2003), Yetkinlikler ve Yetkinlik Bazlı İnsan Kaynakları Sistemleri: THY’de Bir Uygulama, *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Torfi, F., Farahani, R. Z., & Rezapour, S. (2010). Fuzzy AHP to determine the relative weights of evaluation criteria and Fuzzy TOPSIS to rank the alternatives, *Applied Soft Computing*, 10(2), 520-528.
- Van Laarhoven, P.J.M & Pedrycz, W.(1983), A Fuzzy extension of Saaty's priority theory, *Fuzzy Sets and Systems*, 11(1), 229-241.
- Wang, Y.M., Luo, Y., & Hua, Z. (2008), On The Extent Analysis Method For Fuzzy AHP And Its Applications, *European Journal of Operational Research*, 186, 735-747.

- Yang, T.&Hung, C-C. (2007), Multiple Attribute Decision Making Methods for Plant Layout Design Problem, *Robotics and Computer Integrated Manufacturing*, 23, 126-137.
- Yege, P. (2007), Hedef ve Yetkinlik Bazlı Performans Değerlendirme Sistemi ve Bir Örnek Olay Çalışması, *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Yoon, K.P., & Hwang, C.L. (1995), Multiple Attribute Decision Making: An Introduction, *Sage University Paper series on Quantative Applications in the Social Sciences*, Thousand Oaks, CA, 47-53.

AKTÖRÜN SOSYAL AĞDAKİ KONUMU VE SOSYAL SERMAYESİNİN KURUMSAL MANTIKLARIN DEĞİŞİMİNDEKİ ROLÜ: KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA*

Cem ŞEN¹

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, sosyal sermayesini güçlendiren aktörlerin kurumsal mantıkların değişiminde rol sahibi olabileceklerini kavramsal olarak ortaya çıkarmaktır. Bu bu bağlamda hangi konumdaki aktörün, merkezdeki mi yoksa periferideki mi, güçlü bağlara mı yoksa zayıf bağlara mı sahip olan ya da aracı konumundaki aktörün mü kurumsal mantıklarda değişimi daha etkin sağlayabileceği açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma, aktör eylemliliği ve kurumsal belirlenimcilik arasındaki çelişkinin varlığına dikkat çekerek, inanç ve eylemleri kurumsal çevre tarafından şekillendirilen aktörlerin kurumsal mantıkları nasıl değiştirebileceği sorusundan yola çıkılarak hazırlanmıştır. Çalışmada sosyal sermaye kavramına odaklanılarak, sosyal ağ ve ilişkilerle yaratılan sosyal sermaye bir kaynak olarak ele alınmıştır. Her ne kadar sosyal sermayenin ve sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğuna işaret edilse de, sosyal sermayenin nasıl oluşturulduğu noktasından hareketle, sosyal sermayenin aktörün bilinçli eylemliliği ile mi yoksa sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile mi yaratıldığı tartışılmıştır. Bu kapsamda, kurumsal mantıkları değiştirmede geniş bir yelpazeye hitap eden hem mikro hem de makro yaklaşımın nimetlerinden yararlanan sosyal ağ konumu ve kurulan bağların gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Çünkü, sosyal sermayenin hem aktörün bilinçli eylemliliği ile hem de sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile yaratılabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Mantıklarda Değişim, Sosyal Ağ Kuramı, Sosyal Sermaye, Aktör-Yapı DUALİZMİ

ROLE OF ACTOR'S POSITION IN THE SOCIAL NETWORK AND SOCIAL CAPITAL IN THE CHANGE OF INSTITUTIONAL LOGICS: A CONCEPTUAL STUDY

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze conceptually the roles of actors who can change institutional logics by increasing their social capitals. With this respect, it has been tried to explain which positions of the actors are more efficient to accomplish this change; the ones at central or periphery, the ones who have strong-ties or weak-ties, or the brokers. The duality between enabling structures or purposive actions of actors has been addressed in terms of how to change the existing institutional logics. Additionally, the main focus was given on social capital, which is basically created by social networks and relations. However, it has been accepted as a resource, it is not crystal clear that social capital created by embedded relations of enabling structures or purposive actions of actors. It has been emphasized that social network positions and established relations through social capital which are getting use of blessings of both micro and macro approaches play a huge role changing institutional logics. It has been concluded that the social capital can be created by both embedded relations of enabling structures or purposive actions of actors.

Keywords: Institutional Logic Change, Social Network Theory, Social Capital, Structure-Actor Dualism

¹ Dr., Millî Savunma Bakanlığı, cem.sen@hotmail.com, ORCID:0000-0002-7300-0170.

* Bu çalışma, 25.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 25-27 Mayıs 2017, Ankara, Türkiye’de sunulmuştur.

Received/Geliş: 18/12/2019 Accepted/Kabul: 07/05/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Şen, C. (2020), “Aktörün Sosyal Ağdaki Konumu Ve Sosyal Sermayesinin Kurumsal Mantıkların Değişimindeki Rolü: Kavramsal Bir Çalışma”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.119-136.

Giriş

Yeni kurumsal kuramda, kurumları anlamaya ve açıklamaya yönelik disiplinler arası araştırmaların artışı ile birlikte gelinen noktada, sosyal yapı ve davranışların açıklanmasında; kurumsal çevredeki kuralların rolü, kültürün etkisi ve tarihin önemine artan bir ilgi söz konusudur (Scott, 2003). Bu kurama göre kurumsal çevre; teknik çevreden çok, bireyleri ve onların meydana getirdiği örgütleri oluşturan değerler, normlar, inançlar ve kabul görmüş davranışlarla örülmüş bir ağıdır ve efsaneleşmiş örgütsel yapı, hizmet, teknik, politika ve programları kapsamaktadır (Greenwood ve Hinings, 1996; Meyer ve Rowan, 1977). Söz konusu ağ, içerisinde barındırdığı aktörlerin eylemlerine şekil veren ussal bir çevre sunmaktadır (Hasselbladh ve Kallinikos, 2000). Bu bağlamda, çalışmada kullanılan aktör kavramı ile birey ifade edilmektedir. Bir başka ifadeyle, analiz birimi olarak “birey” baz alınmıştır.

Örgütlerin içine yerleşik olduğu sosyal bağlamın, örgütleri yapısal, kurumsal ve kültürel temelde etkilediği (Gulati, 1998), sosyal bağlam kapsamında diğerleri ne yapıyorsa onu yapmanın içerisinde bulunulan belirsizlik ve sınırlamalarla (DiMaggio ve Powell, 1983) başa çıkmaya yardımcı olduğu vurgulanmaktadır. Örgütler, söz konusu belirsizliği azaltmak için ya kurumsal hâle gelmiş kural ve uygulamaları kabul edip takip etmek (Zucker, 1977) ya da kendi yapılarında birtakım değişiklikler uygulamak zorunda kalabilmektedir. Kurumsallaşma, örgütlere teknik yararının ötesinde meşruiyet sağlamakta, hayatta kalan örgütler arasındaki bu uygulamalar hızla yayılarak örgütsel alanda kurumsal eşbiçimlik oluşturulmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1991).

Böyle bir ortamda inanç ve eylemleri kurumsal çevre tarafından şekillendirilen aktörlerin (Meyer ve Rowan, 1977) kurumları nasıl değiştirebileceği önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü, söz konusu yaklaşım ile aktör eylemliliği ve kurumsal belirlenimcilik arasında bir çelişkinin varlığına dikkat çekilmekte, değişim dinamiklerinde aktörün herhangi bir etkisinin olmadığı (Seo ve Creed, 2002) ifade edilmektedir. Başka bir ifadeyle, karar ve eylemler, aktöre dışarıdan empoze edilmekte ve özellikle kurumsal değişimde belirlenimciliğin etkisiyle kendisine pasif bir rol biçmekte ve herhangi bir söz hakkı tanınmamaktadır (Meyer ve Rowan, 1977; Zucker, 1977). Söz konusu şartlar altında, düşünce ve uygulamaları kurumsal çevre tarafından belirlenen aktörün kurumunu nasıl değiştireceği (Battilana, 2007) önemli bir sorunsal olarak gündeme gelmektedir.

Kurumsal kuramın belirlenimci yaklaşımı, aktör eylemini ve kurumsal değişim olgusunu göz ardı etmesi bakımından önemli eleştirilere maruz kalmıştır. Bütün bu eleştirilerin kaynağı olan pasif aktörlükten aktif eyleyenliğe doğru yol alınan bir süreçten bahsedilmektedir (Suddaby, 2010). Söz konusu yaklaşımın köklerinde aktörlerin yalnızca kurumsal çevre tarafından şekillendirilmediği, aynı zamanda aktörlerin de kendi kurumsal çevrelerini şekillendirdikleri düşüncesinin yattığı ifade edilmektedir (DiMaggio ve Powell, 1991). Yeni ve farklı bir bakış açısı sunan aktörlerin aktif eyleyenliği, kurumsal belirlenimciliği düstur edinmiş yeni kurumsal kurama adeta bir başkaldırı olarak algılanabilir. Çünkü Friedland ve Alford (1991) ile Thornton ve Ocasio (1999) tarafından yapılan öncü çalışmalar, kurumsal analize “kurumsal mantık yaklaşımı” adı altında yeni bir yaklaşımı kazandırmıştır (Thornton ve Ocasio, 2008, s. 101). Artık odak noktası eşbiçimlilik değildir, onun yerini kurumsal mantık yaklaşımı almış durumdadır

ve bu da aktörün kurumsal mantığı değiştirmekte özgür iradesi ile seçimler yaparak aktif bir rol oynayabileceğini ifade etmektedir (Thornton, 2002).

Yazında sosyal ağ ve sosyal sermayenin yaratıcılık (Cattani ve Ferriani, 2008; Cliff, Jennings ve Greenwood, 2006) ve girişimcilik (Battilana, Leca ve Baxenbaum, 2009; DiMaggio, 1988; Greenwood ve Suddaby, 2006; Thornton, 1999) ile olan ilişkisini ele alan çalışmalara rastlamak mümkün iken, kurumsal mantıklardaki değişime olan etkisi konusundaki çalışmalara çok az rastlanılmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada öncelikle aktörün sosyal konumu, kurumsal değişim, kurumsal mantık yaklaşımı, kurumsal mantıklarda değişim, sosyal ağ kuramı, sosyal yerleşiklik ve sosyal sermaye kavramları tartışılarak, aktörün sosyal ağdaki konumu ve sosyal sermayesi ile kurumsal mantıkların değişimindeki rolünün ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Özellikle hangi tür sosyal bağın (merkezde veya periferide olmak, güçlü bağlara veya zayıf bağlara sahip olmak ya da yapısal boşlukları ortadan kaldıran aracı/köprü konumunda olmak) kurumsal mantıklarda değişimi daha etkin sağlayabileceği kavramsal olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Aktörün Sosyal Konumu

Aktörlerin kurumsal baskıların yönelttiği durağanlıktan kurtulmak ve kurumsal çevrelerini şekillendirmek amacıyla yaptığı faaliyetleri anlamak için onların çevreleri ile olan ilişkilerini anlamak gerekmektedir (Emirbayer ve Mische, 1998). Aslında bu ilişkiyi anlamak için öncelikle aktörün sosyal konumu ile statüsüne (Cliff vd., 2006) ve sosyal ağ düzeneğindeki yerine bakmak gerekmektedir. Bireysel aktörlerin, örgütlerde ve sosyal gruplarda yerleşik olduğu; örgütler ve sosyal grupların ise örgütsel alanlara yerleşik olduğu düşünüldüğünde bireysel aktörün sosyal konumunu tanımlarken hem örgüt içerisinde hem de örgütsel alan seviyesinde analizlerin dikkate alınması gerekmektedir (Battilana, Leca ve Boxenbaum, 2009). Çünkü, bireysel aktörün yetişirken başta aile, din, şirket, meslek odaları, pazar/piyasa ve devlet olmak üzere birçok sosyal grup, örgüt ve örgütsel alana özgü kurumların etkisi altında kaldığı ifade edilmektedir (DiMaggio ve Powell, 1983). Ancak, bireysel aktörün söz konusu etkilerin bir sonucu olarak elde ettiği sosyal konumu ve profesyonel rol dağılımı ile örgütün ona biçtiği rol birbirlerine uymayabilir (Battilana, 2006). Bu bağlamda ortaya çıkan bireysel memnuniyetsizlik örgütsel değişimin tetiklenmesinde rol oynayabilecektir.

Rol dağılımını beğenmeyen aktörün, örgütsel değişim için uğraşı bu konudaki istekliliği ve yeteneğinin bir fonksiyonu olarak ortaya çıkmaktadır (DiMaggio, 1988). Aktörün isteklilik durumu çıkarlarına bağlıyken; yeteneği ise farklı, yenilikçi ve yaratıcı düşünceler ile erişebileceği bilgi ve kaynaklarla, dolayısıyla sahip olduğu güç ve etki ile doğru orantılı olmaktadır (Lawrence, 1999). Aslında aktörün istekliliği ve yeteneğinin, aktörün sosyal konumuna göre değiştiği, söz konusu sosyal konumun ise aktörün mensubu olduğu sosyal grup ve örgütün statüsü tarafından belirlendiği (Battilana, 2006) ifade edilmektedir. Aktörün sosyal konumu, ayrıca örgütsel hiyerarşideki yerinden de etkilenmektedir (Battilana, 2007).

Kurumsal Değişim, Kurumsal Mantık Yaklaşımı ve Kurumsal Mantıklarda Değişim

Bu çalışmanın ana odak noktasını aktörün sosyal ağdaki konumu ve sosyal sermayesinin kurumsal mantıklarda değişime kavramsal olarak nasıl neden olduğu oluşturduğundan; öncelikle kurum, kurumsallaşma, kurumsal değişim ve kurumsal mantıklarda değişim kavramları tartışılacaktır.

Bu bağlamda kurum, kendine özgü bir niteliği olan ve yüksek derecede kalıplaşmış bir sosyal yapıyı temsil etmektedir (Scott, 2001). Kurumsallaşma ise söz konusu niteliğin kazanılma süreci olarak tanımlanmaktadır (Jepperson, 1991). Kurumsal değişim, kurumsallaşmış bir ortamdaki kanıksanmış uygulamaların, yapıların, hedeflerin ve kurumsal mantıkların (Thornton ve Ocasio, 1999) terk edilmesi veya bunların birtakım girdiler karşısında uyumlandırılması olarak tanımlanmaktadır (Kraatz ve Moore, 2002). Kurumsal değişim çevresel ve içsel koşullardaki ani ve büyük değişikliklere, çelişiklere, aniden meydana gelen kaynak sıkıntılara ve kurumsal mantıklara bağlı olarak gerçekleşebilir (Seo ve Creed, 2002; Thornton ve Ocasio, 2008).

Friedland ve Alford'a (1991) göre kurumlar, örgütlerin üzerinde ve aynı zamanda onları da içeren, bireylerin yaşamına rehberlik eden düzen ve sembolik sistemlerdir ve her kurumsal düzenin merkezî bir mantığı bulunmaktadır. Kurumsal mantıkların oluşturulmasında önemli kilometre taşı görevi gören toplumsal kurumlar olarak devlet, pazar/piyasa, şirket, meslek odaları, din ve aile sıralanabilir (Friedland ve Alford, 1991). Kurumsal düzeninin merkezindeki mantık, aktörlerin eylemlerini sınırlandırıcı ve biçimlendirici etkisi ile örgütsel meşruiyetin esasını oluşturmaktadır (Thornton ve Ocasio, 2008). Kurumsal mantıklar, ilgili kurumsal düzenin tarihinden gelen, zaman içerisinde oluşmuş, aktörlerin davranışlarını etkileyen değer, kültür, anlayış, düşünsel yaklaşım, inanç sistemlerinden ve özellikle de içerisinde yoğunlaştığı ailenin bakış açısından meydana gelmektedir (Friedland ve Alford, 1991; McPherson ve Sauder, 2013). Örgütler yaşamlarını sürdürebilmek amacıyla kurumsal mantıklarına bağlı kalmaya çalışmaktadırlar (Thornton ve Ocasio, 1999). Ancak, çoğunluk tarafından kabullenilmiş ve uygulanmakta olan kural, değer, norm ve inançlardan farklı olarak yeni uygulamaların ortaya çıkmasıyla kurumsal mantıklarda değişim meydana gelebilmektedir (Battilana ve Dorado, 2010). Kurumsal mantıklarda değişimi sağlayacak yenilikleri hayata geçirebilmek için gerekli olan kaynaklarla donanmış olmak (DiMaggio, 1988), dolayısıyla güç ve etki sahibi olmak gerekmektedir.

Aktör-Yapı Düalizmi

Aktörün eylemini yok sayan yeni kurumsal kuram kapsamında, aktörlerin yeni bir uygulamayı kendi başlarına tasarlayıp, diğer aktörlere kabullendirmesi ve kurumsal bir değişimi başlatması mümkün görünmemektedir. Bu düşüncüyü eleştiren ve değişik fikirler üretmeye çalışan çalışmalar (Friedland ve Alford, 1991; Thornton ve Ocasio, 2008) ile aktörlerin de etkili olabileceği vurgulanmıştır. Bu konuda özellikle kurumsal mantık yaklaşımı, kurumsal kuramın aktör-yapı sorununa yeni ve farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Bu kapsamda birey ve örgüt gibi sosyal aktör davranışlarının, sosyal ve kurumsal bağlamda gerçekleştiği ve söz konusu bağlamın aktör eylemliliği için çeşitli fırsatlar sunduğu ve böylece yapısalcı tarafta yer alanların iddia ettiği gibi yapı ve eylemin birbirinin tersi olgular olmak yerine birbirlerini tamamlayan olgular olduğu ifade edilmektedir (Giddens, 1984; Thornton ve Ocasio, 2012). Bu bağlamda, bir örgütteki aktörün sahip olduğu sosyal ağlar ve sosyal ilişkiler ile oluşturduğu sosyal sermayesini

güçlendirerek kurumsal mantıkların değiştirilmesinde rol sahibi olabileceği ifade edilebilir (Battilana, 2006).

Aktör Açısından Sosyal Ağ Kuramı, Sosyal Yerleşiklik ve Sosyal Sermaye

Birey ve toplulukların birbirleri ile olan bağlantılarını (ağ yapılanmalarını/kimi tanıdığını) ve bu bağlantılar sayesinde kaynaklara erişimlerini sağlayan sosyal ağ kuramı kapsamındaki sosyal sermaye (Granovetter, 1973; Luthans ve Youssef, 2007; Nahapiet ve Ghoshal, 1998) ile aktörlerin kurumsal mantıkların değiştirilmesinde kilit bir rol oynayabileceği ifade edilebilir. Ancak bu noktada hangi konumdaki aktörün, merkezdeki mi yoksa periferideki mi, güçlü bağlara mı yoksa zayıf bağlara mı sahip olan ya da aracı konumundaki aktörün mü kurumsal mantıkların değiştirilmesinde etkili olacağı konuları araştırılması gereken sorular olacaktır.

Marin ve Wellman (2014) sosyal ağı, aralarında bir veya daha fazla ilişki olan aktörlerin oluşturduğu sosyal bir grup olarak, Gulati (1998) ise ekonomik veya sosyal ilişkiler yoluyla birbirine bağlı aktörlerin oluşturduğu sosyal bir grup olarak tanımlamaktadır. Ekonomik kararların verilmesinde, aktörlerin sosyal ilişkilerinden etkilendiklerini vurgulayan Polanyi (1944), ekonomik aktörler arasındaki etkileşim ve sosyal ilişkilerin, ekonomik kararların alınmasındaki etkisini sosyal yerleşiklik olarak tanımlamaktadır (Granovetter, 1985). Burada aktörler arasındaki ilişkinin kalitesi güven ve paylaşılmakta olan normaları içeren yerleşik ilişkiden kaynaklanmaktadır (Uzzi ve Lancaster, 2004).

Sosyal yerleşiklik kavramı sosyal sermaye kavramı ile somut ve daha iyi anlaşılabilir bir platforma taşınmıştır. Sagut'a (2006: 3) göre sosyal sermayenin ağ düzeneği araştırmalarıyla olan ilişkisi, yeni imkânları içerisinde barındıran bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal sermaye, karşılıklı arkadaşlık ve tanışıklık sonucu oluşmuş ve kalıcı ilişkiler ağ düzeneğine sahip olmanın birey ya da gruba sağladığı somut ya da soyut yarar ve kaynakların tümü olarak tanımlanmaktadır (Adler ve Kwon, 2002; Bourdieu ve Wacquant, 1992; Coleman, 1988; Lin, 2000). Sosyal sermaye ile sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğu, dolayısıyla da güç ve etki sağladığı, bireyin sosyal ağlara katıldığı sürece ilişkiler kurabileceği ve bu vesileyle sosyal sermaye için basamak teşkil eden karşılıklı güveni temin edebileceği ifade edilebilir.

Sosyal sermayenin aktörün bilinçli eylemliliği ile mi yoksa sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile mi yaratıldığı konusu tartışılmaktadır. Söz konusu tartışmanın doğurduğu düalizm (ikilik), çeşitli bilim insanları tarafından farklı boyutlarla ele alınmıştır. Bunlar, aktörün bilinçli eylemliliğini ve bireysel ağdüzeneğini ön plana çıkararak ama bu ağdüzeneklerinin yerleşik olduğu yapı ve eylemin yapısal bağlamını ihmal eden aktör merkezli mikro yaklaşım (eylemlilik); sosyal ağdüzeneklerinin yerleşik olduğu yapıyı ve örgütsel eylemi ön plana çıkararak ama bireysel ağdüzeneğini ihmal eden yapısal-işlevselci, toplum merkezli makro (yapı) yaklaşımlardır (Giddens, 1979). Mikro ve makro tartışmasının sosyal ağdüzeneğindeki konumla ilişkili olduğu vurgulanmaktadır (Sargut, 2006). Ancak, söz konusu tartışmanın odak noktasında yer alan mikro ve makro yaklaşımları birbirinden tamamen ayırıp, iki ayrı aşırı keskin uç olarak algılamak mümkün görülmemekte (Giddens, 1984), siyah ve beyaz renklerin yanında grinin de olduğu, kurumsal mantıkları değiştirmede her iki yaklaşıma da gerek duyulduğu ifade edilmektedir (Thornton ve Ocasio, 2008). Çünkü yapı, sadece insan eylemine kısıtlamalar

getiren bir şey değil, aynı zamanda ona olanak sağlayan bir faktör olarak algılanmaktadır (Giddens, 1979; Emirbayer ve Mische, 1998). Yapının olanak sağlayıcı bu özelliği, aktöre ağdüzenekleri ile kuracağı ilişkilerle elde edeceği sosyal sermayesi için bir basamak sağlamaktadır. Aktör, yapının kendisi için sağladığı avantajı kullanarak başladığı yolculuğunda sosyal sermayesini kendi eylemleri ile daha da yukarı taşıyabilecek ve etki sahasını genişletebilecektir. Bu bağlamda, sosyal sermayenin tek başına aktörün bilinçli eylemliliği ile ya da sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile yaratıldığı savına karşın, hem aktörün bilinçli eylemliliği ile hem de sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile yaratılabileceğini vurgulamak yanlış olmayacaktır.

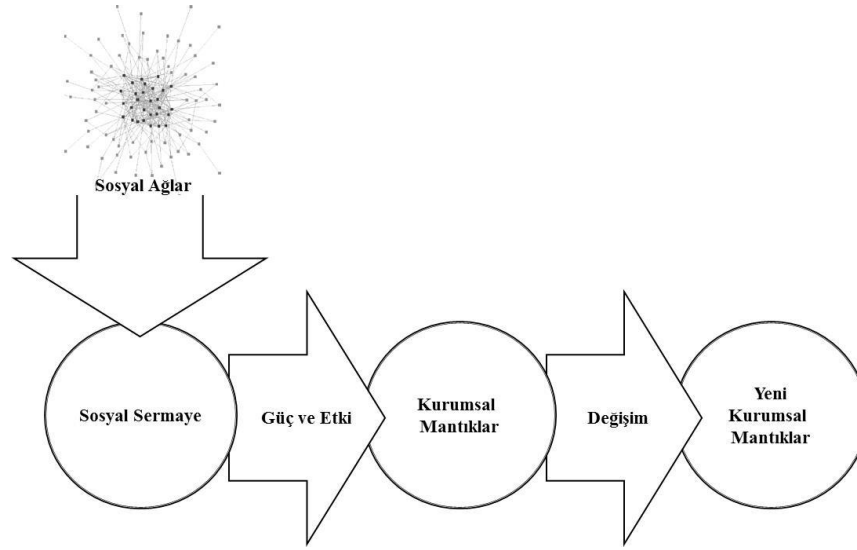
Yöntem

Aktörün Sosyal Ağdaki Konumu ve Sosyal Sermayesinin Kurumsal Mantıkların Değişimindeki Etkisi Modeli

Sosyal ağlar yardımı ile elde edilen konum ve oluşturulan sosyal sermaye bireysel ve örgütsel bazda elde edilen başarının açıklanmasında önemli bir faktör olarak göze çarpmaktadır (Adler ve Kwon, 2002). Sosyal sermaye; bireysel seviyede profesyonel başarıyı etkilemekte, kişilere iş bulma konusunda yardım etmekte, örgüt içerisindeki birimler arasında kaynakların paylaşılmasını sağlamakta, entelektüel sermaye oluşturma ve inovasyonu (Arun ve Yıldırım, 2017) teşvik etmekte, çalışanların iş devrini azaltmakta, yeni projelerin başlatılmasında rol oynamakta, ilişkide bulunulan aktörlerle bağları ve örgütler arası öğrenmeyi güçlendirmektedir (Adler ve Kwon, 2002). Ayrıca sosyal sermaye, kurumsal mantıkların değişiminde (Battilana ve Casciaro, 2010) bireysel aktörün örgütteki diğer bireyler üzerinde uygulayacağı güç ve etkiyi (Brass, 1984) sağlamaktadır. Ancak, burada söz konusu güç ve etkinin nasıl elde edildiği hususunda, yine mikro ve makro düalizmi gündeme gelmektedir. Çünkü kurumsal mantıkların değişiminde rol oynayabilmek için gerekli olan sosyal sermayenin kazanım şekli ve etkisi tartışılması gereken kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Aktörün hem bilinçli eylemi ile hem de sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile yaratılan sosyal sermayeden istifade ettiği, ancak her iki yöntemin farklı etki sahasına sahip olduğu vurgulanabilir. Çünkü aktörün bilinçli eylemi sayesinde elde ettiği sosyal sermayesiyle sahip olduğu güç ve etki ile büyük oranda yakın çevresini etkileyebildiği ve bu kapsamda özgür iradesiyle yakın çevresinin kurumsal mantıklarının değişiminde aktif bir rol oynayabildiği; ancak, yakın çevresinden uzak çevreye doğru yol aldıkça, iradi seçim yapma yetisi ve gücünün azaldığı, kontrolün yapıya geçtiği gözlemlenebilmektedir. Her iki durumda da yaratılan sosyal sermaye, aktöre başarılı olmak için ihtiyaç duyacağı güç ve etkiyi sağlayabilecektir.

Bu bağlamda, değişim için gerekli olan güç, değerli kaynaklara erişim ve kontrolü nedeniyle (Salancik ve Pfeffer, 1977) sosyal ilişkilerden istenilen sonuçlara ulaşmayı sağlarken (Emerson, 1972), etki ise diğer aktörlerin bir davranışını veya tutumunu değiştirmesini sağlamaktadır (Marsden ve Friedkin, 1993). Sosyal sermayenin kurumsal mantıkların değişimindeki etkisini Şekil 1'de sunulan model ile özetlemek mümkündür. Temel olarak sosyal sermaye edinen veya sosyal sermayesini güçlendiren aktörler elde edecekleri güç ve etki yardımıyla kurumsal mantıkların değişiminde rol sahibi olmaktadır. Bu bağlamda, sosyal sermaye ile kurulan farklı sosyal bağ ve ilişkilerin,

aktörlere farklı yararlar sağladığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Lin (2001) sosyal sermayenin tanımındaki kazançların sağlanmasında bilgi, araçların etkisi, güvenilirliğin doğrulanması ve sözlerin sağlamaştırılması gibi birtakım mekanizmalara ihtiyaç duyulduğunu vurgulamıştır. Ancak böylece sosyal sermayeden beklenen pozitif faydaların elde edilmesi mümkün olabilecektir.



Şekil 1. Sosyal Sermayenin Kurumsal Mantıkların Değişimindeki Etkisi Modeli

Bulgular Bağlamında Önermeler

Sosyal ağlar konusundaki önemli tartışmalardan birisi de ne tür bağların bireysel ve örgütsel bazda daha çok kazanımlara yol açtığı (Sözen ve Gürbüz, 2012), benzer şekilde ne tür bağların aktörün kurumsal mantıkları değiştirmek için gereksinim duyduğu güç ve etkiyi sağladığı konusunda olmaktadır (Battilana ve Casciaro, 2012). Bu konuda merkezilik (Hagedoorn, 2006; Monge ve Contractor, 2001), güçlü bağlar (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Podolny, 2001), zayıf bağlar (Granovetter, 1973; 1983) ve yapısal boşluklar (Burt, 1992; 2004) üzerinde en çok tartışılan konular olarak öne çıkmaktadır. Bu konulardan ilkinde ağ düzeninde merkeziliğin aktörlere kazandırdığı avantajlar ve etkilerine odaklanırken, diğerlerinde ise aktörler arasındaki ağ ilişkilerinin niteliğine vurgu yapılmaktadır (Sözen ve Gürbüz, 2012).

Merkezilik, bir aktörün içerisinde yer aldığı ağ düzenindeki merkezde konumlanmasını ve bu nedenle de diğerlerine göre daha fazla bilgi ve kaynağa erişebilmesini ifade etmektedir (McPherson, Smith-Lovin ve Cook, 2001; Monge ve Contractor, 2001). Freeman (1979) merkeziliğin üç ölçüm kriteri olduğunu, bunların; derece merkezilik (degree), arasındalık (betweenness) ve yakınlık (closeness/proximity) olduğunu belirtmektedir. Bu kriterlerden aktifliğin ölçüm aracı olan derece merkezilik, aktörün doğrudan ilişki kurduğu aktörler; diğer aktörler üzerindeki kontrolün göstergesi olan arasındalık, iki aktörü birbirine bağlayan en kısa yol; küçük gruplarda merkeziliğin

ölçüm aracı olan yakınlık, aktörün diğer aktörlere erişebilme kolaylığıdır (Freeman, 1979). Derece merkezilik bilgi ve öğrenme avantajları sağlarken, arasındalık bilgiye hükmetme ya da iletimi esnasında değiştirebilme imkânı yaratmakta, yakınlık ise aktörün ağ içinde bağımsızca diğer aktörlere ulaşabilmesine imkân tanımaktadır (Gulati, Dialdin ve Wang, 2002).

Merkezî konumdaki aktörlerin, diğer aktörlere göre daha fazla bilgi ve kaynağa sahip olma imkânı, sosyal ağ içerisindeki farklı farklı aktörlerden edindiği bilgileri sentezleyebilme ve istediği yere yönlendirebilme şansı, onlara avantaj sağlamaktadır (Hagedoorn, 2006). Sosyal ağdüzenesinde merkezde yer alan bir aktör, erişebildiği kaynaklar çerçevesinde kendisine çok önemli avantajlar sağlayabilir (Tang ve Xi, 2006). Birçok farklı aktörle kurulan sosyal etkileşimler, merkezdeki aktörün daha güvenilir olduğuna dair bir algı da yaratabilmektedir (Tsai ve Ghosal, 1998). Bu da sonuç olarak periferide kalanların merkezdeki aktöre olan bağımlılığını artırıp, onları bağımlı ve güçsüz bir konuma düşürürken, merkezdeki aktörün gücüne güç katabilmektedir (Ibarra, 1993). Böylece aktörlerin eylemlerinden çok ağdüzenesindeki yapısal konumları ön plana çıkmaktadır (Sargut, 2006). Bu yaklaşım, çoğunlukla sosyal ağ kuramı ile entegre edilen kaynak bağımlılığı kuramı (Gulati, 1995) tarafından da öne çıkarılmaktadır. Bu bağlamda merkezde yer alan aktörün konumunun çok önemli olduğu, özellikle aktör merkezli mikro yaklaşımın toplum merkezli makro yaklaşımdan farklı olarak, sosyal ağ düzenesindeki konumuna yaptığı vurgu gözden kaçırılmamalıdır.

Periferilik, aktörün içerisinde yer aldığı ağ düzenesindeki merkez yerine periferde (çevrede) konumlanmasını ve bu nedenle de merkezde konumlananlara göre daha az bilgi ve kaynağa erişebilmesini ifade etmektedir (Monge ve Contractor, 2001). Periferideki aktörler merkezdeki aktörlerle aralarında gevşek, periferideki diğer aktörlerle de aralarında seyrek bağlantılar kurmaktadır (Cattani ve Ferriani, 2008). Bu nedenle görünürlükleri merkeze oranla daha az ve kurumsal değişimde gerekli olan güç ve etkiden de mahrumdurlar (Lockett, Currie, Finn, Martin ve Waring, 2014). Mikro yaklaşım kapsamında, birbirine bağlı yoğun ilişkilerden oluşan ve sosyal sermayeyi bu çerçevede tanımlayan merkezlik ve kurumsal mantıkların değişimindeki rolü ile ilgili olarak aşağıdaki önerme üretilmiştir.

Önerme1: *Merkezî konumdaki aktörler, daha fazla bilgi ve kaynağa erişebilmesi, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olması nedeniyle, kurumsal mantıkları değiştirmede periferideki aktörlere göre daha avantajlıdır.*

Sosyal ağ düzenesinde merkeziliğin aktörlere kazandırdığı avantajlar ve etkilerinin yanında, sosyal sermayenin aktörün bilinçli eylemliliği ile mi yoksa sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile mi yaratıldığı noktasından hareketle aktörler arasındaki ağ ilişkilerinin niteliğine bakılacak olursa güçlü ve zayıf bağlar ile yapısal boşluklar kavramları ön plana çıkmaktadır. Sosyal ağ düzeneklerindeki bağın gücünün zayıf olması aktörler arasındaki mevcut ilişkilerin seyrek ve uzak olmasını (Granovetter, 1983), güçlü olması ise ilişkilerin sık, yakın ve uzun süreli olmasını (Bourdieu, 1986) ifade etmektedir. İlişkilerde güçlü bağların önemine dikkat çeken yaklaşıma göre söz konusu bağlar, ancak ve ancak karşılıklı güven ile sağlanabilmektedir (Fukuyama, 1995). Güven, karşılıklı taraflar arasında güçlü ilişkilerin kurulması için ön koşul olarak karşımıza çıkmakta (Nooteboom, 2007), istenilen düzeyde gerçekleşebilmesi için de ağdüzenesinin kapalı

(Coleman, 1988) olması gerekmektedir. Söz konusu güven, aynı meslekte olan, hemşehrlik ilişkisi bulunan, aynı sosyal statüde yer alan, aynı sivil toplum kuruluşları veya derneklere üye olan, aynı okullardan mezun olan bireylerin ortak yönleri nedeniyle aralarında güçlü bağlar kurma potansiyeli yüksek olmaktadır (Burt, 2005; Sözen ve Gürbüz, 2012). Bu bağlamda kurulacak güçlü bağların güçlü sosyal sermaye oluşturulmasına, bu sayede gerekli bilgi ve kaynaklara erişimi kolaylaştırmasına ve dolayısıyla da meydana gelebilecek herhangi bir belirsizliğin azaltılmasına fayda sağlayacağı ifade edilebilir. Bu yaklaşıma göre güçlü bağlara sahip aktörler zayıf bağları olan aktörlere göre daha fazla çeşit bilgiye erişme imkânına sahip olmaktadır (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Podolny, 2001), çünkü bireyin sağlayacağı fayda, güçlü bağlara dolayısıyla ağdüzeneginin kapalılık düzeyine bağlanmakta, kapalılık düzeyi artkça bireyin elde edeceği faydanın artacağı ifade etmektedir (Coleman, 1988). Ancak, bu yaklaşım güçlü bağların oluşturduğu ağdaki aktörlerin kapalı bir sosyal küme içerisinde yalnızca kendilerine ulaşan bilgilerle yetinmek zorunda kalabilecekleri, sistemin uzak noktadaki bilgi ve kaynaklara erişimde sıkıntılar yaşayabilecekleri (Granovetter, 1983) noktasında eleştirilmiştir. Özellikle makro yaklaşıma destek verenler, yapının ve bağlamın zorlayıcı ve belirleyici özellikleri kapsamında zayıf bağları (Granovetter, 1973) ve yapısal boşlukları öne çıkarmaktadır (Burt, 1992).

Zayıf bağlar ya da kol mesafesindeki ilişkiler aktörler arasında herhangi bir sosyal bağlantı içermeksizin yürütülmekte olan piyasa ilişkileri olarak tanımlanmaktadır (Uzzi, 1999; Uzzi ve Lancaster, 2004). Bir başka tanıma göre ise zayıf bağ, zaman içerisinde nadiren gerçekleşen bağlantıları ifade etmektedir (Granovetter, 1983). İlişkilerde zayıf bağların gücünü savunan görüşe göre, aktörün güçlü bağları sayesinde elde ettiği bilgi kısıtlıdır; ancak aktör, zayıf ya da kol mesafesindeki bağları ile bir ağdüzeneginin farklı noktalarındaki birbirleriyle yakın ilişkisi olan üyeler tarafından oluşturulmuş kapalı ağdüzenekleri ile olan irtibatı sayesinde daha fazla bilgiye daha hızlı erişebilmektedir (Granovetter, 1973; 1983). Böylece birçok zayıf bağa sahip aktör, farklı ağdüzeneklerinden ulaştığı bilgiler sayesinde yenilikleri kolayca paylaşabilecek, meydana gelebilecek değişimlere daha çabuk uyum sağlayabilecek, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olabilecektir (Granovetter, 1973). Güçlü bağların bir nevi kapalı ağ oluşturduğu düşünüldüğünde, zayıf bağların açık bir yapıyı temsil ettiği söylenebilir. Bu açık yapının, güçlü bağlarla oluşturulup paylaşılan yüksek değer ve normlara sahip olmadığı, ancak yenilikleri daha hızlı bir şekilde paylaşım yaratıcı bir şekilde uygulamaya dönüştürebilmesinden (Burt, 2004) dolayı kurumsal mantığı değiştirmede aktif bir rol oynayarak kurumsal değişimi başarabileceği ifade edilebilir. Makro yaklaşım kapsamında açık ağdüzenegini öngören ve sosyal sermayeyi bu çerçevede tanımlayan, daha fazla bilgiye daha kolay ulaşmayı sağlayan zayıf bağların gücü ve kurumsal mantıkların değişimindeki rolü ile ilgili olarak aşağıdaki önerme üretilmiştir.

Önerme2: *Zayıf bağlara sahip aktörler, güçlü bağların kapalı ağ yapısından kaynaklanan dezavantajlarının aksine, daha fazla bilgiye erişebilmesi, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olması nedeniyle, kurumsal mantıkları değiştirmede güçlü bağlara sahip aktörlere göre daha avantajlıdır.*

Burt (1992), zayıf bağların gücü konusundaki tartışmaları farklı bir bakış açısı ile ele alarak, başka bir sosyal konumun, yapısal boşluklarda aracı/köprü durumundaki

aktörlerin daha fazla avantaj sağlayacağını vurgulamıştır. Herhangi bir sosyal ağ düzenindeki aktörlerin tümünün birbirleriyle ilişkisinin olması her zaman mümkün olmayabilir, işte bu şekilde aktörler arasında bağlantı olmaması durumu yapısal boşluk olarak ifade edilmektedir (Burt, 2000; 2004). Başka bir deyişle yapısal boşluklar, farklı bilgi içeren ve gerekli olan bilgi kaynaklarını birbirlerinden ayırmaktadır (Sargut, 2006).

Söz konusu boşluklar, her iki tarafla bağlantısı olan ve arada aracılık/köprü vazifesi gören aktörlerin yeni bilgi ve teknolojinin taraflar arasında kolaylıkla iletimini sağlayıcı rolü (Gulati vd., 2002) ile doldurulmaktadır. Burada önemli olan yapısal boşluğun diğer tarafındaki dış kaynaklı yeni bilgi ve teknolojiye erişiliyor olmasıdır (Burt, 2000; Cohen ve Levintal, 1990). Böylece aracı/köprü konumunda olan aktöre olan bağımlılık ona çeşitli önemli avantajlar, özellikle de rekabetçi üstünlük sağlayabilmektedir (Burt, 1997; 2001; Sözen ve Gürbüz, 2012). Her ne kadar yapısal boşluğun iki tarafındaki grupları bağlayan aracılık/köprü zayıf bir bağlantı olsa da, bu zayıf bağlantı önemli bir güce sahiptir (Sargut, 2006). Değişik ve alternatif kaynaklara ve yeni bilgiye erişebilme özelliği, aracı/köprü konumundaki aktörlere yaratıcı sonuçlara ulaşabilmesinde büyük bir rol oynamaktadır (Battilana ve Casciaro, 2012; Cattani ve Ferriani, 2008). Bu bağlamda aracı/köprü konumundaki aktörlerin daha fazla sosyal sermayeye sahip oldukları ifade edilebilir.

Mikro-makro ikilemi bağlamında yapısal boşluklar incelendiğinde, toplumsal yapının yapısal boşluklar açısından zengin olmasının bilgi ve kaynaklara erişimini kolaylaştırdığı, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olduğu ifade edilmektedir (Uzzi, 1997). Makro yaklaşım kapsamında açık ağdüzenini öngören ve sosyal sermayeyi bu çerçevede tanımlayan, yenilikçi ve yaratıcı düşüncelere daha kolay ulaşmayı sağlayan yapısal boşluklar arasında aracı/köprü görevi üstlenen aktörler ve kurumsal mantıkların değişimindeki rolü ile ilgili olarak aşağıdaki önerme üretilmiştir.

Önerme3: *Aracı/köprü vazifesi gören aktörler, farklı, yenilikçi ve yaratıcı düşüncelere daha kolay ulaşmaları, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olmaları nedeniyle, kurumsal mantıkları değiştirmede avantajlıdır.*

Sonuç ve Tartışma

Sosyal ağların irdelenmesi, bilimsel çalışmaların başladığı ilk günden bu yana indirgemeci bir yaklaşımla bütünü anlamak için onu küçük parçalara ayırıp incelenmeye çalışılmasının ardından, pek çok bilimsel disiplinde olduğu gibi parçaları bir araya getirip bütünü görme, işlevini ve ortaya çıkış olgusunu anlamaya doğru yürüyüşün bir ifadesidir. Bu nedenle sosyal ağlar ve sosyal ilişkiler yardımıyla kurulan sosyal sermaye konusu dikkat çekmeye devam etmektedir.

Bugüne kadar yapılan çalışmalar sosyal ağ ve sosyal sermayenin yaratıcılık (Cattani ve Ferriani, 2008; Cliff vd., 2006) ve girişimcilik (Battilana vd., 2009; DiMaggio, 1988; Greenwood ve Suddaby, 2006; Thornton, 1999) ile olan ilişkisini ele almıştır. Bu çalışma ise artık odak noktası eşbiçimlilik olmayan yeni kurumsal kuramın yerini alan kurumsal mantık yaklaşımı (Friedland ve Alford, 1991; McPherson ve Sauder, 2013) kapsamında, aktörün kurumsal mantıkların değişiminde aktif bir rol oynayabileceği noktasından hareketle, sosyal ağ ve sosyal sermayenin kurumsal mantıklardaki değişime olan etkisini kavramsal olarak inceleyerek yazına katkı yapmayı amaçlamıştır. Çalışma

içerisinde hem uygulayıcıların hem de araştırmacıların ilgisini çekecek önermeler üretilmiştir.

Bu çalışma ile sosyal sermayesini güçlendiren, bir başka ifadeyle gerekli olan kaynaklarla donanmış aktörlerin (DiMaggio, 1988) kurumsal mantıkların değişiminde rol sahibi olabilecekleri, bu bağlamda hangi konumdaki aktörün, merkezdeki mi yoksa periferideki mi, güçlü bağlara mı yoksa zayıf bağlara mı sahip olan ya da aracı konumundaki aktörün mü kurumsal mantıklarda değişimi daha etkin sağlayabileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma, aktör eylemliliği ve kurumsal belirlemcilik arasındaki çelişkinin varlığına dikkat çekerek, inanç ve eylemleri kurumsal çevre tarafından şekillendirilen aktörlerin kurumsal mantıkları nasıl değiştirebileceği sorunsalından yola çıkılarak hazırlanmıştır. Çalışmada sosyal sermayeye odaklanılarak, sosyal ağ ve ilişkilerle yaratılan sosyal sermaye bir kaynak olarak ele alınmıştır.

Her ne kadar sosyal sermayenin ve sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğuna işaret edilse de, sosyal sermayenin nasıl oluşturulduğu noktasından hareketle, sosyal sermayenin aktörün bilinçli eylemliliği ile mi, yoksa sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile mi yaratıldığı konusu hâlâ tartışılmaktadır. Aktörün bilinçli eylemliliğini ve bireysel ağıdüzeneğini ön plana çıkaran ama bu ağıdüzeneklerinin yerleşik olduğu yapı ve eylemin yapısal bağlamını ihmal eden aktör merkezli mikro yaklaşım ile sosyal ağıdüzeneklerinin yerleşik olduğu yapıyı ve örgütsel eylemi ön plana çıkaran ama bireysel ağıdüzeneğini ihmal eden yapısal-işlevselci, toplum merkezli makro yaklaşım karşılaştırıldığında; kurumsal mantıkları değiştirmede hangisinin daha etkin olduğu konusunda kesin bir ayırımı yapılamayacağı, eylem ve yapı arasındaki sentez ve çözüm çabalarının birbirine karşıt olgular olmadığı, hatta birbirlerini tamamladığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu bağlamda mikro yaklaşımın daha çok kapalı ağıdüzeneğini, dolayısıyla merkezilik ve güçlü bağları öne çıkardığı; makro yaklaşımın ise daha çok açık ağıdüzeneğini, dolayısıyla zayıf bağları ve yapısal boşlukları birbirine bağlayan araçları öne çıkardığı görülmektedir.

Çalışmanın sonucunda geliştirilen önermeler doğrultusunda, merkezî konumdaki aktörlerin, periferideki aktörlere göre; zayıf bağlara sahip aktörlerin, güçlü bağlara sahip aktörlere göre, daha fazla bilgi ve kaynağa erişebilmesi, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olması nedeniyle, kurumsal mantıkları değiştirmede daha avantajlı olduğu; aracı/köprü vazifesi gören aktörlerin ise farklı, yenilikçi ve yaratıcı düşüncelere daha kolay ulaşmaları, dolayısıyla daha fazla güç ve etkiye sahip olmaları nedeniyle, kurumsal mantıkları değiştirmede avantaj sağladıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu bağlamda, merkezilik ve güçlü bağlar aktörün daha fazla bilgi ve kaynağa erişebilmesi; zayıf bağlar ve yapısal boşlukları birbirine bağlayan aracılık faaliyetleri ise aktörün farklı, yenilikçi ve yaratıcı düşüncelere daha kolay ulaşmasını sağlaması nedeniyle, tek bir çeşit bağın kurumsal mantığı değiştirmede yeterli olmayacağı ifade edilebilir. Son toplamda, kurumsal mantıkları değiştirmede geniş bir yelpazeye hitap eden hem mikro hem de makro yaklaşımın nimetlerinden yararlanan sosyal ağ konumu ve kurulan bağların gerekliliğine vurgu yapılabilir. Çünkü bu bulgu, sosyal sermayenin hem aktörün bilinçli eylemliliği ile hem de sosyal yapıda yerleşik ilişkiler ile yaratılabildiği, ancak etki çapının farklı olduğunu ifade etmektedir. Söz konusu etki çapı kapsamında aktörün bilinçli eylemi sayesinde elde ettiği sosyal sermayesiyle yakın çevresinin kurumsal mantıklarının değişiminde aktif bir rol oynayabilirken, yakın çevresinden uzak

çevreye doğru yol aldıkça, iradi seçim yapma yetisi ve gücünü kaybettiği, kontrolün yapıya geçtiği görülmektedir.

Bu çalışmanın başlıca kısıtı olarak sosyal ağ ve sosyal sermayenin kurumsal mantıkların değişimindeki rolü konusunda yazında yeterince çalışma yapılmamış ve bu nedenle de üzerinde anlaşılmış genel bir mutabakatın var olmayışı ifade edilebilir. Sosyal ağ kuramının son yıllarda kazanmış olduğu popüleriteye rağmen, kaos ve karmaşıklık kuramları gibi lineer ve belirlenimci olmayan, düzen ve düzensizlikleri aynı anda içeren yapısı nedeniyle, geleneksel araştırma yöntemlerine alışık bilim insanlarının incelenmesinde zorluklarla karşılaşması bir diğer kısıt olarak karşımıza çıkmaktadır.

Konuyla ilgili yapılacak sonraki araştırmalarda; özellikle İnternet'te yer alan Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram ve LinkedIn gibi sanal ağlar sayesinde anlam ve boyutunun değiştiği düşünülen sosyal sermayeye bir de bu açıdan yaklaşılmasının, kurumsal mantıklarda ne gibi değişimlere yol açabileceği araştırılabilir. Ayrıca sosyal sermaye edinme şekilleri ile kurumsal mantıkların değişimi konuları, bu çalışma kapsamında ele alınmayan toplumdaki topluma değişiklik gösteren kültür ve kültürel farklılıklar bağlamında incelenebilir.

Kaynaklar

- Adler, P.S. ve Kwon, S.W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27, 17-40.
- Arun, K. ve Yıldırım, D.Ç. (2017). Effects of foreign direct investment on intellectual property, patents and R&D. *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, 7 (2), 226-241.
- Battilana, J. (2006). Agency and institutions: The enabling role of individuals' social position. *Organization*, 13 (5), 653-676.
- Battilana, J. (2007). Initiating divergent organizational change: The enabling role of actors' social position. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1-6.
- Battilana, J., Leca, B. ve Boxenbaum, E. (2009). How actors change institutions: Towards a theory of institutional entrepreneurship. *The Academy of Management Annals*, 3 (1), 65-107.
- Battilana, J. ve Dorado, S. (2010). Building sustainable hybrid organizations: The case of commercial microfinance organizations. *Academy of Management Journal*, 53 (6), 1419-1440.
- Battilana, J. ve Casciaro, T. (2010). Power, social influence and organizational change: The role of network position in change implementation. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1-8.

- Battilana, J. ve Casciaro, T. (2012). Change agents, networks, and institutions: A contingency theory of organizational change. *Academy of Management Journal*, 55 (2), 381-398.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. İçinde: J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (s. 241-258). New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L.J.D. (1992). *An invitation to reflective sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brass, D.J. (1984). Being in the right place: A Structural analysis of individual influence in an organization. *Administrative Science Quarterly*, 29 (4), 518-539.
- Burt, R.S. (1992). *Structural holes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Burt, R.S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, 339-365.
- Burt, R.S. (2000). The network structure of social capital. İçinde: Staw, B.M. ve Sutton, R.I. (Ed.), *Research in organizational behavior* (s. 345-423). New York: Elsevier Science.
- Burt, R.S. (2004). Structural holes and good ideas. *The American Journal of Sociology*, 110 (2), 349-399.
- Burt, R.S. (2005). *Brokerage and closure*. New York: Oxford University Press.
- Cattani, G. ve Ferriani, S. (2008). A core/periphery perspective on individual creative performance: Social networks and cinematic achievements in the Hollywood film industry. *Organization Science*, 19 (6), 824-844.
- Cliff, J., Jennings, P.D. ve Greenwood, R. (2006). New to the game and questioning the rules: The experiences and beliefs of founders who start imitative vs. innovative firms. *Journal of Business Venturing*, 21 (5), 633-663.
- Cohen, W.M. ve Levinthal, D.A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Dimaggio, P.J. ve Powell, W.W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48 (2), 147-160.

- DiMaggio, P.J. (1988). Interest and agency in institutional theory. İçinde: L. Zuker (Ed.), *Institutional patterns and culture* (s. 3-22). Cambridge: Ballinger Publishing Company.
- Dimaggio, P.J. ve Powell, W.W. (1991). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. İçinde: W.W. Powell ve P.J. Dimaggio (Ed.), *The new institutionalism in organizational analysis* (s. 63-82). Chicago: The University of Chicago Press.
- Emerson, R.M. (1972). *Exchange theory*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Emirbayer, M. ve Mische, A. (1998). What is agency? *American Journal of Sociology*, 103 (4), 962-1023.
- Freeman, L.C. (1979). Centrality in social networks: Conceptual clarification. *Social Networks*, 1, 215-239.
- Friedland, R. ve Alford, R.R. (1991). Bringing society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. İçinde: W.W. Powell ve P.J. DiMaggio (Ed.), *The new institutionalism in organizational analysis* (s. 232-263). Chicago: The University of Chicago Press.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social virtues and the creation of prosperity*. London: Hamish Hamilton.
- Galaskiewicz, J. ve Wasserman, S. (1989). Mimetic and normative processes within an interorganizational field: An empirical test. *Administrative Science Quarterly*, 34, 454-479.
- Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory: Action, structure, and contradiction in social analysis*. CA: University of California Press.
- Giddens A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Greenwood, R. ve Hinings, C.R. (1996). Understanding radical organizational change: Bringing together the old and new institutionalism. *Academy of Management Review*, 21 (4), 1022-1054.

- Greenwood, R. ve Suddaby, R. ve Hinings, C.R. (2002). Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45 (1), 58-80.
- Greenwood, R. ve Suddaby, R. (2006). Institutional entrepreneurship in mature fields: The big five accounting firms. *Academy of Management Journal*, 49 (1), 27-48.
- Gulati, R. (1995). Social structure and alliance formation patterns: A longitudinal analysis. *Administrative Science Quarterly*, 40, 619-652.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19, 293-317.
- Gulati, R., Dialdin, D.A. ve Wang, L. (2002). Organizational networks. İçinde: J.A.C. Baum (Ed.), *The Blackwell companion to organizations* (s. 281-303). Oxford: Blackwell.
- Hagedoorn, J. (2006). Understanding the cross-level embeddedness of interfirm partnership formation. *Academy of Management Review*, 31 (3), 670-680.
- Hasselbladh, H. ve Kallinikos, J. (2000). The project of rationalization: A critique and reappraisal of neo-institutionalism in organization studies. *Organization Studies*, 21 (4), 697-720.
- Ibarra, H. (1993). Network Centrality, Power and innovation involvement: Determinants of technical and administrative roles. *Academy of Management Journal*, 36, 471-501.
- Jepperson, R.L. (1991). Institutions, institutional effects, and institutionalism. İçinde: W.W. Powell ve P.J. DiMaggio (Ed.), *The new institutionalism in organizational analysis* (s. 143-164). Chicago: The University of Chicago Press.
- Kraatz, M.S. ve Moore, J.H. (2002). Executive migration and institutional change. *Academy of Management Journal*, 45 (1), 120-143.
- Lawrence, T. (1999). Institutional strategy. *Journal of Management*, 25 (2), 161-188.
- Lin, N. (2000). Inequality in social capital. *Contemporary Sociology*, 29, 785-795.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lockett, A., Currie, G., Finn, R., Martin, G. ve Waring, J. (2014). The influence of social position on sense making about organizational change. *Academy of Management Journal*, 57 (4), 1102-1129.

- Luthans, F. ve Youssef, C.M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33 (3), 321-349.
- Marin, A. ve Wellman, B. (2014). Social network analysis: An introduction. İçinde: J. Scott ve P.J. Carrington (Ed.), *Social network analysis* (s. 11-25). California: Sage Publications.
- Marsden, P.V. ve Friedkin, N.E. (1993). Network studies of social influence. *Sociological Methods and Research*, 22 (1), 127-151.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L. ve Cook, J.M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415-444.
- McPherson, C.M. ve Sauder, M. (2013). Logics in action: Managing institutional complexity in a drug court. *Administrative Science Quarterly*, 58 (2), 165-196.
- Meyer, J.W. ve Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *The American Journal of Sociology*, 83 (2), 340-363.
- Meyer, J.W. ve Scott, W.R. (1983). *Organizational environments-rituals and rationality*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Monge, P.R. ve Contractor, N.C. (2001). Emergences of communication networks. İçinde: F.M. Jablin ve L.L. Putnam (Ed.), *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (s. 440-501). California: Sage Publications.
- Nahapiet, J. ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
- Nooteboom, B. (2007). Social capital, institutions and trust. *Review of Social Economy*, 65 (1), 29-53.
- Ocasio, W. (1999). Institutionalized action and corporate governance: The reliance on rules of CEO succession. *Administrative Science Quarterly*, 44 (2), 384-416.
- Podolny, J.M. (2001). Networks as the pipes and prisms of the market. *The American Journal of Sociology*, 107 (1), 33-60.
- Salancik, G.R. ve Pfeffer, J. (1977). Who gets power- and how they hold on to it: A strategic- contingency model of power. *Organizational Dynamics*, 5 (3), 3-21.
- Sargut, A.S. (2006). Sosyal sermaye: Yapının sunduğu bir olanak mı, yoksa bireyin amaçlı eylemi mi? *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (12), 1-13.

- Scott, W.R. (2001). *Institutions and organizations*. California: Sage Publications.
- Scott, W.R. (2003). Institutional carriers: Reviewing modes of transporting ideas over time and space and considering their consequences. *Industrial and Corporate Change*, 12 (4), 879-894.
- Seo, M. ve Creed, W.E.D. (2002). Institutional contradictions, praxis, and institutional change: A dialectical perspective. *Academy of Management Review*, 27 (2), 222-247.
- Sözen, H.C. ve Gürbüz, S. (2012). Örgütsel ağlar. İçinde: H.C. Sözen ve H.N. Basım (Ed.), *Örgüt kuramları* (s. 301-325). Ankara: Beta Basım AŞ.
- Suddaby, R. (2010). Challenges for institutional theory. *Journal of Management Inquiry*, 19 (1), 14-20.
- Tang, F. ve Xi, Y. (2006). Exploring dynamic multi-level linkages in inter-organizational networks. *Asia Pacific Journal of Management*, 23, 187-208.
- Thornton, P.H. (2002). The rise of the corporation in a craft industry: Conflict and conformity in institutional logics. *Academy of Management Journal*, 45, 81-101.
- Thornton, P.H. ve Ocasio, W. (1999). Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: Executive succession in the higher education publishing industry, 1958-1990. *American Journal of Sociology*, 105, 801-843.
- Thornton, P.H. ve Ocasio, W. (2008). Institutional logics. İçinde: R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby ve K. Sahlin (Ed.), *Sage handbook of organizational institutionalism* (s. 99-129). London: Sage Publications.
- Thornton, P.H., Ocasio, W. ve Lounsbury, M. (2012). *The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure and process*. Oxford: Oxford University Press.
- Tsai, W. ve Ghosal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *The Academy of Management Journal*, 41 (4), 464-476.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interim networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 35, 35-67.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the making of financial capital: How social relations and networks benefit firms seeking financing. *American Sociological Review*, 64, 481-505.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 119-136

Uzzi, B. ve Lancaster, R. (2004). Embeddedness and price formation in the corporate law market. *American Sociological Review*, 69, 319-344.

Zucker, L.G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42, 726-743.

YEREL YÖNETİMLERDE KAMU HİZMETLERİNİN SUNUMUNDA KATILIMCI YÖNETİŞİMİN ROLÜ

Mahmut DOĞAN¹
Ali YEŞİLDAL²

ÖZ

Son yıllarda vatandaşların kent yönetimine katılımını artırmaya dönük çeşitli çalışmalar söz konusudur. Çünkü kent yönetimine katılım kamu bilincinin artırılması ve yerel yönetimlere olan güvenin sağlanmasında çok önemlidir. Katılım, insanların beceri ve ilişkilerindeki eksikliklerini gidererek kendilerini daha iyi bir şekilde yönetmelerini sağlar. Katılımın niceliği ve niteliği arttıkça vatandaşların güveni ve yaşam kalitesi de gelişiyor. Yerel kararlara katılım veya karar verme olarak bilinen katılımcı yönetim, sorunların analizi, stratejilerin geliştirilmesi ve çözümlerin uygulanmasında paydaşların bir organizasyonun tüm düzeylerine katılımını teşvik eder. Yerel yönetimlerde katılımcı yönetişimin başarısı dikkatli planlamaya ve aşamalı bir yaklaşıma bağlıdır. Kamu hizmetlerinin sunumunda yönetişimin rolü bağlamında yerel yönetimlerin etkisini artırma, kamu hizmetleri sağlama, planlama ve yönetme yetkisi ile yerel ekonomik kalkınma temel hususlar olarak görülmektedir. Bunlar, yerel yönetimlerin katılımcı yönetim ve yenilikçi sürdürülebilir uygulamalar geliştirmesi için stratejik unsurlardır. İnsanların katılımı, yerel yönetimin başarısına ve refahına katkıda bulunan önemli bir faktör olarak kabul edilir. İnsanların yerel yönetime katılımı iyi sonuçlar üretmekle kalmayıp katılımcı yönetişimi daha cazip hâle getirmektedir. Bu çalışmada, yerel yönetimlerin, katılımcı yönetim yaklaşımı çerçevesinde; yerel halkın ve sivil toplum işbirliğini teşvik eden, katılımcı bir yönetim anlayışı ile kamu hizmeti sunumundaki rolünün ortaya çıkarılması, geliştirilmesi ve yerleşmesi yönünde adımlar atılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Katılım, Yönetişim, Katılımcı Yönetişim

THE ROLE OF PARTICIPANT GOVERNANCE IN SERVICE DELIVERY OF PUBLIC SERVICES IN LOCAL GOVERNMENTS

ABSTRACT

In recent years, there are various studies aimed at increasing participation of citizens in the city administration. Because participation in city administration is very important in raising public awareness and providing trust to local governments. Participation helps people manage themselves better by eliminating their inadequacies in skills and relationships. As the quantity and quality of participation increases, so does the trust and quality of life of citizens. Participant governance, known as participation or decision-making in local decisions, encourages stakeholder participation at all levels of an organization in the analysis of problems, the development of strategies and the implementation of solutions. The success of participant governance in local governments depends on careful planning and a phased approach. In the context of the role of governance in the delivery of public services, the authority to increase the influence of local governments, provision of public services, planning and management and local economic development are seen as the main issues. These are strategic elements for local governments to develop participatory governance and innovative sustainable practices. Citizens' participation is considered an important factor contributing to the success and prosperity of local government. Participation of local residents in local government not only produces good results but also makes participant governance more attractive. In this study, within the framework of participant governance approach

¹ Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, mahmutdogan@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1432-3682.

² Dr., Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, ayesildal41@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0927-7498.

Received/Geliş: 31/12/2019 Accepted/Kabul: 06/08/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale

Cite as/Alıntı: Doğan, M., Yeşildal, A. (2020), "Yerel Yönetimlerde Kamu Hizmetlerinin Sunumunda Katılımcı Yönetişimin Rolü", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.137-148.

of local governments; the aim of this study is to find out, develop and settle the role of public service delivery with a participant management approach that encourages cooperation of local people and civil society.

Key Words: Local Governments, Participation, Governance, Participant Governance

Giriş

Halkın yerel yönetimlerde yönetime katılımı, yaşam kalitemizi artırabilir ve geliştirebilir. Dahası çok daha aktif yurttaşlar yaratabilir. Kamu hizmet tasarımı ve sunumundaki karışık sorunların yönetimine yardımcı olabilir. 21. yüzyıl yönetişim anlayışının gerektirdiği yeni ilişkilerin, güç ve kaynak değişimlerinin yaratılmasını sağlayabilir ve bireylerin becerilerini, inancını, istekliliğini ve vizyonunu geliştirebilir. Bu durum dolayısıyla, günümüzde halkın yönetime katılımı, kamu politikası karar-alma sürecinin ve sunumunun temel bir parçası hâline gelmiştir.

Katılım, yerel halkın gelecek için tasarlanan proje ve uygulamalardan bilgi sahibi olmalarını sağlar ve kentin ileride doğabilecek avantaj ve dezavantajlı hususlara ilişkin kendilerini hazırlamalarını ve rol almalarını belirler ve değişikliklere ilişkin kararlarla ilgili sorumlulukta yer almalarını temin edebilir. İnsanların yaşamlarını etkileyen kararlara etki edebilmelerini ve olaylara dâhil olabilmelerini sağlayacak her şey katılım kapsamında değerlendirilebilir. Katılım yoluyla daha iyi kararlar alınabilmektedir. Bunun için katılımcıların açık fikirli olma ve alternatif görüşlere saygı duyma ve bu çerçevede kapasitelerini geliştirebilmelerine bağlıdır. Katılım, dünyanın insancıl ve ideal bakış açısını yansıtmalıdır. Katılım aynı zamanda çeşitli hukuki uyumsuzlukların ve geleneksel yaklaşımın önüne geçerek süreci hızlandırabilir ve aidiyet duygusu kazandırabilir. Katılımcılık dinamizm sağlar ve harekete geçme için yeni fırsat ve imkânlar sunar.

Kamu hizmetlerinin sunumunda yaygın olan model karar almanın tüm detaylarının bilen uzmanlara bırakılması yönündedir. Bu durum halkın katılımını oylamaya katılıma indirger. Katılımcı yönetim modelinde bu durum değişmekte ve sorgulanmaktadır. Katılımcı yönetişimde, insanların ihtiyaçlarını, tercihlerini ve değerlerini onları da katarak hizmet sunumunu sağlamak önem arz eder. Bu durum alınan kararlarını meşruluğunu hem katılımcılar hem de daha geniş bir çevrenin kabulü sonucunu getirir.

Vatandaşın yerel yönetime katılımının önemi, vatandaşların politik ve sosyal ilişkilere katılımı göz önüne alındığında, kamu kurumları tarafından halkın katılımını sağlayacak tüm araçların ve yöntemlerin iyi bir şekilde kullanılması, vatandaşların katılımını ve devlete olan güveni artırıcı bir faktör olabileceğini ortaya çıkarmaktadır. Nüfusun büyük kesimi cep telefonu ve bilgisayar sahibi olduğundan ve çok sayıda insanın İnternet'e erişimi sağlandığından, katılımcı iletişim kolaylaşmaktadır. Çoğu zaman bilginin yaygınlaştırılmasında sosyal medya (mobil telefonlar, Twitter, Facebook, LinkedIn vs.) kullanılmaktadır. Bu bağlamda, hem bağımsız sosyal medya kullanıcıları hem de hükümet ile yerel yönetimlerin sosyal medyasının yöneticileri katılım ve bilgi paylaşımını artırmak için iyi bir konumdadır (Rosario vd., 2018, s.32). Bilgi Teknolojisi geçmiş yıllara göre önemli ölçüde ilerlemiştir. Bu durum, çeşitli devlet etkinliklerinde ve kamu hizmeti sunumunda vatandaşların etkileşimini, işbirliğini ve katılımını sağlayan pek çok geçici dijital platformun yükselişiyle de kanıtlanmıştır.

Bilgi, sadece bilgili kişi ve grupların tekelinde değildir. Bu durum, geleneksel resmî süreçleri ve yapıları değiştirmektedir. Yönetime katılma kolaylaşmıştır. Bilişim çağı, bireyleri etkin birer özne hâline getiren insanları devreye sokmaktadır. Günlük

yaşamımızda bu tür katılımın onlarca çeşidini her gün canlı olarak müşahade ediyoruz. Yönetişim anlayışı da bu gelişmeden payına düşeni almaktadır. Bu durum daha doğrudan demokrasi uygulamalarına imkân verebilmektedir. Bu yönetim anlayışı özellikle yerel yönetimlerde daha kolay uygulama alanı bulabilir. Çünkü uygulama alanı daraldıkça, vatandaşın yerel yönetimlerle temasa geçme ve katılım oranı da artıyor. Bu nedenle, vatandaşın en sık ilişki içinde olduğu yerel yönetimlerde katılımcı yönetişimin uygulanması, yaşam kalitesinin seviyesini belirlemede ve alınan kararları içselleştirmede ciddi katkı sağlayacaktır.

1. Yerel Yönetimler ve Katılımcı Yönetişim

Tortop vd. (1999), yerel yönetimler kavramsal olarak, merkezî yönetim dışında, yerel bir topluluğun ortak gereksinimlerini karşılamak amacıyla oluşturulan, karar organları doğrudan halk tarafından seçilen, demokratik ve özerk bir yönetim birimi, bir kamusal örgütlenme modeli olarak tanımlamaktadır. Korkut (2011), yerel yönetimler, demokrasinin hayata geçirileceği en uygun kuruluşlar olarak görmektedir. Schmidt (2006)'e göre yeni çerçevede ve farklı eğilimlere yanıt olarak, yerel yönetimler, “halkla birlikte yönetim” in yenilikçi mikro demokrasi biçimlerini denemeye başlıyor ve daha büyük, farklı sivil katılımlara açıklar. Yerel düzeyde planlama ve toplumun ekonomik gelişimini sürdürme girişimleri, ilgili vatandaşları katılım konusunda karşı karşıya kalmaları gereken güçlükler hakkında bilgilendirme ve eğitime imkânı sunar. Toprak (2006), bu nedenle bir yerel yönetim birimi olan belediyelerin, hem demokratik hayatta oynadıkları roller, hem de kamu hizmetlerinin halka götürülmesinde yüklenedikleri görevler nedeniyle yönetilenlerin yönetime katılmalarında ilk aşamayı oluşturduğunu belirtmektedir.

Yönetişim, vatandaşlık ve yerel yönetim ilişkisinde hem yerel yönetimler, hem de orada yaşayan paydaşlar adına karar yetkisinin ve kararlarda gücü olan aktörlerin bu hususları nasıl edindiği, kullanıldığı ve kontrol edildiğini belirler. Yeni bir kavram olmakla birlikte pek çok ülkede genel kabul gören yönetişim kavramı merkezî otoritenin yukarıdan aşağıya doğru hâkimiyetini esas alan klasik hiyerarşik yönetim anlayışı yerine tüm toplumsal aktörlerin karşılıklı işbirliği ve uzlaşmasına dayanan, katılımcılığı ve sivil toplum kuruluşlarını ön plana çıkaran, saydamlığı, açıklığı, hesap verme sorumluluğunu, yetki devri ve yerindenliği esas alan bir anlayışı anlatmak için kullanılan bir kavramdır.

Yönetişim kavramı üzerinde çok sayıda çalışma yapılmasına rağmen üzerinde uzlaşa sağlanmış bir tanımı henüz yoktur. Kocaoğlu ve Fural (2018)'a göre bu yüzden kavram bazı durumlarda kavramsal ve terimsel karışıklıklara neden olmaktadır. Mevcut literatürde yaygın olarak kullanılan yönetişim kavramı hakkında Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü OECD; “toplumun ekonomik ve sosyal kalkınması için kullanılan kaynaklarıyla ilgili olarak icra edilen siyasal güç ve kontrol” anlamına geldiğini ifade etmektedir. Poyraz (2017) katılımı, bireylerin kendilerini etkileyen ve ilgilendiren fiziksel çevrelerde, programlarda ve kurumlarda üretilen kararlara etkide bulunmaları; bu kararların oluşumunda yer almaları olarak tanımlanmaktadır.

Pek çok disiplin tarafından kullanılan yönetişimin çok boyutlu özelliği bu kavramın, herkesin üzerinde uzlaştığı standart bir tanımının yapılmasını güçleştirmektedir. Kavram sözlük anlamıyla “yönetim” ile eş anlamda kullanılmakla birlikte, yönetimden daha kapsamlı olup merkezî yönetimin diğer aktörlerle eşit olduğu durumu yansıtmaktadır. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE)

tarafından hazırlanan Kamu Yönetimi Sözlüğünde yönetim, “bir toplumsal-politik sistemdeki ilgili tüm aktörlerin ortak çabalarıyla elde edilen sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzen” olarak tanımlanmakta ve kavramın yönetime katılma kavramına bir seçenek olarak ortaya konduğu ifade edilmektedir.

Kocaoğlu ve Fural (2018)’a göre yönetim kavramı günümüzde daha çok kamu yönetiminde ve siyaset biliminde; demokrasi, katılım, insan hakları, kalkınma ve sivil toplum kavramlarıyla birlikte sıklıkla kullanılmaktadır. Yönetimin genel ilke ve özellikleri göz önüne alınarak şöyle bir tanım yapılabilir: “Yönetim, hukukun üstünlüğü ile katılımcılığın, etkinlik ve etkililiğin, denetimin, açıklık, saydamlık ve hesap verebilirliğin önem arz ettiği, sivil toplumu ön plana çıkararak ve önünü açan, teknolojideki gelişmelerle uyumlu bir ekonomik ve siyasi düzendir.” Yerel yönetimlerde katılımcı yönetim anlayışının en belirgin özelliği kamusal kararların alınmasında ve uygulanmasında merkezî yönetimin egemen güç olmaktan çıkarak, pek çok yerel aktörün sürece dâhil edilmesi ve sivil toplum örgütlerinin karar verme ve alma süreçlerinde rollerinin artmasıdır. Bu kapsamda katılımcı yönetim geleneksel yönetimden farklı olarak sivil toplum kuruluşlarını da içermesi nedeniyle daha geniş kapsamlıdır, toplumdaki çeşitli görüş ve çıkarları uyumlaştırma sürecidir, işbirliği yapmayı ön plana çıkarmakta ve yatay ilişkileri içermektedir.

Yerel kararlara katılım veya karar verme olarak bilinen katılımcı yönetim, sorunların analizi, stratejilerin geliştirilmesi ve çözümlerin uygulanmasında paydaşların bir organizasyonun tüm düzeylerine katılımını teşvik eder. Vatandaşların karar verme sürecinde, çalışma takvimlerini belirleme ve önerilerde bulunma gibi etkinliklere katılarak paylaşım sağlamaları mümkün olmaktadır. Yalnızca hak talep eden pasif vatandaş yerine, birtakım sorumluluklar ve ödevler üstlenen aktif vatandaşa doğru bir değişime vurgu yapılmakta ve toplum da bu değişikliklere doğru evrilmektedir. Bu yüzden yerel düzeyde karar verme sürecine maksimum katılımı ve sahiplenmeyi sağlamak için katılımcı yönetim hayati derecede önem arz etmektedir.

2. Yerel Düzeyde Katılımcı Yönetimin Faydaları

Katılımcı bir yönetim tarzı, yerel yönetimin her seviyesinde çeşitli avantajlar sunar. Yerel yönetim, toplum arasında bir sahiplik duygusu yaratarak, onların verimliliğini artırmaya motive eder. Yerel yönetimin kararlarına katılan insanlar, ortak bir hedefe sahip bir takımın parçası olduklarını hissetmekte ve kendilerine olan saygıyı ve yaratıcı tatmin duygusunu bulmaktadırlar (McMillan, t.y.).

Katılımın uygulandığı farklı alanlar doğal olarak çeşitli etkenlere sahip olabilir. Bununla birlikte, mevcut yerel yönetim politikasında katılımcı faaliyetler; yönetim, toplumsal uyum, hizmet kalitesinin artırılması ve kapasite geliştirmeye çok ciddi anlamda katkı sunmaktadır. Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, çeşitlendirilmesi ve artırılması, gerçek ihtiyaçları ortaya çıkarma ve toplum görüşlerini ve değerlerini yansıtan etkili ve iyi kamu hizmetleri yerel ölçekteki yönetim anlayışından neşet etmektedir.

Yapılan araştırmalarda vatandaş katılımının planlama, geliştirme, iyileştirme ve şehir yönetimi üzerinde olağanüstü bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu araştırmalarda yerel halkın bu konularda istekli ve sahiplenici kanaat beyan ettikleri ve yönetimin bu hususlarda aldıkları kararlara inandığını göstermektedir (Mahmudi ve Saremi, 2015). Kamu görevlileri ve seçilmiş temsilciler karar alma süreçlerinde toplumun kaygılarını ve isteklerini dikkate aldıkları hususunda bilinç ve duyarlılık algısı

oluşturdukları belirgin bir biçimde görülmektedir. Bu durum yerel paydaşların görüş ve geri bildirimlerine dayanarak istişare ve toplu eylemlere izin verir ve insan odaklı karar alma, izleme ve değerlendirme süreçlerine yardımcı olur (Brett, 2003, s. 11).

Yönetişim yöntemlerinin doğru şekilde uygulanması oldukça önemlidir. Yönetişim sayesinde toplumsal bir dönüşümü amaçlayan ve tüm toplumu etkileyecek olan sürecin, şeffaf ve katılımcı bir anlayış içinde yürütülmesi gereklidir (Kocaoğlu ve Fural, 2018, s. 154). Şeffaflık, topluma bilgi sağlanması ve devlet kuralları, düzenlemeleri ve kararları hakkında netlik anlamına gelir (UNDP, 2006, s. 17). Yerel halk proje planını ve bütçesini biliyorsa ve katılmasına izin verilirse, projenin yerel bilgi ve kaynakları kullanarak maksimum fayda sağlamasına yardımcı olabilir (World Bank, 2007, s. 18). Katılımcı bir tarz kullanan yöneticiler, yerel halkın sesini duyurmaları sonucu halkın değişmeye daha açık olduğunu görürler. Değişimler, yerel halkın bilgi aldığı ve kararlara katkı sağladığında daha etkili bir şekilde olduğunu göstermektedir. Katılımcı yönetim, yerel halkı gelecekteki etkinliklerden haberdar eder, böylece potansiyel değişikliklerden haberdar olurlar. Yerel yöneticiler endişe alanlarını hızlı bir şekilde belirleyebildiğinden ve halka çözüm hususunda başvurabildiği için, kendisini reaktif değil, proaktif bir şekilde konumlandırabilir.

Katılımcı yönetim, yerel halkın kararların alınmasına ve katılmasına izin vererek, sinerjiden yararlanır. Yerel halka yönetime katılma fırsatı verildiğinde, geçerli ve benzersiz bir fikrin önerilebilme şansı artar. Bu açıdan kent konseyleri kurulması, merkezî bir sistemden merkezî olmayan bir planlama sistemine ve vatandaşların katılımına dayanan katılımcı kentsel yönetime geçmenin önemli bir adımı olacaktır (Mahmudi ve Saremi, 2015, s. 69).

Katılımcı yönetim anlayışı ve uygulaması sayesinde, yerel halkın, yerel yönetimlerin daha geniş bir görünümünü anlamaları ile alınan kararlara katılmalarına ve yön vermelerine yardımcı olur. Eğitim, gelişim fırsatları ve bilgi paylaşımı yoluyla yerel halk, gerekli kavramsal becerileri edinebilir. Birçok şehrin katılımcı yönetimi neticesinde vatandaşların kendileri için tasarlanan ve ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma planları ve programları oluşturmaya katılımı, seçilmiş konseylerin sorumluluk alanlarındaki taahhütleriyle ilgili performanslarından dolayı kendilerini sorumlu tutma yükümlülüğü, periyodik vatandaş denetimi ile yönetimde daha fazla şeffaflık sağlanması konusunda ciddi katkıları sağlanabilir.

3. Yerel Yönetimler İçin Katılımcı Yönetimin Gereksinimleri

Yerel yönetimler farklı çıkarları uzlaştırarak ortak hedeflerin belirlenmesi ve bu hedeflere ulaşmak üzere kaynakların harekete geçirilmesini sağlar. Bu da katılımcı yönetimin yetkilerinin ve sınırlarının belirlenmesi için kural ve süreçler geliştirme ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Katılımcı Yönetişim, bu ihtiyacı karşılamak üzere kurumların yön ve hedeflerinin, yöneticilerin yetki ve sınırlarının belirlenmesi ve doğru yolda ilerlendiğinin gözetilmesini içeren kural, süreç, davranış biçimleri ve kültürünün oluşturulması ve etkin bir şekilde denetimini ortaya çıkarmaktadır.

Yerel yönetim ve insanların katılımı, yönetim ve iyi yönetimle ilgili başlıca politika aygıtlarından ikisidir. Yerel yönetimlerin insanların katılımını sağladığı, siyasi eğitim ve öğretimi teşvik ettiği, kaynakların eşit ve verimli bir şekilde dağıtıldığı, merkezî ve yerel yönetişimin çeşitli aktörleri arasındaki güvenilir ilişkiyi ve merkezî hükümetin vatandaşların talep ve öncelikleri konusundaki duyarlılığını artırdığı geniş çapta kabul

görmektedir (Mohammed, 2008, s. 12). Bununla birlikte, insanların kendilerini ilgilendiren konularda karar alma süreçlerine ve devlet faaliyetlerine katılım taleplerinin artmasıyla birlikte merkezî hükümet, yerel düzeyde halkın katılımını ve katkısını teşvik etmek için yerel yönetimleri daha etkin ve yetkili kılacak çeşitli hukuksal düzenlemeler yapmaya itmektedir.

Yöneticiler tarafından görülen yaygın bir yanlış anlama, katılımcı yönetişimin yerel halktan sadece kararlara katılmasını veya öneride bulunmasının yeterli olduğu anlayışıdır. Etkili programlar sadece bir öneri kutusundan daha fazlasını içerir. Katılımcı yönetişimin çalışması için birkaç sorunun çözülmesi ve çeşitli gereksinimlerin karşılanması gerekir. İlk olarak, yöneticiler, yerel halkın bazı uygulamaları kontrol etme hususunda istekli olmalıdırlar. Genellikle yerel yöneticiler, katılımcı bir yönetim tarzı uyguladıklarında, hem çalışanların hem de yerel halkın kendilerine olan saygının artacağını farkındadırlar. Ayrıca, yerel yöneticiler bu hususlara ilişkin kendilerini de güvende hissetmelidirler.

Yerel yönetimlerde katılımcı yönetişimin başarısı, dikkatli planlamaya ve aşamalı bir yaklaşıma bağlıdır. Yerel halkın yönetim hakkındaki fikirlerini değiştirmek, demokratik veya otokratik bir yönetim tarzından katılımcı bir üsluba kadar tüm kültürel değişimde başarılı bir girişimde olduğu gibi zaman alır. Katılımın etkili olabilmesi için, yerel yöneticilerin programların uygulanmasında samimi, gerçekçi ve ikna edici olması gerekir. Birçok vatandaşın fikirlerinin kabul edildiğini ya da en azından ciddi olarak dikkate alındığını sürekli olarak kanıtlamaları gerekmektedir. Bu durum neticesinde yerel halk yöneticilere güvenebilmekte ve onlara saygı duymaktadır.

Yerel yönetimlerde başarılı katılım, yerel yöneticilerin halkın katılımını açık bir zihinle ele almalarını gerektirir. Katılımcı yönetimin çalışması ve başarılı olması için yeni fikirlere ve alternatiflere açık olmalıdır. Yöneticilerin vatandaşın yaptığı fikir veya öneriyi kabul etmemesine rağmen, bu fikirlerin ve önerilerin nasıl ele alındığının katılımcı yönetimin başarısı için kritik olduğunu hatırlamak önemlidir. Bu yüzden, yönetimin karar ve uygulamaları hakkında bilgilendirilmiş bir kamuoyu katkısı ve görüşü olmaksızın, demokratik yerel yönetimden ve demokratik belediyeçilikten söz edilemez (Korkut, 2011, s. 148). Ayrıca, yerel halk fikirlerini ve önerilerini yönetime katmaya ve paylaşmaya istekli olmalıdır. Katılımcı yönetim, pasif veya basitçe ilgilenmeyen vatandaş ile çalışmaz. Birçok kez vatandaş, iyi öneri veya karar vermek için gerekli beceri veya bilgiye sahip olmayabilir. Bu durumda onlara bilgilendirilmiş seçimler yapabilmeleri için yerel yönetimler tarafından bilgi veya eğitim verilmesi önemlidir. Onları katılımcı yaklaşıma alıştırmak için teşvikler sunulmalıdır. Yerel halkın belediye'deki karar verme sürecine girmelerine yardımcı olmanın bir yolu, bireysel güçlerini bilmek ve bunlardan yararlanmaktır. Onları, bilgili ve ilgili oldukları alanlara yönlendirerek, katkı sunmaları ve aidiyet hissetmeleri mümkün olacaktır.

Yerel halkın değerli katkılarda bulunmalarını beklemeden önce, yöneticilerin katılımcı yönetişimin uygulanmasına ilişkin ilgili kriterleri sunmaları sağlanmalıdır. Bu, uygulanamayan, uygulanabilir olmayan veya çok pahalı olan fikir ve önerilerin atılmasına yardımcı olacaktır. Yöneticiler ayrıca yerel halka fikir veya alternatif kararlar hakkında düşünceleri için zaman vermelidir.

Başarılı bir katılımcı yönetim modelini uygulamaya koymanın bir diğer önemli unsuru entegrasyondur. Bu anlamda yöneticilerin ve yerel halkın önerilerinin nihai karar veya uygulamaya geçirilmesi önemlidir. Yerel halk, katkı sunduğunda bunun kabul

görüldüğüne dair bilgiye sahip kılınmalıdır. Halka nihai kararda bir seçenek sunmak da önemlidir. Çünkü bu onların güvenini, bağlılıklarını ve katılım arzusunu artırır. Bazen sadece birkaç alternatif sunarak onlardan seçim yapmalarına izin vermek bile alternatiflerin kendilerini düşündükleri kadar etkilidir. Yerel halkın ilk tercihi mümkün değilse, yönetim halkın kararını reddetmek yerine bir alternatif isteyebilir. Bir fikir veya karar kabul edilemez olduğunda, yöneticiler bir açıklama yapmalıdır. Yönetim, yerel halkın fikirlerini uygulamaya koymadan sürekli olarak eleştirirse orada yaşayan halk arasında güvensizlik başlayacaktır. Bu durum katılımı sekteye uğratabilir. Önemli olan, yerel halkın güveninin kazanılması, fikirlerinin ve kararlarının daha yaratıcı ve nitelikli hâle gelmesinin sağlanmasıdır.

4. Yerel Yönetimlerin Katılım Konusundaki İşlevleri

Son yıllarda, hizmet sunumu için planlama görevi stratejik olarak merkezî bir yerden (ulusal) daha yerel (belediye) bir hükümet alanına kaydırılmıştır. Yani planlama artık yukarıdan aşağıya doğru görülmekle kalmıyor, daha çok toplulukların kilit paydaş olarak görüldüğü kapsayıcı bir süreç olarak görülüyor. Bu anlamda, toplum katılımı, sadece temsili hükümetin ötesinde hizmet sunumunun demokratikleştirilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu, ancak kullanıcıları ve toplulukları bu süreçte merkezî rol oynayan oyuncular olarak belirlediği görülmektedir.

Kapasite geliştirme ve öğrenme hususunda bireylere ve sivil toplum örgütlerine yönelik gelecekteki gelişme ve büyüme için bir temel oluşturmak ve daha güçlü STK'lar oluşturmak önemli bir işlev olarak göze çarpmaktadır. Bunun yanında, yönetim bağlamında demokratik meşruiyeti güçlendirme, hesap verebilirlik ve aktif vatandaşlığı harekete geçirme de bu kapsamda değerlendirilebilir.

Bu temelde, varoluş kapasitelerinin uygun kullanımı için kent gelişiminin iyileştirilmesi amacıyla yerel yönetimlerin kamu hizmetine katılımı konusuna ilişkin olarak sunulan fikirlerin en önemlileri aşağıdaki gibidir:

- Ortak çalışma kültürü kurarak kamuoyunda bilgi seviyesini yükseltmek ve insanlar arasında sürekli danışmanın artırılması,
- Projelerde birlikte çalışma için örgütlenme,
- İnsanlar ve yerel yönetimler arasında elektronik bağlantıların kurulması ve tasarlanması,
- Kararlarda vatandaşlara danışılması, ortak çalışma ve danışmanlığı denetleme yolundaki istekleri doğrultusunda vatandaşların uzmanlıklarından yararlanma,
- Yerel halkın şehrin ekonomik durumu hakkında bilgilendirilmeleri ile ilgili bilgi paylaşımı,
- Yerel halkın beceri seviyelerini yükseltmek ve bir bütün olarak belediye ile ilgili etkili kararlar alabilmek için yeni beceriler geliştirmelerine olanak tanıyan gelişim fırsatları sunmayı içeren eğitim,
- Yerel halkın şehir yönetiminde karar verme, iş programlarının belirlenmesinden bütçelere ya da süreçlere kadar çok çeşitli biçimlerde katılımı.

Küresel olarak, yerel yönetimlerin işlevleri oldukça benzerdir. Yerel yönetimlerin etkisini artırma, kamu hizmetleri sağlama görevi, planlama ve yönetme yetkisi ile yerel ekonomik kalkınma başlıca görevler ve işlevler arasında yer almaktadır. Bunlar, yerel

yönetimlerin yenilikçi sürdürülebilir uygulamalar geliştirmesi için bir rehber olarak görülebilir.

Bu çerçevede artan kentsel hizmetleri karşılamak, yerel demokrasiyi kurumsallaştırmak, bireysel ve kurumsal yapıların katılımını sağlamak ve nihayet yönetişime ilişkin açılımları uygulamaya koymak noktasında çeşitli işlevler hususunda değişikliklere gidilmiştir (Bayındırlık Bakanlığı, 2009, s. 24).

5.Katılımcı Yönetişim Konusunda Eleştiriler, Sorunlar ve Öneriler

Katılım, yerel yönetimin başarısına ve refahına katkıda bulunan önemli bir faktör olarak kabul edilir. İnsanların yerel yönetime katılımı daha iyi sonuçlar üretmekte ve iyi yönetişimi teşvik etmektedir (Lowndes vd., 2001, s. 448). Vatandaşlar ve yerel yönetim üyeleri arasında, vatandaş katılımının yerel yönetim için uygun olduğu konusunda artan bir fikir birliği vardır. Ancak uygulamada, vatandaş katılımının düzeyi ve kapsamı hakkında aralarında farklı algılar vardır. Vatandaş katılımı çok yönlü bir kavram olduğundan, anlamı hem yerel yönetim üyeleri hem de vatandaş grupları tarafından farklı şekillerde anlaşılmaktadır (Mohammadi vd., 2018, s. 1768).

Öte yandan katılımcı yönetişim, bir organizasyona yardım eden herkes için sihirli bir tedavi değildir. Yöneticiler, bu yönetim tarzını uygulamadan önce artıları ve eksileri dikkatli bir şekilde tartmalıdırlar. Yöneticiler, değişikliklerin bir gecede yürürlüğe girmeyeceğini ve yerel halkın katılımı konusunda ciddi olduğunu görmeye başlamadan önce tutarlılık ve sabır gerektireceğini fark etmelidir. Katılımcı yönetişim muhtemelen uygulama için en zor yönetim şeklidir. Sadece yerel yöneticiler için değil yerel yönetimlerde yaşayanlar için de zordur.

Yönetişimin yerel halkın ve çalışanların karar verme sürecine katılmasına izin vermesi ve belediyenin yönetimine katılımını teşvik etmesi önemli olmakla birlikte, yerel halkın önerilerini formüle etme ve çalışmalarını tamamlamalarına zaman ayırma potansiyeline sahip olmalıdır. Bu çerçevede halkın, belediyelerin karar ve uygulamalarından haberdar edilmesi ve bilgi edinme hakkının ön koşulu olan yönetimde açıklığın gerçekleşebilmesi, yerel otoriteler ile halk arasındaki iletişim ağlarının karşılıklı olarak aktif olmasını gerektirmektedir (Korkut, 2011, s. 148). Üst yönetim, günlük veya haftalık hedeflerine ulaşmadıklarını düşünürse katılımcı bir yönetişim programını desteklemeyecektir. Bu potansiyel sorunun üstesinden gelmek için yerel halkın fikirlerini paylaşmak ya da haftanın belirli günlerinde yönetim ile buluşması için belirli bir zaman ayırmak gerekir.

Yerel yönetişim, tüm insanların yerel konulara etkin bir şekilde katılabileceği bir platformdur. İnsanların katılımı, yerel yönetimin başarısı ve refahı için önemli bir faktör olarak görülmektedir. Ancak, insanların yerel yönetime katılımının rolü tartışmalı bir konudur. Yerel yönetimlerde halkın katılımının yerel düzeyde gerekli ve değerli olduğu konusunda halk arasında bir fikir birliği olmasına rağmen, yerel yönetim üyelerinin çoğu aktif olarak insanların katılımını istememektedir. İnsanların yerel yönetime katılımıyla ilgili iki farklı görüş vardır. İnsanlar yerel yönetim faaliyetlerinin tüm yönlerine katılmalıdır veya bazı sınırlı alan ve konularda katılmalıdır (Mohammadi vd., 2018, s. 1769). Yerel yöneticiler, katılımcı yönetişimin belirli bir durumla başa çıkmak için her zaman uygun bir yol olmadığını hatırlamalıdır. Yerel halk genellikle kendi yetkisini kullanan ve gerektiğinde karar veren bir yöneticiye saygı duyar. Bir yönetici olarak,

sorumlu olmak, bir karar vermek ve sonra yapılan seçimlerin sorumluluğunu kabul etmenin önemli olduğu zamanlar vardır.

Yerel yöneticiler kendi işlerini sorumluluk yerine bir ayrıcalık olarak gördüklerinde, katılımcı yönetim çalışmalarında başarısız olurlar. Bazı karar verme sorumluluklarını astlarına devretmek için daha az istekli olacaklar. Katılımcı yönetimin başarısızlığa uğramasının bir başka nedeni de, yerel yöneticilerin bunu fark etmemeleri, sorumluluğu devretmek veya basitçe değiştirmekle aynı şey değildir. Sorunları çözmek ve hedefleri yakalamak için kullanılırsa etkili bir araçtır. Bazı yöneticiler, yerel halkın toplantılara katılmaya ve komiteler oluşturmaya davet edilmesinin başarılı bir katılımcı yönetim programı oluşturacağına inanmaktadır. Ancak, bu önlemler sadece yerel halkın fikirleri yönetim tarafından kabul edildiğinde ve uygulandığında başarılı olur.

Yapılan araştırmalar, yerel yönetimlerin daha fazla sivil katılımı teşvik etme potansiyeline sahip olduğunu ve bunun yerleştirilmiş bir ölçekte gerçekleştiği örnekler bulmuştur. Bununla birlikte, yerel yönetimin sorumlulukları halka açık değildir ve yerel yönetimin yerel halkın yerel meselelere katılması için bir yol olarak işlev görmesi halk tarafından bilinmemektedir. Ayrıca, yerel yönetim daha geniş vatandaşlık potansiyeli sağlamak için işbirliği sürecinde başarılı olamadığı ve çoğu bölüm için potansiyelleri hâlâ az gelişmiş durumda olduğu tespit edilmiştir (Mohammadi vd., 2018, s. 1764).

Katılımcı yönetim programları çevresel bazı etkenler tarafından tehdit edilebilir. Yerel halk, gizli gündemler, siyasi baskı, akrabalık ve çeşitli rant ilişkileri nedeniyle, işe yaramayacağını düşündüklerinde fikirlerini ve önerilerini kendilerine saklayabilir ve yerel yöneticiye söylemeyi reddedebilirler. Birçok yerel yönetim katılımcı yönetimin olumlu etkilerini yaşamıştır. Yerel halkın yönetme ve karar alma ve verme süreçlerine katılmalarına izin verildiğinde yerel yönetimlere daha fazla güven duyarlar.

Özellikle yerel yönetimlerde katılımcı yönetimi uygulamak kolay bir yönetim tarzı değildir. Çeşitli zorluklar sunar ve başarılı olması zaman alır. Yerel yöneticiler, sonuçları görmeden önce dikkatli bir planlama yaparsa daha başarılı olabilirler. Çünkü kamusal politika oluşturma sürecinde vatandaşların ve sivil toplum kuruluşlarının rolü ve katkısı sınırlıdır; katılım gerçekleşse dahi fazla etkili olamamaktadır.

Vatandaşın yerel yönetimlere katılımının artmasının olumlu sonuçları olacaktır. Yeni fırsatlar yaratmak çeşitli ve yenilikçi yaklaşımları teşvik etmek katılımı daha da artırıcı olacaktır. Daha geniş bir vatandaş kitlesinin kaygılarını ve isteklerini de kapsayacak şekilde yerel yönetimlere katılım genişletilebilir (Gunn, 1995, s. 8).

Neredeyse her yerde internete olan erişim imkânı olan bu çağda, anlamlı ve demokratik meşru katılımcı vatandaş arayışında artan dikkat ve kaynaklar yönümüzü yeni teknoloji uygulamalarına çevirmemize yol açmaktadır. Bu durum yerel yönetim faaliyetlerinde işbirliği ve vatandaş katılımı için daha etkileşimli web ve mobil uygulamaları gündeme getirmektedir. Elektronik ortamda görüş bildirme ve kararlara katılım yerel yönetimlerde yaygınlaştırılmalı, bu çerçevede İnternet ve bilişim teknoloji altyapıları güçlendirilmeli, vatandaşların İnternete kolay ulaşımı sağlanmalıdır.

Yerel Yönetimlerin önemli eylem ve işlemlerinde katılımcı yönetim zorunlu hâle getirilmelidir. Katılımcılık sürecinde görüşünün alınmadığını ya da görüşünün dikkate alınmadığını düşünen sivil toplum örgütlerine, gerçek ve tüzel kişilere bunun gerekçesi yazılı olarak talepleri hâlinde bildirilmelidir. Yönetimin yaygınlaştırılması için yerel yönetimler yanında tüm kamu yönetiminde bir zihniyet değişimine ihtiyaç duyulmaktadır.

Sonuç

Katılımcılığın ve yönetişimin ön şartı vatandaşların ve sivil toplum örgütlerinin bilgi sahibi olmasıdır. Katılımcı yönetişim uygulamasının önündeki engeller kaldırılmalı ve kullanılmasına ilişkin olarak uygulamada görülen aksaklıklar giderilmeli, yerel halk ve STK'lar bu konuda bilgilendirilmelidir. Ayrıca katılımcı yönetişim kültürünün yayılması için toplumun tüm kesimlerini kapsayan eğitim, araştırma ve iletişim çalışmaları gerçekleştirilmelidir.

Dünyanın diğer bölgelerindeki katılımcı yönetişim girişim, politika ve uygulamaları, kentsel ve kırsal bölgelerdeki benzer deneyimler, bu konulardaki etkinliği göstermiştir. Katılımcı çok oyunculu bu yapı sayesinde, yerel yönetimler, hizmetle ilgili kararları daha şeffaf hâle getirebilir ve karar alma yetkisini (yerel halkı katacak şekilde) kural ve düzenlemelere uymaya zorlayarak meşrulaştırabilir. Bununla birlikte, yerel halk şehirle ilgili herhangi bir yönetişim konusunu içeren genel yönetişim sürecinin bir parçası hâline geldiğinde tatmin olma ve kabullenme eğilimindedir. Dolayısıyla, yönetişim sürecine yerel halkın katılımı, çeşitli yerel düzeydeki gelişim programlarında sürecin kalitesini yükseltmeye yardımcı olur.

Yerel yönetim, yerel ekonomik kalkınmaya daha fazla vatandaş katılımını teşvik edebilir ve yerel kontrolü artırmak için stratejileri belirlemesine yardımcı olabilir. Bunun yanında, sürekli uyum sağlama ve devam eden inovasyonu teşvik edebilecek katılımcı yönetişim girişimlerinin sürekli araştırılması ve değerlendirilmesi gerekir. İşbirliği içinde çalışarak katılımcı yönetim için bir ekosistem yaratılabilir. Netice olarak, bu sistemin sürdürülebilirliği daha etkin bir şekilde katılımcı yönetişim sayesinde söz konusu olabilecektir.

Yerel yönetimler, ilgili sivil toplum ile vatandaşların katılımcı yönetişime ilişkin sorun ve ihtiyaçlarının ve meşru taleplerinin geliştirilmesi ve dönüştürülmesi, ilgi düzeylerinin, şeffaflığın, sürekli iletişimin varlığı ve uyumunu kurmaları gerekmektedir. Ayrıca, onların endişelerini giderme ve etkileşimde bulunmak da önem arz etmektedir. Bu çerçevede görevlilerin farkında olmaları, faydalı bilgi ve stratejiler ile katılımı kolaylaştırıcı tasarım düzenlemeleri ve uygulamaları ile vatandaş ve sivil toplumdan gelen eleştirileri dikkate almaları önemlidir.

Tüm yöntemlerin güçlü ve zayıf yönleri vardır. Her zaman en revaçta olan yöntemi uygulamak değil, belli bir durum için doğru ve hak olan yöntemi seçmek çok büyük önem arz edecektir. Yeni mevzuat ve düzenlemelerde katılımcı yönetişimi artırmaya yönelik hususlarda toplumun yapısı ve kültürü ile geleneği ihmal edilmeden ve çok taraflı olarak hazırlanmalıdır.

Kaynaklar

Bayındırlık Bakanlığı. (2009). *Yerel Yönetimler, Katılımcılık ve Kentsel Yönetim, Kentleşme Şurası 2009*, Ankara.

Brett, E.A. (2003). 'Participation and Accountability in Development Management', *Journal of Development Studies*, 40.

- Gunn, H. D. (1995). 'Local Government's Role in Retaining Capital for Community Economic Development'. *Community Development Reports* 3(3). CaRDI, Cornell University, Ithaca, N.Y.
- Kani, A., Ari, N. and Mohammadi, Z. (2015). 'Examine the Role of Urban Management in the Development of Small Towns (Case Study: Bandare Torkeman City)', *Current World Environment*, ISSN: 0973-4929, Vol: 10, Issue: Special-Issue1.
- Kocaoğlu, M. ve Fural, M. (2018). 'Yerel Yönetimlerde Yönetişim Uygulamaları: Serik Belediyesi Örneği', *Asia Minor Studies- International Journal of Social Sciences*, Cilt: 6, Sayı: Agp özel sayısı, Ekim, Volume: 6, Issue: Agp special issue, October.
- Korkut, H. (2011). 'Belediyelerde Yönetime Katılma ve Açıklık Algısı: Ümraniye ve Şişli Belediyeleri Örneği' *Öneri*, C.9.S.36. Temmuz.
- Lowndes V, Pratchett L, Stoker G. (2001). 'Trends in Public Participation: Part 2—Citizens' Perspectives'. *Public Adm. Rev.* 79 (2).
- Mahmudi, A. M. and Saremi, H. R. (2015). 'The Role of Citizen Participant in Urban Management (Case Study: Aligudarz City)', *American Journal of Engineering Research (AJER)* e-ISSN: 2320-0847 p-ISSN: 2320-0936 Volume-4, Issue-1.
- Mohammed, A. (2008). 'Governance in Practice: Decentralization and People's Participation in the Local Development of Bangladesh', *Planning Practice&Research*, 28 (5).
- Mohammadi, S. H., Norazizan, S. and Nikkiah, H. A. (2018). 'Conflicting Perceptions on Participation between Citizens and Members of Local Government' *Qual Quant*, 52 (4).
- McMillan, A. (t.y.) Participative Management.
<https://www.referenceforbusiness.com/management/Or-Pr/ParticipativeManagement.html> Erişim Tarihi: 12.12.2019.
- Poyraz, E.(2017). 'Yerel Yönetimlerde Siyasal Katılım ve Temsiliyet Sorunsalı Üzerine Bir Değerlendirme: Belediye Meclislerinin Etkinliği,' *Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol.1/1.
- Rosario, A. H., Martín, A.S. and Caba-Pérez, M. C.. (2018). 'Using Social Media to Enhance Citizen Engagement with Local Government: Twitter or Facebook?' *New Media & Society*, Vol. 20, Issue 1.
- Schmidt V. (2006). *Democracy in Europe, the EU and National Politics*, Oxford University Press, Oxford.
- Toprak, Z. (2006). *Yerel Yönetimler*, Nobel, Ankara.

- Tortop, N. Aykaç B, Yayman H, Özer M.A. (1999). “Batıda Yerel Yönetimlerin Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreci, *Türk İdare Dergisi*, Yıl: 71.
- United Nations Development Program [UNDP]. (2006). *Governance for the Future: Democracy and Development in the Least Developed Countries*. Dhaka: UNDP.
- Waheduzzaman, W. and Sharif, A. S. (2015) ‘Community Participation and Local Governance in Bangladesh, *Australian Journal of Political Science*, Volume 50, Issue 1.
- Williamson, W. and Parolin, B. (2013). ‘Web 2.0 and Social Media Growth in Planning Practice: A Longitudinal Study’ *Planning Practice and Research*, 28 (5), 544-562.
- World Bank. (2007). *Bangladesh and India: Strengthening Accountable Local Governance*, Washington, DC: World Bank.

GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE ENFLASYON VE FAİZ ORANLARI ARASINDAKİ NEDENSELLİK İLİŞKİSİ

Fatma İdil BAKTEMUR¹

ÖZ

Enflasyon ve faiz oranları arasındaki nedensel ilişki iktisat literatüründe uzun bir süreden beri tartışılmaktadır. Bu çalışmada G7 ülkeleri (Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere, ABD) ve gelişmekte olan ülkeler (Çin, Hindistan, Rusya, Singapur, Güney Kore, Güney Afrika, Türkiye) için enflasyon ve faiz oranları arasındaki nedensellik ilişkisi panel veri yaklaşımı ile araştırılmıştır. Veriler 1999-2017 dönemini kapsamaktadır. G7 ülkeleri ve gelişmekte olan ülkeler için enflasyon ve faiz oranları arasında çift yönlü nedensellik bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon, Faiz Oranı, Nedensellik, Panel Veri

THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN INFLATION AND INTEREST RATES IN DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES

ABSTRACT

The causal relationship between inflation and interest rates has been discussed in the economics literature for a long time. In this study, the causal relationship between inflation and interest rates for G7 countries (Canada, France, Germany, Italy, Japan, UK, US) and developing countries (China, India, Russia, Singapore, South Korea, South Africa, Turkey) has been investigated with panel data approach. Data covers the period of 1999-2017. For G7 countries and developing countries, bidirectional causality has been found between inflation and interest rates.

Keywords: Inflation, Interest Rate, Causality, Panel Data

Giriş

Enflasyon özellikle gelişmekte olan ülkeler için temel makroekonomik sorunlardan birisidir. Fiyatlar genel seviyesindeki sürekli artışlar ekonomik performansı olumsuz etkilemekte ve istikrarsızlığın devam etmesine neden olmaktadır. Yüksek enflasyonla birlikte kırılabilirlik daha da artmakta ve uluslararası alandaki rekabet gücü de azalmaktadır. Bu durum ödemeler dengesini bozmakta ve ekonomi için belirsizliği artırmaktadır. Çünkü enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde görece fiyatlardaki değişimler iktisadi birimler tarafından net olarak algılanamamaktadır. Bu nedenle de tasarruflar daha yüksek getiri sağlayan yatırım araçlarına kaymaktadır. Çünkü enflasyon yüksek olduğunda faiz oranları da yüksek olmaktadır ve iktisatta enflasyon ve faiz oranları arasındaki sebep sonuç ilişkisi her zaman bir tartışma konusu olmuştur (Bal vd., 2019, s. 1).

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İİBF, Ekonometri, idilbaktemur@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2455-5898.

Received/Geliş: 06/01/2020 Accepted/Kabul: 06/08/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Baktimur, F. İ. (2020), "Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Enflasyon ve Faiz Oranları Arasındaki Nedensellik İlişkisi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.149-158.

Merkez bankalarının temel hedefi fiyat istikrarını sağlamaktır ve fiyat istikrarını sağlama konusunda en önemli para politikası aracı da faizlerdir (Bal vd., 2019, s. 1). Merkez bankalarının belirlediği faiz oranları finansal kurumların belirlediği faiz oranlarını, kredi miktarlarını, hisse senedi ve bono fiyatları ile döviz kuru ve beklentilerini de etkilemektedir (TCMB, 2004, s. 9).

Faiz oranlarında bir düşüş, tüketicilerin nispeten daha az bir maliyetle daha fazla borç para almalarına olanak vermektedir. Tüketicilerin bakış açısına göre, diğer her şey sabitken, daha fazla para harcama fırsatı bulacakları anlamına gelmektedir. Böylece talep teşvik edilmekte ve enflasyonist bir baskı oluşmaktadır. Bunun tersine, faiz oranlarının artmasıyla tüketicilerin daha az borç para almaları beklenmektedir. Sonuç olarak daha az harcama fırsatları olacak ve enflasyonda bir düşüş olacaktır (Şen, vd., 2019, s. 4).

Nedensellik ilişkisi enflasyondan faiz oranlarına doğru bulunduğu anda, enflasyonun yükselmesi ile para talebinin artması ve bunun da faiz oranlarının yükselmesine neden olduğu belirtilmektedir. Nedensellik ilişkisi faizlerden enflasyona doğru bulunduğu anda ise faizlerin girdi maliyetlerini yükselttiği ve bunun da enflasyonu yükselttiği belirtilmektedir (Bal vd., 2019, s. 9).

Bu çalışmada da G7 ülkeleri (Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve ABD) ve gelişmekte olan ülkeler (Çin, Hindistan, Rusya, Singapur, Güney Kore, Güney Afrika, Türkiye) için enflasyon ve faiz oranı nedensellik ilişkisi panel veri yaklaşımı ile araştırılmıştır. İkinci bölümde enflasyon faiz oranı ilişkisi tartışılmış, üçüncü bölümde literatürdeki çalışmalara yer verilmiştir. Dördüncü bölümde veri seti, yöntem ve uygulama sonuçlarına yer verilmiş ve sonuç kısmında elde edilen sonuçlar iktisadi açıdan tartışılmıştır.

Enflasyon ile Faiz Arasındaki İlişki

Bilindiği gibi enflasyon fiyatlar genel seviyesinin sürekli olarak artmasıdır. Enflasyon iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Talep arzı aşılırsa enflasyon oluşur. Başka bir ifadeyle, mal ve hizmet talepleri bu mal ve hizmetlerin arz edilen miktarını aşılırsa talep enflasyonu gerçekleşir. Üretim faktörleri ve girdilerine yapılan ödemeler (emek, kira, faiz, enerji ve hammadde giderleri vb) artarsa bu artışlar fiyatlara yansır ve maliyet enflasyonu oluşur (Eğilmez, 2014). Talep enflasyonu genellikle, ekonominin toparlandığı zamanlarda ve işsizlik oranında düşüş olduğunda görülmektedir. Büyüyen bir ekonomide geleceğe güvenle bakıldığı için daha çok harcama yapılmaktadır (TCMB, 2013, s. 3).

Maliyet enflasyonu uluslararası petrol ve gıda fiyatlarından oluşurken, talep enflasyonu çıktı açığı ile temsil edilen aşırı talep ve enflasyon beklentilerinden oluşur. Enflasyonun maliyet ya da talep tipi olmasının para politikası için önemli etkileri vardır. Maliyet enflasyonu olması durumunda, yani iç enflasyonun mal ve hizmetlerin girdi maliyetlerinin yükselmesinden kaynaklandığı bir durumda, belirgin bir ekonomik yavaşlama ve artan işsizlik daha yüksek bir enflasyona eşlik edecektir. Böyle negatif arz şokları karşısında, sıkı para politikasının kullanılması daha yüksek bir maliyet getirecektir. Bunun nedeni sıkı para politikasının toplam talebi azaltması ve ekonomik yavaşlamayı artırmasıdır. Bu nedenle bu tedavi yöntemi sorundan daha kötü olabilmektedir. Buna karşılık, talep enflasyonu varsa, yani toplam talep üretim kapasitesinin ötesinde ise, sıkı para politikası etkili olacaktır. Toplam talep azalacak ve dolayısıyla mal ve hizmetlerdeki, özellikle ticarete konu olmayan mallardaki fiyat artışlarını hafifletecektir. Enflasyonist beklentiler dikkate alındığında para politikası

enflasyonist baskıyı frenlemede önemli bir rol oynayabilmektedir (Jongwanich ve Park, 2008, s. 8-9).

Enflasyon ve faiz oranları arasında hangisinin diğerinin yükselmesine neden olduğu sürekli tartışılmaktadır ve net bir sonuç elde edilememiştir. Ekonomide ne tür bir enflasyonun var olduğu bu sorunu çözmeye yol gösterici olabilir. Friedman enflasyonu her zaman ve her yerde parasal bir olgu olarak görmüştür ve Monetarist iktisatçılar da para arzındaki artışın enflasyona neden olduğunu savunmaktadırlar. Para arzının artması talebin de artmasına neden olacaktır. Talebin artması ile fiyatlar yükselecek ve enflasyon oluşacaktır. Arz yönlü iktisatçılar ise, enflasyonun yüksek vergiler, sıkılaştırılmış denetimler gibi etkiler sonucunda yükselen maliyetler nedeniyle maliyet enflasyonu kökenli olduğunu savunmaktadırlar. Enflasyon hem talep hem de maliyet kökenli unsurlar taşıyabilir. Eğer talep enflasyonu söz konusu ise fiyatlar yükselmekte ve bu da enflasyona neden olmaktadır. Bunu engellemek için faiz oranları artırılarak talep düşürülmekte ve tüketim yerine tasarrufa teşvik edilmektedir. Eğer maliyet enflasyonu söz konusu ise, üretim unsurları ve girdilerinin fiyatları bazı nedenlerle artıyorsa (üretlerin yükselmesi, petrol ve doğalgaz fiyatlarının uluslararası alanda artıp enflasyona neden olması), faiz oranları artırıldığında enflasyon da artmaktadır. Bu durum faizin de bir maliyet unsuru (finansman maliyeti) olmasından kaynaklanmaktadır ve enflasyonun daha fazla artmasına yol açabilmektedir. Hem talep enflasyonu hem de maliyet enflasyonu mevcut ise enflasyonun ne kadarının talepten ne kadarının maliyetten kaynaklandığını tespit etmek gerekmektedir. Enflasyonun yarısı talepten yarısı maliyetten kaynaklı ise faiz oranlarını artırmak maliyet enflasyonunu artıracaktır ve bir getirisi olmayacaktır. Diğer taraftan maliyet enflasyonunu düşürmek için faiz oranlarını düşürmek talep enflasyonunu yükseltecektir (Eğilmez, 2014).

Literatür Taraması

Literatürde enflasyon ve faiz oranları ilişkisini inceleyen pek çok çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları Fisher etkisini test eden çalışmalardır. Nedensellik ilişkisini farklı yaklaşımlarla inceleyen çalışmalara da sık sık rastlanmaktadır.

Ma ve Park (2005) 1988-2002 yıllarını içeren çalışmalarında Kore için faiz oranlarından enflasyona doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulmuşlardır.

Maki (2005) nominal faiz oranı ve enflasyon arasındaki ilişkiyi 1963-2002 dönemi Japon ekonomisi için incelemiştir. Eşik eşbütünleşme yöntemiyle uzun dönemli bir ilişki elde edilmiştir.

Maghyreh ve Al-Zoubi (2006) Arjantin (1979-2003), Brezilya (1979-2003), Malezya (1974-2003), Meksika (1978-2003), Kore (1976-2003) ve Türkiye (1978-2003) için nominal faiz oranı ile enflasyon oranı ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmada Fisher etkisinin tam olarak geçerli olduğu ve beklenen enflasyon oranı ile nominal faiz oranı arasında doğrusal olmayan bir ilişki bulunduğu gösterilmiştir.

Asgharpur vd. (2007) 2002-2005 dönemini ve 40 Müslüman ülkeyi içeren çalışmalarında Hsiao nedensellik testini kullanmışlar ve faiz oranlarından enflasyona doğru nedensellik bulmuşlardır. Elde edilen sonuçlara göre bankaların enflasyonu düşürmek için faiz oranlarını düşürmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Nezhad ve Zarea (2007) 1959-2002 yılları arasında İran ekonomisinde enflasyon ve faiz oranları nedensellik ilişkisini Toda Yamamoto nedensellik testi ve ARDL

yaklaşımı ile incelemişlerdir. Her iki yaklaşıma göre de faiz oranlarından enflasyona doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Özcan ve Arı (2015) 2000-2012 dönemini aldıkları çalışmalarında G7 ülkeleri için Fisher hipotezinin geçerliliğini panel eşbütünleşme yöntemi ile test etmişlerdir. Durbin Hausman panel eşbütünleşme testine göre nominal faiz oranı ve enflasyon arasında uzun dönemli ilişki bulunmuştur. Analiz sonuçları ayrıca kısmi Fisher etkisinin varlığını vurgulamaktadır.

Atgür ve Altay (2015) Türkiye ekonomisinde enflasyon ve nominal faiz oranı ilişkisini, 2004-2013 dönemi için incelemişlerdir. Sonuçlar Türkiye'de Fisher etkisinin varlığını göstermiştir. Uyguladıkları Johansen, Lütkepohl-Saikkonen Eşbütünleşme Testleri ve Dinamik En Küçük Kareler yöntemi sonuçlarına göre uzun dönemli bir ilişki bulunmuştur.

Doğan vd. (2016) çalışmalarında 2003-2015 dönemi Türkiye için enflasyon ile faiz oranı arasındaki nedensellik ilişkisini ele almışlardır. Analiz sonuçlarına göre enflasyondan faiz oranına doğru bir nedensellik ilişkisi varken, faiz oranından enflasyon oranına doğru bir nedensellik ilişkisinin olmadığı görülmüştür.

Yıldırım (2016) Hindistan, Türkiye, Brezilya, Endonezya ve Güney Afrika'yı aldığı çalışmada panel veri analizini kullanmıştır. 1997-2014 yıllarının alındığı çalışmada faiz oranı ve tüketici fiyat endeksi arasında çift yönlü nedensellik bulunmuştur.

Dritsaki (2017) 1995-2015 dönemi için Britanya, Almanya ve İsviçre'deki enflasyon ve nominal faiz oranı arasındaki uzun dönemli ilişkiyi ARDL yaklaşımı ile, nedensellik ilişkisini ise Toda Yamamoto yaklaşımı ile incelemiştir. Her üç ülkede faiz oranlarından enflasyona doğru nedensellik ilişkisi bulunmuş, Almanya'da ayrıca enflasyondan faiz oranlarına doğru da nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Küçükaksoy ve Akalın (2017) OECD ülkelerinde 1995-2014 yılları arası Fisher etkisinin geçerliliğini test etmişlerdir. Zayıf fisher etkisinin bulunduğu çalışmalarında ayrıca nedensellik ilişkisine de yer verilmiştir. Canning Pedroni yöntemine göre enflasyonun, tüm ülkelerde farklı istatistiki anlamlılık seviyelerinde, faizin nedeni olduğu bulunmuştur. Faizin ise sadece Avusturalya, Belçika, Danimarka, İrlanda, Hollanda ve Yeni Zelanda'da uzun dönemde farklı istatistiki anlamlılık düzeylerinde enflasyona neden olduğu bulunmuştur.

Mirza ve Rashidi (2018) panel veri analizi ile 2006-2013 dönemi SAARC ülkeleri için faiz oranı ve enflasyon ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmalarında iki durum göz önünde bulundurulmuştur. Birinci duruma göre faiz oranlarının artması üretim maliyetlerini ve fiyatlar genel seviyesini artıracak ve dolayısıyla enflasyon artacaktır. İkinci duruma göre fiyatlar genel seviyesinin artması faiz oranlarını da artıracaktır. Birinci duruma göre faiz oranları ve enflasyon arasında nedensellik ilişkisi bulunamazken, ikinci duruma göre çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Demirgil ve Türkay (2018) Türkiye'de 2003-2017 yıllarında enflasyon ile faiz oranı arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olup olmadığını ARDL yaklaşımıyla test etmişlerdir. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmuş ve değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Toda Yamamoto yaklaşımı ile test edilmiştir. Buna göre enflasyondan faiz oranlarına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Akgül ve Özdemir (2018) çalışmalarında 2003-2016 dönemi Türkiye için enflasyon ile faiz oranı ve enflasyon ile döviz kuru nedensellik ilişkisini doğrusal olmayan bir yaklaşımla incelemişlerdir. Çalışmada Diks-Panchenko doğrusal olmayan

nedensellik testi kullanılmıştır. 2003-2011 döneminde enflasyon ile faiz oranları arasında çift yönlü nedensellik varken, 2011'deki kırılma sonrasında bu ilişkinin ortadan kalktığı ifade edilmiştir.

Bal vd. (2019) Türkiye, Endonezya ve Brezilya için enflasyon ve faiz oranları arasındaki nedensellik ilişkisini 1985-2018 dönemleri için incelemiştir. Türkiye için enflasyondan nominal faize doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunurken, Brezilya ve Endonezya için enflasyon ve nominal faiz oranları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Uygulama

G7 ülkeleri (Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve ABD) ve gelişmekte olan ülkeler (Çin, Hindistan, Rusya, Singapur, Güney Kore, Güney Afrika, Türkiye) için veriler Dünya Bankası ve IFS'den elde edilmiştir. Enflasyon için TÜFE enflasyonu kullanılmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde faiz oranları için borç faiz oranları kullanılmış, sadece Türkiye için mevduat faiz oranları kullanılmıştır. G7 ülkelerinde ise devlet tahvili kullanılmıştır. Araştırma için incelenen dönem 1999-2017'dir ve yıllık veriler kullanılmıştır. Uygulamanın ilk aşamasında G7 ülkeleri (Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve ABD) ve gelişmekte olan ülkeler (Çin, Hindistan, Rusya, Singapur, Güney Kore, Güney Afrika, Türkiye) için enflasyon ve faiz oranları serilerinde yatay kesit bağımlılığı, yani her bir birimin hata terimleri arasında korelasyon olup olmadığı araştırılacaktır. Yatay kesit bağımlılığı söz konusu ise ikinci nesil panel birim kök testleri, söz konusu değilse birinci nesil panel birim kök testleri kullanılmaktadır.

$$\begin{aligned} H_0 : \text{COV}(u_{it}, u_{jt}) &= 0 \\ H_1 : \text{COV}(u_{it}, u_{jt}) &\neq 0 \quad i \neq j \end{aligned} \quad (1)$$

Pesaran (2004) sıfır hipotezinin yatay kesit bağımlılığı yoktur, alternatif hipotezin ise yatay kesit bağımlılığı vardır şeklinde kurulduğunu göstermektedir.

Tablo 1. G7 Ülkeler Grubu İçin Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Değişken	Olasılık Değeri
faiz	0.000
enflasyon	0.000

%1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde G7 ülkeleri için serilerde yatay kesit bağımlılığının olmasından dolayı ikinci nesil panel birim kök testleri uygulanacaktır.

Tablo 2. Gelişmekte Olan Ülkeler Grubu İçin Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Değişken	Olasılık Değeri
faiz	0.000
enflasyon	0.171

Gelişmekte olan ülkeler için faiz oranı serisinde tüm anlamlılık düzeyleri için yatay kesit bağımlılığı bulunmuştur. Enflasyon serisinde yatay kesit bağımlılığı

bulunmamaktadır ancak çalışmada bütünlük olması istendiği için enflasyon serisi için de ikinci nesil panel birim kök testi uygulanacaktır.

Pesaran (2003) panel birim kök testi ile ilgili regresyon (2) numaralı denklemde gösterilmektedir:

$$\Delta Y_{it} = a_i + b_i Y_{i,t-1} + c_i \bar{Y}_{t-1} + d_i \Delta \bar{Y}_t + e_{i,t} \quad (2)$$

Tablo 3. G7 Ülkeler Grubu İçin Pesaran Panel Birim Kök Testi

Değişken	Olasılık Değeri
faiz (1)	0.142
enflasyon (1)	0.148
Δfaiz (1)	0.000
Δenflasyon (1)	0.000

G7 ülkeleri için uygulanan panel birim kök testi tüm değişkenlerin birinci dereceden farkı alındığında durağanlaştığını göstermektedir.

Tablo 4. Gelişmekte Olan Ülkeler Grubu İçin Pesaran Panel Birim Kök Testi

Değişken	Olasılık Değeri
faiz (2)	0.372
enflasyon (2)	0.165
Δfaiz (1)	0.000
Δenflasyon (1)	0.000

Benzer şekilde, gelişmekte olan ülkeler için tüm değişkenlerin birinci dereceden farkı alındığında durağanlaştığı görülmektedir.

Tablo 5. G7 Ülkeler Grubu İçin Granger Nedensellik Testi

Değişken	Sıfır Hipotezler	Olasılık Değeri
Δfaiz → Δenflasyon	Faiz enflasyonun Granger nedenseli değildir.	0.000
Δenflasyon → Δfaiz	Enflasyon faizin Granger nedenseli değildir.	0.000

VAR'da belirlenen gecikme sayısı 4'tür. Bilgi kriteri olarak Schwarz kullanılmıştır.

G7 ülkeleri için yapılan nedensellik testi %5 anlamlılık düzeyinde faiz oranı ve enflasyon arasında çift yönlü nedensellik bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Gelişmekte Olan Ülkeler Grubu İçin Granger Nedensellik Testi

Değişken	Sfır Hipotezler	Olasılık Değeri
Δ faiz $\rightarrow\Delta$ enflasyon	Faiz enflasyonun Granger nedenseli değildir.	0.049
Δ enflasyon $\rightarrow\Delta$ faiz	Enflasyon faizin Granger nedenseli değildir.	0.000

VAR'da belirlenen gecikme sayısı 1'dir. Bilgi kriteri olarak Schwarz kullanılmıştır.

Gelişmekte olan ülkeler için yapılan nedensellik testi %5 anlamlılık düzeyinde faiz oranı ve enflasyon arasında çift yönlü nedensellik bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Grubu İçin Kao Eşbütünleşme Testi

Değişken	Olasılık Değeri
enflasyon-faiz (gelişmiş ülkeler)	0.051
enflasyon-faiz (gelişmekte olan ülkeler)	0.000

Bilgi kriteri olarak Schwarz kullanılmıştır.

Çalışmaya katkı sağlaması açısından her iki ülke grubu için eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Buna göre gelişmiş ülkeler için %10 ve gelişmekte olan ülkeler için tüm anlamlılık düzeylerinde uzun dönemli ilişki bulunmaktadır.

Sonuç

Enflasyon ve faiz oranları arasındaki nedensel ilişki iktisat literatüründe uzun bir süredir tartışılmaktadır. Bu çalışmanın amacı da gelişmiş ülkeler (G7 grubu) ve gelişmekte olan ülkeler (Çin, Hindistan, Rusya, Singapur, Güney Kore, Güney Afrika, Türkiye) için enflasyon ve faiz oranı arasındaki nedensel ilişkiyi panel yaklaşımı ile incelemektir.

Nedensellik ilişkisi enflasyondan faiz oranlarına doğru bulunduğu, enflasyonun yükselmesi ile para talebinin artması ve bunun da faiz oranlarının yükselmesine neden olduğu belirtilmektedir. Nedensellik ilişkisi faizlerden enflasyona doğru bulunduğu ise faizlerin girdi maliyetlerini yükselttiği ve bunun da enflasyonu yükselttiği belirtilmektedir.

G7 ülkeleri ve gelişmekte olan ülkeler için faiz oranı ve enflasyon arasında çift yönlü nedensellik bulunmuştur. Bu sonuca göre enflasyondaki artışlar faiz oranlarında artışa neden olmakta ve faiz oranlarındaki artışlar da enflasyonda artışa neden olmaktadır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlarla benzerlik gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Dritsaki (2017) gelişmiş ülkeler için yaptığı çalışmasında faiz oranından enflasyona nedensellik bulmuş, Almanya için ayrıca enflasyondan faiz oranına doğru da nedensellik ilişkisi bulmuştur. Daha önce gelişmekte olan ülkeler üzerine yapılmış çalışmalardan Ma ve Park (2005), Asgharpur vd. (2007), Nezhad ve Zarea (2007) faiz oranından enflasyona tek yönlü nedensellik ilişkisi; Doğan vd. (2016) ve Demirgil ve Türkay (2018) ise enflasyondan faiz oranına tek yönlü nedensellik bulmuşlardır. Yıldırım (2016) enflasyonla faiz oranı arasında çift yönlü nedensellik bulunmuştur. Mirza ve Rashidi (2018) de çalışmalarının bir bölümünde faiz oranıyla enflasyon arasında çift yönlü nedensellik

ilişkinde rastlamışlardır. Akgül ve Özdemir (2018) ve Bal vd. (2019) çalışmalarında çift yönlü nedensellik ilişkisine rastlamışlardır.

Çift yönlü nedenselliğin bulunması enflasyonla faiz oranları arasında zincirleme bir ilişki olduğunu göstermektedir. Eğilmez (2019)'e göre durum bir neden sonuç ilişkisi çerçevesinde açıklanabilmektedir. Ekonomi talep enflasyonu ile karşı karşıya ise fiyatlar yükselmeye başlayacak ve bankalar mevcut faizle mevduatı tutamayacaklardır. Faizler de bunun sonucunda yükselmeye başlayacak ve finansman maliyetleri de artacaktır. Maliyet artışları fiyatlara yansıtılacak, fiyatlar yükselecek ve dolayısıyla enflasyon hızlanacaktır. Faizler de tekrar yükselmeye başlayacaktır. Burada talep enflasyonu ilk neden ve faizlerin artması sonuçtur. Bu döngü devam ettiğinde faizlerdeki yükseliş finansman maliyetlerini yükseltmeye başlayınca bu kez faiz neden, maliyet enflasyonu da sonuç olacaktır.

Kaynakça

- Akgül, I. & Özdemir, S. (2018). Enflasyon-Faiz Oranı ve Enflasyon-Döviz Kuru İkilemi: GEG Programı Döneminde Türkiye Gerçeği. *Ege Akademik Bakis*, 18(1), 153–165.
- Asgharpur, H., Kohnehshahri, L. A. & Karami, A. (2007). The Relationships Between Interest Rates and Inflation Changes: An Analysis of Long-Term Interest Rate Dynamics in Developing Countries. In *International Economic Conference on Trade and Industry (IECTI) 2007*, 3- 5 December 2007.
- Atgür, M. & Altay, O. N. (2015). Enflasyon ve Nominal Faiz Oranı İlişkisi: Türkiye Örneği (2004-2013). *Journal of Management & Economics*, 22 (2).
- Bal, H., Erdoğan, E. & Palandökenler, B. (2019). Enflasyon ve Faiz Oranı Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Seçilmiş Ülkeler İçin Ampirik Bir Analiz, *International Conference On Eurasian Economies*. <https://www.avekon.org/papers/2322.pdf> Erişim Tarihi:23.12.2019.
- Demirgil, B. & Türkay, H. (2018). Enflasyon-Faiz İlişkisi Ardl/Sınır Testi Uygulaması. *Hittit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1), 515-528.
- Doğan, B., Eroğlu, Ö. & Değer, O. (2015). Enflasyon ve Faiz Oranı Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6, 1-21.
- Dritsaki, C. (2017). Toda-Yamamoto Causality Test between Inflation and Nominal Interest Rates: Evidence from Three Countries of Europe. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7 (6), 120-129.
- Eğilmez, M. enflasyon ile faiz ilişkisi (1 Mayıs 2014)
<http://www.mahfiegilmez.com/2014/05/enflasyon-ile-faiz-iliskisi.html>
Erişim Tarihi:03.12.2019

- Eğilmez, M. Talep enflasyonundan maliyet enflasyonuna gidiş ve faiz artışı (29 Temmuz 2019)
<https://t24.com.tr/haber/mahfi-egilmez-yazdi-enflasyon-faiz-neden-ve-sonuc,832586> Erişim Tarihi:04.12.2019.
- Jongwanich, J. & Park, D. (2008). Inflation in developing Asia: Demand- pull or cost-push? Asian Development Bank. Working Paper.
- Küçükaksoy, İ. & Akalın, G. (2017). Fisher Hipotezi'nin Panel Veri Analizi İle Test Edilmesi: OECD Ülkeleri Uygulaması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(1), 19-40.
- Ma, S. & Park, S. (2005). Dynamic relationship between interest rate and inflation: the case of Korea. *Applied Financial Economics Letters*, 1(4), 217-221.
- Maghyreh, A. & Al-Zoubi, H. (2006). Does Fisher Effect Apply in Developing Countries: Evidence from a Nonlinear Cotrending Test Applied to Argentina, Brazil, Malaysia, Mexico, South Korea and Turkey. *Applied Econometrics and International Development*, 6(2), 31-46.
- Maki, D. (2005). Asymmetric Adjustment Of The Equilibrium Relationship Between The Nominal Interest Rate And Inflation Rate. *Economics Bulletin*, 3(9), 1-8.
- Mirza, A. & Rashidi, M. (2018). Causal Relationship between Interest Rate and Inflation Rate: A study of SAARC Economies. *Kardan Journal of Economics and Management Sciences*, 1 (2), 157-169.
- Nezhad, M. Z. & Zarea, R. (2007). Investigating the Causality Granger Relationship between the Rates of Interest and Inflation in Iran. *Journal of Social Science*, 3 (4), 237-244.
- Özcan, B. & Arı, A. (2015). Does The Fisher Hypothesis Hold For The G7? Evidence From The Panel Cointegration Test. *Economic Research*, 28 (1), 271- 283.
- Pesaran, M. H. (2003). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence. Cambridge Working Papers in Economics 0346, Faculty of Economics, University of Cambridge.
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. University of Cambridge, Faculty of Economics, Cambridge Working Papers in Economics No. 0435.
- Şen, H., Kaya, A., Kaptan, S. & Cömert, M. (2019). Interest rates, inflation, and exchange rates in fragile EMEs: A fresh look at the long-run interrelationships. ffhalshs-02095652v2f

TCMB (2004). Enflasyon, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/b62e1fb7-ebc1-4922-99dc-b3ba23320b9f/enflasyon.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-b62e1fb7-ebc1-4922-99dc-b3ba23320b9f-m51k-1M> Erişim Tarihi: 25.12.2019.

TCMB (2013). Enflasyon ve Fiyat İstikrarı, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/06084069-3751-44a3-ba98-fc5a65b908ba/Enflasyon_FiyatIstikrari.pdf?MOD=AJPERES&CVID= Erişim Tarihi: 25.12.2019.

Yıldırım, C. (2016). Tüketici Fiyat Endeksi İle Faiz Oranı ilişkisinin Ekonometrik Bir İncelemesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12, 431-445.

Pesaran MH. 2004. General diagnostic tests for cross section dependence in panels. Cambridge Working.

Papers in Economics No. 435, University of Cambridge, and CESifo Working Paper Series No. 1229.

Pesaran MH. 2004. General diagnostic tests for cross section dependence in panels. Cambridge Working.

Papers in Economics No. 435, University of Cambridge, and CESifo Working Paper Series No. 1229.

<https://data.imf.org/>

<http://data.worldbank.org/>

LİDER - ÜYE ETKİLEŞİMİNİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİNDE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ARACILIK ROLÜ: BİR ZİNCİR PERAKENDE İŞLETMESİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA*

Sefer YILMAZ¹
Özlem ATAKEY²

ÖZ

Rekabet koşullarının arttığı günümüzde örgütler rakipleri tarafından taklit edilmesi güç olan örgüt içi yapılarına yönelmişlerdir. Bu çalışmanın amacı, örgütlerde önemli unsur hâline gelen; lider - üye etkileşimi, algılanan örgütsel destek ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkileri belirlemek ve lider - üye etkileşiminin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık etkisini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında Adana ve Mersin illerinde faaliyet gösteren yerel bir zincir perakende işletmesinde çalışan toplam 500 katılımcıya anketler dağıtılmıştır. Araştırmada katılımcılar basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Elde edilen veriler korelasyon ve hiyerarşik regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilere göre ilgili alan yazınıla uyumlu olarak; lider - üye etkileşimi ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif anlamlı bir ilişki, lider - üye etkileşimi ile algılanan örgütsel destek arasında pozitif anlamlı bir ilişki, algılanan örgütsel destek ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca lider - üye etkileşiminin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık etkisinin olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Lider - Üye Etkileşimi, Algılanan Örgütsel Destek, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

THE MEDIATING ROLE OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON THE EFFECT OF LEADER - MEMBER EXCHANGE AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR: RESEARCH ON A CHAIN RETAIL BUSINESS

ABSTRACT

Today, where competition conditions are increasing, organizations have turned to their internal structures which are difficult to imitate by their competitors. The purpose of this study, which has become an important element in organizations; to determine relationships between leader - member exchange, perceived organizational support, organizational citizenship behavior and mediating role of perceived organizational support on the effect of leader - member exchange on organizational citizenship behavior. Within the scope of the research, surveys were distributed to total 500 participants working in a local chain of retail store business operating in Adana and Mersin provinces. In the study, the participants were selected by simple random sampling method. The data obtained were analyzed using correlation and hierarchical regression analysis. According to the data obtained from the research, in accordance with the relevant literature, there is a positive significant relationship between leader - member exchange and organizational citizenship behavior, a positive

¹Prof. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İşletme Bölümü, seferyilmaz@osmaniye.edu.tr, ORCID:0000-0001-8784-2777.

² Doktora öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, oatakay@student.cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-2019-5784.

*Bu makale Özlem ATAKEY'nin Çukurova Üniversitesi. SBE İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programında Prof. Dr. Sefer YILMAZ danışmanlığında bitirdiği yüksek lisans tezinin bir kısmından oluşturulmuştur.

Received/Geliş: 30/09/2019 Accepted/Kabul: 06/08/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Yılmaz, S., Atakay, Ö. (2020), "Lider - Üye Etkileşiminin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü: Bir Zincir Perakende İşletmesi Üzerine Araştırma", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.159-175.

significant relationship between leader - member exchange and perceived organizational support and a positive relationship between perceived organizational support and organizational citizenship behaviour. In addition, it has been demonstrated that there is mediation role of perceived organizational support on the effect of leader - member exchange on organizational citizenship behavior.

Keywords: Leader Member Exchange, Perceived Organizational Support, Organizational Citizenship Behaviour

Giriş

Günümüz iş dünyasında örgütler oldukça önemli rol oynamaktadır. Örgütler değişimlere ayak uydurabilmek ve devamlılıklarını sağlayabilmek için çalışmalar yapmaktadırlar. Örgütlerin günümüz şartlarında başarılı olabilmeleri için, resmî iş tanımlarının ötesinde, örgütsel gelişime katkıda bulunmaya istekli çalışanlara olan talebi gün geçtikçe çoğalmaktadır (Sezgin, 2005, s. 313).

Örgüt içerisinde gönüllülük esasına dayalı davranışlar sergileme anlamına gelen Örgütsel Vatandaşlık Davranışı (ÖVD) Batemann ve Organ (1983) tarafından geliştirilmiştir. (ÖVD)'ye etki eden önemli faktörlerden biri bireyler arası etkileşimlerdir. Lider-Üye Etkileşimi (LÜE) kuramına göre, örgüt çalışanlarının rolleri liderleri ile olan etkileşimleri doğrultusunda gelişir ve bu sürecin sonunda lider ve ast arasında gelişen ilişki farklı özelliklere sahiptir (Graen ve Uhl-Bien, 1995 s. 220). Lider - üye etkileşimi ile örgütsel vatandaşlık davranışı hakkında yapılan çalışmaların yaklaşımına göre, lideri ile astı arasında iyi düzeyde gelişen etkileşim ilişkisi, astın örgüt içerisinde iş tanımı dışında yer alan gönüllü pozitif davranışlar olarak ifade ettiğimiz örgütsel vatandaşlık davranışları sergilemesine öncülük eder (Humborstad & Kuvaas, 2013). Algılanan Örgütsel Destek (AÖD) ise, işini icra ettiği örgüt tarafından değer verilme, örgütün çalışanlara karşı desteğini hissettirmesi çalışanların örgütleri ile etkili bir ilişki kurmalarında etkindir (Eisenberger vd., 1986, s. 501).

Araştırmada ele alınan (LÜE), (AÖD) ile (ÖVD) kuramlarının temelini inşa eden, üç kuramın alt yapısının oluşumunda etkili olan teori Blau (1964) tarafından literatüre kazandırılan 'Sosyal Değişim Teorisidir'. Sosyal değişim teorisi kapsamında çalışanlar, örgütlerinin sunduğu olanaklar paralelinde, örgütlerine devam bağlılığı duymakta ve ortaya çıkan bağlılıklarını da örgütlerine pozitif katkıda bulunan örgütsel vatandaşlık davranışına dönüştürmektedirler (Bolat ve Bolat, 2008, s. 78).

Bu araştırma; (LÜE), (AÖD) ile (ÖVD) arasındaki ilişkileri belirleyecek ve (LÜE)' nin (ÖVD) üzerine etkisinde (AÖD)' nin aracılık etkisini inceleyecektir.

Literatür Taraması, Teori ve Hipotezler

İlgili alan yazın incelendiğinde, (LÜE), (ÖVD) ve (AÖD) kuramlarının dayandığı ortak bir temel teori olduğu göze çarpmıştır. Araştırma kapsamında incelenen bu üç unsurun alt yapısını oluşturan teori 1964 yılında Blau tarafından geliştirilen 'Sosyal Değişim Teorisidir'. Blau'ya göre, bireylerin ekonomik değişimlerde olduğu gibi, sosyal değişimlerde de geleceğe yönelik kazanım beklentileri oluşmaktadır. Sosyal değişim teorisinin dayandığı temel varsayım, maddi kazanımlardan daha çok, ödüller verilerek karşılıklı güven ve bağlılığı sağlamaktır. Bu ödüller, birey için karşılıklı desteğin ve bağlılığın ifadesi olarak görülmektedir (Blau, 1964, s. 88).

Dansereau, Graen ve Haga tarafından 1975 yılında ileri sürülen liderlik teorisi, lider ve astlar arasındaki etkileşimi dikey ikili bir yaklaşım çerçevesinde inceleyerek

geliştirilmiş ve literatürde ‘Lider – Üye Etkileşimi’ olarak yeniden adlandırılmıştır (Özutku, Ağca ve Cevrioğlu, 2008, s. 194). Lider ve üye arasındaki ilişkinin gelişimi teorik açıdan Blau (1964) tarafından geliştirilen Sosyal Değişim Teorisi ile Katz ve Kahn (1978) tarafından geliştirilen Rol Teorisi temellerine dayanmaktadır. Rol teorisine göre, rol yapma süreci yalnızca liderin üyeye belirlediği resmî rolleri kapsayan bir süreç değildir. Bu süreç aynı zamanda, üyenin çalıştığı örgütte iletişim içerisinde olduğu diğer çalışanlara karşı uyguladığı rol gereklerini de kapsamaktadır. (Sparrowe ve Liden, 1997, s. 523). (LÜE) teorisi’nin önemli bir ögesi de, bu rol yapma sürecinde lider ve üye arasında gelişen ilişki ve rol geliştirme sürecidir (Dienesch ve Liden, 1986, s. 621-624). Sosyal değişim teorisi, lider ve astların görevlerine odaklanmak yerine aralarındaki etkileşime odaklandıklarını ifade eder (Sparrowe ve Liden, 1997, s. 523). Çekmecelioğlu ve Ülker (2014) araştırmalarında lider – üye etkileşimini kalitesinin çalışan davranış ve tutumları üzerinde pozitif etkiye sahip olacağını ortaya koymuşlardır.

Örgütsel davranış literatüründe (ÖVD) ve boyutları Batemann ve Organ (1983) tarafından geliştirilmiştir. (ÖVD) gönüllülük esasına dayalı, bireyin iş sözleşmesi içerisinde belirtilmeyen, iş tanımlarında mecburi olmayan, uygulanmaması durumunda ceza verilmeyen ve ağırlıklı olarak kişisel seçim sonucunda gösterilen davranışlar olarak ifade edilmektedir (Organ, 1988, s. 4). Organ, 1988 yılında yayımlanmış olduğu kitabında (ÖVD)’nin; özgecilik (diğergamlık), vicdanlılık (bilinçlilik), nezaket, sivil erdem (örgütsel katılım, örgütsel erdem) ve centilmenlik (sportmenlik) olmak üzere beş boyuttan oluştuğunu ortaya koymuştur (Organ, 1988, s. 25). İlgili alan yazın incelendiğinde, (ÖVD)’nin temelini oluşturan teorisinin Blau (1964) sosyal değişim teorisi olduğu görülmüştür. Yönetim yazını açısından bakıldığında bu teori karşılıklı etkileşimler sonucu tarafların elde edeceği faydalara odaklanmıştır. Bunun sonucunda bireyler kendilerine yarar sağlayan bireylere karşılık verme çabası doğrultusunda gönüllü olarak pro-sosyal davranışlar sergileme eğilimine girmektedirler (Cropanzano ve Mitchell 2005).

(LÜE) ile (ÖVD) değişkenleri arasındaki ilişki pek çok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Çalışma sonuçlarının büyük çoğunluğu, iki değişken arasında olumlu yönde bir ilişki olduğuna değinmektedir. Bergeron vd. (2013)’e göre, iletişimin açık olduğu, lider-üye etkileşiminin yüksek olduğu örgütlerde, çalışanların ÖVD sergilemesi eğilimi çok daha yüksek olmaktadır. Settoon vd. (1996), (LÜE) ile (ÖVD) arasında olumlu yönde bir korelasyon olduğunu ortaya koymuşlardır. Muçaoğlu (2006) lider davranışlarının astlarının rol ötesi davranışlarda bulunmasında etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatürde yapılan birçok araştırma bulgularına göre (LÜE)’nin (ÖVD) üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Bu araştırmalara örnek olarak (Kavuncu, 2019; Bergeron vd. 2013; Cevrioğlu 2007) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda (LÜE)’nin (ÖVD) üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede araştırmada aşağıda yer alan H1 hipotezi ortaya atılmıştır.

H1: Lider – üye etkileşiminin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

(AÖD), örgütün çalışanın katılımına önem vermesi ve esenliğini önemsemesine yönelik çalışmada oluşan algılar olarak ifade edilebilir (Eisenberger vd., 1986, s. 500). (AÖD) kuramı Gouldner (1960) karşılıklılık normu teorisi ile sosyal değişim

teorisinden temel alır (Öztürk & Eryeşil, s. 128). Örgüt içerisinde çalışanlar, kendilerine yardım edenlere karşı sorumluluk hissedeceklerinden karşılıklılık normu gereğince bu duruma yardımla karşılık vermek isterler (Gouldner, 1960, s. 173). Karşılıklılık normu çerçevesinde, örgütsel refahı sağlama ve çalışanların örgüt hedeflerine gönüllü destek vermeleri için örgütten algıladıkları örgütsel destek çalışanlarda duygusal bir zorunluluk oluşturmaktadır (Rhoades ve Eisenberger, 2002, s. 702).

Literatürde yapılan birçok araştırma bulgularına göre (LÜE)' nin (AÖD) üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Bu araştırmalara örnek olarak (Yenici, 2018; Dawley vd., 2010; Emhan vd., 2003) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda (LÜE)' nin (AÖD) üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede araştırmada aşağıda yer alan H2 hipotezi ortaya atılmıştır.

H2: Lider - üye etkileşiminin algılanan örgütsel destek üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Sosyal değişim perspektifinde çalışanlar, örgütlerinin kendilerine sağladığı imkânlar neticesinde örgütlerine bağlılık duyarlar. Çalışanlar bu imkânlarla karşılık olarak, örgütsel vatandaşlık davranışları sergileyerek örgütlerine pozitif katkı sağlamak isterler (Bolat ve Bolat, 2008, s. 78).

Literatürde yer alan (AÖD) ile (ÖVD) arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara bakıldığında, bu iki değişken arasında olumlu bir ilişki görülmüştür (Önderoğlu, 2010, s. 16). Literatürde yapılan birçok araştırma bulgularına göre (AÖD)' nin (ÖVD) üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Bu araştırmalara örnek olarak (Claudia, 2018; İplik vd., 2014; Erdaş, 2010) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda (AÖD)' nin (ÖVD) üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede araştırmada aşağıda yer alan H3 hipotezi ortaya atılmıştır.

H3: Algılanan örgütsel desteğin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

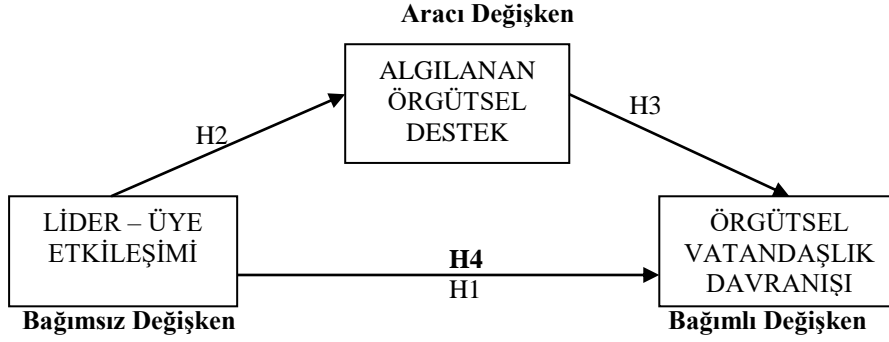
Liderler astları arasında karşılıklı güven, saygı ve bireyler arası duygulanıma dayalı mübadeleler ne kadar artarsa çalışanın gerek iş tanımındaki rolünden kaynaklı, gerekse rolünün ötesindeki örgütsel vatandaşlık davranışlarını içeren performansı da artmaktadır (Settoon vd, 1996, s. 224).

Örgütsel destek algısı yüksek olan çalışanlar rol gereklerini yerine getirmelerinin ötesinde daha etkin ve yenilikçi davranışlar sergileyebilmektedirler. Örgütlerinin kendi esenliklerini düşündüğünü ve katkılarına değer hisseden çalışanlar gönüllü olarak örgütlerini geliştirecek yenilikçi davranışlar göstermektedir (Eisenberger vd, 1990, s. 57).

İçerisinde (LÜE) ve (ÖVD)'nin incelendiği araştırmalarda, (AÖD)' nin aracı etkisine dair araştırma Türkçe literatürde yer almamaktadır. Aracı değişken hakkında araştırma kapsamında ortaya konulan bulgular, (AÖD)' nin (ÖVD) üzerinde aracı değişken olduğu literatürde incelenen (Cheung, 2013; Hassan ve Hassan 2015) çalışmaları ile benzer sonuçlar göstermektedir. (AÖD)' nin (ÖVD) üzerine etkisinde aracılık rolünün ortaya konması ile ilgili alan yazına katkı hedeflenmiştir. Yerli literatürde bu üç değişkenin yer aldığı ve (AÖD)' nin aracılık etkisinin incelendiği bir araştırmaya rastlanmamıştır. Konu ile ilgili teorik araştırmalardan yola çıkılarak (LÜE)' nin (ÖVD) üzerine etkisinde (AÖD)' nin rolünü test etmek üzere tasarlanan hipotez aşağıda sunulmuştur. Bu çerçevede araştırmada aşağıda yer alan H4 hipotezi ortaya atılmıştır.

H4: Lider - üye etkileşiminin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık etkisi vardır.

Yapılan literatür araştırması sonucunda oluşturulan hipotezler çerçevesinde araştırma modeli Şekil 1’de görüldüğü gibi oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Görsel Modeli

Araştırma Metodolojisi

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı; (LÜE), (AÖD) ile (ÖVD) arasındaki ilişkileri belirlemek ve (LÜE)’nin (ÖVD) üzerine etkisinde (AÖD)’nin aracılık etkisini ortaya koymaktır. Literatürde (LÜE), (AÖD) ve (ÖVD)’nin bir arada incelendiği araştırmaların azlığı göz önünde bulundurularak, bu çalışmanın ilgili alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Buna ilaveten, teorik temelleri Blau (1964) sosyal değişim teorisi temellerine dayanan (LÜE) ve (ÖVD)’nin değişken olarak yer aldığı araştırmalarda, (AÖD)’nin aracı etkisine dair araştırma yerli literatürde yer almamaktadır. Bu durumda Türkçe literatüre yeni ve farklı bir araştırma kazandırılması açısından araştırma önemli görülmektedir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışma evrenini, çalışmanın amaç ve önemini doğru yansıtacağı düşünülen organizasyon yapısı itibarı ile yeterli sayıda yönetici ve çalışandan oluşan Adana ve Mersin ilinde faaliyet gösteren yerel bir zincir perakende işletmesinin çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada yerel bir zincir perakende işletmesinin seçilmesinin diğer nedeni de, bölgesel gerçekliğin ortaya konulmak istenilmesidir. Araştırmada maliyet ve ulaşılabilirlik sebepleri doğrultusunda evrenin tamamına ulaşmak yerine örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Evren içerisinden örneklemi belirlemek için örnekleme yöntemlerinden “basit tesadüfi örnekleme” yöntemi kullanılmıştır (Altunışık vd., 2012, s. 142). Seçilen örneklem büyüklüğü ise Adana ve Mersin ilinde faaliyet gösteren yerel bir zincir perakende işletmesinin çalışanlarından oluşan 500 kişidir. Araştırma evreni 2650 kişiden oluşmakta olup, araştırma kapsamında 500 çalışana anket dağıtılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2004, s. 50)’ye göre örnek çapı yığını temsile yeterlidir. Dağıtılan anketlerin 494 tanesi dolu olarak geri dönmüştür, bu anketler neticesinde veriler elde edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin birinci bölümü (AÖD)' yi, ikinci bölümü (ÖVD)' yi, üçüncü bölümü ise (LÜE)' yi ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır.

Araştırmada (AÖD)' yi ölçmek amacı ile Eisenberger vd. (1986) tarafından geliştirilen, sonraki yıllarda Eisenberger vd. (1997) tarafından kısaltılarak kullanıma sunulan ölçek kullanılmıştır. İlgili anketin Türkçesi Büyükyılmaz (2013) çalışmasından uyarlanarak anket formuna eklenmiştir. Sekiz ifadeli ölçekte iki tane olumsuz ifade mevcut olup, bu ifadeler analizlerden önce ters şekilde kodlanarak düzeltilmiştir.

Araştırmada (ÖVD)' yi ölçmek amacı ile Smith ve diğerleri (1983) tarafından geliştirilen, Basım ve Şeşen (2006) tarafından Türkçeye uyarlanan 16 soruluk likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmada (LÜE)'yi ölçmek amacı ile Graen ve diğerleri (1982) tarafından geliştirilen, Özutku vd. (2008) tarafından Türkçeye uyarlanan, yedi soruluk ölçek kullanılmıştır. Katılımcıların ifadelerine 5'li likert ölçeği (1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Fikrim Yok, 4=Katılıyorum ve 5=Tamamen Katılıyorum) ile cevap vermeleri istenmiştir.

Elde Edilen Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler

Araştırma verileri SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada tanımlayıcı istatistikler kapsamında ölçeklerin ortalama ve standart sapma değerleri belirtilmiştir. Verilerinin güvenilirliğini test etmek amacı ile Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlerin normal dağılıp dağılmadığının tespiti amacı ile çarpıklık basıklık analizi değerleri incelenmiştir. Ölçeklerin değişkenlerini temsil eden ifadelerin boyut indirgeme ve faktör yapısını ortaya koymak amacı ile keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla korelasyon analizi, nedensellik ilişkisini belirlemek üzere ise regresyon analizi uygulanmıştır. Ara değişken etkisini test etmek üzere ise üç aşamadan oluşan hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizleri yorumlanarak hipotez testlerimiz açıklanmıştır.

Araştırmanın Analizi ve Bulguları Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 1. Ölçeklere İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	N	Ortalama	Standard Sapma
Lider-Üye Etkileşimi	494	3,837	0,878
Algılanan Örgütsel Destek	494	4,010	0,970
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	494	4,236	0,505

Araştırmaya katılan katılımcıların lider – üye etkileşimi düzeyinin orta düzey seviyede olduğu (Ort=3,837), katılımcıların algıladıkları örgütsel desteğin iyi düzeyde olduğu (Ort=4,010), katılımcıların iyi düzeyde örgütsel vatandaşlık davranışına sahip oldukları görülmüştür (Ort=4,236).

Cronbach Alfa Katsayıları

Ölçeğin içsel tutarlılığının güvenilirlik analizinde alfa katsayıları şu şekilde ifade edilmektedir (Kayış, 2006, s. 405); $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir, $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach Alfa değerlerinin 0,70 in üzerinde olması, ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu ispatlamıştır.

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Değişkenler	Madde Sayısı	Örneklem Sayısı	Cronbach Alfa
Lider-Üye Etkileşimi	7	494	0,79
Algılanan Örgütsel Destek	8	494	0,70
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	16	494	0,81

Normallik Testi

Araştırmada verilerin normal dağılım gösterip göstermediği tespit edilmiştir. Normallik testi için çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Basıklık ve çarpıklık değerleri -1.5 ile +1.5 arasında olduğu zaman veri setinde normal dağılım düşünülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırma ifadelerinin -1,5 ile +1,5 arasında seyreden çarpıklık basıklık değerleri dışındaki normal dağılmadığı tespit edilen veriler analizden çıkartılmıştır.

Tablo 3. Ölçeklere İlişkin Çarpıklık Basıklık Değerleri

Ölçekler	Çarpıklık Değeri	Basıklık Değeri
LÜE	-0,667	0,234
AÖD	-0,81	-0,887
ÖVD	-1,273	1,173

Araştırma ölçeklerinin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olduğu tespit edilmiş olup normal dağıldığı görülmüştür. Ayrıca araştırmada tüm değişkenlere ilişkin çarpıklık basıklık değerleri incelenmiş olup, bu değerlerden -1,5 ile +1,5 arasında seyretmediği görülen değerler analize dâhil edilmemiştir.

Faktör Analizi

Araştırmada kullandığımız ölçeklerin yapılarının geçerliliklerini kanıtlamak amacı ile Keşfedici Faktör Analizi yöntemi kullanılmıştır. Boyut indirgemenin en sık uygulaması olan keşfedici faktör analizinin (KFA) amacı ise veri setini küçülterek daha kolay ifade edilecek düzeye getirmesidir (Brown, J. D., 2009).

Bir veri grubuna faktör analizi uygulamadan önce veri grubunun faktör analizi için uygun olup olmadığını incelemek üzere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ile Barlett Küresellik testi yapılmalıdır. KMO değerinin 0,60'a eşit veya bu değerden büyük olması beklenilir. Barlett Testi ise değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlılık düzeyini gösterir. Barlett testinin anlamlı ($p < 0.5$) sonuç vermesi verilerin faktör analizinde kullanılabilirliğini ifade eder (Field, 2009).

Tablo 4. Ölçeklere İlişkin KMO ve Barlett's Testi Verileri

Ölçekler	KMO Testi	Barlett's Testi		
		χ^2	df	Sigma
Lider-Üye Etkileşimi	0,778	923,769	15	,000
Algılanan Örgütsel Destek	0,740	458,845	15	,000
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	0,600	287,99	3	,000

Yapılan KMO testi sonuçlarına göre bulunan değerler 0,60' a eşit ve 0,60' tan büyük olduğundan, mevcut veri grubunun çoklu normal dağılımlı ana kütle olduğu ve faktör analizi yapılması için uygun olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 5. Değişkenlere İlişkin Faktör Analizleri

Faktör Adı	Faktör Yüğü
Lider-Üye Etkileşimi	
Yöneticinizin sizin performansınızdan memnuniyet düzeyi nedir biliyor musunuz?	,614
Yöneticilerinizin iş ile ilgili sorunlarınızı ve ihtiyaçlarınızı ne kadar biliyor?	,778
Yöneticinizin sizin potansiyelinizi ne kadar biliyor?	,813
Resmi yetkisinden bağımsız olarak, yöneticinizin sizin sorunlarınızı çözme ihtimali nedir?	,681
Resmi yetkisinden bağımsız olarak, yöneticinize rahatsızlık verseniz bile size yardımda bulunma ihtimali nedir?	,639
Yöneticiniz ile iş hususundaki ilişkinizi 'iyi' olarak tanımlar mısınız?	,714
Algılanan Örgütsel Destek	
Bu iş yerinde benim düşüncelerime önem verilir.	,709
Bu iş yerinde benim sağlıklı olmama önem verilir.	,695
Bu iş yerinde yaptığım masum hatalar affedilir.	,644
Bu iş yerinde istismar edilmem mümkündür. ®	,482
Bu iş yerinde pek saygı görmüyorum. ®	,628
Şahsi bir talebim olduğunda, bu iş yerinde bana rahatça yardım edilir.	,628
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	
Sadece vakit doldurmak için sohbet etmem.	,607
İşimi yaparken gereksiz meşgalelere, sohbetlere zaman ayırmam.	,860
İşimi yaparken gereksiz ara verme veya dinlenme davranışına girmem.	,858
Temel Bileşenler Faktör Analizi ® Ters Kodlu İfadeler	0,40'ın üstündeki faktör yükleri verilmiştir.

Her değişken için keşfedici faktör analizi ayrı ayrı uygulanmıştır. Her değişkene ait bir faktör ortaya çıkmıştır ve bu faktörlerin faktör yükleri değerleri yapı geçerliliğini ortaya koymuştur.

Araştırmada farklı değişkenlere ilişkin değerlendirmelerin aynı değerlendirici tarafından aynı zaman kapsamında yapılması ortak yöntem varyansı sorununu oluşturabilir (Malhotra vd, 2006, s. 1865). Ortak yöntem varyansı eğilimi (a) ilk faktörün varyansın büyük bölümünü tek başına açıklaması ya da (b) analiz sonucunda tek faktörün çıkması ile oluşmaktadır (Podsakoff vd, 2003, s. 889). Üç değişken ile ifadelerin faktör analizi sonucuna göre öz değeri 1'den yüksek toplam üç boyut tespit edilmiştir ve bu boyutlardan ilk faktörün varyansın önemli kısmını tek başına açıklamadığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre araştırmada ortak varyans sorunu olmadığı görülmüştür.

Korelasyon Analizi

Değişkenler arasında bir ilişkinin varlığı neden – sonuç ilişkisine dayanmaktadır. Korelasyon katsayısı değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığı, ilişki varsa bu ilişkinin yönü ve kuvveti hakkında bilgi verir (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 255).

Tablo 6. Korelasyon Analizi Sonuçları

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<i>LÜE</i>	<i>1</i>		
<i>AÖD</i>	,503**	<i>1</i>	
<i>ÖVD</i>	,129**	,173 **	<i>1</i>

**Korelasyon 0.01 önem düzeyinde anlamlıdır.

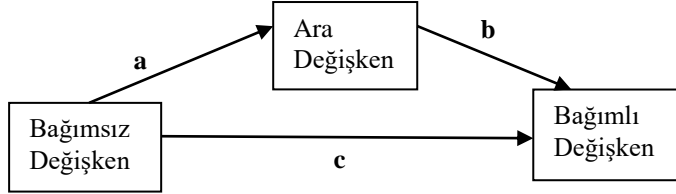
Korelasyon analizi sonuçlarına göre (LÜE), (AÖD) ve (ÖVD) değişkenleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler olduğu görülmüştür. En yüksek korelasyon ilişkisi (LÜE) ile (AÖD) değişkenleri arasında tespit edilmiştir ($r=0,503$).

Regresyon Analizi

Regresyon Analizi bir bağımlı değişken ile bir veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkinin yönünü nedensellik ilişkisi çerçevesinde açıklayan bir analiz yöntemidir (Küçükşille, 2006, s. 199).

Baron ve Kenny (1986)'ya göre değişkenler arasında aracılık etkisinin varlığından söz edebilmek için aşağıdaki üç koşulun sağlanması gerekir (Şekil 2):

“Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi olmalıdır, bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi olmalıdır, aracı değişken bağımsız değişken ile birlikte regresyon analizine dahil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi düşerken, ara değişkenin bağımlı değişken üzerinde halen anlamlı bir etkisi olmalıdır”. Aracı değişkenin analize dahil edilmesi sonucunda bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki anlamlı etkisinin tamamen ortadan kalkması durumu söz konusu olur ise tam aracılık etkisinin varlığı gözlemlenebilir” (Baron ve Kenny, 1986, s. 1176).



Şekil 1. Aracı Değişken İçeren Araştırma Modelinin Gösterimi
Kaynak: (Baron ve Kenny, 1986, s. 1176)

1. Aşama bağımsız değişkenin (LÜE) bağımlı değişken (ÖVD) üzerindeki etkisi:

Tablo 7. LÜE ile ÖVD Regresyon Analizi

R ² =0,017	Std. Olmayan değerler		Std. Değerler		
	Beta	Std. Hata	Beta	t	Sigma
Sabit Terim	3,551	0,213		16,654	,000
LÜE	0,158	0,055	0,129	2,841	,005

Regresyon analizi sonucuna göre (LÜE)' nin (ÖVD)' yi ($\beta = 0,129$, $p = 0,005$, $p < 0,01$) anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Sigma değeri anlamlı ilişki olduğunu doğrulamıştır. ($p = 0,005$). Ayrıca bu sonuca göre, lider – üye etkileşiminin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Baron ve Kenny 'nin (1986) ara değişkenin varlığı için önerdiği şartlardan biri olan, bağımsız değişkenin (LÜE) bağımlı değişken (ÖVD) üzerinde bir etkiye sahip olduğu şartı açıkça tespit edilmiştir.

Bu analiz sonucuna göre H1 hipotezi doğrulanmıştır.

2. Aşama bağımsız değişkenin (LÜE) – aracı değişken (AÖD) üzerindeki etkisi:

Tablo 8. LÜE ile AÖD Regresyon Analizi Sonuçları

R ² =0,253	Std. Olmayan değerler		Std. Değerler		
	Beta	Std. Hata	Beta	t	Sigma
Sabit Terim	2,166	0,136		15,876	,000
LÜE	0,456	0,035	0,503	12,872	,000

Bağımsız değişken (LÜE) ile aracı değişken (AÖD) arasında regresyon analizi yapıldığında, bağımsız değişken olan (LÜE)' nin (AÖD)' yi ($\beta = 0,503$, $p < 0,01$) anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Baron ve Kenny (1986) 'nın ara değişken modeli için şart koştuğu bağımsız değişken (LÜE) 'nin aracı değişken (AÖD) üzerinde anlamlı etkisi olması koşulu sağlanmıştır.

Bu analiz sonucuna göre H2 hipotezi doğrulanmıştır.

3. Aşama bağımsız (LÜE) ve aracı değişkenin (AÖD) bağımlı değişken (ÖVD) üzerindeki etkisi:

Analizin üçüncü aşamasında aracı değişken (AÖD), bağımsız değişken (LÜE) ile bağımlı değişken (ÖVD) arasındaki regresyon analizine dahil edilmiştir.

Tablo 9. LÜE ile ÖVD İlişkisinde AÖD ‘nin Aracılık Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

R ² =0,033	Std. Olmayan değerler		Std. Değerler		
	Beta	Std. Hata	Beta	t	Sigma
Sabit Terim	3,123	0,261		11,962	,000
AÖD	0,197	0,070	0,146	2,800	,005
LÜE	0,069	0,064	0,056	1,079	,281

(LÜE) ile aracı değişken (AÖD) birlikte regresyon analizine dahil edildiğinde, (AÖD) hala anlamlıdır (p<0,05). (LÜE) ‘nin (ÖVD) üzerindeki etkisinde beta katsayısında 0,129 ‘dan 0,056 ‘ya düşüş görülmüştür. Ayrıca (LÜE) ile (ÖVD) arasındaki ilişki anlamsızlaşmıştır (p=0,218). Bu sonuçlara göre; bağımsız değişkenin (LÜE) bağımlı değişken (ÖVD) üzerindeki etkisi düşerken, ara değişkenin (AÖD) bağımlı değişken (ÖVD) üzerinde anlamlı etkisini korumaktadır. Bu sonuçlara göre Baron ve Kenny (1986) aracılık modeli çerçevesinde tüm koşullar sağlanmış olup, (LÜE) ‘nin (ÖVD) ‘ye etkisinde (AÖD)’nin “tam aracılık” rolüne sahip olduğunu doğrulamıştır.

Bu analiz sonuçlarına göre H4 hipotezi doğrulanmıştır.

Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi

Hiyerarşik regresyon analizleri haricinde, (AÖD)’nin, (ÖVD) üzerindeki etkisini tespit etmek amacı ile regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 10. AÖD ile ÖVD Regresyon Analizi Sonuçları

R ² =0,030	Std. Olmayan değerler		Std. Değerler		
	Beta	Std. Hata	Beta	t	Sigma
Sabit Terim	3,239	0,239		13,526	,000
AÖD	0,233	0,061	0,173	3,846	,000

(AÖD)’ nin (ÖVD)’ yi ($\beta =0,173$, $p<0,01$) anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Sigma değeri anlamlı ilişki olduğunu doğrulamıştır. (p=0,000).

Bu analiz sonucuna göre H3 hipotezi doğrulanmıştır.

Sonuç ve Tartışma

Çalışanların çalıştıkları işletme içerisinde yöneticisi ile geliştirdiği ilişki ve algıladıkları örgütsel destek, örgüt içerisinde sergilenen örgütsel vatandaşlık davranışlarına etki etmektedir. Bu davranışların örgüt içerisinde sergilenmesi örgüt başarımının artmasına katkıda bulunacak ve örgütün günümüz rekabet ortamındaki sürekliliğine olumlu yönde katkılar sağlayacaktır. Bu çalışmada (LÜE), (AÖD) ve (ÖVD) arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma bulguları, örgüt içerisinde (LÜE) ve (ÖVD)’ nin iyi düzeyde

olması durumunun, çalışanların örgüt içerisinde (ÖVD) sergileyecekleri yönündedir. Araştırma aynı zamanda, (LÜE)'nin, (ÖVD) sergilemeye etkisinde örgüt içerisinde (AÖD)'nin tam aracılık etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırma analiz sonuçlarına göre; (LÜE) ile (ÖVD) arasındaki ilişki istatistiksel çerçevede anlamlıdır ve pozitif yönlü olduğu görülmüştür ($p<0,01$) ($\beta=0,129$). (AÖD) ile (ÖVD) arasındaki ilişki istatistiksel çerçevede anlamlıdır ve pozitif yönlü olarak tespit edilmiştir. ($p<0,01$) ($\beta=0,173$). (LÜE) ile (AÖD) arasındaki ilişkinin istatistiksel çerçevede anlamlı olduğu ve pozitif yönlü olduğu bulgulanmıştır. ($p<0,01$) ($\beta=0,503$). (LÜE) ile (ÖVD) arasında pozitif yönde anlamlı ilişki, (AÖD) ile (ÖVD) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki, (LÜE) ile (AÖD) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, teori ve hipotezler bölümünde yer verilen daha önce bu konular hakkında yapılan çalışmaların sonucu ile örtüşmektedir.

Bağımsız değişken (LÜE) ile aracı değişken (AÖD) birlikte regresyon analizine dâhil edildiğinde, aracı değişken (AÖD) ile (ÖVD) arasında daha önce anlamlı ve pozitif tespit edilen ilişki bozularak anlamsızlaşmıştır ($p=0,218$, $p>0,05$). Ayrıca (LÜE)'nin (AÖD) üzerine etkisinde $\beta =0,129$ 'dan $\beta =0,056$ 'ya düşüş geçekleşmiştir. Bu durum Baron ve Kenny (1986) araştırmasına göre (LÜE)'nin (ÖVD)'ye olan etkisinde, (AÖD)'nin 'tam aracı değişken' olduğunu doğrulamıştır.

Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Bu çalışma çerçevesinde elde edilen bulgulara bağlı olarak, örgüt işverenleri ve liderlere yönelik şu öneriler sıralanabilir: İşverenler çalışanlarına rahat ve sağlıklı bir çalışma ortamı sağlamalı, işverenler örgüt içerisinde çalışanlarının algıladıkları örgütsel desteği artırmaya yönelik çalışmalar yapmalı, liderler çalışanları ile iyi ilişkiler geliştirmeli ve çalışanlarını destekleyici davranışlarda bulunmalıdır. Bu araştırma, zaman kısıtından ve bölge gerçekliğinin yansıtılması istenildiğinden dolayı Adana ve Mersin illerinde faaliyet gösteren zincir bir perakende işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın diğer bir kısıtı da, veri toplamada sadece anket yönteminden faydalanılmasıdır. Bu konu hakkında gelecekte yapılacak araştırmalara, daha geniş bir örneklem ile daha kapsamlı veri toplama teknikleri beraberinde farklı sektörlerde araştırma yapmaları önerilebilir.

Kaynaklar

Altunışık R., Coşkun R. & Bayraktaroğlu S. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi*. Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

Basım, H. N. & Şeşen, H. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 61(4), 1-22.

- Bateman, T. S. & Organ, D. W. (1983). Job Satisfaction and Good Soldier: The Relationship between Affect and Employee Citizenship. *Academy of Management Journal*, 26(4), 587-595.
- Bergeron, D. M., Shipp, A. J., Rosen, B. & Furst, S. A. (2013). Organizational Citizenship Behavior and Career Outcomes: The Cost of Being a Good Citizen. *Journal of Management*, 39, 958-984.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Bolat, O. İ. & Bolat, T. (2008). Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11)19, 75- 94.
- Brown, J. D. (2009). Statistics Corner Questions and Answers about Language Testing Statistics: Principal Components Analysis and Exploratory Factor Analysis, In:Definitions, Differences, and Choices. *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 13 (2), 19-23.
- Büyükyılmaz, O. (2013). *Akademik Personel Açısından Psikolojik Sözleşme İhlali ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin Analizi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Cevrioğlu, E. (2007). *Lider-Üye Etkileşimi ile Bireysel ve Örgütsel Sonuçlar Arasındaki İlişki: Ampirik Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Cheung M. F. Y. (2013) The Mediating Role of Perceived Organizational Support in the Effects of Interpersonal and Informational Justice on Organizational Citizenship Behaviors. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(6), 551-572.
- Claudia, M. (2018). The Influence of Perceived Organizational Support, Job Satisfaction and Organizational Commitment Toward Organizational Citizenship Behaviour, *Journal of Indonesian Economy and Business*, 33 (1), 23 – 45.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M.S. (2005). Social Exchange Theory: an Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Çekmecelioğlu, H., Ülker, F. (2014). Lider – Üye Etkileşimi ve Çalışan Tutumları Üzerine Etkisi: Eğitim Sektöründe bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 35-58.

- Dawley, D., Houghton, J. D. & Bucklew, N. S. (2010). Perceived Organizational Support and Turnover Intention: The Mediating Effects of Personal Sacrifice and Job fit. *The Journal of Social Psychology*, 150(3), 238-257.
- Dinesch, R. M. & Liden, R. C. (1986). Leader-Member Exchange Model of Leadership: A Critique and Further Development, *Academy of Management Review*, 11, 618-634.
- Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., & Lynch, P. (1997). Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 82 (5), 812-820.
- Eisenberger, R., Fasolo, P. & Davis - Lamastro, V. (1990). Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment and Innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75, 51-59.
- Eisenberger, R., Hungtington, R., Hutchison, S. & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support, *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Emhan, A., Kula, S. & Töngür, A. (2013). Yapısal Eşitlik Modeli Kullanılarak Yönetici desteği, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Performans ve Tükenmişlik Kavramları Arasındaki İlişkilerin Analizi: Kamu Sektöründe Bir Uygulama. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31 (1), 53-69.
- Erdaş, K. D. (2010). *Lider-Üye Mübadelesi, Algılanan Örgütsel Destek ve Öz-Denetim Kişilik Özelliğinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (3rd Edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- Graen, G.B., Liden, R., & Hoel, W. (1982). Role of Leadership in the Employee Withdrawal Process. *Journal of Applied Psychology*, 67, 868-872.
- 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.
- Gouldner, A. G. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (2. Baskı). Ankara: Seçkin. Yayıncılık.

- Hassan, S. & Hassan, M. (2015). Testing the Mediating Role of Perceived Organizational Support between Leadership Styles, Organizational Justice and Employees Behavioral Outcomes. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*. 9(1), 131-158.
- Humborstad, S . I . W ., & Kuvaas, B. (2013). Mutuality in Leader-Subordinate Empowerment Expectation: Its Impact on Role Ambiguity and Intrinsic Motivation. *The Leadership Quarterly*, 24(2), 363–377.
- İplik, E., İplik, F.N. & Efeoğlu, İ.E. (2014). Çalışanların Örgütsel Destek Algılarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Rolü. *International Journal of Economic and Administrative Studies Year*. 6(12), 109-122.
- Katz, D. & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations* (2nd edition). New York : Wiley.
- Kavuncu, M. (2019). *Lider - Üye Etkileşimi ile Öğretmenlerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Kayış, A. (2006). Güvenilirlik Analizi. Şeref Kalaycı (Ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Küçükşille, E. (2006). Basit Doğrusal Regresyon. Şeref Kalaycı (Ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- Liden, R. C. & Graen G. (1980). Generalizability of the Vertical Dyad Linkage Model of Leadership. *Academy of Management Journal*, 23 (3), 451-465.
- Malhotra, N.K., Kim, S.S. & Patil, A. (2006). Common Method Variance in IS Research: A Comparison of Alternative Approaches and A Reanalysis of Past Research. *Management Science*, 52(12), 1865-1883.
- Muçaoğlu, D. (2006). *Çalışanların Arkadaşlık, Başarı ve Statü Çabaları ve Bu Çabaların Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarıyla İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Murphy, S. K., Wayne, S. J., Liden, R. C. & Erdoğan, B. (2003). Understanding Social Loafing: The Role of Justice Perceptions and Exchange Relationships. *Human Relations*, 56, 61-84.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behaviour: The Good Soldier Syndrome*. England: Lexington Books.

- Önderoğlu, S. (2010). *Örgütsel Adalet Algısı, İş Aile Çatışması ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki Bağlantılar*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Sosyal Psikoloji) Anabilim Dalı, Ankara.
- Öztürk M, & Eryeşil K, (2016). Lider-Üye Etkileşimi ve Örgütsel Destek Algılarının Çalışanların İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(2), 123-141.
- Özutku, H. (2008). Örgüte Duygusal, Devamlılık ve Normatif Bağlılık ile İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 79-97.
- 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. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 193-210.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Hui, C. (1993). Organizational Citizenship Behaviors and Managerial Evaluations of Employee Performance: A Review and Suggestions for Future Research. In G. R. Ferris & K. M. Rowland (Eds.), *Research in Personnel and Human Resources Management, CT: Jai Press, 11*, 1-40.
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S. B., Podsakoff, N.P. ve Lee, J.-Y. (2003) Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of Literature. *Journal of Applied Psychology*, 2(4), 698-714.
- Settoon, R. P., Bennett, N., & Liden, R. C. (1996). Social Exchange in Organizations: Perceived Organizational Support, Leader-Member Exchange, and Employee Reciprocity. *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 219-227.
- Sezgin, F. (2005). Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: Kavramsal Bir Çözümleme ve Okul Açısından Bazı Çıkarımlar. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 317-339.
- Smith, C. A., Organ, D. W. & Near, J. P. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-663.
- Sparrowe, R. T. ve Liden, R. C. (1997). Process and Structure in Leader-Member Exchange. *Academy of Management Review*, 22(2), 522-552.

- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.
- Turunç, Ö. & Çelik, M. (2010). Algılanan Örgütsel Desteğin Çalışanların İş-Aile, Aile-İş Çatışması, Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Savunma Sektöründe Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 209-232.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yenici, M. (2018). *Algılanan Örgütsel Desteğin ve Lider-Üye Etkileşiminin Çalışan Tutumlarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.

DİZİ KAREKTERLERİNİN REKLAMLARDA KULLANILMASININ SEMİYOLOJİK ÇÖZÜMLEMESİ: MİMESİS VE FREUDYEN YAKLAŞIM ETKİLEŞİMİ

Sevinç Koçak¹
Semra Tüplek²

ÖZ

Reklamlar bir ürünün veya markanın hedef kitlelerine tanıtılması ve çeşitli pazarlama çalışmalarının iletilmesi için günümüzde çok farklı yöntemlerle kullanılan, zaman ve yer satın alınması ve ücretinin ödenmesi suretiyle işleyen bir iletişim yöntemidir. Basılı, görsel, işitsel ve dijital medya kanallarında farklı pek çok yöntemle, mesajlarını hedef kitlelerine iletmeye çalışan markalar ve ürünler, binlerce mesaj arasından sıyrılıp, istedikleri etkiyi yaratabilmek için birçok uygulamayı kullanmak durumundadırlar. Reklam filmlerinde ünlü ve topluma liderlik edebilecek kişilerin, sanatçıların, tanınmış kişilerin, sevilen kişilerin kullanılması bilinen ve sıkça uygulanan bir yöntemdir. Böylece marka veya ürünü tüketicisine sevdirmek ve “sevdiğiniz kişi de bu ürünü kullanmaktadır, siz de kullanın” yönlendirmesi yapılmaktadır. Çoğunlukla bu kişiler gerçekte de toplumsal hayat içerisinde rastladığımız, gerçek ve bilinen kişilerdir. Reklam filmlerinde sevilen dizi veya film karakterlerinin kullanılması ise son on yılda karşımıza daha sık çıkan bir yöntemdir. Film karakterlerinin reklamlarda gerçek kişi imiş gibi kullanılmasının alt yapısında psikolojik ve sosyolojik olarak etkiler vardır. Bu çalışmada psikanalist Sigmund Freud’un id, ego ve süper ego kavramları ile “taklit” olarak ele alınan “MİMESİS” kavramı çerçevesinde reklam filmlerinde dizi karakterlerinin kullanılmasının hedef kitlelerdeki olası etkileri irdelenmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda, seçilen Kadın, Ufak Tefek Cinayetler ve Erkenci Kuş dizi filmlerinin karakterinin oynadığı reklamlar Seiler’in adını kullanarak çözümlenecektir. Sonuçta, reklam filmlerinin sanal gerçek gibi gösterilen dizi karakterleri kullanılarak ürün ve markaların yaratmak istedikleri algının hedef kitlelere iletilmesindeki amaç, “Freudyan” bir bakış açısıyla ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, İletişim, Halkla İlişkiler, Semiyoloji, Algı

SEMIOTIC ANALYSIS OF USING TV SERIAL CHARACTERS IN ADVERTISEMENTS: MİMESİS AND FREUDIAN APPROACH INTERACTION

ABSTRACT

Advertising is a communication method that is used by introducing time and place and paying its fee, which is used in different ways to introduce a product or brand to the target audience and to communicate various marketing activities. The brands and products that try to convey their messages to their target audiences in many different ways in print, visual, audio and digital media channels are required to use many applications in order to create the effect they want between thousands of messages. The use of people who are famous in

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Sanatları Bölümü, s.kocak@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9503-3379.

² Öğr. Gör., İstanbul Yeniüzyıl Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Radyo Televizyon Programcılığı Programı, semra.tuplek@yeniuzyil.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1114-5750.

Received/Geliş: 18/06/2019 Accepted/Kabul: 06/08/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Koçak, S., Tüplek, S. (2020), “Dizi Karakterlerinin Reklamlarda Kullanılmasının Semiyolojik Çözümü: Mimesis Ve Freudyan Yaklaşım Etkileşimi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.176-212.

publicity and who can lead the society is a known and frequently applied method. Thus, the brand or product to the consumer to love and "your favorite person uses this product, you use it" message is given. These people are the real and known people we often come across in social life. In advertising films, the use of popular series or movie characters is a more common method in the last decade. There are psychological and sociological effects on the substructure of the use of film characters as if they were real persons. In this study, in the framework of the concept of mimesis considered by the psychoanalyst Sigmund Freud's concepts of id, ego and superego, it is tried to examine the possible effects of the use of series characters in advertising films on target audiences. In this context, the ads played by characters of three different TV serial were analyzed using the method of "Film Analysis with the Steps of Seiler ". As a result, it is tried to use the TV serial characters that the commercials show as real, and the perception of the products and brands that they want to create on the target groups from a Freudian perspective.

Keywords: Advertising, Communication, Public Relations, Semiotics, Perception

Giriş

Türkiye’de çok beğenilen ve reytinglerde üst sıralarda yer alan TV (Televizyon) dizilerindeki karakterlerin, gerçek yaşamda da yaşıyorlarmış algısı yaratılarak çeşitli markaların reklam filmlerinde kullanılmalarının sıkça rastlanılan bir reklam stratejisi olduğu görülmektedir. Sevilen TV dizi karakterlerinin gerçekte yaşadıkları ve gerçekte var olan ürün ve markaları kullandıkları algısı, izleyicilerde de sevdikleri karakterlerle özdeşleşerek aynı ürünü kullanıp, aynı markayı beğenmeleri neticesinde markaya sadakat beslenmesine olanak tanımaktadır. Özellikle ülkemizde, bazı dizi karakterleri ile toplumun o kadar özdeşleştiğini görmekteyiz ki, o dizi karakteri dizinin olay örgüsü içerisinde öldüğünde gerçek hayatta hayranları cenaze namazı kılmışlardır (<https://www.haberler.com/ikinci-cakir-vakasi-8375189-haberi/>, 21.04.2019). Pek çok sohbette ya da toplantıda, dizi karakterlerinden örnekler verilmekte, dizinin yayınlanan bölümündeki olaylar içimizden, komşumuz veya akrabalarımızdan birisinin başına gelen olaylarmış gibi aktarılmaktadır. Bu çalışmada, bu derece izleyicilerin hayatlarından bir marka konumuna gelen TV dizi karakterlerinin, psikolojik, sosyolojik ve semiyolojik olarak reklam sektöründe kullanılma nedenleri üzerine bazı tespitlerde bulunmaya çalışılmaktadır.

1. Dizi Karakterlerinin Reklamlarda Kullanımı, Freudyen Yaklaşım ve Mimesis Kavramı

Ürünlerin ve markaların kısa süre içerisinde tanıtımını hedefleyen, görüntülü ve sesli, basılı veya dijital olarak tasarlanan reklamlar, hedef kitlelerin ürün ya da marka hakkında bilgi sahibi olmaları için kullanılan en etkili pazarlama iletişimi araçlarından birisidir. Ürün ya da marka sahibi kuruluşların para vererek hazırlattıkları ve para vererek yayınlattıkları için tüketicilerin içeriklerine tam olarak güven duymadıkları eleştirisi getirilse de bu eleştiri hem bilinçli reklam verenler hem de marka ve ürünlerin yaptıkları itibar yönetimi çalışmaları nedeniyle geçerli olmaktan uzaklaşmakta ve yerini güvenilir, doğru bilgili ve doğru yönlendirmeli açık ve net mesajlı reklamlara bırakmaktadır. Değişen tüketici profilleri, reklamlarla eriştikleri ürünlerde reklamın vaatlerini bulamadıkları takdirde markanın ve ürünün itibarına olumlu kanaatleri yara almakta ve tekrar güven oluşturmak oldukça fazla zaman almaktadır. Bu nedenle ürünler ve markalar reklam içeriklerine her zamankinden daha fazla hassasiyet ve önem vermektedirler.

Ancak, reklam çalışmalarında vazgeçilmeyen bir yöntem bulunmaktadır ki o da

“tanıklık” stratejisi denilen, ürün veya markayı kullanan, toplumca veya hedef kitle tarafından benimsenen, sevilen, güvenilen kişilerin ürünü kullandıkları bilgisinin verildiği reklam türüdür. Siyasilerin, ünlülerin, fenomenlerin, sanatçıların ya da toplumca sayılan, sevilen kişilerin reklamlarda kullanılmasının geçerliliği hiçbir zaman negatif olmamaktadır. Çünkü belirli bir sosyal hayatı yaşayan ve paylaşımlarda bulunan tüketiciler, daha önce bir ürünü kullandığını ve memnun kaldığını söyleyen ya da ürünle ilgili vaatlerde bulunan tanınmış kişilerin tavsiyelerine önem verme eğilimindedirler. Bu önemin altında pek çok kişisel, psikolojik ve sosyolojik faktör yatmaktadır.

Sosyolojik olarak, kendisinin bulunduğu sosyal statü veya erişmek istediği sosyal statü bileşenlerini ya da belirli bir yaşam düzeyini anlatan içerikleri gören tüketici, söz konusu ürün veya markayı satın alarak algısal olarak statü değişikliği ile kendi sosyal statüsünün geliştirdiğini düşünmektedir diyebiliriz. Birçok farklı içerik ve semiyolojik uygulamayla sosyolojik olarak bu etkinin yaratılmaya çalışılması da reklam yapımcılarının dikkate aldıkları bir eksendir. Belli bir ürün satın alınırken, hedef kitlelerin demografik ve sosyoekonomik özelliklerini, marka ya da ürün algısı, fiyatı ve diğer pazarlama bileşenleriyle uyumlandırılarak oluşturulan konumlandırması etkili olmaktadır. Böylece markalar ve ürünler, tüketicilerde satın almanın gerçekleşmesi için bu satın almanın tüketiciye sosyal ivme kazandıracığı algısını kullanarak, yönlendirmektedir diyebiliriz.

Satın alma eğilimindeki hedef kitleler birer kişi ve birey olmaları nedeniyle aynı zamanda psikolojik faktörlerle donatılmışlardır. İnsanların psikolojik özellikleri ve durumlarının da satın alma koşullarından, satın alma sebeplerine kadar pek çok noktada pazarlama iletişimi çalışmalarında dikkat edilmesi gereken unsurlar olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Duygusal motivasyonlar nedeniyle satın alma davranışında ya da ritüelinde yaşanan değişikliklerden tutun, satın alma davranışının sergileneceği ortamın koşullarına kadar titiz araştırmalarla tespit edilen birtakım koşulların satın almayı tetiklediği noktasına varan uzmanlar, belirli sabit şartları oluşturarak duygusal faktörleri de etki altına almak eğilimindedirler. Reklamcılar açısından duygular; tüketici ile ilişki kurmak için ciddi fırsatlardır. Ve daha iyisi, duygu sınırsız bir kaynaktır. O her zaman oradadır, yeni fikirlerle, yeni ilhamlarla ve yeni deneyimlerle dokunulmayı bekler (Poster, 2016, s. 105).



Şekil 1. Marka Beklentileri, Pazarlama İletişimi Unsurları ve İletişim Teknikleri Etkileşimi

Kaynak: Koçak ve Tüplek, 2019.

Tüketicilerin duygularına erişim için kullanılan çabaların çoğu Freud'un kişilik temellerini ele alan yaklaşımına dayanmaktadır. Rüyaların insanların bilinçaltının yansımaları olduğu görüşünde olan Sigmund Freud klinik bir metot olarak geliştirilen psikanalitik araştırmaların bir yan kazanç sağladığını, böylece sanat yapıtının da düşlerin yorumlandığı gibi yorumlanabileceğini söylemiştir (Güler, 2017, s. 78). Reklam filmlerinde de hem sanatsal hem de tüketimi tetikleyen bilinçaltı unsurlar olabileceği açıktır. Duyguların harekete geçirilmesiyle ilgili yapılan iletişim çalışmaları Freudyen yaklaşımla irdelendiğinde, id, ego ve süper ego kavramlarıyla açıklanan seviyelerle duyguların tahlili, davranış ve tercihlere dönüşümü karşımıza çıkmaktadır. Temel olarak id, zevk temelli ilkel istekleri oluştururken; ego bunları gerçeklikle tanıştırıyor, süper ego ise vicdan dediğimiz olguyu içine katarak sonuca eriştiriyordu. Metesar, <https://medium.com/t%C3%BCrkiye/freud-yapısal-kisilik-kurami-5373aff136e2>, 10.06.2020). Alt benlik, benlik ve üst benlik olarak da tanımlanan Freud'un söz konusu yaklaşımındaki unsurlara göre insanlar, benlik seviyelerine göre algılamalarda ve anlamlandırmalarda bulunmaktadır. En ilkel duyguların ve hazların bulunduğu, doyumsuz ve insanın çocuksu tarafını yansıtan temel hayatta kalma ihtiyaçlarını karşılayan duygusal seviye olan id, bilinçsiz tercihlerde bulunma eğilimi içerisinde olabilmektedir. İd'in taleplerini dengelemeye ve daha uygun şekilde ihtiyaçların karşılanmasını sağlamaya yönelik dengeleyici bir rolde olan ego ise kişinin gelişme evresinde içselleştirdiği değerler ve rol model kişiliklerden edindikleri izlenimlere oluşan kişilik ve değer yapısıdır. Üst benlik olan süper ego hem idin hem de egonun dengeleyicisidir ve tamamen sosyokültürel ve ahlak olarak yerleşmiş yapıları temsil etmektedir. Süper ego benliklerin en gelişmiş hâlidir. Ahlak, vicdan, değerler, kararlar ve ilgilerin yerleşmiş hâlidir.

YAPI	SEVİYE
Süperego	Bilinçli
Ego	Bilinçaltı
Id	Bilinçsiz

Şekil 2. Id, Ego, Süper ego

Kaynak: Evans, Jamal ve Foxall, 2009, s. 16.

Freudyen yaklaşıma göre pazarlama çalışmaları açısından motivasyonların belirleyicileri olarak yönlendirmeler de şu şekilde olmaktadır:



Şekil 3. Freudyen Motivasyon Tahteravallisi

Kaynak: Evans, Jamal ve Foxall, 2009, s. 17

İd, satın alma davranışı ve süreçleri bakımından bilinçsiz tercihler hâlinde, ilkel benliğimizi, herhangi bir eksik yönümüzü veya açlığımızı tamamlamaya yönelik, eğer o satın alma ediminde bulunmaz isek yaşamsal faaliyetlerimizden kayıplar yaşayacağımız düşüncesine kapıldığımız, gereksiz alımları dahi yapabileceğimiz bir motivasyon sunmaktadır. Bu tarz davranışların temelinde güdüler bulunmaktadır.

Süper ego ise, yaşamsal ya da değil, herhangi bir somut ihtiyaç olmasının çok ötesinde tamamen statü, sosyal sınıf ve algılara yönelik motivasyonel alımların yapıldığı, anne-baba ve sosyal çevrenin etkin olduğu yerleşik toplumsal ve ahlaki kurallar doğrultusundaki satın alma unsurları olan, tamamen güzellik denilen somut ihtiyacı karşılama da satın alındığında statü sağlayan satın alma davranışını simgelemektedir diyebiliriz.

Ego, satın alma davranışı ve süreçleri bakımından gereksiz ve ihtiyaç duyulduğu sanısı ile yapılan alımlar olmakla birlikte belli bir çekiciliği ve somut karşılığı tespit edilebilecek asgari yararlı ya da güzel özellikleri de barındıran alımları yapmaya yönelik orta noktada ya da dengeleyici bir eğilimdedir. Bu durumda ego, alt benlik ve üst benlikten gelen istekleri dengeleyerek satın alma davranışı sergilemesine imkân sağlayan bir orta noktadadır. İçgüdülerin ve yararsız isteklerin arasında denge kurarak mantıklı satın alma davranışı sergilemeye çalışan egodur.

Pazarlama iletişimi çalışmaları içerisinde kullanılan reklamlarda yer alan semiyolojik unsurlar Freudyen yaklaşımla ele alındığında, ürün ve markaların yaratmak istedikleri algı ve ihtiyaçları kişilerin id ya da süperegolarına hitap edecek şekilde tasarlamalarına sıklıkla rastlandığı görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada semiyolojik olarak incelenecek olan üç reklamın irdelenmesinde de söz konusu Freudyen yaklaşımın unsurları bakımından bir değerlendirilme yapılacaktır.

Küreselleşmeyle eş zamanlı olarak hayatımıza giren internetin yarattığı çarpan etkisiyle internet reklamlarının ve sosyal medya paylaşımlarının artan içerik, çeşit ve

önemi, günümüzde klasik reklam filmlerinin internete aktarımı ya da tersi bağlamında tüketicilerin satın alma davranışlarında etkinliğini günden güne arttırmaktadır. Mobil iletişim kaynaklarının artmasıyla ve diğer dijital uygulamalarla reklamlar kişiye özel tasarlanmış ve sistemli, hatta CRM (Customer Relations Management, Müşteri İlişkileri Yönetimi) uygulamaları yoluyla tam da ihtiyaç doğduğu zaman tüketicinin karşısına çıkabilmektedir. Bu derece yakın takibe alınan tüketicinin, her gün gelişen yeni reklam ve pazarlama iletişimi uygulamalarına maruz kalması ile birlikte özellikle dijital pazarlama tekniklerinin çokluğu dikkate alındığında, reklamların satın alma davranışını etkilemedeki rolü ve öneminin ne derece büyük olduğu açıkça görülmektedir.

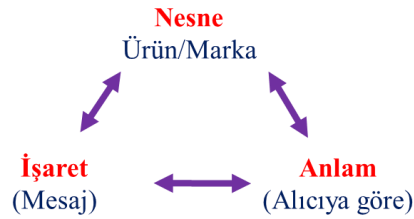
Çalışmada ikinci bir kavram olarak ele alınması kaçınılmaz olan “Mimesis” kavramı, edebiyat ve sanat teorisindeki en eski terimler ve en temel ifadeler arasında yer almaktadır. Genel olarak sanat, edebiyat ve temsil hakkında düşünme biçimini tanımlar, daha önce duyulmamış ya da tarihi bilinmese de sanat içerisindeki konseptte güvenin bir temsildir (Potosky, 2006, s. 1). Yunanca “mimesis” kelimesi, “fiziksel bir jestle etki yaratmak” anlamına gelir. Özellikle bir sanat eseri, bir edebî ürün yahut konuşma esnasında var edilen şeyin taklitten doğması ile alakalıdır (Duman, 2014, s. 15). “Mimesis”, sanatsal imgeler ve gerçeklik arasındaki ilişkileri açıklar: sanat, gerçeklerin bir kopyasıdır (Potosky, 2006, s. 1). Günümüz TV dizi karakterlerinin kimlik ve görsel etkileriyle birer “mimetik unsur” olarak gündelik hayata yansımalarını anlamlandırmak için mimesis yaklaşımı kapsamlı bir alt yapı oluşturmaya yardımcı olacaktır. Yunan düşüncesinde mimesis, sanatsal temsil hakkındaki fikirleri, insanın sosyal davranışı hakkında daha genel iddialara, başkalarıyla ve çevremizle nasıl tanıdığımız ve etkileşimde bulunduğumuza bakar (Potosky, 2006, s. 1). Daha yakın zamanda mimesisin, psikoloji, antropoloji, eğitim teorisi, feminizm, sömürge sonrası çalışmalar, siyaset teorisi ve hatta neo Darwinci biyolojik spekülasyon ve edebî ve sanatsal teori ile ilgili de bilgi vermekte olduğuna dair araştırmalar yapılmıştır (Potosky, 2006, s. 2). Geniş bir alandaki disiplinlerle incelenebilecek boyutlara sahip olan mimesis kavramının günümüzde gelinen üç boyutlu ve görsel gelişmelerle de bağlantılı olarak ele alınması doğaldır. Günümüzde, her şeyde görsel olması yönünde bir eğilim vardır, karanlık beden bile dönüştürülebilmektedir. Görsel hafıza oluşturmak için fotoğraflar, filmler ve videolar bellek yardımcılarıdır. Görüntüler, soyutlamanın özel bir formudur. Televizyon resimlerinin elektronik karakteri, aynı anda her yerde bulunmayı ve hızlanmayı mümkün kılar (Duman, 2014, s. 133). TV ve sinemanın yanı sıra internet çağı ile birlikte hayatımıza giren dijital ortamlarda karşılaşılan oyunlar, arttırılmış gerçeklik uygulamaları, hologramlar, e-ticaret uygulamalarında ürünlere özgü yaratılan simülasyon uygulamaları gibi pek çok yeni yöntem sanal gerçeklik kavramı altında incelenen ve artık gündelik hayatımızda olağan kabul edilen, mimetik unsurlarla ve mimetik felsefeyle örüntülenen göstergelerdir. “Sanal gerçeklik” ve “gerçek zaman” kavramları simülasyonel bir kültür oluşturmada ikinci medya çağının gücüne dalalet etmektedir. Dolayısıyla o kadar yoğundur ki, dolaymlanan şeyler artık etkilenmemiş gibi bile yapamamaktadır. Medyanın gerçek kimlikleri ve göstergeleri dönüştürerek sık sık şeyleri değiştirmesi açısından kültür gittikçe artan bir biçimde simülasyonel olmaktadır. İkinci medya çağında “gerçeklik” çoklu olmaktadır (Poster, 2018, s. 118). Çünkü teknoloji gerçeği taklit etmek ve üretmek, çoğaltmak ve geliştirmek için evrim geçirmiştir (Aydınhoğlu, 2018, s. 128).

Sanal gerçeklik sadece teknolojik gelişmelere bağlı altyapıların kullanılması ile yaratılmış dijital platformlardaki çokluk anlamında kullanılmamaktadır. Sanal yani “gerçeğimsi” yani “mimetik” göstergeler, tüm iletişimle bağlantılı ürün ve kanallarda, TV, sinema, radyo, internet dizileri, sesli roman, çevrimiçi forumlar, online grup iletişimleri, sosyal medyalar veya arttırılmış gerçeklik uygulamaları, oyunlar ve pazarlama iletişimi, reklam ve diğer çoklu ortamlarda da yer bulan iletişim unsurlarında olabilmektedir. Mimesis dünyanın görselleştirilmesine ve simülasyon süreçlerine katkıda bulunur. Dünyanın ileri düzeyde estetikleşmesi geri alınabilir değildir, bilakis kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve yayılması ile bu süreci teşvik etmiştir (Duman, 2014, s. 124). TV’de yayınlanan her türlü programın içeriğinde yer alan tipler ve karakterler izleyicilerde, markaların, ürünlerin hedef kitlelerinde hayatın içerisinden kişiler ve tipler olarak kabul görebilecek etkilerle bezenmektedir. Hayatın içerisinden, tanıdığımız, bildiğimiz, hatta karakterle konuşup, içimizden birisi olarak kabul edip, toplumsal hafızamıza ya da kültürümüze kattığımız söz konusu TV dizi karakterleri, mimesis etkisiyle gerçeğe en yakın taklit olarak, rol model kişiler şeklinde karşımıza çıkabilmektedir. Kaldı ki Türkiye’de pek çok dizi karakterinin halk içerisinde büyük etki yaratması ve söylemlerinin, davranışlarının, tiplerlerinin, kullandığı giyim eşyalarının, saç şeklinin, isminin moda akımı gibi yayılmasının olağan olduğu bilinmektedir. Bu şekilde bir etkinin yaratıldığı karakterlerin pazarlama iletişimi, algı ve marka imajı unsurları olarak kullanılması da farklı pek çok uygulama ile karşımıza gelebilmektedir. Reklamlarda dizi karakterlerinin kullanılması da bu bağlamda ele alınabilecek etkili bir yöntemdir ve reklamcılar dizilerde sevilen ve benimsenen karakterlerin yönlendirmelerini ürün imajlarıyla birleştirerek tüketicilere kolayca sunabilmektedirler.

2. Seiler’in Adımlarıyla Üç Reklam Filminin Semiyolojik Çözümlemesi

Yöntem

Semiyoloji, nesne, gösterge ve anlam arasındaki etkileşimleri açıklamaktadır. Göstergelerin pazarlama iletişimi unsuru olarak reklamlarda, mesajlarda, promosyon ürünlerinde, sözdizimsel olarak sloganlarda ve mesajlarda kullanılması sık rastlanan bir yöntemdir.



Şekil 4. Semiyolojik Üçlü

Kaynak: Evans, Jamal ve Foxall, 2009:86.

Göstergelerle yapılan iletişim tarzında birkaç çeşit kullanım şekline rastlanmaktadır;

- Mesajdaki göstergeleri doğrudan ürün veya marka ile ilişkilendirmek;

- Mesajdaki ortak özellikleri göstergelerle ilişkilendiren endeks kullanmak; örneğin kokulu çiçeklerin bir hava spreyi reklamında gösterilmesi gibi.
- Hayatın içinden bir sembolü, toplumca üzerinde anlaşmaya varılmış bir göstergeyi kullanmak; (Evans, Jamal ve Foxall, 2009, s. 86).

Günümüzde semiyolojik unsurlar yalnızca reklamlarda değil, iletişimin her alanında bolca kullanılmaktadır.

Bu çalışmada markaların reklamlarda dizi karakterlerini kullanarak oluşturdukları reklam filmlerinin semiyolojik çözümlemesi yapılmıştır. Calgary Üniversitesi'nden Robert M. Seiler'in Semiyoloji alanının iki önemli ismi Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes'ın çalışmaları ışığında 2006 yılında ortaya koyduğu "Göstergebilimsel Çözümleme Rehberi" çalışmasındaki iletişim alanı için çözümleme adımları kullanılmıştır. Bu kılavuz, reklam, televizyon programı, film, resim vb. bir metnin semiyolojik eleştirisini yaparken, analistlerin gerçekleştirdiği kilit faaliyetleri tanımlanmaktadır. Çalışmada ele alınan bu adımlar şu şekildedir: (<https://people.ucalgary.ca/~rseiler/semiolog.htm>,17.04.2019):

- 1) **Mesajın kısa bir değerlendirmesi:** Reklamın kısaca tanımlaması.
- 2) **Anahtar göstergeler ve belirtilerin tanımlanması:** Önemli göstergeler nelerdir ve ne anlama geliyor? Metne anlam veren sistem (göstergeler) nedir? Hangi sosyolojik meseleler dâhildir?
- 3) **Kullanılan paradigmatik ilişkilerin tanımlanması:** Metindeki merkezi karşıtlıklar, karşıtlıkların psikolojik ve sosyal değerleri.
- 4) **Karşılaşılan sözdizimlerinin tanımlanması:** Dilsel mesajlar, kodlanmamış ikonografik mesajlar ve kodlanmış ikonografik mesajların tanımlanması.
 - a) **Dilsel mesaj**
Bu mesaj tüm kelimelerden, açıklamalardan ve çağrışımlardan oluşur.
 - b) **Kodlanmamış ikonografik (değişmez) mesaj**
Bu mesaj görseldeki ifadelerden oluşmaktadır.
 - c) **Kodlanmış ikonografik (sembolik) mesaj**
- 5) **Metindeki temel ilkelerin tanımlanması:** İşteki ilkenin, mesaj veya metin olarak tanımlanması

(<https://people.ucalgary.ca/~rseiler/semiolog.htm>,17.04.201).

Bu çalışmadaki çözümleme, 3 farklı reklam filmi ile, 1-Teb Bankası iki dakika konuşalım mı? 2-Finish bulaşık deterjanı, 3-Carte d'Or reklamları ile sınırlandırılmıştır. Bu reklamlar karakterlerini aynen aldıkları dizilerin içine yerleştirilmiş oldukları için tercih edilmiştir. Finish reklamı **Kadın dizisi içine yerleştirilmiş**, TEB Bankası reklamı **Erkenci Kuş** dizisi içine yerleştirilmiş ve Carte d'Or reklamı ise **Ufak Tefek Cinayetler** isimli dizi içine yerleştirilmiş reklamlardır.

2.1) **Erkenci Kuş Dizisi Karakterlerinin Yer Aldığı TEB Bankası "İki dakika konuşalım mı? #çünküCEPTEBliyim" Reklamının Semiyolojik Çözümlemesi:**

Erkenci Kuş dizisi farklı kültürlerden gelen, farklı yaşam tarzlarına sahip iki ailenin anlatıldığı, Can ile Sanem'in aşkları ve çalışma hayatları üzerine kurulu bir romantik komedi dizisidir.

2018 yılının Haziran ayında Star TV’de yayınlanmaya başlayan dizi yaz döneminde yayın hayatına başlamış ve AB (A ve B Sosyo Ekonomik Statü Grubu) grubu reyting sıralamasında yüksek bir izlenme oranı yakalayınca sezonda da devam etmiş, Salı günleri 20:00’de yayınlanan dizi daha sonra gün değişikliği yaparak her Cumartesi saat: 20:00’de yayınlanmıştır (<https://www.startv.com.tr/dizi/erkencikus/haberler>, 21.04.2019).

Reklamın Adı	: İki Dakika Konuşalım Mı? #ÇünküCEPTETEBliyim Reklamı
Reklamveren	: Türk Ekonomi Bankası
Reklamın Süresi	: 68 sn.
Oyuncular ve Dizideki Karakteri	: Demet Özdemir (Sanem Aydın), Can Yaman (Can Divit)
Reklam Ajansı	: Manajans/JWT
Yönetmen	: Ferit Katipoğlu

Erkenci Kuş dizisinde Sanem Aydın karakterini Demet Özdemir, Can Divit karakterini ise Can Yaman canlandırmaktadır. Sanem, geleneksel bir mahallede yaşamaktadır, annesi ev hanımı, babası ise mahallede bir bakkal işletmektedir. Sanem sabahları birkaç saat babasının bakkalında çalıştıktan sonra bütün gününü hayal kurarak ve kitabı üzerinde çalışarak geçirmektedir (<https://www.startv.com.tr/dizi/erkencikus/bolumler/1-bolum>, 21.04.2019).

Can Divit, ise varlıklı bir aileden gelen, özgürlüğüne düşkün, dünyanın dört bir yanını gezip, fotoğrafçılık yaparken, babasının hastalanması ve reklam ajansını Can’ın sorumluluğuna vermesi üzerine yeniden İstanbul’a dönmek zorunda kalan ve ajansın daha iyi işler yapması için kendisine kardeşi tarafından kurulan tuzaktan habersiz çalışmakta olan bir karakterdir.

Sanem’in ajansta “ofisboy” olarak işe başlamasının ardından, yazarlık yeteneğinin ortaya çıkması ile birlikte Can Divit’le daha yakın çalışmaya başlamasıyla, Can ve Sanem arasında bir aşk başlar ve olaylar romantik komedi formatında devam eder.

Reklamın Tanımlanması:

Reklamda ilk olarak Sanem’in hızlı bir şekilde bankta oturan Can’ın yanına geldiğini görürüz. Sanem yaklaşır ve Can’a çok ciddi bir şey söyleyeceğini ima eder şekilde “İki dakika konuşalım mı?” der (Resim 1).



Resim 1: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Kamera Can'a yaklaşır ve omuz planda görürüz. Yüzünde biraz şaşkınlık ve ne duyacağı konusunda bir tedirginlik görürüz. Bu sırada dış ses: "Herkes bilir ki... İki dakika konuşalım mı? nın sonu pek hayırlı değildir" der (Resim 2).



Resim 2: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Can'ın düşüncelere dalmasıyla birlikte, sahne değişir ve sorgu odasına benzeyen bir odada sahne açılır. Sanem; sert bir ifadeyle masaya yaklaşır ve iki elini masaya koyarak Can'a bakıp "İki dakika konuşalım mı" sözünü tekrar eder (Resim 3).



Resim 3: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Can, Sanem'in "İKİ dakika konuşalım mı?" sorusunu duyduktan sonra cep telefonunu kaldırır. Cep telefonunda Cepteteb bankasının uygulaması görünmektedir. Bu sırada dış sesle adeta bir aksiyon filminde gibi bir geri sayım duyulur. Hem ekranda 3, 2, 1 rakamlarını görürüz hem de dış ses üçten geriye sayar. Her şeyi başlatan "sihirli" sözcükler Can Divit'den gelir: "Üç, iki, bir... CEPTETEB!" (Resim 4).



Resim 4: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Can, Sanem'in elinden tutar ve kapıya doğru yönelir, kapıyı açarken de “Kaybedecek iki dakikamız bile yok bizim” der. Bu sırada Sanem ise ne olduğunu anlamaya çalışan bir yüz ifadesiyle “neden” diye sorar. Bu sırada odadan çıkarlar ve bir koridorda görünürler (Resim 5).



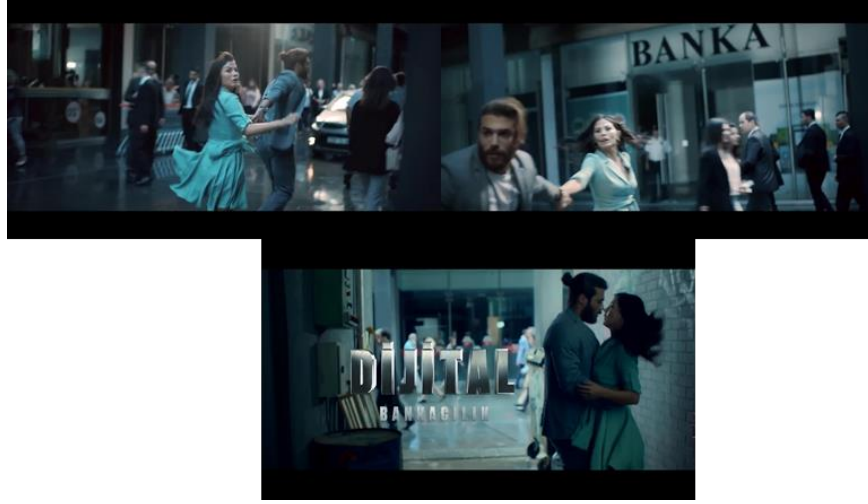
Resim 5: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Koridorda koşarak başka bir kapının önüne gelir ve kapıdan çıkmadan Can, “Çünkü CEPTETEBlüyüm ben” sözünü söyler. Hızla kapıyı açıp bir caddeye çıkarlar (Resim 6).



Resim 6: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Caddede yürüyen insanlar ve araçlar arasından koşmaya devam ederler. Sanem, sanki arkalarından birileri geliyor gibi arkasına dönüp bakar ve yine hızla koşmaya devam ederek, bir sokak arasına saklanırlar (Resim 7).



Resim 7: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Caddede koşarken bir banka şubesi görürüz. Ama Can, Sanem'i banka şubesinin tam tersi yönünde bulunan bir sokak arasına çeker ve belini kavrır “Şubeye gitmem” dediğinde ekranın diğer yarısında “DİJİTAL BANKACILIK” yazısını görürüz. Sanem, “neden” diye sorar ve Can, gülümseyerek “zamanı seninle geçirmek için” der. Yine hızla sokakta bulunan başka bir kapıya doğru yönelirler. Kapı bir çatı katına açılır ve gökyüzünde bir helikopter görünür (Resim 8).



Resim 8: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Helikopterden sarkan ipe tutunan Can ve Sanem; havaalanında sıra bekleyen yolcuların şaşkın bakışları arasında havalimanının cam çatısı kırılarak ipe aşağıya inerler. İnerlerken ekranın diğer yarısında “HAVAALANINDA HIZLI GEÇİŞ” yazar (Resim 9).



Resim 9: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

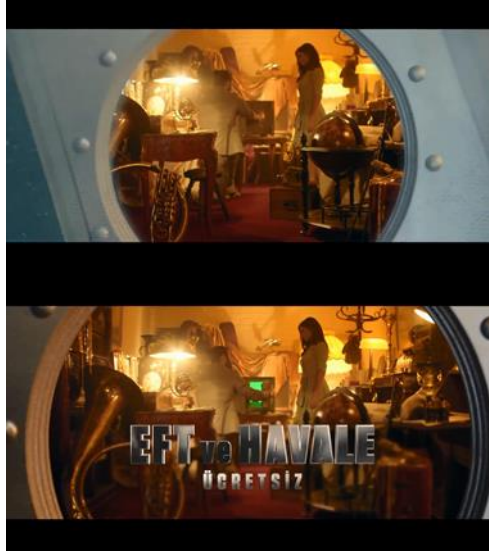
Gişeye gelir cebinden kimlik ya da pasaportunu çıkarır ve verirken “Havaalanında sıra beklemeyiz” der. Sanem yine “Neden” diye sorunca, Can, gülümseyerek “Seni hemen havalara uçurmak için” şeklinde cevap vermektedir (Resim 10).



Resim 10: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Ardından iris efektiyle³ bir bankanın kasasının içinde “EFT (Elektronik Fon Transferi) ve HAVALA ÜCRETSİZ” yazısıyla sahne açılır. Yeşil ve turuncu tonların hâkim olduğu kasa içinde, Can karakteri “EFT, Havaleye para vermem” demektedir (Resim11).

³ Griffith'ten bu yana kullanılan bir geçiş yöntemidir. Siyah bir ekranda gittikçe büyüyen ve ekranın tamamını kaplayan bir dairenin içinden sahnenin ilk görüntülerinin belirmesidir (Toprak, M. “Filmin Dili Kurgu” 2013:70, Kalkedon Yayınları)



Resim 11: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Tüm bunlardan oldukça etkilenen Sanem karakteri ise yine “Neden?” sorusunu sorar. Can ise “Rahat rahat para biriktiririm” cümlesini söylerken ekranın sol tarafında “KAZANDIRAN CEPTETEB VADELİ HESAP” yazısıyla görünmektedir. Bunun üzerine Sanem karakteri gülümseyerek “neden?” demektedir. Can ise “Hayallerimiz için, çocuklarımız için” der (Resim 12).



Resim 12: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Can'ın karakterinin düşüncelere daldığı bankta oturduğu sahneye döneriz, Can karakterinin karar verdiğini yüzündeki ifadeden anlarız ve “Benimle Evlenir misin?” demektedir. Sanem, şaşırır ve gülümser. Can ayağa kalkar ve Sanem’e sarılır. Bu

esnada dış ses “İşte CEPTETEB hem zamandan hem de paradan kazanmak için var. Hep beraber güzel bir geleceğiniz olsun diye var” cümleleri söylenir (Resim 13).



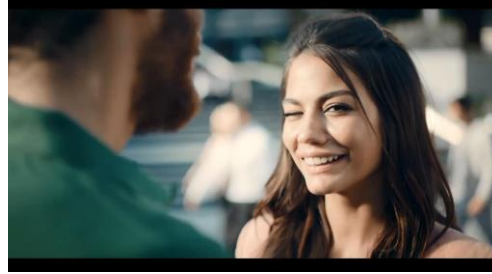
Resim 13: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Beyaz zemin üzerinde ekranın sol tarafında TEB bankası logosu, ekranın sağ tarafında ise CEPTETEB logosu yer alır (Resim 14).



Resim 14: <https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Sanem karakteri reklam filminin en başında söylediği gibi “İki dakika konuşalım mı?” sorusunu sorar, Can karakteri inanmaz. Sanem şaka yaptığını belirtir bir şekilde direkt kameraya bakarak seyirciye göz kırpar. Böylece reklam sonlanmış olur (Resim 15).



Resim 15: <https://www.youtube.com/watch?v=lDu4orx6Bw0>, 21.04.2019.

Anahtar Göstergeler ve Dizimsel İlişkiler:

Reklam, 54-çekimden oluşmaktadır. Reklamda genel, boy, diz, bel, baş, amors planlar ve yakın planlar kullanılmıştır. Reklamda bankanın rengi olan yeşil renk hem karakterlerin kıyafetlerinde hem de ortam ışığında sıkça kullanılmıştır. Ayrıca mekânda gri tonlar kullanılmıştır.

Reklamda, TV dizisinde yer alan karakterlerin ilişkisindeki kavuşamama ve esprili anlatım, TEB Bankasının genç hedef kitlesine hitap eder şekilde kullanılmıştır. Erkenci Kuş dizinin hikâyesinde bulunan modern peri masalı efekti, TEB bankasının müşterilerine sunduğu hizmetlerin de tıpkı masalarda yer aldığı gibi inanılmaz, ulaşılmaz, hayal ürünü gibi gelse de aslında Cepteteb uygulaması ile mümkün olduğu algısına hizmet edecek şekilde kullanılmıştır.

Tıpkı Kırmızı Başlıklı Kız masalında kurtla karşılaşan kırmızı başlıklı kızın anneannesini sorguladığı gibi Sanem de Can'ı "neden" sorularıyla sorgular ve reklam böyle ilerler. Birdenbire bir helikopterin belirlenmesi, helikopterden sarkan ipe tutunarak havada kalmaları ve havalimanında sıranın en önüne çatının kırılması ve ipe inmeleri ve birden bir banka kasasının içinde görülmeleri gibi masalsı ve fantastik bir anlatım söz konusudur. Tüm bu masalsı anlatım gerçekleşmesi güç durumların bile Cepteteb ile gerçekleştirilebileceği imajını yaratmaya çalışmaktadır.

Paradigmatik İlişkiler:

Sanem ve Can, dizide aşk yaşayan ama zaman zaman Sanem'in mecburi ayrılık kararlarıyla aşk acısı çeken bir çifttir. Aynı çifti TEB reklamında da görmek mümkündür. Yine Sanem, Can'la konuşmak istemektedir. Dizide de olduğu gibi ayrılmaları gerektiğini söyleyecek gibi Can'a "İki dakika konuşalım mı?" dediğinde, Can ve izleyiciler bu konuşmanın ayrılıkla sonuçlanacağını tahmin etmektedirler.

Can'a yaklaşan kamerayla birlikte Can'ın kurduğu hayali dünyaya geçilerek, reklam adeta bir bilim kurgu filmine dönüşmektedir. Erkenci Kuş dizisi de her ne kadar romantik komedi olsa da dizi içerisinde zaman zaman diğer karakterlerin entrikalarını çözmek için Can ve Sanem'in içine düştükleri durumlardan kurtulmak üzere yaptıkları karşı entrikalar ve araştırmalar, reklam filminin senaryosu ile örtüşmektedir.

Reklamda toplumsal kadın-erkek rolleri bakımından birtakım göstergeler sunulmaktadır. Reklamda, tıpkı dizide olduğu gibi kadın/erkek rolleriyle ilgili yargılar gözler önüne serilmektedir. Reklamda, kullandığı banka hizmetleriyle sevdiği kadını etkilemeye çalışan bir erkek karakter ve onun tüm ayrıcalıkları kendisine sağlamasından

etkilenen ve hoşnut olan bir kadın karakter görülmektedir. Özellikle havaalanında diğer insanların şaşkın bakışları arasında çatıdan helikopterle inip sıra bekleyen çoğunlukla erkeklerin yoğun olduğu sırada en öne geçmeleri, CEPTETEB bankası hizmetlerini kullanan erkek karakterin diğer erkeklerden üstün olan özellikleri olarak vurgulanmaktadır. Ayrıca kadın karakterin tüm bu ayrıcalıkları sadece onu mutlu etmek üzere yapıldığını düşündüren diyaloglar kullanması da yerleşik kadın/erkek cinsiyet rollerini yeniden üretmektedir.

Diğer bir semiyolojik unsur ise reklamda kullanılan renklerdir. Reklamda yoğunlukla TEB bankasının rengi olan yeşil renk görülmektedir. Can'ın üzerindeki tişörtün yeşil seçilmesi, kasanın içinde yeşil ışığın varlığı hem TEB bankasının logo renginin yeşil olması nedeniyle, hem de yeşil rengin insanlar üzerindeki güven duygusu etkisi nedeniyle kullanılmıştır diyebiliriz.

Reklam bu durumda iki bölümden oluşmaktadır diyebiliriz. Birinci bölüm bir iş merkezinin önünde Can ve Sanem arasında geçen diyalogdan oluşurken, ikinci bölüm ise âdeta bir bilimkurgu filmine dönüşen, ayrı bir atmosfer ve renk kullanılan bölümdür. Birinci bölümden farklılıkları gözle görülebilen ikinci bölümde özellikle gri renklerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Gri renk özellikle bilim kurgu filmlerinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Uzay ve teknoloji bu renk ile bütünleştirildiği için bilim kurgu filmlerindeki öğelerin hemen hemen tümü gridir. Böylece Cepteteb uygulamasının ve TEB bankasının diğer bankaların çok ilerisinde bir teknolojiye sahip olduğu adeta uzay teknolojisi sunduğu algısı yaratılmaya çalışılmaktadır.

Renk, reklamlarda en sık kullanılan sözsüz iletişim öğelerinden ve göstergelerden bir tanesidir. Reklamlarda ve tüm pazarlama iletişimi çalışmalarında markalar ve ürünler renklerin insanlar üzerindeki psikolojik etkisini kullanmakta ve gösterge olarak hem renklerin psikolojik anlamını hem de logo, kurumsal kimlik vb. marka unsurlarıyla birleşen algısal anlamını kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda bu reklamda da TEB bankasının yeşil ve gri renklerle örgülü semiyolojik olarak anlatmak istediği hem markayı vurgulamak hem de markanın geleceğe yönelik uygulamalarında teknolojik gelişmiş çabalar içerisinde olduğunu vurgulamaya çalışılmaktadır.

Reklam filminin hızlı bir tempoda gerçekleşmesi ve gündelik hayatını sıkıcı unsurlarını ortadan kaldırmaya yönelik unsurlarla kurgulanması, TEB bankasının çalışmalarının da kişileri bankacılığın sıkıcı bazı unsurlarından kurtaracak yönde gelişmiş uygulamalara sahip olduğu vurgusunu anlatmaktadır. “..Bir, iki, üç..” şeklindeki rakamsal sıralamalarda işlemlerin “bir, iki, üç..” söylemiyle özdeşleşen, gündelik hayatımızda da hızlı yapılması gereken ve hemen harekete geçilmesi istenen olaylarda kullandığımız bir yönlendirmeye eş anlamda kullanılmaktadır. Böylece “TEB bankasının “...Bir, iki, üç..” denilecek kadar kısa bir sürede tüm işlemleri hallettiği algısına gönderme yapılmaktadır.

“İki dakika konuşalım mı? #çünküCEPTETEBliyim” Reklamının Semiyolojik Değerlendirmesi:

TEB Bankasının TV Dizisi olarak Erkenci Kuş dizisini ve dizi karakterlerini seçmesi bankacılık hizmetlerinde dizinin takipçisi olan genç, eğitilmiş ve her türlü teknolojik yeniliği hayatlarında kullanan, dinamik, eğlenceyi hayatlarından eksik etmeyen bir kitleyi temsil etmektedir.

Öte yandan, dizideki Sanem karakteri, modern peri masalı gibi, yaşadığı hayattaki hayallerini süsleyen bir hayata sürpriz bir şekilde geçiş yaparak, beyaz atlı prensini bulmuş bir karakterdir. Freudyen bir yaklaşımla bakıldığında TEB Bankası da, tüketicilerinde, hayatları hangi sosyokültürel düzeyde olursa olsun, CepteTeb uygulaması ile adeta başka bir boyuta geçebilecekleri ve ulaşmak istedikleri bir sosyoekonomik seviyeye erişebilecekleri algısını sunmaktadır diyebiliriz. Günümüzde, özellikle fırsat eşitliğine sahip olmayan ve işsizlikle mücadele eden gençlerin, hayallerini süsleyen hem iş bulma ve bulduğu işte yeteneklerini sergileyerek beklenmedik şekilde yükselen kişiler olma idealini desteklemektedir. Aynı zamanda iş ve aşkı aynı anda yaşayarak adeta bir masal âleminde tüm dileklerini en kısa yoldan gerçekleştirmek isteyen kişilerin beklentilerini de TEB bankasının karşıladığı algısı yaratılmaya çalışılmaktadır.

Erkenci Kuş dizisindeki karakterler hem gerçek hayatta sıkça karşılaşılabildiğimiz hem de sanal bir öykü olan dizi senaryosunda gerçeğimsi şekilde sunulan göstergelerle bezeli karakterleridir.

2.2) Kadın Dizisi Karakterinin Yer Aldığı Finish Türkiye #bazenneşebazenkeder Reklamının Semiyolojik Çözümlemesi

Reklamın Adı	: Finish Reklam Filmi (#bazenneşebazenkeder)
Reklamveren	: Reckitt Benckiser
Reklamın Süresi	: 68 sn.
Reklam Ajansı	: Havas Worldwide İstanbul
Oyuncu ve Dizideki Karakteri	: Özge Özpirinçci (Bahar), Ali Semi Sefil (Doruk), Kübra Süzgün (Nisan)
Yönetmen	: İlkay Kopan
Müzik	: Şanar Yurdatapan

Finish Türkiye Kadın dizisi ile yeni reklam filmi #bazenneşebazenkeder'i yayınladı. Kadın" dizisindeki "Bahar" karakterine hayat veren ve "Bahar" karakteri üzerinden uyarlanan reklam filminde bulaşık makinesine sahip olan dizi ailesinin mutluluğu anlatılmaktadır (<https://www.campaigntr.com/finish-turkiye-kadin-dizisi-ile-yeni-reklamini-yayinladi/>, 21.04.2019).

Reklamın Tanımlanması:

Reklam, Bahar'ın düşüncelere dalmış görüntüsüyle başlar, uzaklara bakarak düşünürken oğlu Doruk'un elindeki çatalı su bardağına vurmasıyla irkilir ve kendine gelir (Resim 16).



Resim 16: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Çocuklarına dönerek “hadi bakalım yemeğiniz bittiye dersinizin başına” der, ardından yorgun bir tavırla “ben de bulaşığa” cümlesini söyler. Çocukları Doruk ve Nisan gülmeye başlar (Resim 17).



Resim 17: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Bahar neden güldüklerini anlamaz ve şaşırır. “Ne oluyor size, niye gülüyorsunuz?” diye sorar (Resim 18).



Resim 18: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Doruk “Anne” der gülerek, Bahar “Efendim” diye karşılık verir. Ardından Doruk “Bir şey unutmadın mı?” diye sorar. Biraz düşünen Bahar “yooo” diye cevap verir (Resim 19).



Resim 19: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.



Nisan kaşlarını kaldırarak mutfaktaki bulaşık makinesini işaret eder. Doruk, parmağını ağzına götürüp “Hişşt” diyerek ablası Nisan’ı susturur. Bahar çocuklarına “ne oluyor” diye eğilir (Resim 20).



Resim 20: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Nisan, “Anne, bizim artık makinemiz var ya!” der. Bahar hatırlar ve mutfığa doğru kafasını çevirir ve Finish’in bulanık paketi net hâle gelir ve Bahar “Amaaannnn” deyip çocuklarına dönüp güler (Resim 21).





Resim 21: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Bahar; “Eee hadi bakalım” diyerek kalkar ve hep birlikte sehpanın üzerine kurulmuş sofrayı toplamaya başlarlar (Resim 22).



Resim 22: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Odanın tamamını gördüğümüz üst çekim hareketiyle odadan mutfağa geçtiklerini görürüz. Eğlenerek hızlı hızlı sofrayı toplamaya başlarlar ve Bahar bulaşıkların kalıntılarını alır ve bulaşık makinesine yerleştirir. Doruk ise bulaşık makinesinin içine eğilerek bakar ve gülümsemektedir. Bahar bulaşık makinesine Finish deterjan tabletini yerleştirir ve makineyi çalıştırır (Resim 23).



Resim 23: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Sonra duvarda asılı saatin akrep ve yelkovanı 19:00'dan başlayarak hızlıca ilerler (Resim 24).



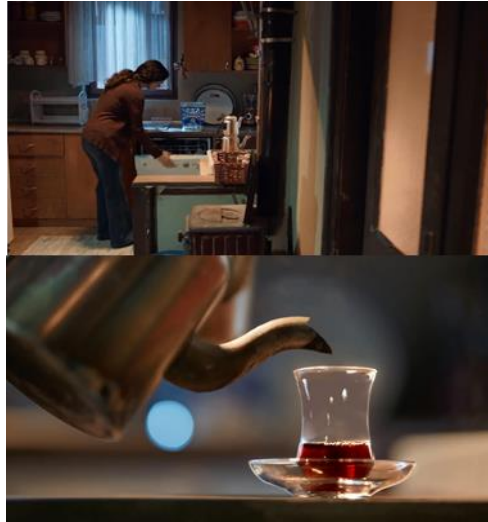
Resim 24: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Çocukların üstünü örtüp yatıran Bahar, salona geçer ve bütün işleri yapmış olmanın rahatlığı içinde mutfağa doğru ilerler (Resim 25).



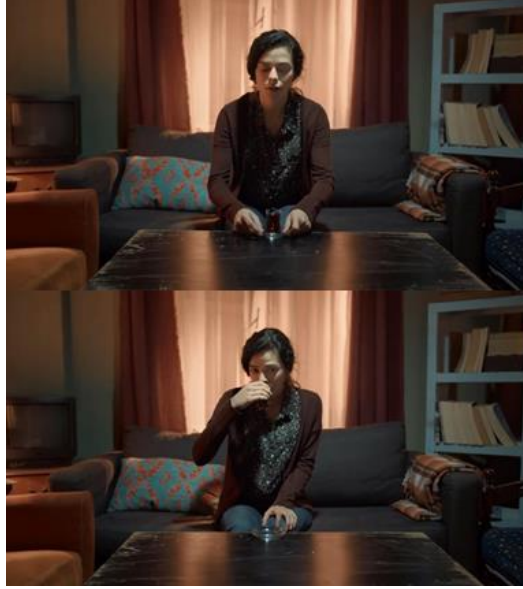
Resim 25: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Bulaşık makinesini açar ve yıkanmış çay bardağını alarak kendine bir çay doldurur. Çay bardağını yakın planda tertemiz görürüz (Resim 26).



Resim 26: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Mutfağın ışığını kapatıp salondaki koltuğa oturur çayını sehpanın üstüne koyar, sonra çayından bir yudum alır ve “Ohhh!” deyip arkasına yaslanır (Resim 27).



Resim 27: <https://www.youtube.com/watch?v=BXYp-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Dış ses “ Yüzüne bir gülücük kondurabiliysek, ne mutlu bize...” sözünü söyler. Bahar kameraya bakarak seyirciye gülümser (Resim 28).



Resim 28: <https://www.youtube.com/watch?v=BXYp-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Finish paketi mutfak tezgâhının üstünde ekranın sağ tarafında yer alırken, ekranın sol tarafında “Türkiye’nin en sevilen bulaşık makinesi deterjanı” yazmaktadır. Ayrıca dış ses de ekranda yazılı olan bu cümleyi söyler (Resim 29).



Resim 29: <https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, 21.04.2019.

Anahtar Göstergeler ve Dizimsel İlişkiler:

Reklam, 41 farklı çekimden oluşmaktadır. Reklamda genel, diz, bel, amors planlar ve yakın planlar kullanılmıştır. Reklam için ayrıca bir set hazırlanmamış, dizide Bahar’ın evi olan mekân kullanılmış, dizi adeta reklam filminin içine yerleştirilmiştir.

Kadın dizisindeki Bahar karakteri, ekonomik zorlukların da beraberinde getirdiği pek çok başka zorluklar ve sağlık sorunlarıyla uğraşan, bir yandan da çocuklarıyla hayatta ve ayakta kalmaya çalışan, Türkiye’de çokça rastlayabileceğimiz bir kadın karakteridir. Bahar karakterinin Türkiye’de bu kadar çok sevilmesi ve benimsenmesinin asıl nedeni; karakterin gelir seviyesi düşük ancak, yardımlaşma ve iyilikle güçlükleri yenme potansiyeli olan, gelenek ve göreneklerine bağlı, her durumda pozitif düşünen, güçlü ve fedakâr bir kadın modeli üzerinden yaratılmış olmasıdır.

Bahar karakterini canlandıran Özge Özpırınççı, gerçek hayatta da çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde önemli görevler üstlenen, doğal, gerçekçi ve başarılı, tek başına belli bir duruş sergileyebilen, toplumsal olaylara duyarlı, eğitilmiş bir sanatçıdır. Bu kişisel özellikleri ile hem dizide rol alan karakterle hem de toplumumuzdaki pek çok kişiyle özdeşleşmektedir.

Finish, Türkiye pazarına İngilizce bir marka ismi ile girmiş olmasına rağmen, markanın anlamı olan “bitirmek” ile eş anlamlı olarak marka algısını tüketicilerine yansıtmak için tüm pazarlama iletişimde “bitmek, sonlanmak, başarıyla bitirmek, lekesiz bitirmek” gibi slogan ve göstergelerle iletişim çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Bu anlamda, Finish markasının, Kadın dizisindeki Bahar karakterinin zorluklarla geçen hayatındaki sıradan bir gününü noktalarken tam da bulaşıkları yıkamaya güç bulamadığı bir anda bulaşık makinasıyla ve Finish deterjanıyla işini noktlayıp, bir “Ohhhh!” çekmesini bekleyen milyonlarca izleyicinin de rahatlık ve dinlenme hissini yaşamalarını sağladığı görülmektedir.

“Olmaz Olsun” isimli, söz ve bestesi Şanar Yurdatapan tarafından yapılan (<https://www.youtube.com/watch?v=NpYvpOKrsUk>, 21.04.2019) ve Sezen Aksu tarafından seslendirilen şarkının “Bazen neşe bazen keder” şeklindeki nakarat kısmının alıntılanarak sunulduğu reklam müziğinde de Bahar ve ailesinin yaşadığı hayatın bazen neşe bazen de kederle ancak daima birlikte mutlu olmaya çabalayarak geçen hikâyesine vurgu yapılmaktadır.

Paradigmatik İlişkiler:

Reklamda Kadın dizisinin başrollerinde yer alan üç karakter olan Bahar, Doruk ve Nisan yer almaktadır. Bahar ve çocukları arasında sarsılmaz bir sevgi bağı vardır. Kendisi annesi tarafından terk edilen bir çocuk olan Bahar, kendi çocuklarına inanılmaz bir sevgiyle yaklaşmakta ve onları her türlü durumda güldürmeyi ve hayattan zevk almayı bilen insanlar olarak yetiştirmeye gayret etmektedir.

Türkiye’de çokça rastladığımız kadınların yaşadığı zorlukları ekrana taşıyan Kadın dizisi, toplumun büyük kısmı tarafından benimsenmiş ve Bahar karakteri, kadınların çoğunlukla kendilerini özdeşleştirdiği bir karakter olmuştur.

Hayatın tüm zorluklarını göğüsleyen Bahar’ı gülümsetme amacıyla yola çıkan reklam, Bahar’ın gülümsemesiyle son bulmaktadır.

Dizinin içerisinde yer alan reklam filmi yeni bir bulaşık makinesine sahip olan ailenin bulaşık yıkama derdinin ortadan kalktığını anlatarak, duygulara hitap etmektedir.

Reklam filminin içine monte edilen dizinin bir sahnesini seyrettiğimiz reklamda, akşam yemeğini yiyen ailenin bulaşık yıkama kısmına geldiği zaman evin annesi rolünde olan Bahar’ın (Özge Özpırınçci) elinde bulaşıkları yıkayacağını düşünmesi ve ona zor gelmesi üzerine çocuklarının bulaşık makinesini hatırlamasıyla Bahar’ın ve çocuklarının mutluluğu görülüyor.

Bulaşıkları, makineye yerleştiren anne ve çocuklarının mutluluğuna “*Bazen neşe, bazen keder*” şarkısı da eşlik ediyor ve kısa zaman içerisinde makinelerine bulaşıkları yerleştiren aile, Finish deterjanını da koyarak ilk defa bulaşık makinelerini çalıştırıyor. Hızlıca işleri bittiğinde Bahar, çocuklarını yatırıyor ve hep saatlerce süren bulaşık işinin kısa bir zaman içerisinde bitmesinin mutluluğunu yaşıyor. Kendisine demlediği çayı alıp salona geçiyor Bahar ve dış ses son noktayı koyuyor; “*Yüzüne bir gülücük kondurabiliysek, ne mutlu bize. Finish, Türkiye’nin en sevilen bulaşık makinesi deterjanı*”.

Reklam filmi, Kadın dizisinde kullanılan Bahar ve ailesinin evinde geçecek şekilde senaryolaştırılmıştır. Bu anlamda reklam filmi olmasına rağmen, ürün yerleştirme gibi bir izlenim de doğmaktadır.

Kadın Dizisi Karakterinin Yer Aldığı Finish Türkiye #bazenneşebazenkeder Reklamının Semiyolojik Değerlendirmesi:

Kadın TV dizisinin reytinglerde üst sıralarda yer almasının altında yatan en önemli etken, C ve C1 kategorisinin günümüzde yaşadığı ekonomik zorluklardır diyebiliriz. Söz konusu dizide betimlenen karakterler ve yaşam şekli, çoğumuza tanıdık gelmektedir. Dizinin izleyici kitlesi de yaş ortalaması itibarıyla benzer sıkıntılara tanıklık etmiş olan bir kitledir. Dolayısıyla dizide sunulan tüm rol ve nesne göstergeleri, hedef kitlesiyle örtüşmektedir.

Öte yandan, reklam filmi izleyicilere, sıkıntılarından kurtulup mutlu olması arzulanan Bahar ve ailesine Finish deterjanı ile sağlanan mutluluğa ortak olma fırsatı tanımaktadır. Ayrıca, Finish markasının algısında, bulaşık makinası bulunan ve bir üst segmentte yer alan tüketici profilinden çıkıp, daha erişilebilir bir marka olduğu izlenimiyle hedef kitlesini genişletme olanağı sunmaktadır.

İzleyicilerin, Freudyen yaklaşımla id diyebileceğimiz, hayatta kalma ve ayakta

kalma güdüsüyle hareket eden, her türlü sorunla çocukları ile birlikte olabilmek uğruna mücadeleden çekinmeyen bir kadın kahramanı anlatan Kadın dizisi, kadınlar ile ilgili sosyokültürel sorunlara yoğunlukla eğilmek ihtiyacındaki ülkemizde özel bir misyon da yüklenmektedir. Finish markasının anlamsal etkisi, bu tip sorunların da bitmesi arzusuna gönderme yapar niteliktedir.

Dizinin olay örgüsündeki rastlanabilecek yaşam koşulları, reklam filmi ile adeta gerçek bir hayattan bahsediliyormuş etkisi yaratmaktadır. Dizi en gerçek şekilde taklit edilen hayatları anlatırken, reklam filmi ile mimetik etki gerçek bir algıya çekilmektedir. Birçok marka kendisine atfedilen imajları, TV dizilerinde ürün yerleştirme olarak yer alarak kullanırken, burada, diziyeye atfedilen imajlar ve değerler, reklam filmi olarak markaya transfer edilmektedir.

2.3) Ufak Tefek Cinayetler Dizisi Karakterinin Yer Aldığı “Carte d’Or ile Mini Anlar #AlkışlarSana” Reklamının Semiyolojik Çözümlemesi

Reklamın Adı	: Carte d’Or ile Mini Anlar Reklam Filmii # <i>Alkışlar Sana</i>
Reklamveren	: Unilever
Reklamın Süresi	: 24 sn.
Oyuncu ve Dizideki Karakteri	: Gökçe Bahadır (Oya Toksöz), Tülin Özen (Arzu), Aslıhan Gürbüz (Merve), Bade İşçil (Pelin).

Ufak Tefek Cinayetler dizisi, A ve AB kategorisi hedef kitlesine hitap eden, olay örgüsü içerisinde çalışan, başarılı, zengin ve güzel kadınların kişisel hırsları ya da kariyer hırsları nedeniyle birbirleriyle ve hayatla olan mücadelelerini anlatan, içerisinde gizem, şiddet ve polisiye unsurları barındıran bir dizidir. Dizi hem ismi hem de dizide oyuncu olarak seçilen sanatçıların popülerliği nedeniyle oldukça dikkat çekmiştir. Dizinin fanları olduğu gibi sosyal medyada da desteklenen pek çok kampanya ile hedef kitlesi diziyeye olan ilgiyi ve algıyı pekiştirmiştir. Dizi karakterlerinden her birinin dizideki rolleriyle doğru orantılı olarak seçilen ve sözsöz mesajlarla desteklenen farklı Carte d’Or dondurmaları eşleştirilmiştir. Mini Anlar #AlkışlarSana reklam filminde, Ufak Tefek Cinayetler Dizisindeki dört farklı ancak başarılı, güzel, zengin, hırslı, hayattan ne beklediğini bilen, kazanma odaklı, modern, çalışan, zeki ve gösterişli kadın tiplerini, sevilen ve özenilen karakterler olmaları göz önüne alınarak, Carte d’Or ürünleri ile hayatlarından kesitlerin birleştirilmeleri konsepti işlenmektedir.

Reklamın Tanımlanması:

Reklam, Altın rengi fon üzerinde yine altın rengi Carte d’Or Mini Anlar yazılı planla başlar. Planın fonunda kuş cıvıltıları duyulur. Beyaz Carte d’Or yazının “O” harfine doğru yazı büyür ve “O” harfinin içinden Merve’nin mutfağında geçen plana açılır (Resim 30).



Resim 30: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

İkinci planda Ufak Tefek Cinayetler dizinin başrol oyuncularından Merve'yi dizideki evinin mutfağında tezgâh başında görürüz. Bu plandan itibaren dizinin fon müziği başlar. Merve “Herkes yaptığı işe kendinden bir şey katar. Mesela ben, yaptığım her iş kusursuz ama gizemli olsun isterim” der (Resim 31).



Resim 31: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

Yakın çekim Merve'nin buzdolabını açışını ve Carte d'Or Çikolata Karnavalı kutusunu markanın görüneceği şekilde kameraya doğru eğerek aldığını görürüz. Carte d'Or kutusunu açar ve yeşil bir servis tabağına bir top koyduktan sonra üzerine çikolata parçacıkları serper (Resim 32).



Resim 32: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

Merve'nin ardından Ufak Tefek Cinayetler dizinin başrol oyuncularından Pelin'i fuşya bembe rengindeki elbisesiyle bel çekimde, eli belinde iddialı bir duruşla görürüz. "Duruş, bakış ve tarz" deyip, tezgâha doğru yaklaşır. Meyve Şöleni sosunu alır, tabağın kenarına şekil vererek sıkar ve "Her şeyi mükemmel göstermeyi severim" cümlesini yine bir eli belinde ve diğer elinde dondurma tabağıyla adeta poz vererek sunar (Resim 33).



Resim 33: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

Hemen sonraki sahnede ise Ufak Tefek Cinayetler dizinin başrol oyuncularından Arzu, yine evinin mutfağında iki eliyle tezgâha dayanmış, bel çekim ölçeğinde "Bir de

benim gibiler vardır” cümlesini söyler. Carte d’Or kaymaklı kutusundan bir top alır ve tabakta duran tatlının üzerine yerleştirir (Resim 34).



Resim 34: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

Tabağı alarak yemek masasına geçip oturan Arzu, “Ne yaparsa yapsın ortam hazırlamasını iyi bilirler” cümlesiyle söyler, bir kaşık üzerine dondurma koyduğu tatlıdan alır, ağzına doğru götürerek, kameraya bakarak gülümser (Resim 35).



Resim 35: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

Son sahne Ufak Tefek Cinayetler dizinin başrol oyuncularından Oya'nın dondurma kupunda bulunan 3 top meyveli dondurmanın üzerini nane yaprağıyla süslemesiyle başlar. Oya'nın mutfağında gerçekleşen sahnede Oya, "Herkes yaptığı işte kendini yansıtır ve her tarz alkışı hak eder. Şimdi Carte d'Or ile alkışlar size... Haydi siz de alkış toplayacak kombinlerinizi, Carte d'Or ile hazırladığımız tatlılarınızı ya da şık sofrta fotoğraflarınızı alkışlar size hashtag ile Instagram'da paylaşın!. Sürpriz hediyeler yakalama şansı yakalayın!" şeklindeki reklamın kampanyasını açıklar. Sürpriz hediyeler ise "Iphone Xmodel Akıllı telefon kazanma şansını yakala! #AlkışlarSize" yazılarının yanında Iphone X görsellerini yansıtarak ekranın sağ alt köşesinde yer almaktadır (Resim 36).



Resim 36: <https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, 21.04.2019.

Anahtar Göstergeler ve Dizimsel İlişkiler:

Reklam, 27 plandan oluşmaktadır. Reklamda diz, bel, baş planlar ile yakın planlar kullanılmıştır. Reklamda Carte d'Or'un rengi olan altın sarısı rengin kullanıldığı görülmektedir. Ufak Tefek Cinayetler dizisinin bir sahnesinin monte edildiği reklamda gün ışığı kullanılmıştır. Ayrıca Ufak Tefek Cinayetler dizinin başrollerinde yer alan Merve, Pelin, Arzu ve Oya'nın karakterlerini yansıtan dondurma türleri seçilerek aralarındaki rekabeti de kendi tarzlarında sürdürdüklerini belirten kombinler hazırlamaları reklamda yer almaktadır.

Paradigmatik İlişkiler:

Başrollerinde Gökçe Bahadır, Mert Fırat, Aslıhan Gürbüz, Tülin Özen, Yıldırım Şahinler, Bade İşcil, Ferit Aktuğ, Selim Bayraktar, Tansu Biçer, Duygu Sarışın ve

Hayal Köseoğlu'nun yer aldığı ve Star TV'de Salı günleri yayınlanan "Ufak Tefek Cinayetler" özellikle AB grubunda ilgi gören bir dizi olmuştur (<http://www.gazetevatan.com/oya-dogan-1114204-yazar-yazisi-ufak-tefek-cinayetler-gercek-disi-ama-derin-bir-gerceklik-tasiyor/>, 21.04.2019).

Dört kadın ve dört erkek arasında karanlık sırlar, yalanlar ve bitmek bilmez bir rekabetin anlatıldığı "Ufak Tefek Cinayetler" dizisinin çekildiği mekânların ve karakterlerin monte edildiği bir reklamdır.

Reklamda dizinin başrolünde yer alan 4 kadın yer almaktadır. Merve (Aslıhan Gürbüz) gizemli, güçlü ve zekice yaptığı entrikalarla bilinen bir karakter olduğu için reklamda da Carte D'or'un çikolata karnavalıyla eşleştirilmiş ve kusursuz ve gizemli sözleriyle de bu eşleşme tamamlanmıştır.

Pelin (Bade İşcil), özellikle Merve karakteri hem çok iyi arkadaş hem de gizli bir yarış halindedir. Hayatında işler çok iyi gitmese de Pelin, hayatını muhteşem ve mükemmel göstermeyi başaran bir karakterdir. Reklamda da kıyafetiyle de bütünleştiği Carte D'or'un Meyve Şöleni Sosu ile eşleştirilmiş ve her şeyi mükemmel göstermeyi sevdiği sözleriyle de bu durum perçinlenmiştir.

Arzu (Tülin Özen), Pelin ve Merve ile çok iyi arkadaş olmasına karşın onlar kadar gösteriş ve gösterişten hoşlanmayan, lezzetli yemekler yaparak eşine, çocuklarına ve arkadaşlarına güzel sofralar hazırlamayı seven bir karakterdir. Sade, gösterişten ve şaşaadan uzak Arzu ile reklamda Carte D'or'un kaymaklı dondurması eşleştirilmiştir.

Oya (Gökçe Bahadır), Merve, Arzu ve Pelin'in gösterişli hayatlarına doğallığıyla farklı bir bakış açısıyla yaklaşan Oya, diğer 3 kadın karaktere göre daha farklı, samimi ve doğaldır. Bu nedenle tüm renkleri içinde barındıran meyveli dondurmayla eşleştirilmiştir.

Diğer bir çözümlenme unsuru ise reklamda kullanılan renklerdir. Reklamda Carte d'Or'un rengi olan altın sarısı rengin hâkim olduğu görülmektedir. Sarı, mutlu ve parlak bir renktir, sıcak mevsimleri hatırlatır. Güneş ışığının hareketleri ve bahar çiçeklerinin parlaklığını simgeler, canlılıkla ve mutlulukla ilişkilendirilir. Her ne kadar dondurma artık kış mevsiminde de tüketilse de asıl tüketim alanı yaz aylarıdır. Bu nedenle sarı renk tam da ürünü karışmaktadır. Ayrıca altın sarısı zenginliği ve gücü de temsil eder. Bahar ve diğer 3 kadın karakter hem zengin bir hayat sürmekte hem de güçlü kadınlardır.

Ufak Tefek Cinayetler Dizisi Karakterinin Yer Aldığı "Carte d'Or ile Mini Anlar #AlkışlarSana" Reklamının Gö Değerlendirmesi:

Reklam filminde kullanılan Ufak Tefek Cinayetler Dizine ait dört kadın karakterin, birçok zorluklarla baş ederek başarıya ulaşmaları ve dizi ile özdeşik olarak izleyici kitlesinde sempati yaratması, belirli bir statü ve zenginlikle birleşip hem genç hem güzel hem de başarılı olan kadınları simgelemesi Carte d'Or markası ve #Alkışlarsana tabelasının anlamı ile örtüşmektedir.

Üstelik Freudyen bir yaklaşımla, dizi karakterlerinin her biri ile markanın bütünleşmesi, AB kategorisinde yeni yeni tüketilmeye başlayan ve belli bir yaşam tarzını simgeleyen "dört mevsim dondurma yenmesi" alışkanlığı ile de bütünleşmektedir. Carte d'Or markası, ev tüketiminde ve AB kategorisinde tüketilen, fiyat ve diğer pazarlama unsurlarının yüksek segmentte yer aldığı bir üründür. Dizi

karakterleriyle özdeşleşmesini sağlayan unsurlar da dört dizi karakteri kadının temsil ettiği yaşam koşulları ve başarı kriterleridir. Burada, bu karakterleri gösterge olarak kullanan reklam, hedef kitlesinde ve potansiyel hedef kitlesinde bulunan tüketicilerine yeni bir alışkanlık kazandırarak kendisini şımartma ve ödüllendirmenin yolunun dondurma yemekten geçtiğini önermekte ve her bir dizi karakterinin belirgin özelliklerine göndermeler yapan farklı dondurma çeşitlerinin tüketicilerine sunmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Reklam filmlerinde tanınmış kişilerin kullanılarak, tüketiciler üzerinde belli bir etki yaratma çabaları reklamın pazarlama dinamikleri içerisine girişi ile eş zamanlıdır diyebiliriz. Buna rağmen, günümüzde TV dizi karakterlerinin dizide yer aldıkları rol ve karakter özellikleri ile reklamlarda boy göstermeleri oldukça yeni bir yaklaşımdır.

Diziler, gerçekte olmayan hayatları, gerçeğe en yakın şekliyle aktarmaları, üstelik bu aktarımlarını yalnızca TV’de değil, internetin sunduğu tüm çoklu ortamlarda tekrarlamaları, zamansız bir şekilde sürekli tüketicilere erişebilecek şekilde sanal ortamlarda sürekli yayınlanabilir olmaları nedeniyle, “sanal gerçeklik” kavramının tanımını net bir şekilde içeriklerinde barındırmaktadırlar. Öyle ki, TV dizilerindeki karakterlerin gerçekte yaşadığı algısı izleyicilerde sıkça rastlanan bir durumdur.

Markalar, sevilen, popüler olan, dikkat çeken veya yaşadıkları nedeniyle bir an evvel mutluluğu bulması arzu edilen karakterleri reklamlarında kullanarak, hem bu dizi karakterlerinin çağrışımları üzerinden, hem de dizinin senaryosu ve hitap ettiği hedef kitledeki psikolojik etkileri nedeniyle bağ kurmaktadır.

TV Dizilerindeki karakterlerin reklam filmlerinde kullanılmasına ilişkin semiyolojik ve Freudyen etkileri bağlamında daha detaylı çalışmalar yapılması gerektiğini belirterek, bu çalışmada incelenen üç reklam filmi için de aşağıdaki ortak değerlendirmelerde bulunabiliriz:

- 1) Reklamlarda TV dizilerindeki karakterler kullanılarak, dizi karakterleri olmalarının dışında gerçek yaşamda yer alan kişiler olarak sunulmakta ve bu karakterler üzerinden dizideki hayatların gerçek hayatlar olduğu algısı yaratılmaktadır. Böylece, sevilen ve dizi nedeniyle benimsenen karakter tüketiciyi belli bir marka veya ürünü satın almaya yönlendirmeye çalışılmaktadır.
- 2) TV dizilerindeki olay örgüsü nedeniyle dizi karakterlerinin başına gelebilecek konular için izleyicilerde oluşan beklentiler, markaların hedef kitlelerine reklamlarla slogan ya da tabela (hashtag) olarak iletilmektedir.
- 3) Reklam filminde ya da TV dizisinde yer alan karakter, Freud’un id, ego ve süperego kavramlarıyla açıkladığı tüketici ihtiyaçlarını gidermeye yönelik olarak ya erişilmek istenen sosyokültürel koşulları ya da kişilikleri sembolize etmektedirler. İzleyiciler kendilerini karakter ve marka ile özdeşleştirerek bu sembolden çıkarımlarda bulunmaktadır ve böylece marka algısı ve mesajı yeniden tüketiciye sunulmaktadır.
- 4) Sevilen TV dizilerindeki karakterler, yaşamlarında söz konusu markayı hiç kullanmamış ya da tüketmemiş olabilirler ancak TV dizi karakteri olarak bir çeşit taklit olmalarına rağmen gerçek şekilde algılanmaları nedeniyle, temsil ettikleri dizi karakteri özelliğindeki tüm kitlelerin o ürün ya da markayı

- kullandığını teyit etmektedirler.
- 5) Reklamlarda, TV dizi karakterini kullanmak hem markaya hem de diziye, bir simülasyon anlamında tekrar ve tekrar çoklu ortamlarda üründen, markadan, diziden, dizi karakterinden bahsedilme olanağı yaratarak, günümüz internet ve sosyal medya yansımalarını arttırmaktadırlar.
 - 6) Uzun bir süredir markalar ve ürünler dizi veya filmlerde ürün yerleştirme olarak yer almaktadırlar. Ancak, oldukça yeni bir uygulama olarak, TV dizileri karakterleri markaların reklam filmlerinde ürün yerleştirme olarak yer almaktalar ve izleyicilerinde söz konusu marka ve ürün ile ortak yaşamlar sergiledikleri izlenimi yaratmaktadırlar.
 - 7) Psikolojik olarak, Freudyen bir yaklaşımla ele alındığında hem TV dizi karakterlerinin hem de reklamda kullanılan markanın, tüketicilerin zihninde erişmek istedikleri veya buldukları sosyokültürel ortamlardan izler taşıyarak bilinçli, bilinçsiz ya da bilinçaltında tercihler yapmalarına neden olabilmektedirler diyebiliriz.
 - 8) Üç reklam filminde de kadın karakterler gösterge olarak seçilmiş ve bu farklı kadınların temsil ettikleri farklılıklar ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Özellikle ev alışverişlerini kadınların yaptıklarını düşündüğümüzde kendisini özdeşleştirdiği kadın karakterin temsil ettiği bir ürünü daha rahat kabullenecek ve alma eğiliminde bulunacaktır.
 - 9) Cepteteb reklamında masalsı ve gerçeküstü göstergeler kullanılarak Cepteteb'in insanların ancak hayal edebildikleri, gerçek yaşam içerisinde oluşmasını imkân dahilinde bulmadıkları bir yeteneğe, hıza, güce sahip olduğunu ve bu konuda rakibinin olmadığını anlatmaya çalışmaktadır.
 - 10) Carte d'Or reklamında ise 4 kadın karakterin giydikleri kıyafetler, seçtikleri aksesuarlar, ev tasarımındaki farklı tercihleri, farklı yaşam biçimi göstergeleri üzerinden Carte d'Or'un tüm farklılıkları kapsayabileceği, farklı hayat tarzlarına uyum sağlayabileceği, bu 4 kadın üzerinden diğer kadınların temsilini oluşturularak, tüm kadınlara hitap edebileceği, hatta onların istedikleri şekillere girebilecek bir ürün olduğunu vurgulamaya çalışmaktadır.
 - 11) Finish reklamında ise Kadın dizinin Bahar karakteri, çocukları ve yaşam biçimi gösterge olarak kullanılmıştır. Finish; mucizevi, güçlü, zorluklarla baş edebilen, güç ve cesaret gerektiren işlere dahi gözü kapalı girebilen, yetenekli ve sonunda mutluluğa ulaşabilen bir kadın üzerinden kendini temsil etmektedir. Toplumumuzda orta gelir düzeyindeki aile yapılarının pek çoğunda görülebilecek ev hanımlarının dizideki Bahar karakteriyle benzer hayat şartlarına sahip olabileceği varsayımı üzerinden, Bahar'ın hayatını yoluna koymasını ve mutluluğa erişmesinde bulaşık makinası sahibi olup Finish kullanmasının payı gösterge olarak kullanılarak, Finish markasının algısal olarak mutluluk ile özdeşleştirilmesi yapılmaktadır.

Kaynaklar

- Aydoğan, F., Netchitailova E., Morozov E., Jenkins H., Manaovich L. Poster M. ve diğerleri (2018). *Yeni Medya Kuramcılarında Yeni Medya Kuramları*. Editör: F. Aydoğan, İstanbul: Der Yayınları.

Duman, M.A. (2014). *Mimesis*. İstanbul: Litera Yayıncılık.

Evans M., Jamal A., Foxall G. (2009). *Consumer Behaviour*. Second Edition, England: Wiley Publication.

Güler, M. (2017) Parfüm Reklamlarının Psikanalitik Çözümlemesi: Freudyen Bakış Açısı ve Hermeneutik Yaklaşım POSSEIBLE Düşünme Dergisi / Journal of Thinking SAYI / ISSUE: 11 BAHAR / SPRING 2017 ISSN: 2147-1622, sf 76-107.

<https://medium.com/t%C3%BCrkiye/freud-yapısal-kisilik-kurami-5373aff136e2>, Arda Metesar, Temeller: Freud ve Yapısal Kişilik Kuramı, E.T. 10.06.2020.

<https://www.startv.com.tr/dizi/erkenci-kus/haberler>, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.startv.com.tr/dizi/erkenci-kus/bolumler/1-bolum>, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=IDu4orx6Bw0>, CepteTeb Reklamı, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.campaigntr.com/finish-turkiye-kadin-dizisi-ile-yeni-reklamini-yayinladi/>, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=BXyP-3s4Ubc>, Finish Reklamı Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.facebook.com/watch/?v=241132396448888>, Carte d'Ore Reklamı, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.startv.com.tr/dizi/ufak-tefek-cinayetler/haber/sali-gununun-birincilik-koltuguna-ufak-tefek-cinayetler-oturdu>, Erişim Tarihi:21.04.2019.

<https://twitter.com/cartedorturkiye>, Erişim Tarihi:21.04.2019.

<http://www.gazetevatan.com/oya-dogan-1114204-yazar-yazisi-ufak-tefek-cinayetler-gercek-disi-ama-derin-bir-gerceklik-tasiyor/>, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=HUKgDkA5Jno>, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=RG1IOzkIm40>, Erişim Tarihi: 21.04.2019.

<https://www.fox.com.tr/Kadin/haber/1855/FINISH-ve-KADIN-dizisinden-buyuk-is-birligi>, Erişim Tarihi:21.04.2019.

<https://www.haberler.com/ikinci-cakir-vakasi-8375189-haberi/>, Erişim Tarihi:
21.04.2019.

https://www.instagram.com/p/BihvZk_h-Go/, Erişim Tarihi: 22.04.2019.

Potolsky, M. (2006). *Mimesis, The new Critical Idiom.*, New York: Routledge Group.

Seiler R. M., *Semiology and Semiotics*
<https://people.ucalgary.ca/~rseiler/semiolog.htm>, E.T. 17.04.2019.

Toprak, M. (2013). *Filmin Dili Kurgu*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

BANKALARIN REKABETİ İHLAL KARARINDA TAZMİNAT TALEBİ ANALİZİ

Süleyman KALE¹
Hüseyin SELİMLER²

ÖZ

Rekabet Kurulu, 08.03.2013 tarih, 13-13/198-100 sayılı kararıyla “Türkiye’de faaliyet gösteren 12 bankanın mevduat, kredi ve kredi kartı hizmetleri konusunda anlaşma ve/veya uyumlu eylem içerisinde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’u ihlal ettiğine” karar vermiştir. Kararın sonucu olarak, rekabetin ihlal edilmesinden zarar gören müşterilerin bu zararlarının tazmini gündeme gelmiştir. Bu çalışmada rekabeti ihlali sonucu müşterilerin talepte bulunup bulunamayacağı, ihlal sonucu oluşan zararın nasıl tespit edileceği ve yargıdaki yaklaşımlar tartışılacak; bir ticari kredi örneği üzerinden analiz ve değerlendirmeler yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Rekabet İhlali, Bankacılıkta Güven, Müşteri Zararı

ANALYSIS OF COMPENSATION LAWSUIT IN BANKS’ COMPETITION VIOLENCE DECISION

ABSTRACT

Turkish Competition Authority, based on decision dated 8 March 2013 and numbered 13-13/198-100, determined that 12 banks operating in Turkey has violated the Act no 4054 by making agreements and/or engaging and/or cartelize in concerted practices related to deposit, loan and credit card services. As a consequence of decision, it is come into question for consumers to claim the compensation for loss resulting from competition violence. This study analyzes, based on a commercial loan case, whether consumers can claim for compensation, how the loss resulting from competition loss can be decided, how judgement approach is.

Keywords: Banking, Competition Violence, Trust in Banking, Consumer Loss

Giriş

Bankalar ekonominin en temel kurumlarından biridir. Fon fazlası olanlarla fon ihtiyacı olanlar arasındaki aracılık işlevinin dışında, müşterilerin ihtiyaç duyduğu pek çok hizmeti de yerine getirirler. Öte yandan kamu otoritelerinin yürüttüğü para ve maliye politikalarının etkinliğinin sağlanmasında tamamlayıcı bir fonksiyon görürler. Para yaratma rolü ile ekonominin işleyişinde lokomotif bir rol üstelendikleri söylenebilir. Bütün bu işlevler ancak ekonomideki birimlerin bankaları duydukları güven sayesinde gerçekleşir. Kamu otoriteleri güvenin sarsılmamasını yasalarla güvence altına almaya

¹Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, UBF, Finans ve Bankacılık Bölümü, suleymankale@klu.edu.tr, ORCID:0000-0001-7208-1872.

²Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İİBF, Ekonomi ve Finans Bölümü, huseyselimler@aydin.edu.tr, ORCID:0000-0002-1335-8541.

Received/Geliş: 01/10/2019 Accepted/Kabul: 20/08/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Kale, S., Selimler, H. (2020), “Bankaların Rekabeti İhlal Kararında Tazminat Talebi Analizi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 2, s.213-225.

çalışırken, farklı kurumlar aracılığı ile sektör üzerinde sürekli bir gözetim ve denetim mekanizmaları bulunmaktadır.

08.03.2013 tarihinde beklenmedik bir karar, alışlagelmedik bir kurumdan geldi. Rekabet Kurulu 13-13/198-100 sayılı kararıyla “Türkiye’de faaliyet gösteren 12 bankanın mevduat, kredi ve kredi kartı hizmetleri konusunda anlaşma ve/veya uyumlu eylem içerisinde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un, rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararları yasaklayan 4. maddesini ihlal ettiğini” açıklamıştır. 21.08.2007-22.09.2011 dönemini kapsayan 28 belge üzerinden inceleme yapıldıktan ve her bir bankanın savunması alındıktan sonra verilen kararla 12 bankaya toplam 1,116,957,469.-TL idari para cezası kesilmiştir.

Rekabet Kurulu kararının iptali için bütün bankalar tarafından idare mahkemesinde dava açılmış, açılan davalar Ankara 2. İdare Mahkemesi’nde toplanmış, Mahkeme, kararın iptaline yönelik talepleri reddetmiştir. Ankara 2. İdare Mahkemesi’nin kararı temyiz edilmiş ancak Danıştay 13. Dairesi tarafından yerinde görülerek onanmıştır (Dava bilgileri ve karar tarihleri için bakınız Öcal, Kırkbeşoğlu, and Tokbaş (2016)). Rekabeti ihlal ettikleri kararı verilen bankalar, daha sonra, Danıştay nezdinde karar düzeltme talebinde bulunmuştur. Danıştay 13. Dairesinin (örnek olarak İş Bankası için) 2016/3587 Esas 2019/1778 Karar sayılı ilamı ile bankaların karar düzeltme isteminin kabulüne ve Ankara 2. İdare Mahkemesi’nin kararının bozulmasına hükmetmiştir. Ancak Ankara 2. İdare Mahkemesi (yine örnek olarak İş Bankası için) 2019/1109 Esas, 2019/1460 Karar nolu karar ile Danıştay 13. Dairesi’nin bozma kararın uyulmamasına, önceki kararlarında ısrar edilmesine karar vermiştir. Son mercii olarak konu Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu’nun gündemine gelecektir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un tazminat hakkına ilişkin 57. Maddesi Kanun’a aykırı eylemde bulunanları, oluşan zarardan sorumlu tutmaktadır:

“Her kim bu Kanuna aykırı olan eylem, karar, sözleşme veya anlaşma ile rekabeti engeller, bozar ya da kısıtlarsa yahut belirli bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim durumunu kötüye kullanırsa, bundan zarar görenlerin her türlü zararını tazmine mecburdur. Zararın oluşması birden fazla kişinin davranışları sonucu ortaya çıkmış ise bunlar zarardan müteselsilen sorumludur.”

Aynı Kanun’un 58. Maddesi ihlalden zarar görenlerin zararının nasıl tazmin edileceğini açıklamaktadır:

“Rekabetin engellenmesi, bozulması veya kısıtlanması sonucu bundan zarar görenler, ödedikleri bedelle, rekabet sınırlanmasaydı ödemekte olacakları bedel arasındaki farkı zarar olarak talep edebilirler... Ortaya çıkan zarar, tarafların anlaşması ya da kararı veya ağır ihmalinin olduğu hallerden kaynaklanmaktaysa, hâkim, zarar görenlerin talebi üzerine, uğranılan maddi zararın ya da zarara neden olanların elde ettiği veya elde etmesi muhtemel olan karların üç katı oranında tazminata hükmedebilir.”

Rekabet Kurulunun aldığı kararla tespit ettiği, mevduat, kredi ve kredi kartı hizmetleri konusunda anlaşma ve/veya uyumlu eylem içerisinde bulunmak eyleminin haksız fiil olarak değerlendirilmesi durumunda, Türk Borçlar Kanunu’nun (TBK) 72.

Maddesine göre zamanaşımı süresi “zarar görenin zararı ve tazminat yükümlüsünü öğrendiği tarihten başlayarak iki yılın ve her hâlde fiilin işlendiği tarihten başlayarak on yılın geçmesiyle zamanaşımına uğrar” şeklinde ifade edilmiştir. Daha çok kabul gören bir başka yaklaşım ise, banka ile müşterisi arasındaki ilişki bir sözleşmeye dayandığından, rekabeti ihlal eyleminin sözleşmenin ihlali sayılması ve zaman aşımında TBK 146. maddesi gereği 10 yıl olduğu, zaman aşımı süresinin Rekabet Kurulu kararının kesinleşmesi ile başlayacağı şeklindedir (Kara, 2016; Öcal et al., 2016). Haksız fiilden doğan zararın talep edilmesi için ise hukuka aykırı bir fiilin olması, bir zararın doğması, bir kusurun olması ve zararlar kusur arasında bir illiyet bağının olması gerekmektedir. Rekabet Kurulu kararı hukuka aykırı fiilin, kusurun, varsa zarar ile haksız fiil arasındaki illiyet bağının varlığı için yeterli görülmektedir (Öcal et al., 2016). TBK 50. maddesi haksız fiilden “zarar gören, zararını ve zarar verenin kusurunu ispat yükü altındadır” ifadesiyle zarar ispatını talep edene yüklemektedir.

Rekabet Kurulu kararının sonucu olarak bankalarla mevduat, kredi ve kredi kartı ilişkisi kurmuş ve rekabetin ihlalinden zarar görmüş bireysel ve ticari müşterilerin, oluşan zararı tazmini talebinde bulunabileceği anlaşılmaktadır. Tüketicilerin tüketici mahkemelerinde dava açabileceğine dair kesinleşmiş yargı kararları bulunmaktadır (Örneğin Yargıtay 13. Hukuk Dairesi’nin 2016/12718 E. ve 2016/18811 K. nolu kararı). Ticari müşteri davalarında, her iki tarafın tacir olması nedeniyle doğal olarak ticaret mahkemeleri görevli olacaktır.

Banka müşterileri uğradıkları zararı nasıl hesaplayacaktır? Bu çalışmanın amacı ticari bir kredi işleminden yola çıkarak bankaların ihlal dönemi içerisindeki mevduat ve kredi davranışlarını oranlar üzerinden analiz etmek ve olası zarar yöntemlerini tartışmaktır. Amaç analiz üzerinden ihlalin olup olmadığını tartışmak değildir, söz konusu karar veri olarak kabul edilecektir.

Bu çalışmada, bankalar tarafından rekabetin korunmasının ihlal edilmesi sonucu, müşterilerin maruz kaldığı zararın tespit edilmesi amacıyla ne tür göstergelere bakılabileceği, zararın tespit edilip edilemeyeceği, mümkün olması durumunda zararın nasıl hesaplanabileceği tartışılacaktır.

Literatür Taraması

Bankaların rekabeti ihlal etmesi durumunda müşteri zararının hesaplanmasına yönelik literatürde çalışma bulunmamaktadır. Pratikte daha çok, kamu otoritelerinin rekabeti ihlal eden kurumlara kestiği cezalarla ilgili örneklerle rastlanmaktadır. Literatürdeki çalışmalar, bu örneklerin derlenmesine yöneliktir.

Dünyada da piyasaların doğal işleyişi dışında fiyat manipülasyonları nedeniyle pek çok finansal kurum soruşturma geçirmiş ve cezalara maruz kalmıştır. J. M. Connor tarafından yapılan çalışmalar, 2014 yılına kadar, büyük bankaların 63 ayrı olayda 400 kez yasal olmayan yollarla piyasaları manipüle ettikleri gerekçesiyle incelemeye tabi tutulduğunu göstermektedir. 1.4 katrilyon ABD doları hacmindeki ticari işlemin bu manipülasyonlardan etkilendiği tahmin edilmektedir. Bankalara bu nedenle 26 Milyar ABD dolarının üzerinde ceza kesilmiştir ve bazı soruşturmalar tamamlandığında bu tutarın 40 Milyar ABD dolarına yükselmesi beklenmektedir (Connor, 2014; Connor, 2016).

Bankaların rekabeti ihlal edip piyasada manipülasyon yapmalarına en büyük örnek 2012 yılında patlak veren LİBOR skandalıdır. LIBOR’u ve FOREX oranlarını pek çok

kez manipüle ettikleri gerekçesiyle 13 bankaya ABD, İngiltere ve İsveç finansal otoriteleri tarafından toplam 19.6 milyar ABD doları ceza kesilmiştir, soruşturma devam etmektedir (Huan, Parbonetti ve Previts, 2015). 27 bankanın katıldığı LIBOR işlemlerinin 600 Trilyon ABD doları tutarında işlemi etkilediği düşünülmektedir (González, Schmid ve Yermack, 2019).

Anlaşarak fiyat sabitleme ve kartel oluşturma konusunda kamuoyunun yakın ilgisi olmasına rağmen, ihlale iştirak eden kurumsal firmaların üst düzey yöneticileri bu durumdan zarar görmemekte; terfi etmeye, prim-kar payı almaya devam etmekte veya daha yüksek ücretlerle başka şirketlere transfer olmaktadır. Cezalar yöneticilere değil şirketlere kesilmektedir. Bu durum halka açık şirketler için de geçerlidir (González, vd, 2019). Gonzales vd (2019), Amerikan yargısı tarafından fiyat kontrolü ve/veya arz kısıtlaması yoluyla rekabeti ihlal cezasına çarptırılan 248 firma yöneticisini incelemiş, bunların daha fazla hisse senedi opsiyonu aldıkları, karlarının artması sonucu hisse fiyatları yükseldiğinden sonrasında da yükselen hisse senedi fiyatları yoluyla dolaylı olarak daha fazla çıkar elde ettikleri sonucuna varmıştır. Hatta bu yöneticilerin iş güvenliğinin diğerlerinden daha fazla olduğu da söylenebilir. Yine aynı çalışmada kartel oluşturmaktan sağlanan faydanın, kesilen ceza tutarından oldukça yüksek olduğu ve pek çok ihlalin otoritelerce tespit dahi edilemediğini ifade edilmektedir.

Son yıllarda rekabet ihlali nedeniyle yapılan soruşturmalarda da artış görülmektedir. Veljanovsk (2007) Avrupa Komisyonunun, rekabet yasalarının ihlal edilmesi nedeniyle, son beş yılda kestiği ceza sayısının son otuz yıldaki ceza sayısından daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Avrupa Komisyonu, rekabet ihlali nedeniyle Aralık 2002'de 4 Alman bankasına 100.8 Milyon EUR, Haziran 2002'de 7 Avusturya bankasına 124.3 Milyon EUR ceza kesmiştir.

Hasan ve Marinč (2016) ise bankacılık sisteminin istikrarı açısından, kriz zamanlarında rekabet, birleşme, kartel ve kamu yardımı ile ilgili yasalarının esnetilebileceğini; düzenleyici kurumlarla rekabet kurumlarının iş birliğine gidebileceklerini ifade etmektedir. Cetorelli (2001) bankacılıkta rekabetin ekonomiyi olumsuz etkileyebileceği; son zamanlardaki araştırmaların ne tam rekabet ne de monopol yapının bankacılık sektörü için yararlı olmadığını gösterdiği sonucuna varmıştır.

Çelen (2019) Rekabet Kurulu'nun, rekabetin ihlal edildiğine dair karar verdiği Eylül 2007-Eylül 2011 dönemi için ihlalin kredi pazarını olumsuz etkileyip etkilemediğini araştırmış, bütün alternatif model tanımlamalarının, kredi pazarındaki rekabetin önemli seviyede zarar gördüğünü gösterdiği sonucuna varmıştır.

Türkiye Bankalar Birliği (TBB) verilerine göre ihlal dönemi olan 2007-2011 yılları arasında 1,681,795 kişi konut, 934,538 kişi taşıt ve 30,400,254 kişi tüketici kredisi kullanmıştır. Dolayısıyla banka kartelinden 33 milyondan fazla kişi etkilenmiştir (Şahin, 2017). Şahin (2017) uğranılan zararın, tüketiciler tarafından tazminin talep edilebileceğini öne sürmüş, toplu çözüm için tüketici dernekleri ile kamu otoritelerinin iş birliği yapması gereğine değinmiştir.

Yöntem

Rekabet Kurulu kararı müşterilerin uğradıkları zararın tespitine ışık tutacak nitelikte değildir. Bunun zaten Rekabet Kurulunun işi de olmadığı, ihlalin doğası gereği Kurulun bütün verileri temin edemeyeceği ve tazminata dair net verilerin sunulmasının mümkün olmadığı öne sürülmektedir (Şahin, 2016). 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında

Kanun'un 58. Maddesi oluşan zararı müşterilerin "...ödedikleri bedelle, rekabet sınırlanmasaydı ödemekte olacakları bedel arasındaki fark" olarak ifade etmektedir. Ödenen bedel bellidir ancak ihlal olmasaydı ödenecek bedeli tespit etmek oldukça varsayımsal, sıkıntılı ve tartışmaya açık sonuçlar ortaya çıkaracaktır.

Müşterilerin maruz kaldığı zararı tespit etmek için "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ihlal edilmeseydi bankaların kredi, mevduat ve kredi kartlarına uygulayacakları faiz oranları, ücret ve komisyonlar ne olacaktı?" sorusuna verilecek cevap üzerinde düşünmek gerekmektedir. Bankacılıkta fiyatlama çok karmaşık bir süreç olduğundan bu soruya doğru, kesin ve herkesin üzerinde mutabık kalacağı bir cevap vermek kolay değildir. Rekabetin ihlalden doğan zararın hesaplanması için üç yöntem öne çıkmaktadır: Kıyaslamaya dayalı yöntemler, maliyet bilgilerine dayalı yöntemler ve ekonometrik yöntemler (Paşaoğlu, 2016; Sanlı, 2016).

Kıyaslamaya dayalı yöntemlerde rekabeti ihlalden önceki fiyatlar, ihlal sırasındaki fiyatlar ve ihlalden sonraki fiyatlar karşılaştırılmakta, fiyatlamada ihlalden dolayı bir sapma olup olmadığı incelenmekte, sapmanın olması durumunda ihlale atfedilmektedir. Kıyaslamaya dayalı analizler en çok kullanılan yöntemdir (Paşaoğlu, 2016). Piyasa faizi, politika faizi, mevduat faizi, kredi faizi, genel fiyat seviyesi ve döviz kuru gibi ekonomi ve bankacılıkla ilgili önemli göstergelerin istikrarlı bir seyir izlediği ekonomilerde kırılmaları tespit edip ihlale atfetmek daha gerçekçi olabilir. Ancak sadece inceleme döneminde dahi gösterge faizin %7 ile %26 arasında dalgalandığı bir ekonomide ihlal etkisini ayıklamak mümkün değildir. Yine de bu çalışmada ihlal döneminde mevduat, kredi faizi, maliyet, faiz marjı göstergelerinde bir kırılma yaşanıp yaşanmadığı incelenecektir.

Maliyet analizlerinde ürünün maliyeti tespit edilmekte, maliyete oranla satış fiyatının makul olup olmadığı, rekabeti ihlalin "olağan üstü" karlara neden olup olmadığı tespit edilmektedir. Ancak bankacılıkta ürün ve hizmetler, bir imalat sürecinden farklıdır; bu nedenle fiyatlama da oldukça karmaşık bir süreçtir ve pek çok unsuru içinde barındırmaktadır. Fiyatlamayı etkileyen unsurlardan bir kısmı banka ile bir kısmı da banka dışı faktörlerle ilgilidir. Örneğin kredi oranlarının belirlenmesinde, bulunulan noktadaki ortalama paçal fon maliyeti, hâlihazırdaki oranların dikkate alınmasıyla belirlenecek marjinal fon maliyeti, verilen kredi ile aynı vadedeki kaynağın maliyeti, geleceğe yönelik ekonomik tahminler, bankanın kredilerdeki sektör payı ve kredilerin sektörlere dağılımı, bankanın sektörden almak istediği pay ve risk iştahı, kredi veren bankanın hâlihazırdaki mali durumu, diğer banka fiyatları, kredi müşterisinin kredibilitesi, verilen kredinin teminat ve vade yapısı fiyatlama üzerinde etkili olur. Bütün bu unsurlara ilave olarak, kredi müşterisinin kullandığı bütün ürünlerin sonucu olarak ortaya çıkan müşteri karlılığı da fiyatlamayı etkilemekte, bazen genel karlılık adına belirli ürünlerin başabaş noktasında veya başabaş noktasının altında fiyatlanması da mümkün olabilmektedir (Kale, 2017). Bankacılıkta, maliyetten yola çıkarak bir ürünün fiyatının ne olması gerektiğini ifade etmek de oldukça zor ve gerçekçi değildir. Örneğin kabul edilebilir kar marjı kaç puan olmalıdır? Her faiz seviyesinde aynı oran marjını sürdürmek mümkün müdür? Faiz marjını faiz seviyesine göre normalize etmek gerekir mi (örneğin %20 faiz seviyesinde %2, %10 faiz seviyesinde %1'lik marj gibi)? Bu çalışmada müşteriye ve bankanın risk iştahına özgü faktörler göz ardı edilip mevduatın maliyetinden hareketle bir analiz yapılacaktır.

Simülasyon analizinde ise oran ve fiyatları etkileyen değişkenler ekonometrik olarak tespit edilerek, ihlal sırasında olması gereken fiyat ve oranlar tespit edilmeye çalışılmaktadır. Ekonometrik olarak faizlerin ne olması gerektiğini tespit etmek mümkün görünmemektedir. Finansal piyasaların doğası bu tür tahminleri başarısız kılmaktadır.

Analiz ve Bulgular

Açılan Davalarda Bankaların Savunmaları

Açılan davalarda bankaların öne sürdükleri görüşler şu noktalarda yoğunlaşmaktadır: 1) Rekabet Kurulu kararına karşı idare mahkemesinde açılan iptal davası reddedilmiş, bu karar Danıştay’ca onanmış, onama kararına karşı karar düzeltme yoluna gidilmiş, son karar henüz sonuçlanmamıştır. Rekabet kurulu kararı kesinleşmediğinden, açılan davalar karar kesinleşinceye kadar bekletilmelidir. 2) Rekabet ihlalden kaynaklanan eylem haksız fiil olarak değerlendirilmelidir. Haksız fiildeki zaman aşımı süresi Türk Borçlar Kanununun 72. Maddesine göre “...zarar görenin zararı ve tazminat yükümlüsünü öğrendiği tarihten başlayarak iki yılın ve her hâlde fiilin işlendiği tarihten başlayarak on yılın geçmesiyle zamanaşımına uğrar” şeklinde olduğundan, Rekabet Kurulu Kararı 15.07.2013 tarihinde ilan edilip tüm basın yayım organlarında yer aldığından ve aleniyet kazandığından zaman aşımı süresi 15.07.2015 tarihinde sona ermiştir. 3) Tazminatın koşulları oluşmamıştır. Rekabetin ihlali haksız fiil olarak değerlendirilmelidir. Haksız fiilde zararın ödenmesi için haksız fiil, zarar, kusur ve illiyet bağının olması gerekir. Rekabet Kurulu kusur olmadan, somut kanıtlara dayanmadan, genel kanaatlere dayanarak ceza vermiştir. 4) Dava konusu bankacılık hizmeti Rekabet Kurulu kararı kapsamında değildir. Örneğin söz konusu kararın bireysel kredileri kapsadığı, ticari kredileri kapsamadığı ileri sürülmektedir. 5) Söz konusu karar bireysel kredileri kapsamamasına ve dava konusu da bireysel kredi olmasına rağmen Rekabet Kurulu kararının içeriğinde somut olarak, değerlendirilen belgede doğrudan dava konusu bankaya atıf yoktur. Dolayısıyla davalı banka açısından dava konusu kredide zarar/tazminat söz konusu olmamalıdır. Örneğin “rekabet” olarak tanımlanan banka grubunun içerisinde davalı bankanın bulunmadığı öne sürülmektedir.

Bireysel Kredilerde Zarar Hesabı

Konut, tüketici ve taşıt kredilerinde tüketicilerin uğradığı zarar hesaplanırken Rekabet Kurulu kararında, 23.10.2008 tarihli 6 nolu belgeyi değerlendirdiği kısım referans olarak alınmaktadır. 6 nolu belge değerlendirilirken bankaların uyum içinde hareket ederek konut kredilerini %0.15 (15 baz puan), tüketici kredilerini %0.10 (10 baz puan), taşıt kredilerini %0.05-0.20 (5-20 baz puan) artırdığı ifade edilmektedir (Rekabet Kurulu Başkanlığı, 2013). Söz konusu tarihteki artıştan dolayı konut kredisi faiz oranları (indirimli olarak adlandırılan ve büyük olasılıkla fiilen en çok uygulanan) aylık ortalama %1.75, tüketici kredisi faiz oranları %2.05, taşıt kredisi faiz oranları %2.0 civarındadır.

İhlalin yapıldığı bütün dönem için zarar hesabında yukarıda belirtilen artış oranlarını dikkate almak doğru değildir. Birincisi, “rekabet ihlal edilmeseydi, rekabetçi bir ortam olsaydı bu artışlar olmayacak mıydı; artış ekonomik konjonktürün gereği miydi, rekabeti ihlalin sonucu muydu; artışın ne kadarı rekabetin ihlalden ne kadarı ekonomik konjonktürden kaynaklanmaktadır?” İkincisi, 23.10.2008 tarihinde aylık bireysel kredi (konut, taşıt, tüketici) faizleri ihlal döneminin en yüksek değerleri olan %1.75-%2 ve

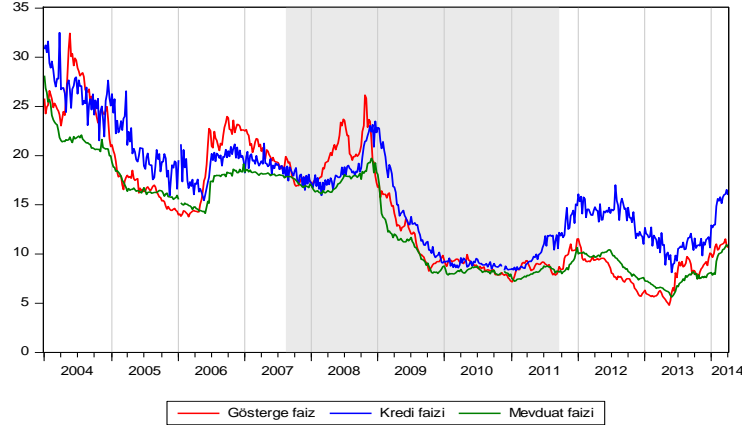
gösterge faiz %26 civarındayken 10-20 baz puanlık farkı, bütün dönem için aynı kabul etmek gerçekçi değildir.

Mevduat, Kredi ve Piyasa Faizlerine Genel Bakış

Mevduat ve krediler için fiili olarak uygulanan faiz oranları Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sisteminde açıklanmaktadır. Merkez Bankası tarafından “bütün bankalar tarafından o hafta içinde yeni açılan mevduat hesaplarına uygulanan ağırlıklı ortalama faiz oranı” vade ve para cinsi bazında; aynı biçimde “bütün bankalar tarafından o hafta içinde yeni kullanılan kredilere uygulanan ağırlıklı ortalama faiz oranı” verileri bireysel ve ticari krediler dâhil alt segmentlerine göre ilan edilmektedir. Bu çalışmanın amacı daha çok ticari kredi faiz oranlarından yola çıkarak bir analiz yapmak olduğundan, analizlerde ticari kredi faiz oranları dikkate alınacaktır.

Piyasa faiz oranını en iyi temsil edecek gösterge olarak, Borsa İstanbul, Borçlanma Araçları Piyasasındaki gösterge tahvilin faiz oranı seçilmiştir. Burada sadece vadeli mevduat dikkate alınmıştır. Vadesiz mevduat, bankaların ortalama kaynak maliyetini düşürmektedir; ancak amaç müşteriye uygulanan kredi faizinin makul olup olmadığını belirlemek olduğundan, müşterinin vadesiz mevduat üzerinde “hak” talebinin uygun olmayacağı düşünülmüştür.

“Bütün bankalar tarafından o hafta içinde yeni açılan mevduat hesaplarına uygulanan ağırlıklı ortalama faiz”, “bütün bankalar tarafından o hafta içinde yeni kullanılan ticari kredilere uygulanan ağırlıklı ortalama faiz” ve piyasa faiz oranı (gösterge tahvil faiz oranı) Şekil 1’de gösterilmiş; ihlalin yapıldığı dönem gri renkle işaretlenmiştir.



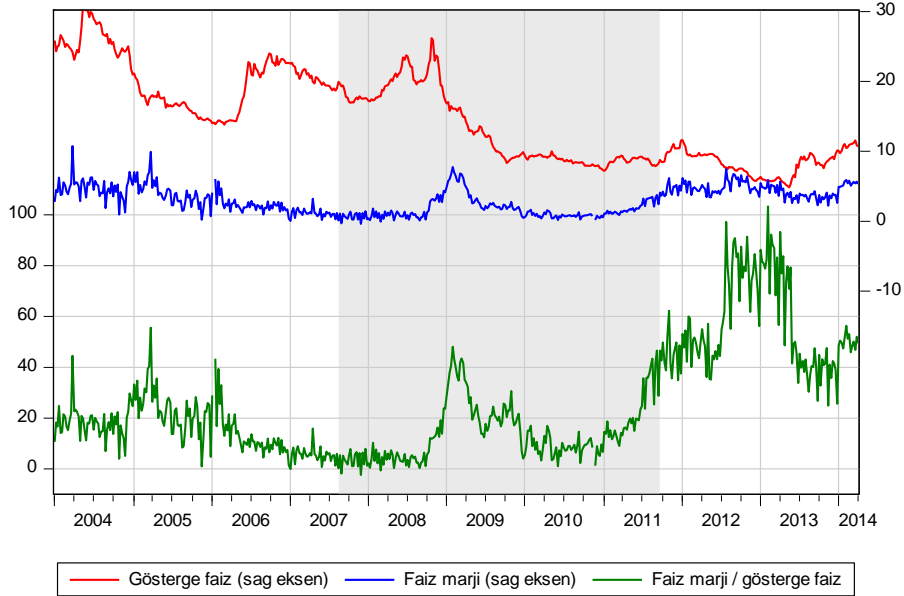
Şekil 1. Bankaları Yeni Açılan Mevduat ve Ticari Kredilere Uyguladıkları Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları ile Gösterge Tahvil Faizi.

“Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ihlal edilemeseydi gösterge faiz oranı, mevduat faiz oranı ve kredi faiz oranını ne olurdu” sorusunun cevabını sağlıklı bir biçimde tespit etmek mümkün değildir. Şekil 1’de görülebileceği gibi 2002 yılından sonra uluslararası konjonktür ve ulusal ekonominin dinamikleri nedeniyle faiz oranları 2013 yılına kadar bir düşme trendi içinde olmuştur. Rekabetin ihlal edildiği dönemde mevduat ve ticari kredi faiz oranlarında özel bir kırılma görülmemektedir. 2008 yıl sonunda

yaşanan yükselmeyi global finansal krizin bütün dünya ve Türkiye ekonomisine yansımaları olarak değerlendirmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Net Faiz Marjı

Bankaların kredilere uyguladığı faiz oranı ile mevduata ödediği faiz oranı arasındaki farkın getirili aktiflere bölünmesi net faiz marjı olarak adlandırılır. Faiz marjının yüksek olması bankaların daha yüksek kar marjları ile çalışması anlamına gelir. Rekabetin tam olmadığı ortamda faiz marjının da yüksek olması beklenir. Ancak, bankaların risk algısı gibi unsurların yanı sıra, rekabetin de faiz marjını artırması beklenir. Yalnız faiz oranlarının yüksek olması durumundaki faiz marjı ile faiz oranlarının düşük olması durumundaki faiz marjı aynı değildir. Bu durumda faizlerin ve faiz marjının seviyesine bakmak doğru olmaz. İhlalden önceki dönemi, ihlal dönemini ve ihlalden sonraki dönemi karşılaştırmak için, karşılaştırılabilir başka bir ölçüye gereksinim duyulmaktadır. “Faiz marjının piyasa faiz oranlarına oranı” makul bir gösterge olarak görünmektedir. “Faiz marjının piyasa faiz oranlarına oranının” grafiği aşağıda gösterilmiştir.



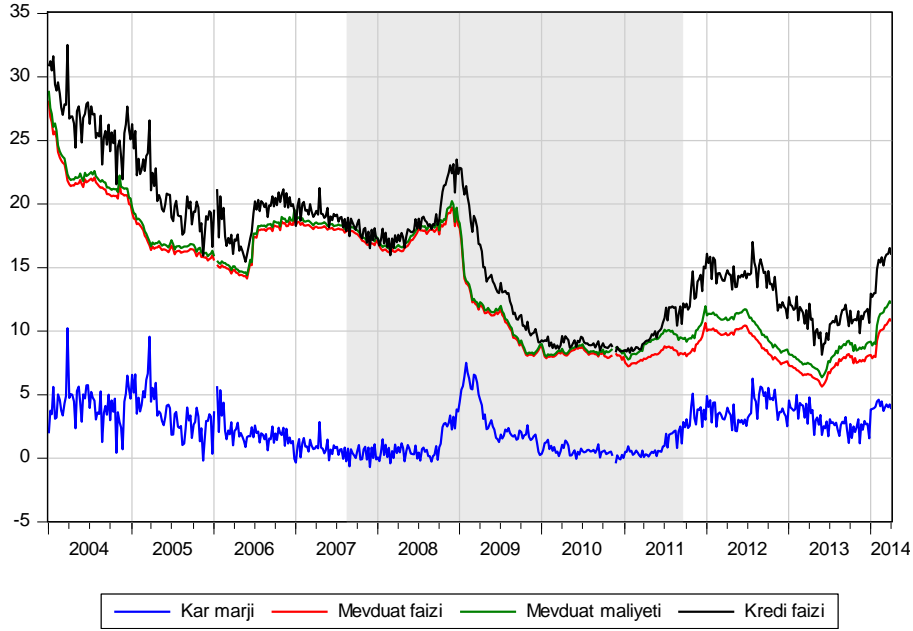
Şekil 2. Bankaların Net Faiz Marjı.

2008 sonundan başlayarak 2009 başına kadar faiz marjındaki yükselmeyi global finansal kriz sonucu bütün dünyada risk algısının artışına ve kredi piyasalarının daralmasına, buna bağlı olarak bankaların kredi vermekte gönülsüz davranmasına veya faiz marjını artırmasına bağlamak daha doğru görünmektedir.

Kredi kullanan 2010-2011 yıllarında özel bir faiz marjı artışı görülmemektedir. Söz konusu dönemde faiz marjının sifıra yaklaştığı noktalar da görülmektedir. Hatta 2010 yılı, faiz marjının en düşük olduğu dönemlerden biri sayılabilir.

Mevduat Maliyeti ve Kredi Faizi Arasındaki Marj

Bankalar topladığı mevduatın tamamını serbestçe kullanamamakta, bir kısmını Merkez Bankasına zorunlu karşılık olarak yatırmaktadır. Zorunlu karşılık oranları mevduatın vadesine göre değişmektedir. Merkez Bankasına yatırılan zorunlu karşılık için belirli kriterlere göre, bankaların mevduata ödediğinden daha düşük oranda faiz de ödenebilmektedir. Bu unsurlar dikkate alınarak, vadesi ortalama üç ay kabul edilerek mevduatın maliyeti hesaplanmıştır. Sigortaya tabi tasarruf mevduatı için TMSF'ye mevduatın belirli oranında prim ödenmektedir, burada dikkate alınmamıştır. Mevduat maliyeti ile kredi faiz oranı arasındaki farkın yukarıdaki “net faiz marjıyla” karıştırılmaması için “net kar marjı” olarak adlandırılmıştır. Maliyet, kredi faiz oranı ve net kar marjı Şekil 3’te gösterilmektedir. Maliyetler dikkate alındığında kar marjının faiz marjından daha fazla daraldığı görülmektedir. Ayrıca, net kar marjında da bir kırılma gözlenmemiştir.



Şekil 3. Bankaların Mevduat Maliyeti, Kredi Faiz Oranı ve Net Kar Marjı.

Bir Ticari Kredi Örneği

Bir şirket Tablo 1’de belirtilen tarihlerde, belirtilen oranlardan ticari kredi kullanmıştır. Bu şirket bankaların rekabeti ihlal etmesinden dolayı zarar gördüğünü iddia etmekte ve zararının tazmini talep etmektedir.

Tablo 1. Bir Banka Müşterisinin Kullandığı Ticari Krediler.

Kullanım	Kredi Tutarı	Vade	Faiz Oranı
----------	--------------	------	------------

Tarihi		(Ay)	(yıllık, %)
08.01.2010	80,000	24	13.44
05.03.2010	48,000	24	12.36
14.05.2010	110,000	36	12.60
15.09.2010	450,000	48	10.08
28.01.2011	60,000	36	9.72
29.03.2011	44,000	36	10.68
06.09.2011	238,000	36	16.08

Bankalar bütün müşterilerine aynı faiz oranını uygulamayabilir. Kredi fiyatlamasında, ekonominin genel koşullarının yanı sıra müşteriye özgü özellikler de dikkate alınır. Burada müşteri ortalama kredibiliteye sahip bir müşteri olarak dikkate alınmıştır. Bir önceki bölümde genel olarak mevduat, kredi ve faiz marjlarında kırılma gözlenmediğinden, müşteri oranları sektör ortalaması ile karşılaştırılmıştır. Sektör ortalamasının içinde ilgili bankanın da bulunduğunu göz ardı etmememiz gerekir, ancak ilgili banka verisi bilinmediğinden ayıklamak mümkün olamamaktadır. Müşteriye uygulanan faiz oranları ile TCMB EVDS sisteminden alınan bankaların ortalama ticari kredi faiz oranları Tablo 2’de karşılaştırılmaktadır:

Tablo 2. Bankaların Ortalama Faizi ile Müşteri Faizinin Karşılaştırılması.

Tarih	Tutar	Vade (ay)	Krd oranı (%)	Bankalar ortalaması	Oran Farkı
08.01.2010	80,000	24	13.44	8.78	4.66
05.03.2010	48,000	24	10.80	8.26	2.54
14.05.2010	110,000	36	10.80	8.42	2.38
15.09.2010	450,000	48	10.08	8.14	1.94
28.01.2011	60,000	36	9.72	7.95	1.77
29.03.2011	44,000	36	10.68	8.64	2.04
06.09.2011	238,000	36	11.94	11.30	0.64

Bankaların, Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu ihlal etmeleri, kredi faiz oranlarını artırmış ise bu artış ortalama faiz oranlarına yansımış olmalıdır. Nitekim ihlal yaptıklarına dair karar verilen bankalar, aynı zamanda piyasadaki işlem hacminin de büyük bölümünü oluşturmaktadır. Ancak sektör ortalamasının içinde ihlal yapmamış bankaların kullandırımları da yer almaktadır. Bankaların ortalama ticari kredi oranlarının içinde rekabeti ihlal ettiği kabul edilen bankaların kullandırımları da bulunmaktadır. Rekabeti ihlal eden bankaların faizini ortalama faizden ayırtırmak mümkün değildir.

Ayrıca piyasa işlem hacminin büyük bölümünü oluşturan bu bankalar, ihlal yapmayan bankaların oran ve ücretlerini de etkilemiş olmak durumundadır.

Tablo 2 incelendiğinde söz konusu bankanın, ortalama oranların da üzerinde oranlarla kredileri kullandığı görülmektedir. Müşteriye kullanılan kredilere uygulanan faiz oranlarının, ortalama ticari kredi faizlerinden daha yüksek olmasının kaynağının rekabet ihlali olduğunu ifade etmek kolay görülmemektedir. Sektör ortalamasından daha yüksek görünen bu kar marjının müşteri bazında bir uygulama olduğu daha yerinde bir değerlendirme olarak görülmektedir. Ancak bu durum başka bir gerçeği daha ortaya çıkarmıştır: Sektörler içerisinde kurumsallığın, düzenleme ve denetlemelerin en fazla olduğu sektör bankacılık olmakla birlikte, asıl önemli olan piyasa işleyişi içinde müşteri denetimidir. Nasıl ki bankalar müşteri bazında segmentasyona gidip müşteri bazında karlılık analizi yapıyor ve her segmentteki müşteriye nasıl hizmet vereceğini belirliyorsa, müşterinin de bir bankadan bir ürün kullanmadan önce basiretli davranması, piyasa araştırması yapması, birkaç bankadan oran alması ve kendisi için en uygun olanı seçmesi beklenir.

Rekabetin ihlal kararının kesinleşmesi durumunda başkaca zarar kaynağı hesaplamak mümkün olamayacağından, sektör ortalaması içerisinde ilgili bankanın da bulunduğu dikkate alındığında, aradaki farkın zarar tazmininde dikkate alınması da olasıdır. Ya sektör beraberce bu kararın sonuçlarını, müşteriye zarara uğratmadan ortadan kaldırmanın yolunu bulacak veya yargı bu yolu gösterecektir.

Sonuç

Ekonominin en önemli kurumlarından olan bankaların işlevlerinin layıkıyla yerine getirmeleri açısından güven unsuru olmazsa olmazlardandır. Daralan kar marjları ve global işleyişin dayattığı rekabet zorunluluğu güven unsurunu erozyona uğratabilecek uygulamalara neden olmamalıdır.

Kesinleşmesi durumunda Rekabet Kurulu'nun kararı, müşterinin uğradığı zararı tazmin talebine olanak vermektedir. Müşterinin zararın hesaplanabilmesi için, ihlal olmasaydı oranların ve fiyatların nasıl olacağını ortaya koymak gerekir. Geçmişe yönelik ihlalden önceki dönem-ihlal dönemi-ihlal sonrası dönem karşılaştırması bize yeterince bilgi vermemektedir.

Bu durumda yaklaşımlardan biri, kurul kararında geçen bir örneği ihlalin yapıldığı bütün döneme uygulamak olabilir. Rekabet Kurulu kararında, 23.10.2008 tarihli 6 nolu belge değerlendirilirken, bankaların uyum içinde hareket ederek konut kredilerini 15 baz puan, tüketici kredilerini 10 baz puan, taşıt kredilerini 5-20 baz puan artırdığı ifade edilmektedir. Artış ekonomik konjonktürün gereği miydi, rekabet ihlal edilmeseydi bu artışlar olmayacak mıydı tespitini yapmak mümkün görünmemektedir. Ancak, aynı dönemde aylık ortalama konut kredisi faiz oranları %1.75, tüketici kredisi faiz oranları %2.05 ve taşıt kredisi faiz oranları %2.0 civarındadır. Dolayısıyla anlaşarak yükseltildiği ifade edilen oranlar, uygulanan oranların sırasıyla %5.7, %7.5 ve %7.3 üzerindedir. İhlalin yapıldığı bütün dönem boyunca, müşteriye uygulanan faiz oranından belirtilen oranda indirim yapılarak bir hesaplama yapılabilir. Ticari kredilerde de yukarıdaki üç rakamın ortalaması oranında bir indirime gidilebilir.

Başka bir yaklaşıma göre, bankaların rekabetin ihlal edildiği dönemde müşterilerine uyguladıkları oranlar piyasa oranları ile karşılaştırılabilir. Bu yaklaşımda

karşımıza üç durum çıkmaktadır. Banka fiyatının piyasa fiyatlarından düşük olması, banka fiyatının piyasa fiyatları ile eşit olması ve banka fiyatının piyasa fiyatlarından büyük olması. Müşteri fiyatları piyasa fiyatlarından küçük veya eşit ise müşterinin rekabetin ihlalden zarar görmediği sonucu çıkarılabilir. Ancak banka fiyatı piyasa fiyatından büyük ise müşterinin bundan zarar gördüğü kararı verilebilir. Ancak bu yaklaşımda da müşterinin piyasa araştırması yapma seçeneğinin olduğu, kredibilitesindeki sorundan dolayı fiyatının yüksek tutulmuş olabileceği hususu gündeme gelmektedir.

Yukarıdaki yaklaşımların ortalaması veya her ikisi hesaplanıp müşteri yararına olan seçeneğin uygulanması düşünülebilir. Rekabetin ihlali kararının kesinleşmesi durumunda 33 milyonu aşkın müşterinin bankalarla karşı karşıya bırakılması makul görünmemektedir. Üstelik karar kesinleşmemiş olmasına rağmen bazı müşteriler bankalara karşı açtıkları davaları kaybetmekte ve vekâlet ücreti ödemekle karşı karşıya kalmaktadır. Yeni mağduriyetler yaratmamak açısından, ilgili kamu otoriteleri, tüketici dernekleri, banka örgütleri ve düzenleyici otoritelerin bir araya gelerek ortak bir noktada buluşma arayışına girmelerinde yarar görülmektedir.

Kaynaklar

6098 Nolu Türk Borçlar Kanunu, 04.02.2011 Tarih, 27836 Sayılı Resmi Gazete.

Barth, J. R., Lin, C., Ma, Y., Seade, J., & Song, F. M. (2013). Do Bank Regulation, Supervision And Monitoring Enhance Or Impede Bank Efficiency? *Journal of Banking & Finance*, 37(8), 2879-2892. doi:10.1016/j.jbankfin.2013.04.030.

Cetorelli, N. (2001). Competition Among Banks: Good or Bad? *Economic Perspectives-Federal Reserve Bank of Chicago*, 25(2), 38-48.

Connor, J. M. (2014). Big Bad Banks: Bid Rigging and Multilateral Market Manipulation. Retrieved from *American Antitrust Institute Working Paper* No. 14-04.: <https://ssrn.com/abstract=2547682>.

Connor, J. M. (2016). International Cartel Stats: A Look at the Last 26 Years. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=2547682>.

Çelen, A. (2019). Anticompetitive Effects of the Banking Cartel in Turkish Loan Market. *Sosyoekonomi*, 27(40), 211-227.

Gaganis, C., & Pasiouras, F. (2013). Financial Supervision Regimes and Bank Efficiency: International Evidence. *Journal of Banking & Finance*, 37(12), 5463-5475. doi:10.1016/j.jbankfin.2013.04.026

González, T. A., Schmid, M., & Yermack, D. (2019). Does Price Fixing Benefit Corporate Managers? *Management Science*, 65(10), 4813-4840. doi:10.1287/mnsc.2018.3130

- Hasan, I., & Marinč, M. (2016). Should Competition Policy in Banking Be Amended During Crises? Lessons from the EU. *European Journal of Law and Economics*, 42(2), 295-324. doi:10.1007/s10657-013-9391-2
- Kale, S. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Aracılık Fonksiyonu. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA)*, 2(3), 209-220.
- Kara, İ. (2016). Bankaların Tüketicilerden Aldıkları Haksız Masraflar, Mevduat Faizi ve Kredi Faizinin İstirdadı ile Rekabet Kurulu Kararlarının Bu Alandaki Etkisi. Paper presented at the 6. *Tüketici Hukuku Kongresi*, 17-18-19 Kasım 2016, 12 Bankaya Karşı 3 Kat Tazminat Davası Oturumu Ses Çözümleri, İstanbul.
- Öcal, Ş. A., Kırkbeşoğlu, N., & Tokbaş, H. (2016). *Sorularla 12 Bankaya Karşı Üç Kat Tazminat Davası Rehberi*. İstanbul: Aristo Yayınevi.
- Paşaoğlu, Ö. (2016). Rekabet İhlallerinde Zararın Hesaplanması Yöntemleri. Paper presented at the *Rekabet Hukuku İhlallerinin Özel Hukuk Yansımaları Çalıştayı*, 28 Haziran 2016, İstanbul.
- Sanlı, K. C. (2016). Rekabet Hukukunun İhlal Edilmesinden Doğan Tazminat Davalarında Zarar Hesabı. Paper presented at the 6. *Tüketici Hukuku Kongresi*, 17-18-19 Kasım 2016, 12 Bankaya Karşı 3 Kat Tazminat Davası Oturumu Ses Çözümleri, İstanbul.
- Sahin, E. (2017). The Cartel of 12 Turkish Banks and Consumer Harm: What Happens Now. *European Competition Law Review*, 38(4), 180-186.
- Şahin, M. (2016). Rekabet Hukukunda Tüketici Zararları ve 3 Kat Tazminat Davası. Paper presented at the 6. *Tüketici Hukuku Kongresi*, 17-18-19 Kasım 2016, 12 Bankaya Karşı 3 Kat Tazminat Davası Oturumu Ses Çözümleri, İstanbul.
- Veljanovski, C. (2007). Cartel Fines in Europe—Law, Practice and Deterrence. *World Competition*, 30(1), 65-86.

LES MARQUES DE REPETION ET DE PROGRESSION DANS LES TEXTES DES ETUDIANTS DE FLE

Meltem Ercanlar¹

RESUME

À la base de l'élaboration d'un texte, il existe deux principes fondamentaux: la cohérence et la cohésion. Tandis que la cohésion concerne au niveau linguistique du texte (les marques de référence, les connecteurs et la ponctuation, etc.), la cohérence est liée à la représentation cognitive associée au texte. Pour les apprenants du Français langue étrangère, il est indispensable de produire de textes cohérents vers une communication écrite efficace. C'est pour cette raison que nous avons analysé les textes des étudiants au sein du cours « Production Ecrite 2 » afin d'analyser leurs difficultés à employer les marques de répétition et de progression et les connecteurs. Nous avons remarqué que la plupart des étudiants utilisent les marques de répétition et de progression et les connecteurs mais leurs textes sont incohérents et insuffisants. D'après les résultats de cette étude, on peut suggérer que les étudiants ont besoin d'enrichir leur compétence discursive.

Mots Clés: Cohérence, Cohésion, Progression, Répétition, Analyse Textuelle

FRANSIZCA YABANCI DİL ÖĞRENCİLERİNİN METİNLERİNDEKİ YİNELEME VE İLERLEME ÖGELERİNİN İZLERİ

ÖZ

Metin oluşturma temelinde iki temel ilke vardır: tutarlılık ve bağdaşıklık. Bağdaşıklık dil bilimsel boyutla (gönderme belirteçleri, bağlaçlar ve noktalama işaretleri, vb.) ilgiliden tutarlılık metinle ilişkilendirilen bilişsel temsil ile ilgilidir. Fransızca yabancı dil öğrencileri için tutarlı metinler üretilebilmek etkili bir yazılı iletişim için kaçınılmazdır. Bu nedenle bu çalışmada öğrencilerin yineleme ve ilerleme öğeleriyle birlikte bağlaçları kullanmada yaşadıkları zorlukları tespit etmek amacıyla « Yazılı Anlatım 2 » dersinde yazdıkları metinler incelenmiştir. İnceleme sonucunda öğrencilerin çoğunun yineleme ve ilerleme öğelerini kullandıkları fakat metinlerin yine de tutarlılık açısından yetersiz olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin söylesel becerilerini geliştirmesi gerektiği önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Tutarlılık, Bağdaşıklık, İlerleme, Yineleme, Metin Analizi

Introduction

On reconnaît généralement que savoir écrire ne consiste pas seulement à bien enchaîner des lettres les unes après les autres. Un texte n'est pas seulement un assemblage de mots, de phrases ou des paragraphes mais aussi un atout unanime ayant un sens qui se compose de plusieurs éléments. Comme l'indique Gagnon (2008), « un texte, c'est un casse-tête, dans lequel les pièces s'emboîtent les unes dans les autres. Dans un texte comme dans un casse-tête, chaque pièce (chaque énoncé) a sa raison d'être, et la présence de chacune ainsi que la façon qu'elle a de s'arrimer aux autres contribuent à en façonner l'image globale ». Dans l'élaboration d'un texte, on a accepté deux principes fondamentaux pour qu'un texte puisse être lisible et compréhensible: la cohérence et la cohésion. Les marques de cohésion jouent un rôle important au cours de la production textuelle. Elles « ont en effet dans un texte un rôle fonctionnel important puisqu'elles assurent les mises en

¹ Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fransız Dili ve Eğitimi ABD. meltemercanlar@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3175-9162.

Received/Geliş: 07/07/2019 Accepted/Kabul: 19/07/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Ercanlar, M. (2020), "Les Marques De Repetion Et De Progression Dans Les Textes Des Etudiants De Fle", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 226-238.

relations et participent ainsi à l'organisation des contenus linguistiques à transmettre » (Favart et Chanquoy, 2007, p. 51).

En même temps que la pratique structuraliste et l'analyse structural des textes, on a accepté unanimement la nécessité du contexte et de l'intégralité du texte. Pour qu'un texte ait un sens, qu'il réfère à quelques concepts (abstrait ou concret), les unités qui le composent ont les caractéristiques spécifiques qui sont étudiées dans le domaine de linguistique textuelle. La question de la cohérence n'est pas nouvelle dans ce domaine. L'intérêt pour cette question a déjà suscité beaucoup de débat. D'autant plus que dans les textes écrits par les apprenants d'une nouvelle langue, cela continue d'être un sujet problématique et difficile. Normalement, un enfant apprend très tôt les règles d'un échange verbal à l'aide de son milieu familial et de son environnement proche. Il sait déjà répondre aux règles de cohérence dans ses dialogues. Mais pour communiquer efficacement à l'écrit, il lui faudra les apprendre. Car les règles de la communication écrite ne sont pas accessibles en générale en dehors de l'école. Par ailleurs, transférer ces règles de la langue maternelle à la langue étrangère peut entraîner quelques difficultés. Parfois on voit que le scripteur (l'étudiant) peut avoir des difficultés à établir des liens entre les informations et qu'il produit des textes qui manquent d'unité et de logique. Dans ce cas, on peut parler de l'incohérence du texte. Pourtant pour une communication écrite efficace, les phrases doivent s'enchaîner entre elles, chacune des phrases doit être thématiquement cohérentes avec les autres et doivent aussi être pertinentes.

Dans le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECR) qui adopte l'approche actionnelle, on distingue les compétences générales et communicatives langagières. La compétence communicative langagière comprend trois composantes: compétences linguistiques, sociolinguistiques et pragmatique. Selon la compétence pragmatique, l'utilisateur/apprenant produit de petits textes ou des phrases qui s'emboîtent afin de « produire des ensemble cohérents ». Cette capacité est appelée la compétence discursive et elle recouvre les caractéristiques comme: « la connaissance de l'organisation des phrases et de leurs composantes ; la capacité à les maîtriser en termes de thème/rhème, d'information donnée/information nouvelle ; la capacité de gérer et de structurer le discours en termes d'organisation thématique, de cohérence et de cohésion, ... » (Conseil de l'Europe, 2001). Nous disions donc que la capacité de pouvoir produire des textes ou de petits textes cohérents est impérative pour une production écrite efficace et pour une communication proprement dite.

Les notions "*cohésion* et *cohérence*" sont souvent employées l'une à la place de l'autre. La distinction entre la cohérence et la cohésion est un sujet qui est discuté depuis longtemps. D'après Politis (cité par Can Toker, 2007, p. 61) « par *cohésion*, nous entendons le facteur textuel qui concerne la manière selon laquelle sont liées les composantes de surface d'un texte, c'est-à-dire la *syntaxe*, alors que par la *cohérence*, la manière selon laquelle les idées sont liées entre elles au sein du texte ». Alors que « la *cohésion* d'un texte se réalise à travers des facteurs comme la répétition, le parallélisme, la paraphrase, la référence, la substitution, l'ellipse et les conjonctions », la *cohérence* nous permet de saisir la logique du texte (ibid.). D'après Paret (2003), on préfère aujourd'hui éviter le terme de cohésion parce qu'on ne sait pas bien le délimiter. « Le terme de cohérence, dans son sens large, paraît donc plus approprié ». Quant à J.M. Adam (2006, p. 47), il indique que « tout texte est pris dans une tension entre *cohésion* (liée à la structure thématique, à la connexion et à la concaténation des thèmes successifs) et

progression ». Nous pouvons déduire que ces deux éléments (la cohésion et la progression) sont des composants qui assurent la cohérence du texte en général. Il en résulte que la notion de cohésion est une des unités qui assurent la cohérence du texte. Donc pour fonder la cohérence: il faut la continuité thématique, la progression, la cohésion, la gestion adéquate du temps, etc. Les linguistes et les chercheurs divers qui étudient la cohérence textuelle se focalisent sur les domaines variés. Alors que certains observent les marques de références et la progression, les autres étudient les connecteurs et la ponctuation. Selon Reboul (1998, p. 58), « la cohérence d'un discours dépend de la présence, dans ce discours, de marques linguistiques spécifiques ». Ces marques sont de quatre sortes: 1) les pronoms, les descriptions définies et des expressions qui réfèrent à un élément déjà désigné dans une phrase antérieure, 2) les ellipses, 3) les connecteurs pragmatiques et 4) les temps verbaux. »

Lorsqu'on observe les recherches effectuées sur ce sujet on voit qu'il existe plusieurs travaux réalisés en Turquie (Coşkun, 2011; Karadeniz, 2015; Keklik & Yılmaz, 2013; Özçelebi, 2008) et à la fois à l'étranger (Combettes, 1978; Favart et Chanquoy, 2007; Schnedecker, 1995). Dans ce travail, en admettant le caractère englobant du terme de cohérence, nous nous intéressons plutôt aux règles de répétitions, de progression et aux connecteurs qui assurent la cohérence du texte. Nous définirons les problèmes auxquels les étudiants comme les scripteurs sont confrontés dans leur démarche de construction d'un texte cohérent. Pour ce faire, nous avons utilisé les textes écrits par les étudiants du département du Français Langue Etrangère (FLE) de l'Université Anadolu au sein du cours « Production Ecrite 2 ». Nous avons collecté auprès des étudiants 30 textes narratifs écrits en français sur le sujet « des phobies ». Les participants sont informés des objectifs de recherche et doivent signer un formulaire de consentement volontaire. Les textes ont été analysés selon les critères d'utilisation des marques de répétition, de progression et des connecteurs.

Règle de répétition

Pour qu'un texte soit cohérent, il est indispensable qu'on trouve une continuité entre les phrases et les éléments qui se répètent d'une phrase à l'autre. Chaque texte possède un système de référence qui facilite la lisibilité. Comme l'indique Adam (2006, p. 86), « la continuité référentielle est assurée par des reprises d'éléments introduits en mémoire et ces reprises textuelles sont rendues possibles par certaines propriétés de la langue (...) ». Moirand (1990), propose deux systèmes de référence qu'on peut distinguer face à un texte: une référence externe qui « renvoie à l'univers décrits par le texte » et une référence interne au texte, « c'est-à-dire la reprise, au fil du déroulement verbal, d'un élément déjà représenté antérieurement ». Nous nous intéressons plutôt à cette dernière qui joue généralement deux rôles: anaphorique et cataphorique. Les anaphores sont des mots qui font références aux éléments déjà parlés dans un texte. Ces mots se désignent selon la position qu'ils prennent: on dit l'anaphore quand ils co-réfèrent avec un antécédent ; la cataphore quand ils co-réfèrent avec un précédent. Les cataphores sont aussi des mots anaphoriques. « Les relations sémantiques de co-référence sont dites **anaphoriques** dans la mesure où l'interprétation d'un signifiant dépend d'un autre présent dans le co-texte gauche (anaphore proprement dite) ou dans le co-texte droit (cataphore) » (Adam, 2006, p. 87). Comme l'indique Tesnière (1959 cité par Corblin, 1985), « ...les anaphoriques n'ont par eux-mêmes aucun sens tant qu'ils ne sont pas inclus dans une phrase. En

d'autres termes, les anaphoriques sont des mots vides sur le plan statique. Mais ils deviennent automatiquement pleins sur le plan dynamique ». Par exemple ; dans la phrase « j'aime mon père », l'anaphore « mon » ne désigne par lui-même personne, il prend le sens dans une phrase comme précédente.

Il est possible de voir les classifications diverses des anaphores ; elles peuvent être rencontrées sous des formes différentes. Selon Maillard (1974, p. 59), la plupart des « pronoms personnels » fonctionnent comme segmentaux et tous les adverbes anaphoriques sont des résomptifs » et les pronoms démonstratifs comme (celui-ci; celle-ci; ceux-ci) sont segmentaux ; « ce; ceci; cela; ça » sont résomptifs.

Dans quelques textes des étudiants, nous voyons l'utilisation d'anaphore résomptive. Prenons, par exemple, l'extrait suivant, l'étudiante utilise une cataphore « le » pour référer à « son problème » et « ça » pour référer à « la situation d'être très obsédée » comme une anaphore résomptive.

Ex.: « (...) Je dois accepter la vie est trop courte à penser toutes les petites choses. Comme vous pouvez le comprendre, mon problème est que je suis très obsédée et ça me rend penser beaucoup. (...) »

Adam (2006, p. 87) parle aussi d'anaphore fidèle et infidèle ; « l'anaphore est dite fidèle si le même lexème est repris, infidèle si ce n'est pas exactement le même lexème ». Il fait également une distinction entre anaphores pronominales, définies et démonstratives.

- **Anaphores pronominales:** on parle de ce type d'anaphore quand la reprise est faite par un pronom. Dans les textes des étudiants, nous rencontrons souvent ce type d'anaphore. Dans les extraits qui suivent, il est possible de voir l'utilisation des anaphores pronominales des étudiants. Dans l'exemple 1, nous voyons qu'ils utilisent souvent le pronom « ils » et « les » pour référer aux oiseaux et une fois le pronom « me » pour référer à « je »:

Ex.: « J'ai une phobie sur les oiseaux. Quand je les vois je ne sais pas ce que je vais faire. J'ai peur surtout qu'ils commencent à voler ensemble. Je pense que s'ils peuvent voler, ils peuvent faire la plupart des choses qui peuvent me blesser et d'autres personnes (...) »

Ex.: « J'ai une peur bleue des serpents. Je les déteste et aussi, j'ai une phobie des mascottes. Ils ont les yeux terribles. J'ai peur des mascottes plus que des serpents. Car il y a quelque chose dont j'ai plus peur. Ils ont une grosse tête. »

Ces anaphores pronominales sont acceptées comme fidèles car elles n'indiquent aucune nouvelle propriété de l'objet.

- **Anaphore définies:** « l'anaphore définie apparait généralement dans des enchaînements de type: introduction d'un référent sous forme indéfinie puis reprise lexicale identique: un bébé < le bébé, ou presque identique: un petit garçon < le garçonnet » (ibid. 90). Dans les travaux des étudiants, on distingue parfois l'utilisation des anaphores définies. Dans l'exemple suivant, le scripteur d'abord parle des phobies en général et après il identifie ses phobies en utilisant l'article défini « la (phobie) » et un hyponyme « l'acrophobie ». dans ce cas, on peut parler d'anaphore définie infidèle:

Ex. « (...) Chaque personne a plus d'une phobie, en général. Moi aussi, j'ai plus d'une phobie. J'ai la phobie sociale, la phobie des rats, l'acrophobie et la phobie de conduire (...) »

- **Anaphores démonstratives:** l'anaphore démonstrative signale certes l'identification, la mise en rapport avec un segment mis en mémoire auparavant, mais elle le fait en opérant une reclassification de l'objet du discours. Ce type d'anaphore est le moins rencontré dans les textes des étudiants. On voit souvent dans ces textes qu'ils n'utilisent pas d'anaphore démonstrative quand elle est nécessaire. Alors que l'utilisation d'anaphore démonstrative facilite la lisibilité du texte, le manque d'utilisation perturbe la cohérence. Dans les extraits suivants, on voit une seule reprise d'anaphore démonstrative « *cette phobie* » et « *ces blagues* » dans chaque texte.

Ex. « (...) dans ce texte je vais vous parler de mes phobies. Premièrement, j'ai acrophobie qui est la phobie de la hauteur. J'ai réalisé ma phobie dans notre balcon et il était très étrange. Parce que je n'avais pas cette phobie avant et je n'ai pas la réalisé (...) »

Ex. « (...) un jour, ma tente est divorcée et on a commencé à habiter avec elle et mes cousins, mon grand cousin, il s'appelle Caner, il aimait faire une blagues mais ces blagues étaient terribles (...). »

La gestion des expressions référentielles par le scripteur (l'étudiant) peut être un défi que l'on doit relever. Le lecteur de son texte doit être en mesure d'identifier aisément et sans ambiguïté ce à quoi fait référence ces expressions. Comme l'indique Gagnon (2008), on peut parler de quelques difficultés courantes à éviter: les ambiguïtés référentielles, les absences de référent, les incomplétudes, les inadéquations ou incompatibilités sémantiques, les inadéquations grammaticales, etc. Nous donnerons quelques exemples suivants tirés de notre corpus:

Ex. « Je ne peux pas croire pourquoi quelqu'un est effrayé de pigeons. C'est absurde. Ils sont les animaux les plus inoffensifs du monde. Peut-être, elle doit acheter un petit oiseau dans une cage. La plupart d'oiseaux ne la mordront pas.

J'ai une idée ! Elle doit aller au zoo. Il y a un genre différent d'oiseaux. Elle réalisera que ces oiseaux sont beaux et impossible à nuire à quelqu'un. Elle peut lire des infos aux oiseaux dans le zoo. Elle peut demander des questions sur oiseaux. (...) »

Dans ce texte ci-dessus, on distingue l'absence de référent ; quand il parle des oiseaux, soudain l'étudiant commence à utiliser le pronom « *elle* » dans la quatrième phrase. On ne peut pas comprendre à qui réfère cet « *elle* ». Il continue à l'utiliser jusqu'à la fin du texte. Par ailleurs, il répète le nom « *oiseaux* » plusieurs fois vers la fin du texte tandis qu'au début, il utilise les hyperonymes « *pigeons, animaux, oiseaux* ». Or il devrait utiliser des reprises et de différentes catégories d'anaphores pour assurer la cohérence du texte. Ces répétitions excessives perturbent la lisibilité.

Dans l'exemple suivant, nous voyons également que l'étudiant répète plusieurs fois le mot « *ascenseur* » au lieu d'utiliser des mots de reprises. La répétition successive

du même mot perturbe la cohérence du texte. À cause de cette répétition le texte ne progresse pas:

Ex. « Secondement, j'ai habitude ne pas prendre l'ascenseur. Car, quand j'étais enfant, j'avais bloqué dans l'ascenseur. Je ne pouvais pas prendre l'ascenseur depuis 2 ans. Pour surmonter ma peur, j'avais dû de prendre l'ascenseur. Maintenant, je peux prendre l'ascenseur et j'ai surmonté ma peur (...) ».

Dans un autre exemple qui suit, on voit aussi une ambiguïté référentielle. Le scripteur parle d'un blog tout au début du texte mais il n'explique pas quel blog. Et il utilise le pronom « le mien » mais on ne peut pas comprendre exactement à quoi se réfère ce pronom: la peur du scripteur probablement mais il s'agit d'une utilisation erronée. Il utilise la forme masculine « le mien » au lieu de celle du féminin « la mienne ».

Ex. « J'ai appris ce blog de mon amie et elle m'a dit que votre aide l'a fait lâcher ses peurs qui étaient inutiles. J'espère que je puisse résoudre le mien, mais tout d'abord ; je dois accepter que la vie est trop courte à penser toutes les petites choses. (...) »

Dans les exemples que nous avons cités jusqu'ici, nous observons que l'anaphore joue un rôle signifiant dans la narration pour assurer la cohérence. En effet, les relations des éléments référentiels (anaphorique/cataphorique) assurent la cohérence du texte en permettant un enchaînement linéaire. Le lien co-référentiel est indispensable pour la dynamique du texte mais il faut également une progression pour que le texte ne tourne pas en rond.

La règle de progression

Un texte doit faire progresser le lecteur afin de lui permettre une bonne lecture. Chaque texte doit comporter dans son développement de nouvelles informations pour assurer la continuité, la *progression thématique* du texte. Comme l'indique Moirand (1990, p. 49), « un texte qui ne relie pas ce qui est nouveau à ce qui est connu (c'est-à-dire « posé », déjà « mentionné ») au fur et à mesure de sa progression, perd de sa cohésion et devient incompréhensible pour l'autre ». Cette répétition et progression seront analysées autour des concepts du « *thème* » et du « *rhème* ».

Le thème est défini comme « le connu ou le support de l'information que je veux transmettre ; mon interlocuteur repère ainsi ce dont je vais parler » alors que le rhème est « une information nouvelle dans mon texte (...) et je peux également apporter d'autres informations » (ibid. 46). Dans un texte, comme souligne Gagnon (2008), « chaque information nouvelle prend appui sur celles qui l'entourent et s'accroche solidement à elles ». Comme explique brièvement Combette (1978, p. 95), « le thème contient d'ordinaire des éléments connus du locuteur, ou posés comme connus et acceptés, alors que le rhème porte des renseignements nouveaux ». Comme le montre la figure 1., il propose un test composant de questions/réponses qui permet d'analyser la répartition du thème et du rhème dans chacun des énoncés:

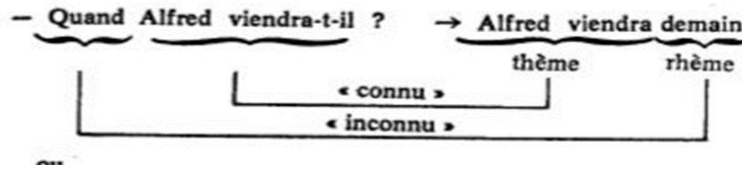


Figure 1. La Répartition du thème et du rhème

Alors que le thème assure la continuité de la compréhension du sens global du texte, le rhème fait avancer le texte. Lundquist (1983, p. 45) appelle le thème « le référent » auquel l'auteur réfère, le rhème comme ce que l'on dit à propos du thème. Thème et rhème peuvent être relevés au niveau du texte et à la fois au niveau de la phrase. La progression du texte n'implique pas une forme fixe, figée ou immuable. On peut distinguer trois grands types de progressions thématiques;

- a. **Progression à thème constant:** elle reprend le même élément comme thème, seuls les rhèmes sont différents d'une phrase à l'autre.

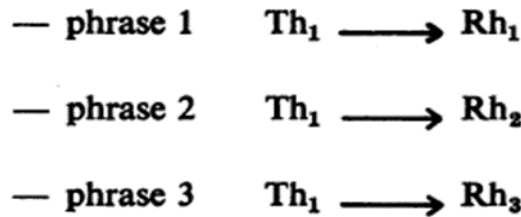


Figure 2. Progression à Thème Constant

Dans les textes des étudiants, on distingue souvent ce type de progression. Prenons, par exemple, l'extrait suivant:

Ex. « J'ai une phobie des abeilles. Elles sont terrifiantes. Elles peuvent voler partout et elles ont pique. Il y a 4 ans je marchais sur le parc et il y avait un nid d'abeilles. J'ai regardé en arrière et les abeilles venaient à moi. Elles m'ont poursuivie près de 200 mètres. (...) »

La structure de progression de cet extrait est comme suivant:

Ph1 :	th1 : je	rh1 :	une phobie des abeilles
Ph2 :	th2 : elles	rh2 :	sont terrifiantes.
Ph3 :	th2 : elles	rh3 :	peuvent voler partout
Ph4 :	th2 : elles	rh4 :	ont pique

Dans un autre exemple, on voit également la progression à thème constant ; le scripteur utilise le pronom « je » pour le thème et il ajoute des nouvelles informations à propos de ce thème :

Ex. « *Quand j'étais petite (Th1), j'(Th1) avais une grande chambre (rh1) et je (th1) ne pouvais pas dormir ce temps-là (rh2) parce que j' (th1) avais peur d'être seule (rh3). C'est pour cette raison que je (th1) pouvais dormir comme allumée l'électricité (avec une lampe)(rh4) ou je(th1)m'endormais en regardant la TV (rh5) parce que j'(th1)entendais beaucoup de voix(rh6)(...) »*

b. Progression par thématization linéaire: le rhème antérieur devient le thème de la partie du texte qui suit:

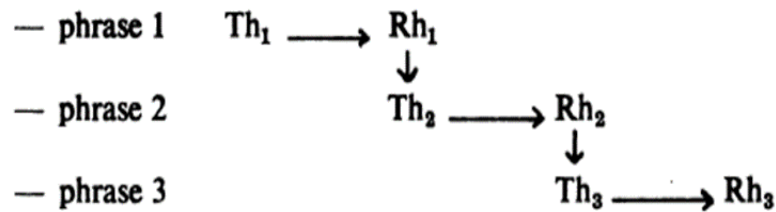


Figure 3. Progression par Thématization Linéaire

Dans les textes des étudiants, on rencontre souvent ce type de progression. Ils utilisent généralement en même temps une progression linéaire et une progression à thème constant. Regardons les exemples en détail:

Ex. « *J'ai une peur comme tout le monde. La mienne est l'araignée. Ce qui me dérange, c'est sa marche avec ses sept jambes rapidement. Quand je la vois à la maison, je ne peux pas la toucher, je mets un verre sur l'araignée pour qu'elle ne puisse pas s'enfuir. Puis, je la regarde jusqu'à ce que mon père ou ma mère vienne à la maison. Puis l'un de deux la prend et finalement je dors heureusement.* »

La structure de progression de cet extrait comme suivant:

Ph1 : th1 : je	rh1 : avoir une peur
Ph2 : th2 : la mienne (la peur)	rh2 : est l'araignée
Ph3 : th3 : ce qui me dérange	rh3 : sa marche avec ses sept jambes rapidement
Ph4 : th1 : quand je la vois à la maison	rh4 : je ne peux pas la ...pas s'enfuir.

Le texte commence par une progression linéaire ; le rhème de la première phrase (avoir une peur) devient le thème de la deuxième phrase (la mienne). On voit dans ce

texte aussi l'utilisation fréquente des éléments de reprises ; pour référer à « la peur », il utilise le pronom « la mienne », pour « l'araignée » « sa marche, ses sept jambes, la, elle ». Alors que tous ces éléments de co-référence assurent la continuité, les nouvelles informations posées font progresser le texte.

Dans l'exemple suivant, on voit l'emploi d'une progression linéaire:

Ex. « *Quand j'étais enfant, je n'avais aucune phobie, la vie était plus facile pendant mon enfance, car je ne savais pas la peur. Un jour, ma tante est divorcée et on a commencé à habiter avec elle et mes cousins. Mon grand cousin, il s'appelle Caner, il aimait faire une blagues. Mais ces blagues étaient terribles. Il collectait des insectes dans le jardin pour me faire effrayé (...)* »

A partir de la deuxième phrase, on voit une progression linéaire: le rhème de cette phrase « (...) habiter avec elle et mes cousins » devient le thème de la phrase suivante « mon grand cousin, il ». Après, ce thème « il » se répète dans la phrase suivante « il aimait faire une blagues ». Le rhème de cette phrase « une (des) blagues » devient cette fois-ci le thème de la phrase qui suit « ces blagues ». Donc, dans cet extrait, il s'agit d'un emploi de progression linéaire et à thème constant en même temps.

- c. **Progression à thème éclaté/dérivé:** les différents thèmes qui apparaissent dans le texte font référence à un hyperthème qui est annoncé initialement:

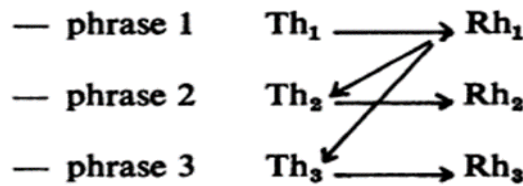


Figure 4. Progression à Thème Eclaté

Dans les textes des étudiants, on rencontre un seul exemple de ce type de progression. Dans l'extrait suivant, le scripteur d'abord annonce qu'il va parler de ces phobies et après il liste ces phobies: acrophobie et nosocoméphobie.

Ex. « (...) dans ce texte, je vais vous parler de **mes phobies**. Premièrement, j'ai **acrophobie** qui est la phobie de l'hauteur. (...). Et finalement j'ai **nosocoméphobie** qui est la phobie des hôpitaux. (...) »

Le processus de progression est souvent en peu complexe. Car comme l'indique Moirand (1990, p. 49), « il y a des progressions avec des thèmes qui se rejoignent, dont certains disparaissent et parfois reviennent, se croisent et s'entrecroisent. (...) L'important est de retenir qu'un texte se doit de progresser, c'est-à-dire d'apporter de nouvelles informations ou des propos nouveaux ». Sinon, le texte perd de sa cohérence et devient incompréhensible.

Pour assurer la cohérence d'un texte, l'utilisation des mots de reprises et les éléments de la progression ne suffisent pas. Même si le scripteur avance des idées variées en référant à d'autres, on a besoin souvent des mots qui peuvent mettre en relation ces faits différents: ce sont les connecteurs.

Les Connecteurs

Un autre moyen pour construire la cohérence d'un texte est l'utilisation de connecteurs. Dans la maintenance de la cohésion d'un texte, les connecteurs jouent un rôle très important. Moirand (1990, p. 51) définit les connecteurs comme « les mots dont la fonction est de relier une phrase à une autre, un paragraphe à un autre, mais aussi d'indiquer, par là même, quel type de relation sémantico-logique est impliqué ». Lors de la rédaction d'un texte, un changement d'aspect ou de thème requière généralement l'emploi d'un connecteur. Cela facilite l'interprétation du texte et de lier les idées antérieures avec les nouvelles. L'emploi correct des connecteurs rend plus lisible les textes et permet d'éviter les erreurs d'interprétation. Mais souvent, nous voyons que l'utilisation des connecteurs par les étudiants pose problème ; ils utilisent rarement ou inadéquatement les connecteurs.

Dans notre corpus, nous avons vu que les textes des étudiants contiennent divers connecteurs comme:

- Enumératif: d'abord, premièrement, deuxièmement, finalement.
- Explicatif: car, c'est-à-dire.
- Illustratif: par exemple.
- Adversatif: mais.
- Causatif/consécutif/conclusif: c'est pourquoi, donc, ainsi, en effet, aussi, c'est pour cette raison que, parce que.
- Temporel: d'abord, puis, après, enfin.

Les connecteurs les plus utilisés par les étudiants sont « mais, parce que, et, puis ». Cependant, quelques-uns de leurs textes manquent des connecteurs nécessaires. Dans le texte qui suit, il s'agit d'une rupture entre le premier paragraphe et le deuxième ; il manque d'un élément transitoire comme « par ailleurs, de plus, aussi, etc. »

Ex. « J'ai une peur bleue des serpents. Je les déteste et aussi, j'ai une phobie des mascottes. Ils ont les yeux terribles. J'ai peur des mascottes plus que des serpents. Car il y a quelque chose dont j'ai plus peur. Ils ont une grosse tête.

J'ai peur des ascenseurs, donc j'ai peur de rester dans l'ascenseur longtemps. C'est pourquoi, je pense que j'ai un peu claustrophobe. Il y a aussi des personnes qui vivent cette phobie dans une situation difficile. (...) »

Dans un autre exemple, il existe un problème de continuité. Il semble que les phrases se juxtaposent les unes après les autres sans aucun élément de reprise ou de connexion. C'est à cause du manque d'éléments de co-référence et aussi de connecteurs.

Ex. « Est-ce que vous avez peur de l'obscurité et de la claustrophobie ? Oui, j'ai peur de l'obscurité et j'ai peur de la claustrophobie. J'ai regardé beaucoup de films d'horreur. C'est la vraie phobie. Je crève de trouille ! C'est très absurde parce que je n'ai pas peur

des araignées. Ne riez pas ! Les araignées sont très petites. La plus effrayante est la solitude. Je ne veux pas être seule. Tout est temporaire mais la solitude est permanente. »

Conclusion

On sait désormais que la cohérence d'un texte dépend de plusieurs facteurs interalliés. Dans cette étude, on a essayé d'analyser les trois d'entre elles: la règle de continuité (les éléments de co-référence), la règle de progression (la progression thématique) et l'emploi des connecteurs. À partir des textes écrits des étudiants, nous avons révélé quelques points qui nous semblent assez remarquables:

- La cohérence ne constitue pas un problème majeur dans les textes des étudiants mais pourtant il est primordial de renforcer la cohérence et la cohésion dans leurs textes. Nous voyons que la plupart d'entre eux s'efforcent d'employer dans leurs textes des marques de cohésion et de cohérence ; ils utilisent les connecteurs, les reprises, les éléments de co-référence, etc. Néanmoins, il y a des textes incohérents et textuellement insuffisants.
- Nous avons remarqué que les étudiants utilisent plutôt les anaphores pronominales. Les anaphores définies et démonstratives peinent à trouver une place dans leurs textes. Par ailleurs, l'utilisation de celles-ci peut parfois poser des problèmes ; ils peuvent les utiliser inadéquatement.
- Un autre point que nous avons observé est que la progression et la continuité thématique des textes est assez uniforme. Leurs textes progressent généralement autour du même thème, c'est-à-dire d'un thème constant ou parfois linéaire. Ils répètent souvent les mêmes informations. Seulement quelques 'un d'entre eux peuvent constituer un texte complètement pertinent et cohérent.
- Les connecteurs qu'ils utilisent sont assez riches ; mais généralement ils utilisent les mêmes connecteurs comme « et, mais, parce que, puis ». Dans certains textes, nous voyons des ruptures et le manque de connecteur ; les phrases sont détachées.

On a déjà cité qu'il existe plusieurs facteurs qui influencent la cohérence d'un texte. Pour l'enseignement de la production d'un texte cohérent et lisible, on doit définir tous ces facteurs et déterminer la place qu'ils occupent dans la gestion globale de la cohérence textuelle. Après avoir observé les productions des étudiants, nous pouvons proposer quelques consignes qui sont destinées à faire acquérir des savoirs et des compétences textuelles nécessaires aux étudiants. La linguistique et l'analyse textuelle favorisent chez les apprenants le développement de la capacité de la compréhension écrite et orale et aussi la production écrite et orale (Korkut, 2015). Savoir reconnaître les différents types de textes et les analyser permet à l'apprenant à mieux comprendre ce qu'il lit et ce qu'il entend. Avoir conscience des éléments de cohésion et de cohérence assure le suivi de la continuité du texte et donc, la production d'un texte cohérent et lisible. Sans savoir analyser et comprendre un texte, il est difficile de produire un texte compréhensible. Donc, il est indispensable pour les apprenants d'une langue étrangère les études sur les traits textuels comme les marques de cohésion et de cohérence. Comme propose Özçelebi (2008), il est nécessaire d'« apprendre / enseigner à travailler sur les

types de progression thématique, particulièrement sur les diverses reprises anaphoriques, les connecteurs spatio-temporels et logiques, et par conséquent, à (re)construire la cohésion d'un texte/discours ».

Afin d'enrichir l'emploi des éléments de reprises, de progression et des connecteurs, les étudiants doivent être encouragés. Cela peut être réalisé en se basant d'abord sur l'analyse des textes écrits. Il est possible de demander aux étudiants premièrement de trouver dans un texte des éléments de reprises et le schéma de progression et après, d'écrire un texte en changeant ces éléments. Il faut inciter l'utilisation de divers connecteurs et différents mots de reprises pour enrichir leurs textes. Ils doivent prendre conscience de la règle de progression et des types de progression thématique pour que leurs textes ne tournent pas en rond. Mener ce type d'activité permet de sensibiliser les étudiants à l'analyse textuelle et leur faire comprendre la nécessité d'employer ces éléments textuels. Et finalement, les enseignants également doivent enrichir et varier leurs activités de lecture et d'écriture et créer un échange plus actif avec les apprenants. Il ne faut pas oublier que lire et écrire sont des actes intimement liés, donc pour faire acquérir aux apprenants la compétence à écrire des textes cohérents, il est recommandé de commencer par la lecture et l'analyse de différents types de textes authentiques.

Bibliographie

- Abdülkerim, K. (2015). Metin dil bilimi temelli metin çözümlemesinin bağdaşıklık araçlarını kullanma ve tutarlı metin oluşturma becerilerine etkisi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 1-17.
- Adam, J. M. (2006). *La Linguistique Textuelle: Introduction à l'analyse textuelle des discours*. Paris: Armand Colin.
- Combettes, B. (1978). Thématization et progression thématique dans les récits d'enfants. *Langue Française*, 38, 74-86.
- Conseil de l'Europe (2001). *Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues: Apprendre, Enseigner, Evaluer [CECR]*, Paris: Didier.
- Coşkun, E. (2011). Türk ve göçmen öğrencilerin yazılı anlatımlarında metin bağdaşıklığı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(2), 881-899.
- Favart, M. & Chanquoy, L. (2007). Les marques de cohésion comme outils privilégiés de la textualisation: une comparaison entre élèves de CM2 et adultes experts, *Langue française*, 3(155), 51-68. Consulté le 1 Mars 2017 à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-langue-francaise-2007-3-page-51.htm>.
- Gagnon, O. (2008). La cohérence du texte: mieux la définir pour mieux la maîtriser, l'enseigner, l'évaluer. Dans D. Alamargot, J. Bouchand, E. Lambert, V. Millogo, & C. Beaudet (Eds.), *Proceedings of the International Conference « de la France*

au Québec: l'Écriture dans tous ses états », Poitiers, France. Consulté le 2 Janvier 2017 à l'adresse <http://www.ecritfrancequebec2008.org>.

Keklik, S. & Yılmaz, Ö. (2013). 11. Sınıf öğrencilerine ait öyküleyici metinlerin bağdaşıklık ve tutarlılık açısından incelenmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 139-157.

Korkut, E. (2015). Metin Dilbilim ve Dil Öğretimi. Dans E. Korkut & İ. Onursal Ayırır (Ed.), *Dil Bilimleri ve Dil Öğretimi*, Ankara: Seçkin.

Lindquist, L. (1983). *L'Analyse textuelle: méthode, exercices*. Paris: CEDIC.

Maillard, M. (1974). Essai de typologie des substituts diaphoriques [Supports d'une anaphore et/ou d'une cataphore]. dans *Langue française*, 21. Communication et analyse syntaxique, 55-71. Consulté le 8 April 2017 à l'adresse http://www.persee.fr/doc/lfr_0023-8368_1974_num_21_1_5665.

Moirand, S. (1990). *Une Grammaire des Textes et des Dialogues*. Paris: Hachette.

Özçelebi, H. (2008). Grammaire textuelle et analyse du discours: Méthodes de lecture pour les textes non littéraires dans l'enseignement du FLE. Thèse de doctorat non publié. Université Hacettepe, Ankara.

Paret, M. C. (2003). La « Grammaire » textuelle. *Québec Français*, 128, hiver, 48-50.

Reboul, A. & Moeschler, J. (1998). *Pragmaticque du discours*. Paris: Armand Colin.

Schnedecker, C. (1995). Besoins didactiques en matière de cohésion textuelle: les problèmes de continuité référentielle. *Pratiques*, 85, 3-25.

Tokel, C.F.C. (2007). De la compréhension écrite à l'expression écrite dans l'enseignement du FLE. Thèse de maîtrise non publié, Université de Hacettepe, Ankara.

OSMANLI İMPARATORLUĞUNDAN GÜNÜMÜZE BÜTÇE HAKKININ GELİŞİM SÜRECİ

Zuhal ERGEN¹
Burcu DURAK OLDAÇ²

ÖZ

Parlamente sistemlerin gelişim süreciyle birlikte halkın mali konular hakkında söz sahibi olması şeklinde tanımlanan bütçe hakkı, yaklaşık 800 yıllık bir demokrasi mücadelesi neticesinde elde edilmiştir. Bütçe hakkına ilişkin ilk kıvılcım İngiltere’de ateşlenmiş ve ardından diğer ülkelere yayılmıştır. İngiltere’de yönetim ve millet arasındaki mücadele neticesinde imzalanan ilk yazılı belge Magna Carta’dır. Ülkemizde ise bütçe hakkının gelişimi cumhuriyet öncesi dönemde batıdaki aksine halk iradesini kabul ettirme çabaları sonucunda değil yenilikçi devlet adamlarının girişimleri neticesinde yaşanmıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra ise gerek çıkarılan anayasalarda gerekse kanunlarda bütçeye ve bütçe hakkına dair kesin ve net hükümlere yer verilmiştir. Bu çalışmada bütçe ve bütçe hakkı kavramlarına yer verildikten sonra ülkemizde bütçe hakkının gelişim süreci hakkında bilgi verilip, çıkarılan anayasalar ve kanunlar çerçevesinde ne gibi düzenlemeler yapıldığı açıklanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bütçe, Denetim, Osmanlı İmparatorluğu, Bütçe Hakkı, Türkiye Cumhuriyeti

DEVELOPMENT PROCESS OF BUDGET RIGHT FROM THE OTTOMAN EMPIRE TO PRESENT

ABSTRACT

With the development of parliamentary systems, budget right, defined as the public having a say about financial issues, has been obtained as a result of the struggle for democracy for nearly 800 years. The first spark on the right to budget was fired in the UK and then spread to other countries. The first written document signed in Britain as a result of the struggle between the administration and the nation is Magna Carta. In our country, the development of the budget right was not a result of the efforts of the people to accept the will of the people in the pre-republic period, as a result of the initiatives of innovative statesmen. After the proclamation of the Republic, both the constitutions and the laws issued included definite and clear provisions on the budget and the right to budget.

In this study, after giving place to the concepts of budget and budget right, we will give information about the development process of the budget right in our country and try to explain what kind of regulations are made within the framework of the constitutions and laws.

Keywords: Budget, Budget Right, Auditing, Ottoman Empire, Turkey Republic

1. Giriş

Tarihi çok eskilere dayanan denetim kavramı, insanın çevresindekiler üzerine hakimiyet kurma güdüsüyle ortaya çıkmış ve insanların topluluk halinde yaşamaya başlaması ile

¹Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, zergen@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7064-9046

²Arş. Gör. Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, burcu.durak@deu.edu.tr, ORCID:0000-0001-8711-7057

Received/Geliş: 03/10/2019 Accepted/Kabul: 13/07/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale

Cite as/Alıntı: Ergen, Z., Durak Oldaç, B. (2020), “Osmanlı İmparatorluğundan Günümüze Bütçe Hakkının Gelişim Süreci”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 239-253.

vazgeçilemez bir olgu olmuştur. Geçmişten günümüze gelinceye kadar siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel sahada yaşanan gelişmeler ışığında denetim kavramına da farklı anlamlar yüklenmiş, demokratik yönetim şekillerinin ortaya çıkması ile birlikte denetim kavramı günümüzdeki anlamını karşılamaya başlamıştır.

Tarihi milattan önceye dayanan denetim kavramının günümüzde kamu kesimi üzerinde kullanımı, “bütçe” olarak adlandırılan mali araç vasıtasıyla. En genel ifade ile bütçe, belirli bir dönemdeki gelir ve gider tahminleri ile bunların uygulanmasına ilişkin hususları gösteren ve usulüne uygun olarak yürürlüğe konulan belgedir. Önemli bir denetim aracı olarak kullanılan bütçeler sayesinde parlamento, yürütme erkininin yaptığı faaliyetleri kontrol edebilmektedir.

Uzun mücadeleler neticesinde bütçe bir hak olarak kabul edilmiştir. Bütçe hakkı, vergi ve benzeri kamu gelirleri ile kamu giderlerinin tutar ve bileşimini belirleme yetkisi şeklinde tanımlanabilir. Bütçe hakkı, parlamenter yönetim modelinin ortaya çıkması ile kamu gelir ve harcamalarını kullanan yürütme organının halkın temsilcileri olan parlamento tarafından denetlenme gereksiniminin sonucudur.

2. Bütçe Kavramı

Kökeni Latince “bulga” olan kelimeye dayanan, İngilizcede budget kelimesine karşılık gelen bütçe kavramı, Latince de para torbası, deri çanta, çekmece, kamu cüzdanı gibi anlamları ifade etmektedir (Tügen, 2013, s. 1). İngiltere’de bütçe görüşmelerinin yapılacağı zaman Maliye Bakanının gerekli belge ve dokümanları deri bir çanta içinde meclise getirdiği ve bütçe tartışmalarının bu çantanın açılması ile başlatıldığı bilinmektedir (Mutluer, vd. 2011, s. 7). Bu yüzden parlamentonun, devletin masraflarını görüşmek üzere yapacağı özel toplantıya deri çantanın açılacağı toplantı anlamına gelen “opening of the budget cession” adı verilmiştir. Zamanla Bougette, budget halini almış, budget ise çantalıktan çıkarak bütçeyi ifade etmeye başlamıştır (Gürsoy, 1980, s. 1) Şu an bile İngiltere’de bütçe görüşmelerinin başlaması esnasında Maliye Bakanının yaptığı bütçeyi takdim konuşmasına “opening the budget” denilmektedir (Mutluer, vd. 2011, s. 7).

Kamu bütçesinin taşıdığı siyasi, mali, iktisadi ve hukuki niteliklerinden dolayı tanımı konusunda henüz bir birlik sağlanamamış ve çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Türk Dil Kurumu bütçeyi, “devlet ve öteki kuruluş veya toplulukların belirli bir dönem içindeki gelir ve giderlerinin oranlama niceliklerini önceden belirleyen, onaylayan ve bu işlemlerin yapılmasına izin veren kanun veya karar” şeklinde ifade etmiştir (TDK, 2017) Dünya genelinde yapılan tanımlamalara baktığımızda Fransız maliyeci Allix’e göre bütçe; “devletin belli bir süre içindeki gelir ve harcamalarını tahmini olarak belirleyen, gelirlerin toplanmasına harcamaların yapılmasına izin veren bir tasarruftur.” Bir başka Fransız maliyeci Rene Stourm’e göre bütçe, “ kamu gelir ve masraflarının mali yıl girmeden önce yapılan tahminleri ile bu tahminlerin tasvip edildiğini belirleyen bir parlamento tasarrufudur”. Paul Lorey-Bealieu’a göre bütçe “gelecekteki belirli bir döneme ilişkin olarak, devletin veya başka bir kurumun gelir ve gider tahminlerinin ne olacağını saptayıp, biçimi, niteliği belli cetveller haline getirilmesi, ardından gelirlerin toplanıp masrafların yapılması için yetkili makamlara bunların tasdik ettirilmesi ile ortaya çıkan mali dokümana verilen ad” şeklinde tanımlamıştır (Edizdoğan, 1995, s. 4). Mutluer-Öner-Kesik bütçeyi; “merkezi yönetime dahil kuruluşların belirli bir dönem

çindeki gelir ve gider tahminleri ile bunların uygulanma esaslarını gösteren belge” olarak tanımlanmıştır (Mutluer, vd. 2011, s. 8). Edizdoğan’a göre bütçe ise; “ulusal ihtiyaçları karşılayan bir yönetim planı, iktisadi politikanın bir aracı, hükümetin kamu fonlarını nasıl kullanacağına dair yasama organına ve millete sunduğu mali bir rapor, önerileri eyleme dönüştürecek yasama kararlarının alınması için bir istek, ulusal hedefleri ve onlara ilişkin verileri incelemek için bir araya getirilen bir belge ve hükümet programlarının daha verimli ve etkin bir şekilde icrasını mümkün kılan bir araçtır” (Edizdoğan, 1995, s. 6).

Ülkemizde kamu mali yönetimi alanında çıkarılan kanunlar kapsamında bütçenin tanımına bakacak olursak 1927 yılında yürürlüğe giren ve 2003 yılına kadar yaklaşık seksen yıl uygulamada kalan 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu bütçeyi “*devlet daire ve müesseselerinin yıllık gelir ve gider işlemlerini gösteren ve bunların yürütülüp uygulanmasına izin veren bir kanun*” şeklinde tanımlamıştır (Muhasebe-i Umumiye Kanunu, 1927, Madde 5). Bu tanımlamaya göre bütçe, yürütme organına gelirlerin toplanması konusunda yetki, giderlerin yapılması konusunda izin veren bir kanundur. 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa göre bütçe, “*belirli bir dönemdeki gelir ve gider tahminleri ile bunların uygulanmasına ilişkin hususları gösteren ve usulüne uygun olarak yürürlüğe konulan belge*” biçiminde tanımlanmıştır (KMYKK, 2003, Madde 2).

Bütçe için yapılan değişik tanımlamalardan yola çıkarak bütçenin özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz;

- Bütçe hükümetin gelirleri toplamasına izin, harcamaları yapmasına yetki veren bir yasadır.
- Bütçe, gelecek bir yılda devletin gelir ve gider öngörülerini gösteren bir dokümandır.
- Bütçe, hükümetin gelecek bir yılla ilişkili olarak uygulayacağı politikayı gösteren bir belgedir.
- Bütçe, devletin sosyal, siyasi, iktisadi ve mali araçlarını uygulamada kullandığı maliye politikası aracıdır.
- Bütçe, hükümetin yapmakla mükellef olduğu fonksiyonlarını icra edebilmesi için hazırlanan bir finansman cetvelidir.
- Bütçe, devletin bir yıl içinde yapacağı hizmetleri listeleyen ve belirli bir takvime göre yürürlüğe koyduğu bir belgedir.
- Bütçe, kamu mali işlemlerinin ayrıntılı ve şeffaf bir biçimde görünmesini sağlayan bir dokümandır (Orhaner, 2007, s. 34).

3. Bütçe Hakkı ve Tarihsel Gelişimi

Mutlak monarşiden demokrasiye geçişin anahtarı olan bütçe hakkı, hükümet erkinin bütçeyi kanun hükümleri ve öngörölmüş kurallar çerçevesinde kullanıp kullanmadığının milletin temsilcisi olan parlamento tarafından denetlenmesi şeklinde açıklanabilir (Narter, 2012, s. 37). Bütçe hakkı konusunda yapılan tanımlamalara baktığımızda James Madisson a göre bütçe hakkı, her türlü problemin çözölməsi ile yansız ve faydalı bütün tedbirlerin uygulanması hususunda hiçbir yasal oluşumun milleti temsil eden vekillere sağlayamayacağı gücü sağlayan etkin, kusursuz bir araç ve vekiller aracılığıyla kapsam

alanı gittikçe büyüyen bir vasıta (Avcı, 2015, s. 70). Gürsoy'a göre bütçe hakkı, devletin yapmakla yükümlü olduğu hizmetlerin neler olacağına karar verilmesi, hangi hizmete ne kadar para ayrılacağına rasyonel ölçüde belirlenmesi, kamusal hizmetlerin temini için gerekli olan kaynakları toplamanın halk üzerinde yaratacağı yükün ağırlığının tespiti görevinin halka ve halkı temsil eden meclise verilmesi durumudur (Gürsoy 1980, s. 56). Yani genel bir ifade ile bütçe hakkı, parlamento tarafından faaliyetlerini sürdürebilmesi için yürütme erkine harcama yapma ve gelir toplama yetkisinin verilmesi şeklinde ifade edilebilir (Çeliker 2009, s. 3).

Demokrasilerin ortaya çıkmasıyla birlikte halkın devletin gelir ve harcamaları üzerinde söz sahibi olma hakkı olarak ifade edilen bütçe hakkı, 800 yılı aşkın bir sürecin sonucunda elde edilebilmiştir (Yılmaz Vd 2010, s. 202). Bütçe hakkının tarihsel gelişimi üç aşamada olmuştur.

- Kamusal ihtiyaçlar ve bunları kamu hizmetlerine konu yapma sorunu, (Harcama Yapma Hakkı)
- Kamusal ihtiyaçları karşılamak için gerekli olan kamu gelirlerinin çeşidi ve bunları toplama sorunu, (Vergi Alma Hakkı)
- Karar yetkisini kimin, ne zaman ve nasıl kullanacağı sorunu, (Her Yıl Bütçeyi Tasdik Hakkı).

İlk aşamada vergi ve diğer devlet gelirlerinin parlamentonun onayıyla toplanabilir olması ile bütçenin gelir bölümü için yasal bir taban oluşturulmuştur. İkinci aşamada kamu harcamaları açısından da parlamentonun onayının gerekliliği olduğu kabul edilmiştir. Üçüncü aşamada kamu gelir ve giderlerinin onay işlemlerinin her yıl parlamento tarafından yapılması kabul edilmiştir (Bağlı 2012, s. 40). Üç faktörün kesişim noktası tercih ve kararlarla ilgili olmalarıdır. Bütçe hakkı aslında, toplumun çıkarını maksimize edecek tercihleri uygulayan siyasi karar mekanizmasıdır (Edizdoğan 1995, s. 18-19; Batirel 1984, s.5).

3.1. Dünyada Bütçe Hakkının Tarihsel Gelişimi

Bütçe hakkını elde etme yönündeki ilk girişimler İngiltere'de ortaya çıkmış ve ardından Amerika ve Avrupa'ya yayılmıştır (Edizdoğan vd 2016, s. 368). İngiltere, Fransa gibi imparatorlukla yönetilen ülkelerde Krallık hazinesi vergi ve resimlerle, kralın mülk gelirlerinden oluşmakta ve krallar keyfi olarak vergi ve diğer gelirleri salmaktaydı. Krallığın mülk gelirleri ile karşılanan kamu giderlerinin artış göstermesi ile birlikte artan harcamaları karşılayabilmek için krallar keyfi bir biçimde vergiler koymuş ve bu keyfi vergi salmaya gösterilen halk tepkisi neticesinde Magna Carta kabul edilmiştir. Magna Carta Libertatum (1215) (Büyük Ferman Anlaşması) ile kamu gelirlerini toplama hakkı parlamentoya verilmiştir (Erginay, 1975, s. 191-192).

Magna Carta'nın 12. maddesinde:

“Hükümdar kendini esaretten kurtarmak, oğluna asalet ünvanı tayin etmek ve bir defaya mahsus olmak üzere büyük kızını evlendirmek için halktan harcamalara katılma payı (vergi) isteyebilir. Bu durum dışında kalan hallerde ancak genel meclisin kararı üzerine halk vergi ödemeye çağrılabilir. Halkı vergi ödemeye zorlayan irade ister kraldan ister

Genel Meclisten gelsin yükleyeceği yükün makul(uygun) ve mutedil (ılımlı) olması gerekir”.

Magna Carta batı dünyasında bütçe hakkına ilişkin ilk yazılı belgedir (Tüğen, 2013, s. 6). Büyük Ferman anlaşması ile edinilen bu hak sadece bütçedeki gelir kısmına ilişkindir ve bu vesika ile birinci aşama olan gelir toplama yetkisinin millet iradesine bırakılması gerçekleşmiştir (Aksoy, 1994, s. 430). Bütçe Hakkı ile ilgili bu ilk hareket ilerleyen yıllarda büyük kanlı mücadelelerin başlangıç noktasını oluşturmuştur (Uluatam, 1997, s. 117).

Magna Carta'dan sonra 1381 Watler İsyanı ile 1629 tarihli Hampden İsyanı keyfi bir biçimde vergi toplamaya karşı başlatılan önemli hareketleri oluşturmaktadır (Canbay ve Gerger, 2012, s. 167). Vergi vb gelirlerin toplanabilmesinin genel meclisin iznine bağlı olmasından dolayı bu durum kral ve meclis arasında sık sık anlaşmazlıklara sebep olmuştur. İlerleyen yıllarda genel meclis yerini parlamentolara bırakmıştır. Kral I. Charles halktan zorla vergi toplama yoluna gitmiş ve vergi salma hususunda parlamentodan izin alamadığı gerekçesiyle parlamentoyu birkaç kez feshetmiştir. Kralın bu hareketinden ötürü parlamento 1628 tarihli Haklar Dilekçesi (Petition of Rights) isimli vergi ikazında bulunmuştur. Yapılan ikaz ile kralın zorunlu borçlanmasına itiraz edilmiş ve vergi alma yetkisinin çiğnendiği ifade edilmiştir. İmparator, yapılan bu uyarıya uymayarak parlamentoyu fesh etmiş ve donanma (Ship Money) vergisi adı altında vergi salmıştır (Yılmazcan, 2000, s. 164). 17.yy da meclise meydan okuyarak vergi koyan I. Charles idam edilmiş ve yerine geçen II. Charles parlamento denetiminin sıkı ve gereksiz olduğunu söyleyince 1688 ayaklanması gerçekleşmiş ve bu ayaklanmayı bütçe hakkını kapsayan ikinci önemli metin olan 1688 Haklar Yasası (Bill of Rights) izlemiştir (Gürsoy, 1980, s. 59). 1627 yılında Petition of Rights ve adından 1688 yılında Bill of Rights (Haklar Kanunu) bu mücadelenin sacayakları olmuştur. Parlamenteoya, bütçenin giderlerini detaylara inmeden belirleme yetkisi veren Haklar Kanunu ile bütçe hakkının ikinci aşaması tamamlanmıştır (Uluatam, 1997, s. 117). Büyük Özgürlük anlaşmasında vergi ve benzeri gelirlerin meclis onayı olmadan toplanamayacağını kabul edilmesi sonucunda gelirlerin toplanması konusunda belirleyici olan halk, Haklar Yasası ile vergilerin toplanmasında söz sahibi olmak yanında vergilerin ne zaman, nerede ve ne ölçüde uygulanacağı hususunda da karar mercii olmuştur (Akyel ve Baş, 2010, s. 375).

İngiltere’de Bütçe hakkının elde edilmesinde ikinci önemli belge olan Bill of Rights (Haklar Kanunu) ile birlikte millet iradesinin üstünlüğü net bir şekilde görülmüş, devlet hazinesi ile kral hazinesi ayrılmıştır. (Bağlı, 2014, s. 42). Sonradan imparator ve hanedanlığın gelir ve harcamalarını içeren “Civil List” olarak adlandırılan bir cetvel düzenlenmiş ve imparatorluğun giderleri kısıtlanarak denetim kapsamına alınmıştır. Önceleri sadece askeri harcamaların denetimi ile başlayan süreç, imparatorluk harcamalarının da dahil edilmesi ile devlet ve imparatorluk harcamaları birbirinden ayrılmıştır. (Edizdoğan ve Çetinkaya, 2014, s. 25).

Kralların yaptıkları ekonomik faaliyetlerin tam anlamıyla denetimi ise, 1760’dan sonra Kral III. George’un kraliyetin gelirlerinden vazgeçip meclis tarafından her yıl düzenli olarak kendisine bahşedilen miktarda gelire razı gelmesiyle gerçekleşmiştir. Parlametonun böyle bir yetkiye sahip olması bütçe hakkının kullanımı açısından büyük önem arz etmektedir (Başoğlu, 2014, s. 33-34). 1787 yılında kabul edilen Consolidated Fund Act (Konsolide Edilmiş Fon Kanunu) ile giderlerin detaylı bir ölçüde denetimini

kapsayan yasama denetimi önemli bir aşama kaydetmiştir (Uluatam, 1997, s. 117). Sonuç olarak devletin gelir ve giderlerinin idame yetkisinin halkın vekili olan meclisin yetki ve iznine bağlanması ile birlikte modern anlamda bütçe hakkı ya da bütçe hukukunun temellerinin atıldığı söylenebilir (Erginay, 1975, s. 191-192). Ayrıca bu yasa ile bütçeler devletin tüm gelir ve giderlerini içine alacak şekilde genellik ilkesine uygun ve yıllık olarak hazırlanmaya başlamıştır. 1802 tarihinde bütçe kanununa ekli gelir ve gider cetvellerinin eklenmesi usulü getirilerek bütçenin birlik ilkesinin uygulamaya konmasıyla bütçe hakkının üç unsuru tamamlanmıştır (Edizdoğan ve Çetinkaya, 2014, s. 26). 1802 tarihinin başlarında devletin ekonomik halini yansıtan rapor açıklanmış ve 1822 yılından itibaren ise bu rapor parlamentoya arz edilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda 1822 yılının tam anlamıyla bütçe hakkının kullanımı açısından önemli bir yıl olduğunu söyleyebiliriz (Başoğlu, 2014, s. 33-34).

İngiltere dışında bütçe hakkının gelişimine bakıldığında Fransa’da hükümdarlar, vergi salma hakkının kendilerine Tanrı tarafından bahşedildiğini öne sürerek uzun yıllar vergi salmışlardır. 14. yüzyılda hükümdarlara vergi salarken “Etats Generaux” olarak adlandırılan meclisten onay alma zorunluluğu getirilmesine rağmen 1789 Fransız İhtilaline kadar bu söz konusu olmamıştır (Dileyici, Özkıvrak, 2010, s. 35-36). İhtilalden sonra Fransa’da meclisin rızası olmadan vergi ve benzeri yükümlülüklerin konulamayacağı belirtilerek, millet iradesine dayalı olarak vergi alınacağı, vergi salma hakkının milleti temsil eden parlamentoya ait olduğu net ve açık bir şekilde açıklanmıştır. 1791 ve 1793 anayasalarında giderlerin onaylanması konusunda yasal düzenlemeler yapılmış fakat başarıya ulaşamamıştır. Fransız İhtilali sonrası meclisin yetkisinin sadece vergi ve kamu gelirlerini kapsadığı giderler ve harcamaların bu kapsama alınmadığı söylenebilir. Bu nedenle İhtilal hareketinden sonra dahi tam anlamıyla bir bütçe hakkının vukuu bulunduğunu söylemek imkansızdır. Bütçenin modern anlamda hazırlanıp, giderlerin meclis denetimi kapsamına alınması ancak Napolyon’dan sonraki Yenilenme Döneminde olmuştur (Çataloluk, 2008, s. 87-88). Bu dönemde bakanlıklara kendilerine verilen ödenekler ile tutarlı giderde bulunma prensibi getirilmiş ve 1862 yılında “Genel Kamusal Muhasebe Kararnamesi” çıkarılmıştır (Dileyici, Özkıvrak, 2010, s. 35-36). Bu “Kamusal Muhasebe Kararnamesinde” bütçe, devlet ve diğer kamu birimlerinin gelir ve giderlerini her yıl düzenli bir biçimde tahmin edip, uygulayan bir yasa şeklinde açıklanmıştır. Bu kararname ile birlikte bütçe hakkının elde edildiği söylenebilir (Bülbül, 2014, s. 4). 1875 anayasasının uygulamaya konması ile parlamentonun bütçe kapsamındaki bütün detaylara karışmaya yetkili olduğu anayasal olarak da kabul edilmiştir. Ancak parlamentonun gereksiz bir biçimde bütçenin hazırlık ve uygulama evrelerine müdahalesi sorunların ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Tüğen, 2013, s. 8). 1934-1936 yıllarında bütçe hakkı parlamento aleyhine dönmeye başlamış ve 1940 tarihinde tamamıyla hükümete geçmiş, kısa süre sonra 1946 anayasasına konan “ bütçeyi millet meclisi onaylar” hükmü ile bütçe hakkı tekrardan esas sahibi olan parlamentoya verilmiştir. Esasında Fransa’da bütçe hakkı İngiltere’den daha geç elde edilmiş olsa da Fransız bütçe sisteminin başta ülkemiz olmak üzere birçok Kıta Avrupası ülkesine örnek teşkil ettiği bir gerçektir (Edizdoğan ve Çetinkaya, 2014, s. 29).

Almanya’da orta çağda, devlet kamusal hizmetleri icra edebilmek için gerekli sermayeyi vergilerden elde etmiştir. Fakat kamusal ihtiyaçların giderek artış göstermesi sonucunda devlet bu gereksinimleri karşılayabilmek için yeni gelir kaynaklarına ihtiyaç

duymuştur. Devlet yeni gelir kaynaklarını ayrıcalıklı sınıf olan genellikle şövalye ve ruhban kesimden oluşan bugünkü anlamda meclis fikrinden uzak olan genel meclisin rızasını alarak saldırdığı vergilerle temin etmiştir. Ancak 16. ve 17. yüzyıllarda bu koşula uyulmamış, meclisin rızası alınmadan da vergi salınmıştır. Bu durum 18. yüzyılda da devam edince 19. yüzyılda Almanya'nın Bavyera ve Saksonya gibi bazı eyaletlerinde tepkiler, isyanlar ve karşı çıkmalar başlamıştır. Bu isyanlar sonucunda 1791 ve 1793 anayasalarından ilham alınarak "*landtag*" olarak adlandırılan meclise kamu gelir ve harcamalarını belirleme yetkisi verilmiştir. İşte bu hareket ile bütçe hakkı esas sahibi olan meclise bırakılmıştır (Edizdoğan ve Çetinkaya, 2014, s. 29-30).

3.2. Osmanlı İmparatorluğundan Günümüze Bütçe Hakkının Tarihsel Gelişimi

Osmanlı İmparatorluğu döneminde hükümdarlar hem siyasal hem de mali idareye sahip olmuşlar ve halka İmparatorluğun gelir ve harcamalarının belirlenmesi konusunda söz hakkı tanımamışlardır. Osmanlı devletinde Tanzimat'ın ilanına kadar geçen süre zarfında bütçe hakkı padişahlar tarafından kullanılmış ancak 19. yüzyılın sonlarına doğru bu hak milletin temsilcilerine geçmiştir (Yılmazcan, 2000, s. 165). Cumhuriyet öncesi dönemde bütçe hakkı ile ilgili yaşanan gelişmeler batıdaki gibi halk iradesini kabul ettirme çabaları sonucunda değil yenilikçi devlet adamlarının girişimleri neticesinde yaşanmıştır. Osmanlı İmparatorluğunu kurtarmak, yabancı devletlerden borç alımını sağlamak amacıyla bütçe hakkı kapsamında önemli adımlar atılmıştır (Taşpınar, 2014, s. 182). Bu adımlar daha çok Fransız Anayasasındaki hükümler esas alınarak belirlenmiştir. Osmanlı İmparatorluğunun yeniden yapılandırma girişimleri neticesinde bütçe düzenine ilişkin yapılan ilk uygulamalara 1837 yılında Selçuklulardan kalma bir kurum olan Defterdarlığın, Maliye Bakanlığına dönüştürülmesi ve devamlı bütçe hazırlama sürecine girilmiş olması örnek olarak verilebilir. Ardından 1859 yılında oluşturulan Maliye Komisyonu Osmanlı'nın ilk bütçesini hazırlama girişimlerinde bulunmuş ancak batılı anlamda ilk bütçe ancak 1863 yılında hazırlanmıştır (Uluatam, 1997, s. 117-118).

Osmanlı Devletinde modern anlamda bütçe hazırlanmasına dair ilkeleri gün yüzüne çıkaran ilk uygulama 1855 yılında Hazine-i Celilenin Muvazene Defterinin Sureti Tazminine Dair 13 maddelik bütçe nizamnamesidir. Bu nizamnamede devlet bütçesinin hazırlanma, gözden geçirilme, onaylanma, yürütülme ve denetlenme konuları net ve açık bir biçimde açıklanmıştır. Nizamnamede süreç şu şekilde işlemektedir. Yıllık olarak bütçenin gelir ve gider kısmı ayrı ayrı defterlere yazılmak suretiyle mali yılbaşı olan Mart ayından en az iki ay önce Maliye Bakanı aracılığıyla yönetime sunulacak, hükümet tarafından ilk hazırlıklar tamamlandıktan sonra, gelir ve gider defterleri ile tasarı gözden geçirilmek üzere Meclis-i Tanzimat'a gönderilecektir. Daha sonradan bütün bakanların hazır bulunacağı bir mecliste bütçe okunacak, her birimin mali durumu tartışılıp dairelerin gelir ve giderleri konusunda çoğunluk sağlandığı takdirde onaylama işlemi yapılacaktır (Varcan, 1993, s. 67). Bu nizamname bütçe sürecine ilişkin önemli bilgiler içermesinin yanında bütçeyi hazırlama ve tasdik etme görevini tayin ile oluşturulan meclise vermesi ile bütçe hakkı konusunda önemli bir adım atılmasına aracılık etmiştir (Çiçek ve Dikmen, 2015, s. 96). Nizamnamede üzerinde durulması gereken diğer bir husus da giderlerin çok fazla dile getirilmesi, gelirlerin belirlenmesi durumunun göz ardı edilmesidir. Bu yaklaşım bize Osmanlı bütçesinde gider kontrollü bir yapının mevcudiyetini açıkça göstermektedir. 1855 tarihli nizamnamenin ardından 1871 ve 1876 yıllarında

nizamnameler hazırlanmıştır. Hazırlanan bu nizamnamelere bakıldığında 1871 nizamnamesi, 1855 nizamnamesinin birebir aynısı olmakla birlikte aralarındaki tek fark bütçe denetiminin Sayıştay tarafından yapılması hususunda olduğunu görmekteyiz. 1874 yılındaki nizamnamede ise bütçe hazırlama ve uygulama konusunda bazı farklılıklar bulunmaktadır (Topçu, 2014, s. 31-33). 1856 yılında kurulan Islahatı Maliye Komisyonu, ilk bütçeyi hazırlama girişimine başlamış ve 1863-1864 yılı bütçesi hazırlanmıştır. Osmanlının ilk bütçesi olarak kabul edilen 1863-1864 yılı bütçesi esasında ülkenin ekonomik durumunu yabancı ülkelere tanıtmak ve onlardan borç alınmasını sağlamak maksadıyla oluşturulmuştur. Bu dönemdeki bütçelerin temel özelliğine baktığımızda, gelir ve gider tahminlerinin samimi yapılmadığı görülmektedir. Kamu kurumlarının bütçe hazırlarken faydalanabileceği bilgilerin yeterli olmaması, maliye hazinesi haricinde özel gelirlerinin bulunması ile harcamaların ödenekler çerçevesinde gerçekleşmemesi gibi durumlar durumun böyle olmasına zemin hazırlamıştır. Yani bu dönemde mali denetim eksik aklmış ve bunun sonucunda bütçede disiplin gerçekleşmemiştir (Öner, 2007, s. 3).

Yani bu dönemde hazırlanan bütçeyi hukuki, siyasi ve teknik açıdan gerçek anlamda bir bütçe olarak nitelendirmek mümkün değildir (Tüğen, 2013, s. 33).

Osmanlı'da bütçe hakkının gelişiminde yaşanan önemli olaylardan biri de 1876 tarihli Kanun-i Esasi ile birlikte bütçe hakkının halk temsilcilerinden oluşan Meclis-i Umumi'ye verilmesidir (Yılmaz ve Biçer, 2010, s. 204) Kanun-i Esasinin 64. 97. 98. 99. 100. 101. ve 102. maddelerinde bütçe sürecine dair ibarelere yer verilmiştir. İlgili maddelerde bütçe hakkının Meclis-i Mebusan ve Heyet-i Ayan'a ait olduğu ifade edilmiştir. 102. Maddede padişaha bütçeyi onaylama ve önceki bütçenin bir yıl daha uygulanması sağlama görevi verilmiş, 98. ve 102. Maddelerde bütçenin "yıllık olma ilkesi" ile "gelir ve giderlerin bölümler itibariyle onaylanması ilkesinin" altı çizilmiştir. Ancak kanun-i Esasinin uygulamaya girmesi ile uygulamadan kaldırılması bir olmuş, 1908 tarihli ikinci meşrutiyetin ilanına kadar bu anayasa ile bütçeye dair yapılan düzenlemeler kanuni bakımdan varlığını sürdürmüş olup fiili açıdan uygulanma olanağı bulamamıştır. Sonuç olarak, bütçe hukuki temelini 1876 anayasası ile elde etmiş ancak fiilen uygulanma olanağı bulamadan yürürlükten kalkmıştır (Çiçek ve Dikmen, 2015, s. 93-94).

Hazırlanma, onaylanma ve uygulanma açısından bütçe hakkının gerçek manada uygulandığı bütçe 1909 bütçesi olarak nitelendirilebilir. 1910 yılında kabul edilen Muhasebe-i Umumiye kanunu ile bütçe ve bütçe hakkına getirilen düzenlemeler sürekli hale getirilmiştir. Muhasebe-i Umumiye kanununun kabulüyle birlikte bütçeler genellikle ve birlik ilkesine uygun olarak hazırlanmış ancak birinci dünya savaşının ortaya çıkmasıyla bu ilkeler tam manasıyla uygulanma fırsatı bulamamıştır (Öner, 2007, s. 3-4). Bütçe ve Bütçe hakkı I. Dünya Savaşı sebebiyle cumhuriyetin ilanına kadar gündeme alınamamıştır (Meriç, 1993, s. 229).

Cumhuriyetin ilanını takiben Türkiye Cumhuriyetinde siyasi, mali ve hukuki açıdan ilk modern bütçe uygulaması 1924 yılında gerçekleşmiş ve bütçe hakkına ilişkin ilk hükümler bu anayasada yer almıştır (Sakal, 2003, s. 95). 1927 yılında ise Türkiye'nin ilk mali anayasası olarak kabul edilen 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu uygulamaya konulmuştur (Orhan, 1994, s. 9).

1924 anayasasının 95. maddesinde “*Bütçe Kanunu tasarısı ve buna bağlı bütçeler ve cetvellerle katma bütçelerin Meclise bütçe yılı başından en az üç ay önce sunulacağı*” ifadesi ile bütçe kanun tasarısının meclise sunulma süresi, 96. maddede “*Devlet mallarının bütçe dışı harcanamayacağı*”, 97. maddede Bütçe Kanununun geçerliğinin bir yıl olduğu yani bütçenin yıllık olarak hazırlanacağı ifade edilmiştir. 98. maddede “*Kesin hesap kanunu, ilişkin olduğu yıl bütçesinin hesap dönemi içinde elde edilen gelirle gene o yılki ödemelerin gerçekleşmiş tutarını gösterir kanundur. Bunun şekli ve bölümleri Bütçe Kanunu ile tam karşılıklı olacaktır*” ifadesiyle kesin hesap kanunu tanımlanmıştır. 99. maddede “*Her yılın kesin hesap kanunu tasarısının o yılın sonundan başlayarak en geç ikinci yıl Kasım ayı başına kadar Büyük Millet Meclisine sunulacağı*” ifadesi ile bütçeyi inceleme ve denetleme hakkının TBMM’ye ait olduğu 100. maddede “*Büyük Millet Meclisine bağlı ve Devletin gelirlerini ve giderlerini özel kanuna göre denetlemekle görevli bir Sayıştay kurulacağı*” ve 101. maddede “*Sayıştay’ın, genel uygunluk bildirimine ilişkin kesin hesap kanununun Türkiye Büyük Millet Meclisine verilmesinden başlayarak en geç altı ay içinde Meclise sunacağı*” belirtilmiştir. 1924 anayasasında belirtilen bu hükümlerden yola çıkarak bugünkü anlamı ile bütçe hakkının tam olarak uygulama olanağı bulduğu söylenebilir (Selen ve Tarhan, 2014, s. 9).

27 Mayıs 1960 ihtilali sonrası uygulamaya konan 1961 anayasasının bütçeye ve bütçe hakkına ilişkin getirdiği hükümler 94. 126. ve 128. maddelerde düzenlenmiştir. 94. maddede “*Genel ve Katma Bütçe tasarıları ile Milli bütçe tahminlerini gösteren rapor, mali yılbaşından en az üç ay önce, Bakanlar Kurulu tarafından, Türkiye Büyük Millet Meclisine sunulur*” hükmünde belirtildiği üzere, bütçe tasarısına milli bütçe tahmin raporu eklenmesi koşulu getirilmesi ile klasik anlamda bütçe hakkı yerine modern iktisat ve maliye görüşleriyle tutarlı olarak tüm milli ekonomiyi kapsayan milli bir bütçe oluşturulması hedeflenmiştir (Narter, 2012, s. 42). “*Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri, bütçe kanunu tasarılarının genel kurullarda görüşülmesi sırasında gider artırıcı veya belli gelirleri azaltıcı teklifler yapamazlar*” ifadesi ile milletvekillerinin bütçe ödeneklerinde değişiklik teklif etme hakları anayasal olarak kısıtlanmıştır. 126. maddede:

“Devletin ve kamu iktisadî teşebbüsleri dışındaki kamu tüzel vatandaşlarının harcamaları yıllık bütçelerle yapılır. Kanun, kalkınma plânları ile ilgili yatırımlar veya bir yıldan fazla sürecek iş ve hizmetler için özel süre ve usuller koyabilir. Genel ve katma bütçelerin nasıl yapılacağı ve uygulanacağı kanunla gösterilir. Bütçe kanununa bütçe ile ilgili hükümler dışında hiçbir hüküm konulamaz”

ifadesi ile modern bütçe anlayışına hizmet eden plan bütçe ilişkisi kurulmuştur. 128. Maddede “*Kesin hesap kanunun tasarıları, kanunda daha kısa bir süre kabul edilmemiş ise, ilgili oldukları mali yılın sonundan başlayarak en geç bir yıl sonra, Bakanlar Kurulunca, Türkiye Büyük Millet Meclisine sunulur. Sayıştay, genel uygunluk bildirimini, ilişkin olduğu kesin hesap kanunu tasarısının verilmesinden başlayarak en geç altı ay içinde Türkiye Büyük Millet Meclisine sunar*” ifadesi ile kesin hesap kanun tasarılarının Büyük Millet Meclisine sunulma ve görüşülme süreci yanında bütçe hakkının etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmadığını denetleme görevi üstlenen Sayıştay tarafından hazırlanan genel uygunluk bildiriminin meclise sunulma süreci açıklanmıştır. 1982

yılında yürürlüğe giren yeni Anayasa ile Bütçe Kanun tasarısı ve Kesin Hesap Kanun tasarılarının meclise sunulma süreleri değiştirilmiştir (Tügen, 2013, s. 19).

1982 anayasasının bütçeye ilişkin hükümleri 161, 162, 163 ve 164. maddelerde yer almış, bütçe hakkının TBMM'ye ait olduğu anayasanın 87. 160. 162. ve 164. maddelerinde belirtilmiştir (Taşpınar, 2014, s. 184). 87. maddede Türkiye Büyük Millet Meclisinin görev ve yetkileri arasında, bütçe ve kesin hesap kanun tasarılarını görüşülmesi ve kabul edilmesi ibaresi ile TBMM'nin görev ve yetkileri net bir biçimde açıklanmıştır. 160. maddede:

“Sayıştay, merkezi yönetim bütçesi kapsamındaki kamu idareleri ile sosyal güvenlik kurumlarının bütün gelir ve giderleri ile mallarını Türkiye Büyük Millet Meclisi adına denetlemek ve sorumluların hesap ve işlemlerini kesin hükme bağlamak ve kanunlarla verilen inceleme, denetleme ve hükme bağlama işlerini yapmakla görevlidir”

hükmünde yer alan TBMM adına denetlemek ibaresi bütçe hakkının parlamentoya ait olduğuna açıklık getirmektedir. 2005 yılında yapılan düzenleme ile mahalli idarelerin hesap ve işlemlerinin denetimi ve kesin karara bağlanması görevi Sayıştay'a verilmiştir. 1982 Anayasasının 1961 anayasasına göre getirdiği en önemli yenilik Kesin Hesap Kanun Tasarısı ile ilgili olan ve TBMM'ne bütçe hakkını etkin bir şekilde kullanma imkanı tanıyan 164. maddedir. 164. madde:

“Kesin hesap kanunu tasarıları, kanunda daha kısa bir süre kabul edilmemiş ise, ilgili oldukları mali yılın sonundan başlayarak, en geç altı ay sonra, Bakanlar Kurulunca Türkiye Büyük Millet Meclisine sunulur. Sayıştay, genel uygunluk bildirimini, ilişkin olduğu kesin hesap kanunu tasarısının verilmesinden başlayarak en geç yetmiş beş gün içinde Türkiye Büyük Millet Meclisine sunar”

şeklinde bilgileri içermektedir. Bu madde ile kesin hesap kanun tasarılarının meclise sunulma süresi kısaltılmıştır. Sürelerin kısaltılmasıyla Kesin Hesap Kanun tasarılarının görüşülmesi ve onaylanması sırasında yaşanan gecikmelerin önüne geçilmek istenmiştir (Tügen, 2013, s. 19).

“Kesin hesap kanunu tasarısı, yeni yıl bütçe kanunu tasarısıyla birlikte Bütçe Komisyonu gündemine alınır. Bütçe Komisyonu, bütçe kanunu tasarısıyla kesin hesap kanunu tasarısını Genel Kurula birlikte sunar, Genel Kurul, kesin hesap kanunu tasarısını, yeni yıl bütçe kanunu tasarısıyla beraber görüşerek karara bağlar”

hükmü ile kesin hesap kanun tasarılarının yeni yıl bütçe tasarıları ile birlikte bütçe komisyonunda gündeme alınması ve genel kurulda birlikte görüşülmesi karara bağlanmıştır.

“Kesin hesap kanunu tasarısı ve genel uygunluk bildiriminin Türkiye Büyük Millet Meclisine verilmiş olması, ilgili yıla ait Sayıştay tarafından sonuçlandırılmamış denetim ve hesap yargılamasını önlemez ve bunların karara bağlandığı anlamına gelmez” ifadesi ile kesin hesap kanun tasarısı ve genel uygunluk bildiriminin TBMM'ne verilmesinin

Sayıştay'ın denetim ve hesap yargılaması yapmasına engel teşkil etmeyeceği belirtilmiştir.

2003 yılında 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun yürürlüğe girmesi ile 2005 yılında 5428 sayılı kanunla 1982 Anayasasının 160, 161, 162 ve 163. maddelerinde yer alan “genel ve katma bütçe” ibaresi “merkezi yönetim bütçesi” şeklinde genişletilmiştir. 5018 sayılı kanun ile bütçe hakkının etkin kullanımını sağlamak amacıyla bütçenin kapsamı genişletilmiş, uluslararası uygulamalar ışığında denetim kapsamına genel yönetim kapsamındaki tüm kamu idareleri dahil edilmiştir. Böylece parlamentonun bütçe hakkını kullanma kapasitesinin artırıldığı söylenebilir (Aktan, 2008, s. 108).

2003 yılında yürürlüğe giren ve 2006 yılından itibaren uygulamaya konan KMYK kanununun Kamu Maliyesinin Temel İlkeleri başlıklı 5. Maddesinin d bendinde ifade edildiği üzere “*Kamu mali yönetimi Türkiye Büyük Millet Meclisinin bütçe hakkına uygun şekilde yürütülür*” ibaresi ile TBMM'nin sahip olduğu bütçe hakkının altı çizilmiştir (Taşpınar, 2014, s. 184). Ayrıca ilk kez 1996 yılında 4149 sayılı kanunla kamu kurumlarına tahsis edilen ödeneklerin verimlilik, tutumluluk ve etkinlik ilkelerine uygun bir biçimde kullanılıp kullanılmadığının tespiti için Sayıştay'a verilen performans denetimi yapma yetkisinin kapsamı tüm kamu kurumları nezdinde genişletilmiştir. Bu karar bütçe hakkının tam anlamıyla kullanımı açısından büyük bir öneme sahiptir. Çünkü parlamentonun devletin vücut bulmuş hali olarak nitelendirilen siyasal iktidara verdiği kamu gelirlerini toplama ve kamusal harcamaları yapma yetkisinin usulüne ve kanunlara uygun bir şekilde kullanılıp kullanılmadığının belirlenmesi yanında etkin, verimli ve tutumlu bir şekilde kullanılıp kullanılmadığının da denetim kapsamına alınması bütçe hakkının etkinliğini arttırmıştır.

2709 sayılı 1982 Anayasası'nın 21.01.2017 tarihinde ve 6771 sayılı kanunun 15. Maddesi ile yeniden düzenlenen dördüncü Kısım, mali ve Ekonomik Hükümler başlığı altında yer alan Bütçe ve kesin Hesaba ilişkin 161. Madde ile bütçe hakkı kavramına yeni bir bakış açısı getirilmiştir. Bu bağlamda adı geçen madde:

“Kamu idarelerinin ve kamu iktisadî teşebbüsleri dışındaki kamu tüzel kişilerinin harcamaları yıllık bütçelerle yapılır. Malî yıl başlangıcı ile merkezi yönetim bütçesinin hazırlanması, uygulanması ve kontrolü ile yatırımlar veya bir yıldan fazla sürecek iş ve hizmetler için özel süre ve usuller kanunla düzenlenir. Bütçe kanununa, bütçe ile ilgili hükümler dışında hiçbir hüküm konulamaz. Cumhurbaşkanı bütçe kanun teklifini, malî yılbaşından en az yetmiş beş gün önce, Türkiye Büyük Millet Meclisine sunar. Bütçe teklifi Bütçe Komisyonunda görüşülür. Komisyonun elli beş gün içinde kabul edeceği metin Genel Kurulda görüşülür ve malî yılbaşına kadar karara bağlanır. Bütçe kanununun süresinde yürürlüğe konulamaması halinde, geçici bütçe kanunu çıkarılır. Geçici bütçe kanununda çıkarılmaması durumunda, yeni bütçe kanunu kabul edilinceye kadar bir önceki yılın bütçesi yeniden değerlendirilerek uygulanır. Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri, Genel Kurulda kamu idare bütçeleri hakkında düşüncelerini her bütçenin görüşülmesi sırasında açıklarlar, gider artırıcı veya gelirleri azaltıcı önerilerde bulunamazlar. Genel Kurulda

kamu idare bütçeleri ile değişiklik önermeleri, üzerinde ayrıca görüşme yapılmaksızın okunur ve oylanır. Merkezî yönetim bütçesiyle verilen ödenek, harcanabilecek tutarın sınırını gösterir. Harcanabilecek tutarın Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle aşılabileceğine dair bütçe kanununa hüküm konulamaz. Carî yıl bütçesindeki ödenek artışını öngören değişiklik teklifleri ile carî ve izleyen yılların bütçelerine malî yük getiren tekliflerde, öngörülen giderleri karşılayabilecek malî kaynak gösterilmesi zorunludur. Merkezî yönetim kesin hesap kanunu teklifi, ilgili olduğu malî yılın sonundan başlayarak en geç altı ay sonra Cumhurbaşkanı tarafından Türkiye Büyük Millet Meclisine sunulur. Sayıştay genel uygunluk bildirimini, ilişkin olduğu kesin hesap kanun teklifinin verilmesinden başlayarak en geç yetmiş beş gün içinde Meclise sunar. Kesin hesap kanunu teklifi ve genel uygunluk bildiriminin Türkiye Büyük Millet Meclisine verilmiş olması, ilgili yıla ait Sayıştay tarafından sonuçlandırılmamış denetim ve hesap yargulamasını önlemez ve bunların karara bağlandığı anlamına gelmez. Kesin hesap kanunu teklifi, yeni yıl bütçe kanunu teklifiyle birlikte görüşülür ve karara bağlanır”

şeklinde ifade edilmiştir. 6771 sayılı Kanunun 15 inci maddesiyle 2709 sayılı 1982 anayasasının 162,163 ve 164. Maddeleri mülga hale getirilmiştir (6771 sayılı kanun, 2017).

4. Sonuç

Rousseau'ya göre devletin temelinde zorunluluklar ve özgürlük duygusu yatar. Toplum Sözleşmesi gereği devlet, toplumsal yaşama geçişle birlikte ortaya çıkmış, kamusal mal ve hizmetleri üretmek ve sunma görevini üstlenmiştir. Buna karşılık vatandaşlarda bu mal ve hizmetlerin sunulması için kamu görevlilerine yetki ve daha sonra vergi vermek sorumluluğunu üstlenmişlerdir.

Devlet, kurumlarını oluştururken, oluşturduğu kurumlara görevler verirken ve egemenlik hakkını kullanarak hukuki, ekonomik, sosyal ve diğer alanlarda politikalarını tespit ederken, kamunun yararına hareket etmeyi esas almalıdır. Kamusal alanda belirlenen hizmetlerinin arzında kamu giderlerini finanse etmek amacıyla kaynakların temini ve tahsisi politik süreç içinde belirlenir. Oluşturulan politikaların istenilen etkinlikte yaşama geçirilmesi ise sistemli bir planlama ve programlama gerektirmekte, planlanan politikalar ise bütçe ile pratiğe dökülmektedir (Mutluer vd, 2007, s. 23; Ergen, 2012, s. 317).

Bütçe hükümetlerin eğitimden, sağlığa birçok konuda öncelik ve hedeflerini somut olarak bir araya getirip uyguladıkları en önemli ve temel siyasi dokümandır. Bütçenin devlet ile toplum arasında bir sosyal sözleşme olması gereği, devletin milletten vergiler yoluyla aldığı kaynaklarla ne yaptığı hakkındaki tüm bilgi ve belgeleri somut ve anlaşılır bir şekilde vatandaşlarla paylaşmasını gerektirir (IMF, 2007; Çetinkaya 2010).

Bütçe hakkının etkinleştirilmesinin en önemli göstergelerinden biri yasama organının temsilcisi olduğu vatandaşların kamusal istek ve taleplerini karşılamada etkin, adil ve denetleyici rolünü arttırmasıdır. Türkiye’de genel olarak bütçenin gelişim sürecini dört aşamada ele almak mümkündür. İlk aşamada 1924 anayasası ve 1927 yılında kabul

edilen 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye kanunu ile başlayan ve 1960 yılına kadar geçen süreçten bahsedilebilir. Bu süreçte ilk kez bütçe hakkından bahsedildiğini görmek mümkündür. 1961 anayasasının bütçeye ve bütçe hakkına ilişkin getirdiği hükümleri 94,126 ve 128. Maddelerde gözlemek mümkündür. 2709 sayılı 1982 anayasasının 87, 160, 162 ve 164. Maddelerinde bütçe hakkının TBMM'ye ait olduğu belirtilmiştir. 2017 yılında kabul edilen 6771 sayılı kanun ile yapılan yeni anayasa düzenlemeleri sonrasında bütçe hakkının 161. maddede yeni bir boyut kazandığı söylenebilir.

Kaynaklar

- Aksoy, Ş. (1994). *Kamu bütçesi*. İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Aktan, H. B. (2008). *Bütçe reform süreci ve parlamentonun bu süreçteki rolü: Türkiye ve seçilmiş AB üyesi ülke deneyimleri*. TBMM Bütçe Sempozyumu (s. 107-118). Ankara: TBMM.
- Akyel, R. ve Baş, H. (2010). Kamu yönetimi ve denetimi bağlamında sayıştay'ın anayasal ve yargısal konumu, *Maliye Dergisi*, S. 158, s. 374-387.
- Avcı, M. A. (2014). *Çağdaş yüksek denetim ve etkin Türk sayıştayı*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Avcı, M. A. (2015). Yasamanın birincil güçlü silahı bütçe hakkı: teorik bir yaklaşım. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.1, s. 69-80.
- Bağlı, M. S. (2012). Teorik ve tarihsel açıdan bütçe hakkı. *Yasama Dergisi*, S. 20, s. 39-76, Ankara.
- Bağlı, M. S. (2014). TBMM'nin bütçe hakkı kullanım durumu: 5018 sayılı kanun sonrası bütçe hakkı kullanımında etkinlik düzeyinin ölçümü. *Doktora Tezi*, Ankara.
- Başoğlu, M. (2014). İngiltere parlamentosu'nda bütçe süreci. *Yasama Dergisi*, 28, 30-65.
- Batirel, Ö. F. (1984). *Kamu bütçesi*. İstanbul.
- Canbay, T. ve Gerger, G. Ç. (2012). Batı'da bütçe hakkının gelişiminin toplumsal yapının değişimi üzerindeki etkileri. *Mali Sosyoloji Üzerine Denemeler* (ed. Prof. Dr. A. Kemal Çelebi), Ankara: Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayını.
- Çataloluk, C. (2008). Batı toplumlarında toplumsal yapı değişimleri ve bütçe hakkının gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 2, s. 72-94.

- Çiçek, H. G. Dikmen, D., (2014).” Yüksek Denetimin Bağımsızlığı” Türk Sayıştay Örneği, 29. Türkiye Maliye Sempozyumu, Antalya, 329-350.
- Dileyici, D. ve Özkıvrak, Ö. (2010). Bütçe anlayışındaki değişim süreci: denk bütçe ilkesinin erozyonu ve açık bütçe politikası. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, C. 2, s.33-55.
- Edizdoğan, N. (1995). *Kamu bütçesi*. Bursa.
- Edizdoğan, N. ve Çetinkaya, Ö. (2014). *Kamu bütçesi*. Bursa: Ekin.
- Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö, & Gümüş, E. (2016). *Kamu maliyesi*. Bursa: Ekin.
- Erginay, A. (1975). *Kamu maliyesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Gürsoy, B. (1980). *Kamusal maliye bütçe*. Ankara.
- Meriç, M. (1993). Osmanlı bütçe sistemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 226-247.
- Mutluer, M. K., Öner, E., ve Kesik, A. (2011). *Bütçe hukuku*. 3. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Narter, R. (2012). Anayasal açıdan bütçe hakkı. *Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 16(1-2), 35-52.
- Sakal, M. (2003). *Anayasal bütçe reformunun esasları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Selen, U. ve Tarhan, A. B. (2014). *Türkiye’de bütçe hakkı algısı*. Ekin Yayıncılık.
- Yılmaz, H. H. ve Biçer, M. (2010). Parlatentonun bütçe hakkını etkin kullanımının yeni bütçe sistemi çerçevesinde değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*, S. 158, s. 201-225.
- Yılmazcan, D. (2000). Bütçe Hakkı ve Bütçe Uygulamaları, XIII. Türkiye Maliye Sempozyumu “Anayasal Mali Düzen”. İstanbul, Marmara Üniversitesi Maliye Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları No. 12.
- Orhan, O. Z. (1994). *Türkiye’de bütçe ve maliye politikaları*. İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- Orhaner, E. (2007). *Kamu maliyesi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Öner, E. (2007). *Osmanlı bütçeleri (1864, 1869, 1877, 1880, 1897) Osmanlı muvazene defterleri*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayını.

Taşpınar, S. (2014). Bütçe hakkı ve Sayıştay. *Mali Kılavuz Dergisi*, S.64.

Topçu, F. S. (2014). Sultan Abdülaziz döneminde yaşanan mali bunalım ve uygulanan mali reformlar (1861-1876). *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.

Tüğen, K. (2013). *Devlet bütçesi*. İzmir: Bassaray Matbaası.

Uluatam, Ö. (1997). *Kamu maliyesi*. Ankara: İmaj Yayınevi.

Varcan, N. (1993). *Maliye tarihi*. Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık.

İnternet Kaynakları

<http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk.php>

<https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6771.html>

YEŞİL ÜRÜNLERDE ALGILANAN TÜKETİM DEĞERLERİNİN TÜKETİCİ SEÇİM DAVRANIŞINA ETKİSİ

Serap ÇABUK¹
Didem DEMİR²

ÖZ

Bu çalışmada sürdürülebilir tüketim adına tüketiciler tarafından algılanan tüketim değerlerinin yeşil ürün seçim davranışları üzerine etkileri araştırılmıştır. Bir ürün satın alırken tüketicilerin algıladıkları tüketim değerleriyle seçim davranışlarını analiz etmek ve tüketici davranışlarını anlamak, sürdürülebilir tüketime yönelik davranışları değiştirmek için oldukça önemlidir. Bu bağlamda tüketim değerleri teorisinden yararlanılmıştır. Tüketim değerleri teorisi, tüketicilerin belirli bir ürünü başka bir ürün yerine niye tercih ettiklerini açıklayan tüketim değerlerine odaklanmaktadır. Teori, aynı zamanda farklı ürünleri kapsayacak şekilde de uygulanabilir. İnternet üzerinden 469 kişi ile gerçekleştirilen araştırmada, tüketiciler tarafından algılanan tüketim değerlerinin tüketicilerin yeşil ürünleri seçimleri üzerine etkileri olduğu sonucu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Seçim Davranışı, Fonksiyonel Değer, Epistemik Değer, Sosyal Değer, Duygusal Değer, Koşullu Değer

THE EFFECT OF PERCEIVED CONSUMPTION VALUES IN GREEN PRODUCTS ON CONSUMER CHOICE BEHAVIOR

ABSTRACT

In this study, the effects of consumption values perceived by consumers on green product consumption behaviors were investigated in the name of sustainable consumption. While purchasing a product, it is very important to analyze the consumption values perceived by consumers and their choice behaviors and to understand consumer behavior, in order to change the behavior towards sustainable consumption. In this context, consumption value theory has been used. Consumption value theory focuses on consumption values that explain why consumers prefer a particular product over another. In the study conducted with 469 people over the internet, it was revealed that the consumption values perceived by the consumers have an effect on the consumers' choices of green products.

Keywords: Consumer Choice Behavior, Functional Value, Epistemic Value, Social Value, Emotional Value, Conditional Value

Giriş

Değer, son on yılda tüketicilerin mağaza seçimlerinde ve ürün satın alma kararlarında önemli bir husus olarak özellikle perakendeciler tarafından anlaşılmıştır (Swait ve Sweeney, 2000, s. 77). Üstün müşteri değeri yaratmak şirketler için önemli bir hedefdir; müşteri değeri ve müşterilerle ilgili bilgileri anlamak için, firmaların pazarlama faaliyetlerinde ekolojik çevre ile ilgili odaklarını geliştirmeleri gerekmektedir (Wang ve Liu, 2009, s. 12563). Etkili bir konumlandırma için bir ürün veya hizmet ile tüketici değerleri arasındaki bağlantıları belirlemek oldukça önemlidir (Reynolds, 1985, s. 298).

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, Pazarlama Bölümü, cabuks@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1677-8098

² Öğr. Gör. Dr. Toros Üniversitesi, İİSBF, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, didem.demir@toros.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4589-8240

Received/Geliş: 11/11/2019 Accepted/Kabul: 18/09/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Çabuk, S., Demir, D. (2020), "Yeşil Ürünlerde Algılanan Tüketim Değerlerinin Tüketici Seçim Davranışına Etkisi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 254-266.

Bireyler sürdürülebilir yaşam tarzlarını benimsemeyi düşündüklerinde, gittikçe daha karmaşık bir karar alma sürecine girerler. Yeşil ürünlerin çeşitliliği ve mevcudiyeti, tüketicilerin çevresel faydaların sunduğu değerlere kayıtsız olmadıklarını göstermektedir. Ancak tüketicilerin yeşil ürünleri satın alıyor olmaları sadece çevresel nedenlerden dolayı gerçekleşmemektedir. Organik gıdaların ve enerji tasarruflu cihazların pazarda büyüme nedeni tüketicilerin bu ürünlerle ilgili algıladıkları güven ve maddi açıdan tasarruf etme istekleri olarak da açıklanabilir (Ottman vd., 2008, s. 27). Tüketicilerin seçim davranışı çeşitli tüketim değerlerinin sonucu olarak ortaya çıkar ve tüketim değerleri herhangi bir satın alma durumunda farklılık gösterebilir. Tüketim değerleri birbirinden bağımsızdır, bu nedenle, bir karar beş tüketim değerinden herhangi biri veya tümü tarafından etkilenebilir. Her bir tüketim değeri satın alma durumlarında farklılık gösterebilir, her biri farklı açılardan satın alma ile ilişkilidir ve her birinin farklı bir katkısı vardır (Gonçalves vd., 2016, s. 2). Daha önce yapılan çalışmalar müşteri tüketim değerlerinin çok boyutlu olmasının müşterinin geri satın alma niyetinde, tek boyutlu yaklaşımdan daha öngörücü olduğunu ortaya koymaktadır (Leroi-Werelds vd., 2014). Sheth vd., (1991) yapmış oldukları çalışmada tüketim değerlerinin tüketici seçim davranışını etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmada, tüketiciler tarafından algılanan tüketim değerlerinin tüketicilerin yeşil ürün seçim davranışları üzerine etkileri ile ilgili sonuçlar ortaya konmuştur.

1. Kavramsal Çerçeve

Mal ve hizmetlerin seçimi, tüketimi ve elden çıkarılmasıyla ilgili tüketici tercihleri tüketiciler, pazarlamacılar ve devletler için oldukça önemlidir (Bettman vd., 1998, s. 187). Yeşil değerlerin bir ürünü satın alırken karar verme sürecinde neden daha az etkili olduğunu analiz etmek, tüketici davranışlarını anlamak ve sürdürülebilir tüketim için değiştirmek oldukça önemlidir (Young vd., 2010, s. 22). Çevre ile ilgili endişeler arttığında, tüketim davranışları, mal ve hizmet seçimleri ekolojik çevre için daha duyarlı hâle gelmektedir ve tüketiciler satın alma alışkanlıklarını değiştirerek daha çevreci seçimler yapmaktadırlar (Kilbourne ve Pickett, 2008, s. 887). Tüketicilerin yeşil ürün tüketimine yönelik tutum ve davranışlarının anlaşılması, genel çevrenin sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunmaktadır (Kao ve Tu, 2015, s. 119).

Tüketim değerleri; müstakil ev, bir apartman dairesinden daha fazla alan içerir (fonksiyonel değer), arkadaşlar da aynı zamanda müstakil ev satın alıyor (sosyal değer), tüketici bir eve sahip olmak konusunda kendini güvende hissediyor (duygusal değer), yeni bir ev satın almak zevklidir (epistemik değer) ve bir evim olursa aile kurabilir (koşullu değer) şeklinde örneklendirilebilir (Sheth ve Gross, 1991, s. 163).

Koller (2011, s. 1155) yeşil değerler ile ilgili yapmış olduğu çalışmada azaltılmış CO2 emisyonları ve daha iyi yakıt ekonomisinin birçok yeni araba modelleri için önemli özellikler olduğunu ve bunun tüketicilerde fonksiyonel fiyat değeri yarattığını belirtmektedir. Tsay (2009) yüksek gelir grubuna mensup Tayvanlı tüketicilerin, yeşil ürünleri daha kaliteli olarak algıladıkları için daha fazla para ödediklerini ifade etmektedir. Biswas ve Roy (2015) Hindistan'da yapmış olduğu çalışmada tüketicilerde oluşan fonksiyonel değer algısının tüketicilerin yeşil ürünleri seçme davranışları üzerine olumlu etkisi olduğunu belirtmiştir.

Tüketiciler için algılanan fayda; güvenilirlik, kalite, dayanıklılık, fiyata dayanmaktadır (Lin ve Huang, 2012, s. 12). Tüketiciler geleneksel ürünler yerine geri

dönüşümlü ürünler satın aldıklarında çevre için daha fazla fayda sağladıklarını algılamaktadırlar (Bei ve Simpson, 1995, s. 258). Tüketim değeri boyutları satın alma düzeyinde (satın alma veya satın almama), ürün düzeyinde (ürün tipi A veya ürün tipi B) ve marka düzeyinde (A markası veya B markası) yapılan seçimlerde algılanan fayda ile ilgilidir (Sweeney ve Soutar, 2001, s. 205). Buna bağlı olarak H1a ve H1b hipotezleri geliştirilmiştir.

H1a: Fonksiyonel kalite değeri, tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili seçim davranışını olumlu yönde etkiler.

H1b: Fonksiyonel fiyat değeri, tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili seçim davranışını olumlu yönde etkiler.

Corall-Verdugo vd., (2009) ve Laroche vd., (2001) başkaları ile kuvvetli sosyal ilişkilere sahip olmaya önem veren tüketicilerin, tüketimlerinde ekolojik faktörleri dikkate aldıklarını ifade etmektedirler (Koller vd., 2011, s. 1158). Yeşil bir markayı seçmek, tüketmek tüketicilerin çevre bilinçlerini başkalarına göstermelerine izin vermektedir (Hartmann vd., 2006, s. 677). Hibrit otomobil satın alan bir kişi, başkalarına kendini düşünen bir birey olmasından daha çok toplum yanlısı olduğunu göstermektedir ayrıca yeşil ürünler kimi zaman hem daha maliyetli hem de kişisel kullanım için yetersiz olsa bile, sahibinin çevreye ve topluma gönüllü olarak yarar sağladığı algısını yaratmaktadır (Griskevicius ve Bergh, 2010, s. 392). Khan ve Mohsin (2017) yapmış oldukları çalışmada sosyal değer tüketicilerin yeşil ürün seçim davranışlarında pozitif bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Buna bağlı olarak H2 hipotezi geliştirilmiştir.

H2: Sosyal değer, tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili seçim davranışını olumlu yönde etkiler.

Bağlanma teorisine göre, tüketiciler ürünlere ve markalara duygusal olarak bağlanma eğilimindedir (Thomson vd., 2005, s. 77). Duygusal değer, bir mal veya hizmet kullanımıyla duyguları harekete geçiren ve bireylerin algılanan duygusal faydadır (Gonçalves vd., 2016, s. 2). Mallar ve hizmetler sıklıkla duygusal tepkiler ile ilişkilidir (Lin ve Huang, 2012, s. 12). Bei ve Simpson (1995) yapmış oldukları araştırmada katılımcıların %89,1'nin geri dönüştürülmüş ürünleri satın aldıklarında aynı zamanda çevreyi de koruduklarını hissettiklerini ortaya çıkarmışlardır (Lin ve Huang, 2012, s. 12).

DiClemente ve Hantula (2000) reklamların 'sadece mal veya hizmetler hakkında bilgi vermekle ilgili olmadığını aynı zamanda duygusal tepkileri de harekete geçirdiğini ifade etmektedir. (DiClemente ve Hantula, 2003, s. 591). Sürdürülebilir tasarım açısından, tüketicilerin ürünlerden elde ettikleri duygusal değer ne kadar yüksek olursa, ürünlerin ömrü o kadar uzun olur ve ürünlerin geri dönüşümlü olması ve yeniden kullanılabilir olması satın alımlarda daha güçlü bir niyete yol açar (Tseng ve Ho, 2012, s. 257). Bun a bağlı olarak H3 hipotezi geliştirilmiştir.

H3: Duygusal değer, tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili seçim davranışını olumlu yönde etkiler.

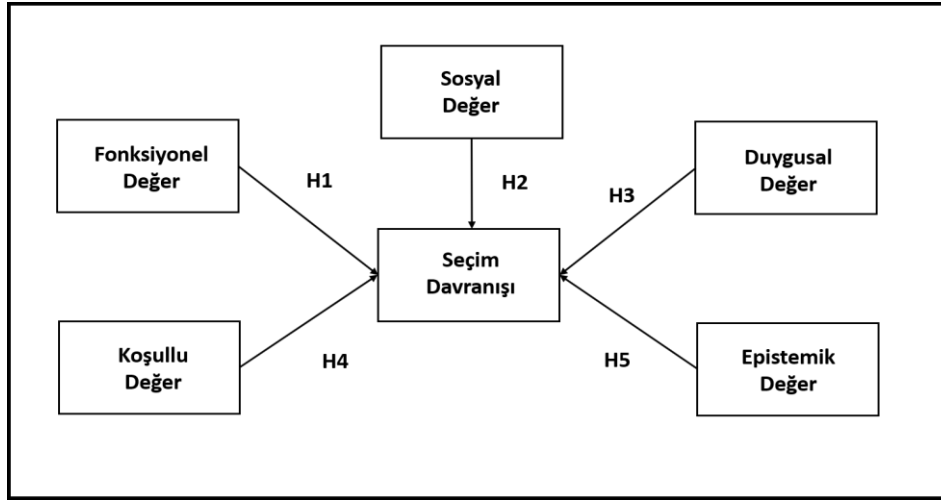
Koşullu değer, bir durum veya koşul nedeniyle (örneğin, hamilelikte organik gıda tüketimi) tüketilen bir mal veya hizmet sonucu algılanan değeri ifade etmektedir (Gonçalves vd., 2016, s. 2). Bazı durumlarda bir mal veya hizmetin kullanımına kuvvetle

bağlı olduğunda, koşullu değer ortaya çıkar (Wang vd., 2013, s. 14). Hiç beklenmeyen bir durumda ürün kullanımı koşullu tüketim durumunu ifade etmektedir. Bazı ürünler sadece mevsimsel değere sahiptir (örneğin, Noel kartları), bazıları “bir ömür boyu bir kez” ile ilişkilidir (örneğin, bir gelinlik) ve bazıları sadece acil durumlarda (örneğin, ambulans hizmeti) kullanılmaktadır (Sheth vd., 1991, s. 162). Lin ve Huang (2012) koşullu değerlerin yeşil tüketicilerin yeşil ürün seçim davranışlarını güçlü bir şekilde etkilediğini ifade etmişlerdir. Gonçalves vd., (2016) koşullu değerlerin tüketicilerin yeşil ürün seçim davranışlarında pozitif bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Buna bağlı olarak H4 hipotezi geliştirilmiştir.

H4: Koşullu değer, tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili seçim davranışını olumlu yönde etkiler.

Epistemik değer, merak uyandırma, yenilik sağlama veya bilgi edinme isteği için kişilerin algıladığı değerdir (Sheth vd., 1991, s. 162). Hedonik tüketimin sonucu olarak bazı ürünler merak uyandırır, yenilik sağlar ve/veya bilgi edinme arzusunu tatmin ederse, bu ürünler epistemik değere sahip olur (Hirschman, 1980, s. 285). Vining ve Ebreo (1990) yapmış oldukları araştırmanın sonucunda ekolojik konularda bilgi sahibi olan tüketicilerin çevreye karşı daha duyarlı davranışlarda bulduklarını belirtmişlerdir. Yeşil ürünlerin nitelikleri ve yenilikleri ile ilgili bilgi edinmenin yeşil ürünler almaya yönelik davranışlar üzerinde olumlu etkisi vardır (Tanner ve Kast, 2003, s. 886). Buna bağlı olarak H5 hipotezi geliştirilmiştir.

H5: Epistemik değer, tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili seçim davranışını olumlu yönde etkiler.



Şekil 1. Çalışmanın Kavramsal Modeli

2. Araştırmanın Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı ve Örnekleme Süreci

Araştırmanın amacı bireylerde var olan değer algılarının yeşil tüketime yönelik seçim davranışları üzerine etkilerini belirlemektir. Bu doğrultuda çevrimiçi anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yürütülen anket çalışması Google çevrimiçi anket sitesi üzerinden hazırlanmış ve internet aracılığıyla kolayda örneklem yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

2.2. Anket Formunun Oluşturulması ve Kullanılan Ölçekler

Anket formunun ilk bölümünde tüketim değerleri ve yeşil ürünlere yönelik seçim davranışı ile ilgili ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde ise demografik faktörlerle ilgili ifadeler yer verilmiştir. Tüm ifadeler Lin ve Huang (2012) tarafından geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçek kapsamında oluşturulmuştur. İngilizce'den Türkçe'ye çevrilen sorular iki aşamada Türkçe'ye çevrilmiştir. Öncelikle çeviri yapan akademisyenler birbirlerinden bağımsız olarak çeviriyi gerçekleştirmişlerdir. İkinci aşamada her iki çeviri karşılaştırılarak geri çeviri yöntemiyle tekrar İngilizce'ye çevrilmiş ve Türkçe dilinde hazırlanan ölçek sorularının son şekli oluşturulmuştur. Türkçe'ye çevrilen ölçekler 5'li Likert ölçeği kullanılarak katılımcılara sunulmuştur.

2.3. Veri Analiz Yöntemi

Araştırma kapsamında 516 kişi ile yapılan anketlerin 47'sinin analize elverişli olmaması sebebiyle 469 adet anket üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi için öncelikle keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Araştırma modelinin geçerliliğinin test edilebilmesi için geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılarak ölçüm modelinin geçerliliği ve güvenilirliği saptanmış, daha sonra da çoklu regresyon yapılarak hipotezler test edilmiştir. Analizler SPSS 21 programı ile yapılmıştır.

3. Analiz ve Bulgular

3.1. Örneklemin Demografik Özellikleri

Tablo 1'de tüketicilerin demografik özelliklerine ait frekansları ve ortalamalarına ilişkin tanımlayıcı bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 1. Örneklemdaki Tüketicilerin Demografik Özellikleri

ÖZELLİKLER	SAYI	YÜZDE
<i>Cinsiyet</i>		
Erkek	154	32,8
Kadın	315	67,2
<i>Yaş</i>		
20'den küçük	8	1,7
20-29	132	28,1
30-39	109	23,2
40-49	155	33,0
50-59	48	10,2
60-69	16	3,4
70 ve üzeri	1	,2
<i>Medeni Durum</i>		
Evli	250	53,3

Bekar	219	46,7
Eğitim Seviyesi		
İlkokul	4	,9
Ortaokul	3	,6
Lise	35	7,5
Üniversite	255	54,4
Lisansüstü	172	36,7
Ortalama Aylık Gelir		
1000 TL'den az	19	4,1
1000-1999 TL	18	3,8
2000-2999 TL	37	7,9
3000-3999 TL	40	8,5
4000-4999 TL	40	8,5
5000-5999 TL	53	11,3
6000-6999 TL	35	7,5
7000-7999 TL	32	6,8
8000-8999 TL	15	3,2
9000-9999 TL	67	14,3
10000 TL ve üstü	113	24,1

4. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Araştırmada seçilen örneklem ile araştırmada kullanılan ölçeğin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla KMO değeri %90 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu değer mükemmel düzeyde olduğu değerlendirilmiştir. İlaveten korelasyon matrisinin birim matrise eşit olup olmadığı diğer bir deyişle anlamlılığı Bartlett'in Küresellik testi ile kontrol edilmiş, elde edilen bulgular Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Örneklem Uygunluğu ve Bartlett Testi Sonuçları

KMO = 0,900		
Bartlett Testi		
$\chi^2 = 6898,127$	Sd. = 253	p-değeri = 0,00

Tablo 2'de, Bartlett küresellik testi için test istatistiği 6898,127 ve $p < 0,05$ olduğundan, korelasyon matrisinin birim matrise eşit olduğu şeklindeki H_0 hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir deyişle kullanılan değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin bulunduğu ve verilerin faktör analizine uygun olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 3: Elde Edilen Özdeğerler, Varyans Açıklama Yüzdeleri (VAY) ve Faktör Yükleri

Faktör 1: Koşullu / Duygusal Değer (Özdeğer = 8,753; VAY = % 19,621)	Faktör Yükleri
EV1 Geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri satın almak, daha iyi bir şeye kişisel katkıda bulunduğumu hissettirir.	,792

EV2 Geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri satın almak, manevi anlamda daha doğru bir şey yaptığımı hissettirir.	,790
CV2 Yeşil ürünler için bir devlet desteği olursa geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri satın alırım.	,745
EV3 Geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri satın almak kendimi daha iyi bir insanmışım gibi hissettirir.	,705
CV3 Yeşil ürünler için indirim veya promosyon etkinlikleri olursa, geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri satın alırım.	,701
CV1 Giderek kötüleşen çevresel koşullar nedeniyle geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri satın alırım.	,693
CV4 Yeşil ürünler mevcutsa geleneksel ürünler yerine yeşil ürünleri alırım.	,681
Faktör 2: Fonksiyonel Kalite Değeri (Özdeğer = 2,526 VAY = % 14,453)	
FVQ2 Yeşil ürünler iyi bir şekilde üretilmiştir.	,824
FVQ3 Yeşil ürünler uygun kalite standartlarına sahiptir.	,767
FVQ4 Yeşil ürünlerin işlerliği kalıcıdır.	,749
FVQ1 Yeşil ürünlerin kalitesi kalıcıdır.	,746
Faktör 3: Sosyal Değer (Özdeğer = 2,020 VAY = % 14,278)	
SV2 Yeşil ürünleri satın almak başkaları tarafından algılanma biçimimi iyileştirir.	,875
SV3 Yeşil ürünleri satın almak, diğer insanlar üzerinde iyi bir izlenim bırakacaktır.	,831
SV4 Yeşil ürünleri satın almak alıcının sosyal anlamda onaylanmasını sağlar.	,818
SV1 Yeşil ürünleri satın almak, kendimi kabul edilmiş hissetmeme yardımcı olur.	,768
Faktör 4: Epistemik Değer (Özdeğer = 1,670 VAY = %14,184)	
EPV2 Ürünleri satın almadan önce farklı marka ve modeller hakkında birçok bilgi edinirim.	,876
EPV1 Ürünleri satın almadan önce, ürünlerin farklı markaları ve modelleri hakkında önemli bilgiler edinirim.	,842
EPV3 Yeni bilgiler araştırmaya hazırım.	,837
EPV4 Yeni ve farklı şeyleri araştırmayı severim.	,792
Faktör 5: Fonksiyonel Fiyat Değeri (Özdeğer = 1,209 VAY = % 7,803)	
FVP1 Yeşil ürünler makul bir şekilde fiyatlandırılmıştır.	,761
FVP3 Yeşil ürünler fiyatlarına göre iyi ürünlerdir.	,582
FVP4 Yeşil ürünler ekonomik olmalıdır.	-,573
FVP2 Yeşil ürünler verilen paraya değerlidir.	,563

Varimax döndürmesi (rotasyon) ile 23 maddenin yapılan faktör analizi sonucunda özdeğeri 1'den büyük olan (Hair ve diğerleri, 2010, s. 110) toplamda beş adet anlamlı faktörde toplandığı ve toplam varyansın % 70,34'ünü açıkladığı görülmüştür. Elde edilen

sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur. Bu durumda en fazla açıklama gücüne sahip olan birinci faktör; 8,753 özdeğeri ile toplam varyansın %19,621'ini açıklamaktadır. İkinci faktöre ait özdeğeri 2,526 ile toplam varyansın %14,453'ünü açıklamaktadır. Üçüncü faktörün özdeğeri 2,020 ile toplam açıklama oranı %14,278'dir. Dördüncü faktörün özdeğeri 1,670 ile toplam varyansın %14,184'ünü açıklamaktadır. Beşinci faktöre ait özdeğer ise 1,209 olup bu faktörün toplam varyansı açıklama oranı %7,803'tür.

Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Bu çalışmada güvenirlilik analizinde alfa katsayısı kullanılmıştır. Geliştirilen ölçeğin güvenirliliğinden söz edebilmek için alfa katsayısının 0,60'tan yüksek olması gereklidir. 0 ile 1 arasında değişen güvenirlilik katsayısı 0,6 veya daha düşük bir değere sahipse, genellikle yetersiz iç tutarlılık olarak ifade edilmektedir (Malhotra vd., 2017, s. 360). Tablo 4'te araştırma değişkenlerinin Cronbach's Alpha katsayısının 0,6'nın üzerinde olduğu görüldüğünden ölçeklerin güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 4. Güvenirlilik Analizi Tablosu

DEĞİŞKENLER	SORU SAYISI	ALFA KATSAYISI
Fonksiyonel kalite değeri – FVQ	4	0,846
Fonksiyonel fiyat değeri – FVP	4	0,623
Sosyal değer – SV	4	0,903
Koşullu / Duygusal değer – CEV	7	0,905
Epistemik değer – EPV	4	0,893
Yeşil ürünler ile ilgili tüketici seçim davranışı – CB	5	0,864

Çoklu Regresyon Sonuçları

Fonksiyonel kalite değeri, fonksiyonel fiyat değeri, sosyal değer, epistemik değer ve koşullu duygusal değer değişkenlerine göre, yeşil ürünler ile ilgili tüketici seçim davranışının ilişkisine yönelik regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Çoklu Regresyon Tablosu

Değişken	B	Standart Hata B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	0,695	0,205	-	3,383	,001	-	-
Fonksiyonel kalite değeri – FVQ	0,060	0,051	0,057	1,190	,235	,360	0,055
Fonksiyonel fiyat değeri – FVP	0,090	0,059	0,076	1,528	,127	,387	0,071
Sosyal değer – SV	0,009	0,036	0,012	0,256	,798	,340	0,012
Epistemik değer – EPV	0,220	0,044	0,209	4,948	,000	,435	0,224
Koşullu/Duygusal değer – CV	0,404	0,052	0,393	7,743	,000	,560	0,339
R = 0,604 R ² = 0,364 F _(5, 463) = 53,064 p = 0,000							

Bağımsız değişkenlerle (fonksiyonel kalite değeri, fonksiyonel fiyat değeri, sosyal değer, epistemik değer, koşullu duygusal değer) bağımlı değişken (yeşil ürünler ile ilgili tüketici seçim davranışı) arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde; fonksiyonel kalite değeri ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,360$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,055$) olduğu tespit edilmiştir. Fonksiyonel fiyat değeri ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,387$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,071$) olduğu tespit edilmiştir. Sosyal değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,340$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,012$) olduğu tespit edilmiştir. Epistemik değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,435$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun $r=0,224$ 'e düştüğü görülmüştür. Koşullu duygusal değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,560$) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun düştüğü ($r=0,339$) tespit edilmiştir.

Fonksiyonel kalite değeri, fonksiyonel fiyat değeri, sosyal değer, epistemik değer ve koşullu duygusal değer değişkenleri birlikte, tüketicilerin yeşil ürünler ile ilgili seçim davranışı ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur, $R=0,604$, $R^2=0,364$, $p < 0,000$. Adı geçen beş bağımsız değişken birlikte, yeşil ürünler ile ilgili tüketici seçim davranışındaki toplam varyansın yaklaşık %36'sını açıklamaktadır.

7. Sonuç ve Öneriler

Çalışmada yapılan analizlerin sonucuna göre standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) bağlı olarak, bağımsız değişkenlerin tüketici seçim davranışı üzerindeki göreceli önem sırası; koşullu/duygusal değer, epistemik değer, fonksiyonel fiyat değeri, fonksiyonel kalite değeri ve sosyal değerdir. Fonksiyonel kalite değeri, fonksiyonel fiyat değeri, sosyal değer, epistemik değer, koşullu/duygusal değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre geliştirilmiş olan H1a, H1b, H2, H3, H4, H5 hipotezleri desteklenmiştir.

Araştırmanın sonucundan hareketle koşullu değer “zaman” ve “durumsal faktörlere odaklanmaktadır. Bir ürün, bazı durumlarda geçici olarak fonksiyonel veya sosyal değer sağlayabildiğinde aynı zamanda koşullu değere sahip olmaktadır. Yapılan araştırmada koşullu duygusal değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,560$) olduğu görülmüştür. Hartmann vd., (2005, s. 9) fonksiyonel özelliklerin duygusal faydalarla birleştirildiğinde, tüketicilerin algılarında çok yüksek etkiler elde edildiğini ifade etmektedirler. İklim değişiklikleri ve çevresel bozulma gibi koşul içeren durumlarda bilgi paylaşımında bulunulmasının tüketicilerin çevreye duyarlı olma eğilimlerini artırması açısından yeşil ürün seçim davranışını olumlu yönde etkileyebileceği söylenebilir. Sağlık ile ilgili koşullu bir durum oluşması durumunda yeşil ürünleri kapsayan farklı pazar bölümlerinin oluşturulması önerilebilir. Ayrıca yeşil ürün tanıtımlarının sadece bilgi vermek amaçlı olmayıp duygusal tepkileri de harekete geçirecek nitelikte tasarlanması müşterilerde duygusal değer artmasını sağlayabilir.

Epistemik değer müşterilerin genellikle merak uyandırabilen, yenilik sağlayabilen veya bilgiyi arttırabilen ürünleri seçmeleri ve yalnızca yenilik kavramının satın alma kararlarının temel nedenini oluşturabileceğini öngörmektedir. Örneğin: müşteriler en sevdikleri ünlünün kozmetik bir ürünü onayladığını izlerken, sadece merakları nedeniyle o ürünü yeni olduğu için satın alabilirler ve böylece o ürün müşterilerde epistemik değer sağlar (Kao ve Tu, 2015, s. 121). Yapılan araştırmada epistemik değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,435$) olduğu görülmüştür. Tüketicilerin yeşil ürünlerle ilgili bilgi isteğinin karşılanması, merak uyandırılması, yenilik sunulması için yeşil ürünlerdeki tasarım, görüntü ve işlevselliğe önem veriliyor olması, yenilikler hakkında bilgi verilmesi ve tutundurma faaliyetlerinde toplumda güven oluşturan kişilerin yeşil ürünlere onay vermesi, tüketicilerde epistemik değer artışı sağlanabilir.

Fonksiyonel değer, tüketicilerin ürün performansı hakkındaki dayanıklılık, kalıcılık, güvenilirlik, fiyat ve kalite algısı ile ölçülmektedir (Biswas ve Roy, 2015, s. 467). Çalışmada yapılan araştırmanın sonucuna göre fonksiyonel kalite değeri ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,360$) ve fonksiyonel fiyat değeri ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,387$) olduğu görülmüştür. Şirketlerin yeşil ürünleri pazarlarken ürünlerinin özellikle daha dayanıklı, daha kalıcı ve daha güvenilir olduğu algısını vermeleri ve yeşil ürünlere uygulanan fiyat politikalarının tekrar gözden geçirilip, satın alma rahatlığının sunulması yeşil ürün tüketiminde artış sağlayacaktır. Örnek verilecek olursa yenilenebilir enerji tüketimini arttırmak için sabit fiyatlandırma uygulamasına geçilmesinin fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal değer insanların çevrelerinde oluşan sosyal gruplarla gelişen ilişkiler yoluyla elde edilen, kişilerin algıladığı faydadır. Yeşil bir markayı seçmek, tüketmek tüketicilerin çevre bilinçlerini başkalarına göstermelerine izin vermektedir (Hartmann, 2006, s. 677) ve bu seçim sosyal değerlerle ilişkilidir. Yapılan araştırmanın sonucuna göre sosyal değer ile tüketici seçim davranışı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,340$) olduğu görülmüştür. Firmaların kendi ürünlerini kullanan bireylerin özellikle sosyal medyada çevreye daha duyarlı tüketiciler oldukları mesajını vermelerini sağlamaları sosyal değer açısından önem taşıyabilir. İleride yapılacak olan çalışmalarda sürdürülebilir çevrenin önemi adına ülkeler arası karşılaştırma yapılarak ve farklı kategorilerde ürünler baz alınarak farklı araştırmalar yapılabilmesi literatüre katkı sağlayacaktır.

Kaynaklar

Bei, L. T., & Simpson, E. M. (1995). The determinants of consumers' purchase decisions for recycled products: an application of acquisition-transaction utility theory. *ACR North American Advances. Association for Consumer Research*, Pages: 257-261.

Bettman, J. R., Luce, M. F., & Payne, J. W. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of consumer research*, 25(3), 187-217.

Biswas, A., & Roy, M. (2015). Green products: an exploratory study on the consumer

behaviour in emerging economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, 87, 463-468.

Corral-Verdugo, V., Bonnes, M., Tapia-Fonllem, C., Fraijo-Sing, B., Frias-Armenta, M., & Carrus, G. (2009). Correlates of pro-sustainability orientation: The affinity towards diversity. *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 34-43.

DiClemente, D., & Hantula, D. A. (2000). John Broadus Watson: I. O psychologist. *The Industrial Psychologist*, 37(4), 47-55.

DiClemente, D. F., & Hantula, D. A. (2003). Applied behavioral economics and consumer choice. *Journal of Economic Psychology*, 24(5), 589-602.

Gilg, A., Barr, S., & Ford, N. (2005). Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer. *Futures*, 37(6), 481-504.

Gonçalves, H. M., Lourenço, T. F., & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1484-1491.

Griskevicius, V., Tybur, J. M., & Van den Bergh, B. (2010). Going green to be seen: status, reputation, and conspicuous conservation. *Journal of personality and social psychology*, 98(3), 392.

Hartmann, P., ApaolazaIbáñez, V., & ForcadaSainz, F. J. (2005). Green branding effects on attitude: functional versus emotional positioning strategies. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(1), 9-29.

Hartmann, P., & ApaolazaIbáñez, V. (2006). Green value added. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(7), 673-680.

Hirschman, E. C. (1980). Innovativeness, novelty seeking, and consumer creativity. *Journal of consumer research*, 7(3), 283-295.

Kao, T. F., & Tu, Y. C. (2015). Effect of green consumption values on behavior: The influence of consumption attitude. *International Journal of Arts & Sciences*, 8(8), 119

Khan, S. N., & Mohsin, M. (2017). The power of emotional value: Exploring the effects of values on green product consumer choice behavior. *Journal of Cleaner Production*, 150, 65-74.

Kilbourne, W., & Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, 61(9), 885-893.

- Koller, M., Floh, A., & Zauner, A. (2011). Further insights into perceived value and consumer loyalty: A “green” perspective. *Psychology & Marketing*, 28(12), 1154-1176.
- Lin, P. C., & Huang, Y. H. (2012). The influence factors on choice behavior regarding green products based on the theory of consumption values. *Journal of Cleaner Production*, 22(1), 11-18.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2006). *Marketing research: An applied approach* (Updated second European edition ed.). Essex: England: PrenticeHall.
- Malhotra, N., Nunan, Daniel, & Birks, D. (2017). *Marketing Research: An applied approach: 5rd European Edition*. Pearson education.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2008). Avoiding green marketing myopia. *Environ. Manag. Read. Cases*, 48, 296.
- Peattie, K. (2001). Golden goose or wild goose? The hunt for the green consumer. *Business Strategy and the Environment*, 10(4), 187-199.
- Reynolds, T. J. (1985). Implications for value research: A macro vs. micro perspective. *Psychology & Marketing*, 2(4), 297-305.
- Roman, T., Bostan, I., Manolică, A., & Mitrica, I. (2015). Profile of green consumers in Romania in light of sustainability challenges and opportunities. *Sustainability*, 7(6), 6394-6411, doi:10.3390/su7066394
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of business research*, 22(2), 159-170.
- Swait, J., & Sweeney, J. C. (2000). Perceived value and its impact on choice behavior in retail setting. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 7(2), 77-88.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Tanner, C., & Wölfling Kast, S. (2003). Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by Swiss consumers. *Psychology & Marketing*, 20(10), 883-902.
- Thomson, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. (2005). The ties that bind: Measuring the strength of consumers' emotional attachments to brands. *Journal of consumer psychology*, 15(1), 77-91.
- Tsay, Y. Y. (2009, August). The impacts of economic crisis on green consumption in Taiwan. In *PICMET'09-2009 Portland International Conference on*

Management of Engineering & Technology (pp. 2367-2374). IEEE.

- Tseng, Y. S., &Ho, M. C. (2012). Creating sustainable emotional value through personalized design. *In Design for Innovative Value Towards a Sustainable Society* (pp. 257-260). Springer, Dordrecht.
- Vining, J., &Ebreo, A. (1990). What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers. *Environment and behavior*, 22(1), 55-73.
- Wang, M. L., Kuo, T. C., &Liu, J. W. (2009). Identifying target green 3C customers in Taiwan using multiattributeutility theory. *ExpertSystemswith Applications*, 36(10), 12562-12569.
- Wang, H. Y., Liao, C., &Yang, L. H. (2013). What affects mobile application use? The roles of consumption values. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 11.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S., &Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable development*, 18(1), 20-31.
- Zhao, H. H., Gao, Q., Wu, Y. P., Wang, Y., &Zhu, X. D. (2014). What affects green consumer behavior in China? A case study from Qingdao. *Journal of Cleaner Production*, 63, 143-151.

LYKOS LAODIKEIASI'NDAN TURNA KUŞU KABARTMALI BİR BLOK

Bilge YILMAZ KOLANCI¹

ÖZ

Laodikeia, Roma İmparatorluk Dönemi'ne tarihlendirilen anıtsal ve ihtişamlı yapıların nitelikli ve zengin dekorasyonu ile dikkat çeken önemli antik kentlerden biridir. Kazı çalışmalarında açığa çıkartılan ve Kuzey (Kutsal) Agora olarak isimlendirilen temenos alanında ele geçirilen mimari blokların dekorasyonu da bu zenginliği yansıtır niteliktedir. Çalışmamızın konusunu oluşturan turna kuşu kabartmalı konsollu geison sima bloğu, yapılarda uygulanan dekorasyon programının sadece bezeme amaçlı değil, yapılarla ve dönemin ideolojisiyle bağlantılı sembolik işlev taşıdığını göstermesi açısından önemlidir. Yine söz konusu kabartma, antik dönemde bölgenin faunası hakkında da fikir sunmaktadır. Yelveler (Gruidae) familyasına dâhil olan, yerli ve yaz göçmeni turna kuşu (*Grus grus* L.), antik çağın önemli bir mevsim sembolü olup çiftçi toplumlara tohum atma dönemini haber veren, bereket ve bolluk kültleriyle ilişkili kutsal hayvanlardan birisidir. Kentin önemli bir kutsal alanına giriş kapısında karşımıza çıkan kabartma, bu ideoloji çerçevesinde mimari yapının dekorasyon programına dâhil edilmiş, İmparatorluk ve tanrılar aracılığıyla kentin topraklarına sunulan bereketi ve zenginliği, yaşanan refah ortamıyla birlikte Laodikeia'da başlayan yeni altın çağı ifade etmiş olmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Laodikeia, Mimari Dekorasyon, Turna Kuşu, Fauna, Bereket

A BLOCK DECORATED CRANE FROM LAODICEA

ABSTRACT

Laodicea is one of the ancient cities which stand out with the quality rich decorations of the monumental and magnificent buildings dated to the Roman Empire Period. The decoration of the architectural blocks collected in the temenos area, called as The North (Sacred) Agora, unearthed in the excavations also reflects this richness. The crane engraved geison sima block with console, which is the subject of our study, is important not only in ornamental terms relating to the decoration program applied on the buildings but also in terms of the symbolic function with regard to the ideology of the period. The relief in question also proposes an idea on the fauna of the region in the antique period. The local and summer migrant crane (*Grus grus* L.) of the Gruidae family is an important symbol of seasons notifying the farmers of the seeding period and a sacred animal related to fertility and wealth cult. The relief, which meets us at the entrance gate of an important sacred place of the city, must have been involved in the decoration program of the architectural structure within this ideology and represent the fertility and wealth offered to the lands of the city through the Empire and the gods and point to the beginning of the new golden age with the welfare atmosphere in Laodicea.

Keywords: Laodicea, Architectural Decoration, Crane, Fauna, Fertility

Giriş

Phrygia Bölgesi'nin batı ucunda, Lykos (Çürüksu) ismiyle bilinen verimli bir ovanın

¹ Dr. Arş. Gör., Pamukkale Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, Denizli, bilgey@pau.edu.tr, ORCID:0000-0003-2774-0829.

Received/Geliş: 10/01/2020 Accepted/Kabul: 08/10/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Yılmaz Kolancı, B. (2020), "Lykos Laodikeiası'ndan Turna Kuşu Kabartmalı Bir Blok",
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 267-278.

ortasında kurulan Laodikeia antik kenti², Roma İmparatorluk Dönemi'nde ulaştığı zenginliğe bağlı inşa edilen anıtsal yapıları ile ön plana çıkmaktadır³ (Şekil 1). Kazı çalışmaları sonucunda açığa çıkartılan yapıların nitelikli dekorasyonu, kentte çalışan mimari atölyenin ulaştığı başarının bir kanıtıdır⁴.



Şekil 1: Laodikeia antik kenti planı (Laodikeia Kazı Arşivi).

Yapıların cephe süslemesinde karşımıza çıkan figürlü bezemeler, kentin zenginliğinin yanı sıra toplumun inançları, bölgenin florası ve faunası gibi çeşitli konular hakkında fikir vermesi bakımından önem taşır. Makalemizin konusunu oluşturan turna kuşu kabartması da bu bezeme öğelerinden birisidir. Kuzey (Kutsal) Agora'da tespit edilen kabartma, bugüne kadar yapılan kazı çalışmalarında ele geçirilen tek örnek olması bakımından önem taşımaktadır⁵. Çalışmamızda bu kabartma ikonografik açıdan ele alınarak, yapının ait olduğu dönem özelliklerine göre değerlendirilmiş ve bezemenin anlamına dair bir sonuca gidilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, günümüze kadar ulaşan çeşitli edebî metinlerin turna kuşu hakkında verdiği bilgiler temel dayanak noktamızı oluşturmuştur. Antik kaynaklarda turna kuşlarının özellikle tarımla uğraşan toplumlar adına önem taşıdığı, mevsim döngüsüyle ilişkilendirilen hayvanlardan birisi olduğu ve

² Strabon (XII. 8.16) tarafından “*Lykos yanındaki Laodikeia*” olarak isimlendirilen kent, II. Antiokhos Theos tarafından (MÖ 261-253) kurulmuş olup yapılan çalışmalar kentin geçmişinin Erken Kalkolitik Dönem'e kadar uzandığını göstermiştir. Konu ile ilgili bk. Ramsay, 1895, s. 32; Magie, 1950, s. 127, 986-987; Gagniers, 1969, s. 1-2; Bean, 2000, s. 265; Traversari, 2000, s. 11; Bejor, 2000, s. 15-16; Şimşek, 2007, s. 55; Şimşek, 2013, s. 47, 467, Res. 676; Şimşek, 2014a, s. 37. Plinius'un (NH. V.105) verdiği bilgiler de, Hellenistik Dönem kuruluşundan önce *Diospolis* (Zeus Kenti) ve *Rhoas* olarak isimlendirilen erken yerleşimlerin varlığını desteklemektedir. Ayrıca bk. Şimşek, 2009, s. 411; Şimşek, 2013, s. 52-53; Şimşek, 2014a, s. 41.

³ Kazı çalışmaları sonucunda açığa çıkartılan yapılarla ilgili detaylı bilgi için bk. Şimşek, 2013; Şimşek - Sezgin, 2011, s. 173-201; Şimşek - Sezgin, 2012, s. 103-128.

⁴ Mimari bezemeler için bk. Şimşek, 2013, s. 444-455, Res. 617, 622-642; Yılmaz Kolancı, 2018.

⁵ Turna kuşu kabartmalı mimari blok, 2018 yılında yazar tarafından tamamlanan “*Laodikeia Mimari Bloklarındaki Bitkisel ve Figüratif Kabartmalar*” başlıklı doktora tezinde ilk kez ele alınmıştır. Bu malzemeyi çalışma iznini veren ve her aşamada desteğini esirgemeyen Laodikeia Antik Kenti Kazı Başkanı Prof. Dr. Celal ŞİMŞEK'e teşekkürü bir borç bilirim.

tüm bunların sonucunda Demeter, Priapos gibi bereketle ilgili kültlerin kapsamına giren kutsal bir sembol olarak algılandığı tespit edilmiştir. Bu nedenle Julius Claudiuslar Dönemi'ne tarihlendirilen kabartmanın, özellikle bu dönemde İmparator Augustus'la birlikte başlayan *Pax Romana*'yı müjdeleyen, bereket ve bolluğa bağlı elde edilecek zenginliği vaat eden önemli bir sembol olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Kabartmanın kutsal alana girişi sağlayan bir kapıyla ilişkili olmasının yanı sıra kentin toprakları ve nehirlerindeki bereketi ifade eden balık, sığır, kurt ve domuz gibi çeşitli sembolik kabartmalarla birlikte kullanılması da bu görüşümüzü desteklemektedir.

Turna Kuşu Kabartmalı Konsollu Geison-Sima Bloğu

Turna kuşu kabartması, Kuzey (Kutsal) Agora olarak isimlendirilen temenosun batısında, Batı Tiyatrosu ile bağlantılı bir geçiş kapısına ait konsollu geison-sima bloğunun konsol kasetinde tespit edilmiştir⁶ (**Şekil 2-3**) (Şimşek, 2014b, s. 648). Julius-Claudiuslar Dönemi (Augustus-Tiberius?) mimari süsleme özellikleri gösteren kapının dekorasyonu, oldukça zengin ve kaliteli bir işçilik taşımaktadır. Kapıya ait diğer konsol kasetlerinde de çeşitli hayvan ve bitkilerden oluşan kabartmalar görülmekte olup tüm bezemeler mimari dekorasyon atölyesinin ulaştığı beceri düzeyini yansıtmaktadır (Şimşek, 2014b, s. 648; Yılmaz Kolancı, 2018, Kat. No. KGS.01-04).

Kabartma olarak yapılan turna kuşu, profilden betimlenmiştir. Kanatları geriye doğru hafifçe açık gösterilmiş olup bir bacağı önde, diğeri geride ve turna dansı yapar şekilde hareket hâlinindedir. Gövdesi leylek ile yakın benzerlik taşısa da, gaga ve bacakların daha kısa yapıda olması ve başın hemen gerisindeki tepe tüyleri figürün turna kuşu (*Grus grus* L.) olduğunu göstermektedir. Kuşun gövdesindeki tüyler, kazıma çizgilerle detaylı bir şekilde işlenmiştir (**Şekil 3**). Antik dönemde boya ile de renklendirildiği düşünülen kabartmada⁷ günümüze ulaşan herhangi bir boya kalıntısı tespit edilememiştir.

⁶ Kabartmanın yer aldığı konsollu geison-sima bloğu 103x45x90 cm, turna kuşu figürü ise 14.5x10.5x1.2 cm ölçüsündedir.

⁷ Laodikeia antik kentinde, mimari bloklar üzerinde tespit edilen boya kalıntıları bu tip cephe süslemelerinin orijinalinde çeşitli renkler ile boyandığını göstermesi bakımından önemlidir. Bu tip örnekler için bk. Şimşek, 2013, s. 140, 251, Res. 172, 333.



Şekil 2: Kabartmanın tespit edildiği konsollu geison-sima bloğu.



Şekil 3: Kasette betimlenen turna kuşu (*Grus grus* L.) kabartması

Antikçağ'da Turna Kuşları

Yelveler (Gruidae) familyasına dâhil olan turna kuşları (*Grus grus* L.), yerli ve yaz göçmeni olan bir kuş türüdür. Bu kuşlar, geniş bataklıklar ve sulak çayırlarda yuva yapmaktadır. Dış görünüşü bakımından erkek ile dişi arasında bir ayırım bulunmaz⁸ (Sümbül vd., 2005, s. 663). Antik dönemin en önemli doğa bilgini olan Plinius (*NH.* X.30), turnalar hakkında bilgi vermiş, bu kuşların göç esnasında yola çıktıklarında daha uzağı görebilmek için çok yüksekte uçtuğunu, çıkardıkları yüksek sesler ile sürüyü düzgün sırada tuttuklarını ve bir gözcüleri bulunduğunu bildirmiştir⁹. Yine Plinius'un (*NH.* X.30) verdiği bilgiler turna kuşlarının antik çağda evcilleştirilen ve saygın kabul edilen kuş türlerinden birisi olduğunu gösterir.

Antik kaynaklar, turna kuşlarının¹⁰ özellikle tarım işleriyle uğraşan topluluklar tarafından önem taşıdığını göstermektedir. Doğayı gözlemleyen atalarımız, bu yaz göçmeni kuşu bir mevsim sembolü olarak kabul etmiş ve özellikle tarımla ilişkilendirmiştir. Hesiodos (*erg.* 447-451) (MÖ 8. yy.) “*işe başlamadan önce turnaların sesini bekle. Her sene bulutların arkasından duyulan bağırtıları ekin zamanını haber verir. Turnalar gökyüzüne doluştu mu yağmurlu günler başlar*” ifadesiyle bu kuşların tarlalarda ekin zamanının başlangıcını haber verdiğini bildirmiştir¹¹. Aristophanes (*Birds*, 708-714) (MÖ 414) ise turna kuşunu konuşturduğu bir dizisinde “*İnsanoğlu neler neler borçludur bize! Bizden öğrenir baharı, yazı, güzü, kışı. Çiftçi turnaların güneye gitmesini bekler, tarlasına tohum ekmezden önce. Turnalar gitti mi dümenci dümeni bırakıp uyur,*

⁸ Turna kuşları, sürüler hâlinde yaptıkları göçlerde yüksekte uçan, seslerini çok uzak mesafeden duyuran ve V şeklinde bir plan oluşturarak göç eden bir türdür (Toynbee, 1973, s. 243; Sümbül vd., 2005, s. 663). Bataklık alanlarda yaptıkları gizli yuvalarını, yavrularını düşmanlarından uzak tutması ve koruması ile ünlenmişlerdir (Schmidt, 2007, s. 216). Bugün ülkemizde İç Anadolu, Akdeniz, Orta ve Doğu Karadeniz, Güneydoğu ve Doğu Anadolu ile Marmara Bölgesi'nin bazı bölümlerinde görülmektedir (Sümbül vd., 2005, s. 663).

⁹ Vergilius'un Aeneas destanında ise turna kuşlarının Strymon kıyılarında yaşadığı ve kıvanç çığlıkları attığı, ayrıca “ak kuğu” şeklinde de isimlendirildiği görülmektedir (Vergilius, *Aeneas*, X. 265-266, XI. 579-580). Strabon (I. 2) ise turnaların kış mevsiminde Yunanistan'dan daha güney bölgelere göç ettiklerini bildirmiştir. Pausanias (I. 40.1) MS 2. yüzyılda, Megara'da, turna kuşlarının çok sık görüldüğü ve çığlıklarının duyulduğu bir dağın “*Turna Tepesi*” ismiyle tanındığı bildirmiştir.

¹⁰ Turna kuşuna ait en erken betimlemeler Göbeklitepe'deki (MÖ 10.000) dikilitaşlar üzerinde görülmektedir (Schmidt, 2007, s. 157, Res. 88). Ayrıca bazı dikilitaşların üzerinde, turna kostümü giyen ve turna dansı yapan insanların tasvirlerinin yer aldığı düşünülmektedir (Schmidt, 2007, s. 157, Res. 46, 87). Halaf ve Samara kültürleri ile ilişkili boyalı kaplarda ve Bougras yerleşmesindeki boyalı duvar resimlerinde de turna kuşu betimlemeleri tespit edilmiştir. Mısır'da gerçekleştirilen çalışmalarda da mezar resimlerinde turna kuşu betimlemeleri açığa çıkartılmıştır (Schmidt, 2007, s. 218). Turna kuşlarıyla ilgili en erken yazılı bilgilere ise Homeros destanlarında (MÖ 9. yüzyıl) ulaşılmaktadır. Homeros (*Iliada*, II.458-462) turnaların Küçük Menderes Nehri'nin etrafında görüldüğünü “*kanatlı kuşlar, kazlar, turnalar, uzun boyunlu kuğular nasıl sürü sürü, Asya çayırlarında, Kaystros'un iki yakasında, sallayarak kanatlarını kibirli kibirli, nasıl uçarlarsa bir o yana bir bu yana*” sözleriyle aktarmıştır. Homeros (*Iliada*, III.2-6) “*Troyalılar yürüdüler kuşlar gibi çığlık çığlığa, turnalar göklere yükselir de hani, kasırgadan, sağanak sağanak yağmurdan kaçıp, Okeanos akıntularına doğru bağıra çağıra uçarlarsa nasıl, Pygme cücelerine korkunç bir savaş, ölüm, yokluk getirerek şafak vakti*” ifadesiyle ordu ile turna-pigme savaşlarının arasında bağlantı kurmuştur. Yine Homeros'un aktardığı pigmeler ile turnaların savaşı (*Geranomakhia*), Kleitias ile Ergotimos tarafından imzalanan ve “*François Vazosu*” olarak isimlendirilen (MÖ 6. yüzyıl) volütlü krater üzerinde de betimlenmiştir (Boardman, 2003, s. 33-34, Res. 46). Çeşitli efsanelerde de pigme ırkından Gerana (Oinoe) isimli bir kadının, Hera tarafından turna kuşuna dönüştürüldüğü aktarılmıştır (Ovidius, *metamorphoses*, VI.90-92; Wentworth Thompson, 1895, s. 43; Grimal, 1997, s. 212, 701-702). Roma sanatında da sıklıkla Pigmeler ile turnaların savaşı betimlenmiş ve İmparator Titus tarafından MS 80 yılında turna dövüşleri sahnelenmiştir (Toynbee, 1973, s. 243-244).

¹¹ Herodotos (II.22) MÖ 5. yüzyılda “*Skýth ülkelerinin kışından kaçan turnalar kışlık yuvalarını burada kururlar*” diyerek turnaların kışları göç mevsiminde Nil nehrinin çevresinde konakladığını bildirmiştir.

eşkiya bir gocuk hazırlar kendine, elalemi soyarken kendi üşümesin diye” sözleriyle turna kuşları, tarım faaliyetleri ve mevsimler arasındaki sıkı bağlantıyı ifade etmiştir¹².

Turnaların antik dönem toplumlarına tohum atma dönemini haber vermesi, bereket ve bolluk tanrıçası Demeter kültüne kabul edilen kutsal hayvanlardan birisi olmasını sağlamıştır¹³ (Grimal, 1997, s. 147; Schmidt, 2007, s. 217). Benzer şekilde bereket tanrısı Priapos kültüne de dâhil edilen turna kuşları, tanrıya ait tapınaklarda bulunan kutsal hayvanların arasında yerini almıştır. Ayrıca aydınlık günlerin başlangıcını haber veren bir kuş olduğu için ışık tanrısı Apollon’un kültüründe de kutsallık kazanmıştır. Tanrıların habercisi kabul edilen turna kuşları, antik çağ insanı için ölümsüzlüğü, uzun yaşamı, mevsimleri, yağmuru, bereketi, zenginliği, koruyuculuğu ve uyanıklığı temsil etmiştir¹⁴ (Wentworth Thompson, 1895, s. 43-44; Cooper, 2011, s. 44). Yılın her döneminde yaptıkları meşhur turna dansı, yaşama sevincini de ifade etmektedir (Toynbee, 1973, s. 243; Schmidt, 2007, s. 216).

Kabartmanın İkonografisi

Laodikeia antik kentinde açığa çıkartılan turna kuşu kabartması, kentin önemli bir dinî alanı olan ve Kuzey (Kutsal) Agora olarak isimlendirilen temenosunda, Batı Tiyatrosu ile bağlantılı bir geçiş kapısına işlenmiştir. Söz konusu kapının dekorasyonunda turna kuşu figürüyle birlikte balık, boğa, horoz, Lykos ve Kapros nehirlerinin sembolü olan kurt ve yaban domuzu gibi çeşitli hayvan figürlerine ait kabartmalar da açığa çıkartılmıştır (Şimşek, 2014b, 648). Mimari blokların stili, kapının Julius Claudiuslar Dönemi’nde (Augustus/Tiberius?) inşa edildiğini göstermektedir. Temenos içerisinde tespit edilen erken mimari öğelerin İmparator Augustus Dönemi’ne tarihlendirilmesi, kapının, dinî alanın ilk inşa evresiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Strabon (XII. 7.16) tarafından aktarılan bilgiler, kentin özellikle bu dönemde topraklarının verimliliğinden dolayı zengin bir konuma ulaştığını ifade etmesi bakımından önem taşır. Kentin çevresindeki zengin su kaynakları, verimli ovalar ve uygun iklim, bölgede birçok tarım ürününün yetişmesine olanak sağlamış ve kentin önemli bir ticari güzergâh üzerindeki stratejik konumu, bu ürünlerin geniş bir pazarda satılmasına olanak sağlamıştır¹⁵ (Şimşek, 2013, s. 39; Şimşek, 2014a, s. 36). Kentin bu dönemde ulaştığı zenginlik ve başarının önemli bir sebebi de İmparator Augustus ile birlikte başlayan *Pax Romana* çağıdır. Onun yönetimi altında başlayan altın çağ, tüm eyaletlere bereket, huzur, refah, zenginlik ve barış getirmiş,

¹² Aynı eserde 30 bin civarında turna kuşunun Libya’dan Yunanistan’a göç ettiğini bildirmiştir. Bk. Aristophanes, *Birds*, 1135-1136.

¹³ Anadolu halk inanışlarında turna kuşu kız-güzellik sembolü olarak kabul edilmektedir (Elçin, 1997, s. 65). Bu durum ana tanrıça inancından günümüze kadar yansıyan bir durum olabilir.

¹⁴ Bu inanç Anadolu inanışlarında halen devam etmekte, turnalar ölümsüzlük, zenginlik ve uzun ömrün simgesi kabul edilmektedir (Çatalbaş, 2011, s. 53). Anadolu inanışlarında kutsal bir kuş olarak kabul edilen turnaları avlayan kişilerin başlarına felaket ve uğursuzluk geleceği inancı hâkimdir (Ceylan, 2003, s. 3). Ayrıca Anadolu’da turna ismi kişilerde, yerleşimlerde ve coğrafi şekillerde sıklıkla kullanılmaktadır (Elçin, 1997, s. 64).

¹⁵ Bölgedeki tüccarların yalnızca kara yolu ile değil deniz aşım ülkelere ticari amaçlı deniz seferleri yaptıkları bilinmektedir. Hierapolis kentinde açığa çıkartılan Tüccar *Titus Flavius Zeuxis*’e ait mezar yazıtı için bk. Ritti, 2006, s. 67-70.

dönemin sanat anlayışı da bu ideoloji çerçevesinde yeniden şekillenmiştir¹⁶. Tüm bu verileri bir araya getirdiğimizde kapıya ait mimari bloklar üzerine işlenen kabartmalar anlam kazanmakta ve turna kuşu kabartmasının yapıdaki sembolik ifadesi ortaya çıkmaktadır.

Yukarıda da detaylı bir şekilde değindiğimiz gibi, turna kuşu, özellikle antik dönemde tarım faaliyetlerinin önem taşıdığı toplumlarda kutsallık kazanarak, bereket kültleri ve ekin dönemleri ile ilişkilendirilmiştir. Antik kaynakların da kent zenginliğini, toprakların verimliliğine bağladığı Laodikeia’da tarım faaliyetleri büyük önem taşımıştır. Bu durumun en açık göstergesi ise baş tanrı Zeus onuruna düzenlenen ve kente büyük bir ün getiren *Deia Sebasta* isimli bereket törenleridir (Ramsay, 1895, s. 51; Huttner, 2013, s. 43). Komşu kent Hierapolis’te ele geçirilen bir yazıt, Zeus adına düzenlenen bu dinî törenlerin deniz yolculuklarının sona ermesi ve tarlalarda ekim çalışmalarının başlamasıyla birlikte 6 Kasım’da kutlandığını ortaya koymuştur¹⁷. Yani bölge halkı için tarlalarda ekim çalışmalarının başlaması büyük bir önem arz etmektedir. Kabartmanın ele geçirildiği Kuzey (Kutsal) Agora, baş tanrı Zeus adına inşa edilen anıtsal bir tapınağın olduğu özel bir temenos’tur (Şimşek, 2014a, s. 64-65). Söz konusu alan, yukarıda sözünü ettiğimiz tören ve festivallerin gerçekleştirildiği alan olması nedeniyle de önemlidir. Bu durum, turna kuşu kabartmasının, söz konusu dinî merkeze gelen ziyaretçilere mesaj veren sembolik bir bezeme olduğunu düşündürmektedir. Dinî alana gelen ziyaretçilere, yapılarda kullanılan figürlü bezemelerle birlikte mesaj verilmiş, İmparatorluğun, kentin ve tanrıların sunduğu zenginlik ve bereket vurgulanmış olmalıdır. Çünkü aynı kapı üzerinde karşımıza çıkan ve kentin nehirlerini sembolize eden kurt (*Lykos*) ve yaban domuzu (*Kapros*) kabartması da aynı düşüncenin paralelinde işlenen figürlü bezemelerdir (Yılmaz Kolancı, 2018, s. 89-103, 139, Fig. 55).

Augustus Dönemi’ne tarihlenen kapıda kullanılan dekorasyonun ideolojisi, bizi İmparator Augustus adına inşa edilen ve MÖ 13-9 yıllarına tarihlendirilen Ara Pacis (Kutsal Barış) Sunağı’na götürmektedir. İmparatorla birlikte başlayan altın çağ’ın getirdiği bereket, bolluk ve bu kavramlara bağlı yaşanan refah dönemi, sanatçılar tarafından dikkatle tasarlanan Tellus (Ceres) kabartmasında kendini göstermektedir (Kleiner, 1992, s. 96-97, Fig. 80; Stanley Spaeth, 1994, Fig. 1, 4; Fullerton, 2000, s. 161-163, Fig. 115; Rossini, 2006, s. 42). Kabartmada, bereket tanrıçası Tellus¹⁸, bir tarafında toprağın bereketini, diğer tarafında nehirlerin bereketini sembolize eden iki Nymphe ile birlikte betimlenmiştir. Bu kabartmada dikkatimizi çeken nokta, nehirlerin bereketini sembolize eden Nymphe’nin altında bulunan sazlıklar ve içerisinden su akan devrik bir amphora’dır. Kabartmayı tasarlayan sanatçı, amphora üzerinde tüneyen bir turna kuşu figürü ile nehirler aracılığıyla tarım topraklarına gelen bereketli refah günlerini ifade etmiştir (Moretti, 1948, s. 232-237, Tav. XVII; Zanker, 1990, s. 172-179, Fig. 136; Stanley Spaeth, 1994, s. 68-77, 86, Fig. 1). Çalışmamızın konusunu oluşturan turna kuşunun da kentin nehirlerini sembolize eden kurt ve yaban domuzu kabartması ile birlikte programlanması, çağdaş dönemin propagandacı üslubu ile ilişkili olmalıdır.

¹⁶ Vergilius’un (*Aeneas*, VI. 792-794) eserinde “*Soylu Augustus Caesar, başlatacak yeniden Latium’da, Saturnus’un egemenlik sürdüğü altın çağı yayacak, egemenliğini Libya’dan Hindistan’a*” sözleriyle İmparator Augustus ile birlikte başlayan altın çağ vurgulanmıştır.

¹⁷ Hadrianus Dönemi’ne tarihlendirilen yazıt için bk. Ritti, 2006, s. 160-165.

¹⁸ Laodikeia’da bulunan Tellus kabartması için bk. Şimşek, 2005.

Turna kuşu kabartmasının sembolik ifadesi dışında, bölgede görülen önemli kuş türlerinden birisi olduğunu da söyleyebiliriz. Çünkü kent, göl ve nehir gibi tatlı su kaynakları¹⁹ bakımından zengin bir bölgede konumlanmıştır. Denizli'deki sulak alanlarda günümüzde hâlen turna kuşlarının görüldüğü ve kuluçkaya yattığı bilinmektedir (<http://www.pamukkale.gov.tr/tr/Eko-Turizm/Ornitoloji>). Bu durum antik dönemde de iklimin ve coğrafyanın uygun olduğu bölge için geçerli olmalıdır²⁰. Bölge halkı, yaz göçmeni olan ve özellikle sulak alanlarda görülen turna kuşlarını, inanç sistemlerinin içerisine dâhil etmiş ve antik dönemin sanatçıları yakın çevrede gördükleri bu kutsal kuşun varlığını kabartma şeklinde işleyerek günümüze ulaştırmıştır.

Değerlendirme

Laodikeia edebî metinlerin verdiği bilgilere göre, antik dönemde kazandığı zenginliği çevresindeki bereketli tarım topraklarına borçlu olan kentlerden birisidir. Geniş ve verimli topraklara sahip Lykos (Çürüksu) Ovası ile bu toprakları sulayan Lykos Nehri, vadide çeşitli tarım ürünlerinin yetişmesine ve buna bağlı olarak kentin büyük bir gelir elde etmesine sebep olmuştur. Antik kentte mimari yapıların dekorasyonunda karşımıza çıkan nar, buğday, haşhaş, elma, incir gibi çeşitli bitkisel kabartmalar, tarımsal zenginliğe bağlı yaşanan refahın görsel yansımaları olarak değerlendirilebilir. Yine bölgede ve kentte açığa çıkartılan epigrafik belgeler, çeşitli tanrılar adına düzenlenen bereket törenleri hakkında da bilgi sağlamaktadır. Laodikeia'da açığa çıkartılan turna kuşu kabartması, bu bereket törenlerinin düzenlendiği Kuzey (Kutsal) Agora'ya ait giriş kapısında tespit edilmesi bakımından önemlidir. Roma İmparatorluk Dönemi'nde inşa edilen mimari yapıların çok çeşitli bezemelerle zengin bir şekilde dekore edildiği bilinmektedir. Ancak Laodikeia kentinde tespit ettiğimiz turna kuşu kabartması, nadir bir bezeme olması yönüyle diğer dekorasyon öğelerinden ayrılmaktadır. Turna kuşlarının antik dönemdeki anlamını belirlemek amacıyla edebî metinler üzerinde yaptığımız araştırmada, bu kuşların özellikle tarımla uğraşan toplumlar için mevsim geçişlerini ifade eden önemli hayvanlardan birisi olduğu görülmüştür. Yaz göçmeni olan bu kuş sürüsünün gökyüzünde görülmesi, o dönemin toplumuna yağmurların ve tohum atma günlerinin başlayacağını müjdelediği için bereket ve bollukla ilişkilendirilmiştir. Bu niteliğiyle, Demeter, Priapos ve Apollon gibi tanrıların kültüne dâhil edilmiş, kutsal ve sembolik bir anlam kazanmıştır. Laodikeia'da açığa çıkartılan kabartma, Julius Claudiuslar Dönemi (Augustus-Tiberius?) özelliği göstermektedir. Söz konusu dönemde özellikle İmparator Augustus'la birlikte başlayan *Pax Romana* çağı, İmparatorluğun yönetimine giren tüm topraklara bereketin, bolluğun, refahın, zenginliğin ve barış dolu günlerin geleceğini vaat eden bir ideoloji sunmuştur. Dönemin sanat anlayışı da bu ideoloji çerçevesinde

¹⁹ Hierapolis kentinde bulunan bir yazıt, Hierapolis ve Laodikeia kentleri arasındaki Lykos Ovası'nda bir gölün bulunduğunu, Laodikeialıların bu gölün kullanımını tekeline aldığını ve gölden avlanan balıklar için Hierapolis ile Tripolislilerin, Laodikeialılara vergi ödemekle yükümlü tutulduğunu göstermiştir. Gölle ilgili bilgi veren bu yazıt için bk. Scardozzi, 2007, s. 83-86, Fig. 18-19; Bursa, 2010, s. 25; Şimşek, 2011, s. 108-109; Şimşek, 2013, s. 58; Şimşek, 2014a, s. 36; Bursa Sturtevant, 2016, s. 82-83; Ritti, 2017, s. 32-33, 419-420. Ayrıca kente ismini veren Lykos (Çürüksu) Nehri başta olmak üzere Kapros (Başlıçay), Kadmos ve Asopos (Gümüşçay) gibi nehirler, Laodikeia için hayati ve ticari açıdan önem taşıyan tatlısu kaynaklarıdır. Bk. Şimşek, 2013, s. 35, 47, 63, Res. 30, 39, 42; Şimşek, 2014a, s. 34-36. Kentte açığa çıkartılan mimari blokların üzerinde de yaz göçmeni su kuşlarına ait kabartmalar görülmektedir. Bk. Yılmaz Kolancı, 2018, s. 142, 355, Fig. 110, Kat. No. TK.14.

²⁰ Homeros (*Iliada*, II.458-462) Kaystros (Küçük Menderes) Nehri çevresindeki turna kuşu sürülerinden bahsetmektedir.

şekillenmiş ve sanatçılar ortaya koydukları eserler üzerinde *Pax Romana*'yı sembolik olarak vurgulamıştır.

Kuzey (Kutsal) Agora olarak isimlendirilen ve kentin en önemli dinî merkezi konumundaki temenosuna ait bir geçiş kapısında tespit edilen kabartmamız da, bu alanda gerçekleştirilen bereket törenleriyle ilişkili kutsal bir sembol olarak düşünülmelidir. Yine kabartmanın yapıldığı dönemde Roma İmparatorluğu tarafından uygulanan ana ideolojinin (*Pax Romana*) de bu görüş çerçevesinde programlanması, kabartmamız ile büyük bir uyum taşımakta ve mimari atölyenin başarısını da göz önüne koymaktadır. Yapıdaki figürlü bezemeleri programlayan kişiler, turna kuşu kabartmasıyla; İmparatorluk ve tanrılar aracılığıyla kentin topraklarına sunulan bereketi ve zenginliği, yaşanan refah ortamıyla birlikte Laodikeia'da başlayan altın çağı, aydınlık günlerin gelişini ifade etmiş olmalıdır.

Kaynaklar

- Aristophanes. *Kuşlar*, A. Erhat-S. Eyuboğlu (Çev.), 1988, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Bean, G. (2000). *Eski Çağda Menderesin Ötesi*, P. Kurtoğlu (Çev.), Arion Yayınevi, İstanbul.
- Bejor, G. (2000). Per Una Ricerda Di Laodicea Ellenistica. G. Traversari (Ed.), *Laodicea Di Frigia I* içinde (ss. 15–23). Bretschneider, Rome.
- Boardman, J. (2003). *Siyah Figürlü Atina Vazoları*, G. Ergin (Çev.), Homer Kitabevi, İstanbul.
- Bursa Sturtevant, P. (2016). Eskiçağ'da Anadolu'nun Güney ve Batısında Yer Alan Bölgelerde Balık ve Balıkçılar, *Adalya 19*, 75-93.
- Bursa, P. (2010). *Antikçağ'da Anadolu'da Balık ve Balıkçılık*, Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ceylan, Ö. (2003). Klasik Türk Şiiri'nde Turna'ya Dair, *Gazi Üniversitesi Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi 38*, 35-42.
- Cooper, J. C. (2011). *An Illustrated Encyclopaedia of Traditional Symbols*, Thames & Hudson, London.
- Çatalbaş, R. (2011). Türklerde Hayvan Sembolizmi ve Din ilişkisi, *Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi, Vol. 3; Sayı: 12*, 49-60.
- Elçin, Ş. (1997). Türk Halk Edebiyatında Turna Motifi, *Halk Edebiyatı Araştırmaları*, 1, Ankara, 63-75.
- Fullerton, M. D. (2000). *Greek Art*, Wiley-Blackwell, London.

- Gagniers, J. D. (1969). Introduction Historique, *Laodicée du Lycos Le Nymphée* içinde (ss. 1-11). Québec : Presses de l'Université Laval, Paris.
- Grimal, P. (1997). *Mitoloji Sözlüğü*, S. Tamgüç (Çev.), Sosyal Yayınlar, İstanbul.
- Herodotos. *Herodot Tarihi*, M. Ökmen (Çev.), 1973, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Homeros. *İlyada*, A. Erhat-A. Kadir (Çev.), 2004, Can Yayınları, İstanbul.
- Huttner, U. (2013). *Early Christianity in the Lykus Valley*, D. Green (Trs.), Brill, Boston.
- Kleiner, D. E. E. (1992). *Roman Sculpture*, Yale University Press, London.
- Magie, D. (1950). *Roman Rule in Asia Minor To The End Of The Third Century After Christ Vol I-II*, Princeton University Press, New Jersey.
- Moretti, G. (1948). *Ara Pacis Augustae*, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Rome.
- Ovidius. *Dönüşümler*, İ. Z. Eyuboğlu (Çev.), 1994, Payel Yayınları, İstanbul.
- Pausanias. *Periegesis tes Hellados, Description of Greece*, W. H. S. Jones (Trs.), The Loeb Classical Library, 1964 –1966, London.
- Plinius. *Naturalis Historia*, J. Bostock (Trs.), 1855.
- Ramsay, W. M. (1895). *Cities and Bishoprics of Phrygia*, Clarendon Press, Oxford.
- Ritti, T. (2006). *Phrygia Hierapolis'i Eski Yazıtlar Rehberi*, Ege Yayınları, İstanbul.
- Ritti, T. (2017). *Storia e Istituzioni di Hierapolis, Hierapolis di Frigia IX*, Ege Yayınları, İstanbul.
- Rossini, O. (2006). *Ara Pacis Musei in Comune Roma*, S. Fox, S. Notini (Trs.), Roma.
- Scardozi, G. (2007) Ricerche topografiche e telerilevamento. F. D'Andria - M. Caggia (Ed.), *Hierapolis di Frigia, Le Attivita Delle Campagne Di Sa-cavo e Restauro 2000-2003* içinde (ss. 7-86). İstanbul, Ege Yayınları.
- Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcularının Gizemli Kutsal Alanı Göbekli Tepe*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.
- Stanley Spaeth, B. (1994). The Goddess Ceres in the Ara Pacis Augustae and the Carthage Relief, *American Journal of Archaeology*, 98 (I), 65-100.

- Strabon. *Geographica/Coğrafya* (Anadolu XII, XIII, XIV), A. Pekman (Çev.), 2005, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.
- Sümbül, H. vd. (2005). *Türkiye'nin Doğa Rehberi*, Mart Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, C., Sezgin, M. A. (2011). Laodikeia Kuzey Tiyatrosu, *Olba 19*, 173-201.
- Şimşek, C., Sezgin, M. A. (2012). The West and North Theatres in Laodicea. F. Masino vd. (Ed.), *Restoration and Management of Ancient Theatres in Turkey, Methods, Research, Results* içinde (ss. 103-128). Congedo, Lecce.
- Şimşek, C. (2005). Lycos Laodikeiası'ndan Yüksek Kabartmalı Friz Bloğu. M. Şahin-İ.H. Mert (Ed.), *Ramazan Özgan'a Armağan* içinde (433-451), Ege Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, C. (2007). *Laodikeia (Laodikeia ad Lycum)*, Ege Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, C. (2009). 2007 Yılı Laodikeia Antik Kenti Kazıları, *30. Kazı Sonuçları Toplantısı II*, Ankara, 409-436.
- Şimşek, C. (2011). Tarihin İçinden: Laodikeia'dan Ladik'e Denizli, *Denizli Tanrıların Kutsadığı Vadi* içinde (ss. 85-125). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, C. (2013). *Laodikeia (Laodicea ad Lycum)*, *Laodikeia Çalışmaları 2*, Ege Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, C. (2014a). Lykos Vadisi İçinde Yer Alan Laodikeia. C. Şimşek (Ed.). *10. Yılında Laodikeia (2003-2013 Yılları, Laodikeia Çalışmaları 3* içinde (ss. 33-69). Ege Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, C. (2014b). 2013 Yılı Laodikeia Antik Kenti Kazı ve Restorasyon Çalışmaları, *36. Kazı Sonuçları Toplantısı 3* (02-06 Haziran 2014 Gaziantep), 633-660.
- Toynbee, J. M. C. (1973). *Animals in Roman Life and Art*, Johns Hopkins University Press, London.
- Traversari, G. (2000). La Situazione Viaria di Lodicea alla Luce Delgi Itinerari Romani. G. Traversari (Ed), *Laodicea Di Frigia I* içinde (ss. 9-14). Bretschneider, Rome.
- Vergilius. *Aeneas*, İ. Z. Eyüboğlu (Çev.), 2010, Payel Yayınları, İstanbul.
- Wentworth T., D'A. (1895). *A Glossary of Greek Birds*, Oxford: Clarendon Press.
- Yılmaz Kolancı, B. (2018). *Laodikeia Mimari Bloklarındaki Bitkisel ve Figüratif Kabartmalar*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Arkeoloji Enstitüsü, Denizli.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 267-278

Zanker, P. (1990). *The Power of Images in the Age of Augustus*, A. Shapiro (Trans.), University of Michigan Press, Michigan.

İnternet Kaynakları

<http://www.pamukkale.gov.tr/tr/Eko-Turizm/Ornitoloji> (Erişim Tarihi: 29.07.2019)

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE ÖRGÜTSEL STRES İLİŞKİSİNİN HAVAYOLU UÇUŞ EKİBİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Gözde MERT¹
Vildan DURMAZ²
Berk KÜÇÜKALTAN³

ÖZ

Havayolu taşımacılığı tüm dünyada giderek artan talep karşısında gelişimini ve değişimini sürdürmektedir. Değişen iş modelleri, ekonomik ve yasal düzenlemelerde yaşanan değişimler ülkemizde havayolu işletmelerini taşımacılık sektöründeki diğer operasyonel rakiplerine karşı avantajlı konuma getirmektedir. Bunların yanı sıra, havayolu sektöründeki firmalar için sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla müşterilere verdiği değer kadar insan kaynağına da önem vermeleri gerektiği ortadadır. Ancak insan kaynağının artan önemine rağmen, iş stresinin ve emeğin yoğun olduğu havayolu sektöründe iş gücü devir oranının yüksek olması önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu soruna çözüm olarak, personelin örgüte bağlılığını artırmak için, örgüt içi stresi azaltarak gönüllülük esasına dayanan örgütsel vatandaşlık davranışının (ÖVD) sergilenmesi ile hedeflenen örgütsel etkinliğe ulaşmak mümkündür. Dolayısıyla, bu çalışma, havayolu uçuş ekibinin karşılaştığı örgütsel stres ile sergilediği ÖVD arasındaki ilişkiyi ampirik olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu maksatla, çalışmada örgütsel stres ve ÖVD kavramları öncelikle ele alınmış, akabinde mevcut yazın havayolu uçuş ekibi açısından değerlendirilmiştir. Belirlenen amaç doğrultusunda, 645 katılımcının yer aldığı araştırma verileri Türkiye bağlamında incelenmiş ve neden-sonuç ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla da basit doğrusal korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonucunda örgütsel stresin, ÖVD'yi olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmış, böylelikle iki kavramın bahsedilen kapsamda incelenmesinde yetersiz kalan literatüre anlamlı düzeyde katkı sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Stres, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Havayolu Uçuş Ekibi

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR AND ORGANIZATIONAL STRESS FOR AIRLINE FLIGHT CREW

ABSTRACT

Air transport continues to change and develop in the face of a growing demand in all over the world. Besides, changes in business models and in economic and legal regulations make airline companies advantageous in Turkey over other operational competitors in the transportation sector. Moreover, for the companies in the airline industry, it is imperative to give importance to human resources as much as the value they give to their customers in order to achieve sustainable competitive advantage. Yet, despite the increasing importance of human resources, one of the major problems occurring in the airline sector, which is labor- and stress-intensive, is the high turnover rate. As a solution to this problem, in order to increase the commitment of the personnel to the organization, it is possible to achieve the targeted organizational efficiency by reducing the stress within the organization while exhibiting the voluntary-based organizational citizenship behavior. Accordingly, this study aims at empirically analyzing the relationship between the organizational stress experienced by airline flight

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, İİSBF, İşletme Bölümü, gozde.mert@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9314-0242

² Doç. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Havacılık ve Uçay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, vkorul@eskisehir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3649-1780

³ Dr. Öğr. Üyesi, Trakya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü; University of Bradford, School of Management, UK, berkucukaltan@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2766-3248.

Received/Geliş: 12/01/2020 Accepted/Kabul: 30/08/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Mert, G., Durmaz, V., Küçükaltan, B.. (2020), "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Örgütsel Stres İlişkisinin Havayolu Uçuş Ekibi Kapsamında İncelenmesi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 279-297.

crew and their organizational citizenship behavior. For this purpose, the concepts of organizational stress and organizational citizenship behavior are initially explored in this study and, then, the extant literature is reviewed in terms of the airline flight crew. In line with the purpose, the research data, based on 645 participants, were examined in the Turkish context and simple linear correlation and multiple linear regression analyzes were applied in order to determine cause-and-effect relationships. The obtained findings conclude that organizational stress negatively affect organizational citizenship behaviors and, thereby, a significant contribution is provided to the existing literature which remains insufficient for analyzing both concepts in regards to the mentioned target group.

Keywords: Organizational Stress, Organizational Citizenship Behavior, Airline Flight Crew

Giriş

Havayolu taşımacılığı, diğer taşıma modları arasında son yıllarda, özellikle yolcular için, giderek artan bir öneme sahiptir (Kucukaltan ve Topcu, 2019). Önemli hizmet faaliyetlerinden biri olan havayolu taşımacılığında, hizmet sektörünün kilit unsuru olan insan kaynağının öneminden dolayı, örgütsel verimlilik, iş kalitesi ve müşteri memnuniyeti rekabetçilikte sürdürülebilirlik açısından değerlidir. Bu durum, aslında, yönetim bilimindeki süreçsel değişimi temel almaktadır. Daha açık bir ifadeyle, yönetim bilimindeki teorik evrelerin gelişimi düşünüldüğünde, bilhassa neo-klasik dönem itibariyle insan kaynağına verilen önem ile örgütsel başarı, verimlilik ve etkinliğin arttığı farklı sektörlerde yapılan birçok çalışma ile desteklenmiştir.

Bu dönemden itibaren yönetim ve teknoloji alanında yaşanan hızlı değişim ve gelişimin etkileri havayolu taşımacılığında da görülmüş ve oluşan rekabetin mikro düzeyden küresel boyuta doğru ivme kazandığı gözlemlenmiştir. Havayolu işletmeleri, küresel rekabette öne çıkabilmek adına operasyonel düzeyde ve hizmet değerinde farklılık yaratmayı (Teng, 2003), mevcut müşterileri elinde bulundurmamayı ve hatta yeni müşteriler elde ederek pazar payını arttırmayı hedeflemektedirler. Bunun yanı sıra, iç müşteri olarak adlandırılan çalışanların da örgüte bağlılığı sağlanarak (De Bruin-Reynolds vd., 2015) bu konuda farkındalık yaratılması ve böylece örgütsel stresin azaltılarak gönüllü vatandaşlık davranışlarının geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Örgütsel stres (iş kaynaklı stres) hemen hemen her sektörde başa çıkılması gereken konulardan biri olarak akademik yazında uzun yıllardır ele alınmaktadır. Diğer yandan, örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD) ise, nispi olarak, akademik çalışmaların daha yeni ele aldığı konular arasında sayılabilir. Ancak, her ne kadar örgütsel stres ve örgütsel vatandaşlık üzerine farklı alanlarda araştırmalar bulunsun da, mevcut çalışmanın önceki araştırmalardan farklı olarak ayırt edici özelliklerinden biri örgütsel stres ile ÖVD arasındaki ilişkinin hizmete dayalı bir alan olan havacılık sektöründe ele alınmasıdır. Bu sayede, en stresli meslek gruplarının yer aldığı ve emek yoğun olan havacılık sektöründe, uçuş personelinin emniyetli, hızlı ve kaliteli bir hizmet sunabilmesi için karşı karşıya kaldığı örgütsel stresin ÖVD'ye olan yansımalarının ampirik olarak ortaya konulması ile, bahsi geçen değişkenlerin ele alındığı akademik yazına önemli katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın konusu havayolu uçuş ekibinin karşı karşıya kaldığı örgütsel stres ile ÖVD boyutlarına yansımaları olduğundan, bu değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve detaylarının ortaya konulması önem arz etmektedir. Tüm bunlar olurken, literatürde uçuş ekibi ve uçucu ekip kavramları yer değiştirilebilir şekilde kullanıldığından dolayı,

çalışmanın farklı yerlerinde bu iki kavram aynı anlamda kullanılacağına belirtilmesi anlamlı olacaktır.

Havayolu Uçuş Ekibi

Havayolu uçuş ekibi (uçuş personeli) çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Aşağıda bu ekibi oluşturan meslek gruplarının tanımları, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) mevzuatında yer alan SHT 6A-50, Uçuş Ekibi Uçuş Görev ve Dinlenme Süreleri ile Uygulama Esasları Talimatı'nda belirtildiği şekliyle verilmektedir.

Uçucu Ekip: *Havacılık işletmelerinin belirlediği, hava aracının yönlendirilmesi ve yönetilmesiyle görevli pilotlar, uçuş mühendisleri ile sertifikalı kabin içi hizmetlerin sağlanmasında görevli kabin ekibini kapsar.*

Kokpit Ekibi: *Hava aracının yönlendirilmesi, yönetilmesi ve kullanımından sorumlu, lisanslandırılmış asgari sayıdaki pilot/pilotlar ile uçuş mühendislerini kapsar.*

Uçuş Mühendisi: *Uçuş işletme rehber kitapçığında yer aldığı üzere, hava aracında pilotların yanı sıra kokpit içinde sorumlu, sertifikalı personeli ifade eder.*

Kabin Ekibi: *Bir uçuş esnasında, kokpit/uçuş ekibinin dışında, ana vazifesi kabin içi yolcu emniyetini ve gereksinimlerini karşılamak amacıyla eğitimler almış ve sertifikalandırılmış personeli kapsar.*

Uçuş ekibi kapsamında farklı meslek dalları yer almasına karşın çalışmanın verileri kokpit ve kabin ekibi ile kokpit içinde görev alan uçuş mühendislerinden sağlanmıştır.

Örgütsel stres ve ÖVD farklı sektörlerde akademik çalışmalara konu olmuştur. Genellikle bankacılık, turizm ve otelcilik, sağlık sektörü, enerji sektörü, kamu üniversiteleri ile aile-iş çatışması alanlarında örgütsel stres ile ÖVD arasındaki ilişkiyi tespit amacıyla yapılan çalışmalar bulunmuştur. Aşağıda bu çalışmaya örnek teşkil eden akademik eserlere yer verilmektedir.

Turizm ve otelcilik alanında, Kale ve Akgündüz (2019), otel çalışanlarının iş stresleri, işten ayrılma niyetleri ve ÖVD arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analiz sonuçları ÖVD'nin alt boyutlarının işten ayrılma niyetini negatif yönde etkilediğini, iş stresinin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönde etkili olduğunu ve iş stresinin ÖVD üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermiştir. Sağlık sektöründe yürütülen bir çalışmada, Agheli vd. (2017) hemşireler arasında iş stresi ile ÖVD arasındaki etkiyi belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmadaki bulgular, iş stresi, yaş ve iş tecrübesi ile negatif korelasyon olduğunu göstermiştir. Ayrıca, çalışmada, hemşirelerin ÖVD düzeyleri yüksek çıkmış ve hastane türü, hizmet odası, örgütsel statü ve istihdam türü ile anlamlı ilişkisi ortaya konulmuştur.

Bankacılık alanındaki çalışmalarda ise, Soo ve Ali (2016, 2017), stresli çalışanların örgütte gönüllü vatandaşlık davranışı sergileyip sergileyemediğini araştırmıştır. Yazarların, 2016 yılında banka müdürleri ve 2017 yılında da 474 banka görevlileri ile yaptıkları her iki çalışma sonucunda, duygusal stres ile ÖVD arasında negatif bir ilişki tespit etmişlerdir. Aynı alandaki bir diğer çalışmada, Karabay (2014), iş stresi, örgütsel bağlılık ve ÖVD arasındaki ilişkinin varlığını test etmiştir. Çalışmanın sonucunda, banka çalışanlarının iş stresi ile ÖVD'nin hem nezaket hem de bilinçlilik boyutları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Diğer yandan, aile-iş çatışması hususunda, Tziner ve Sharoni'nin (2014) yaptıkları çalışmada, örgütsel vatandaşlık davranışı ile stres arasında negatif ilişki olduğu, stres ve

aile-iş çatışması arasında ise pozitif ilişki olduğu saptanmıştır. Bolino ve Turnley (2005) ise, 98 çift üzerinde, bireysel inisiyatif -ÖVD türü- ve aşırı rol yükü, iş stresi ve iş-aile çatışması arasındaki ilişkileri araştırmışlardır. Çalışma sonunda, bireysel inisiyatifin yüksek olduğu durumlarda iş yükünün ve iş stresinin de yüksek olduğu belirlenmiştir.

Daha genel kapsamda yürütülen bazı çalışmalarda ise, Jain ve Cooper (2012) örgütsel stresin ÖVD üzerindeki doğrudan etkilerini araştırmışlardır. Araştırmada, Kuzey Hindistan'da bulunan çağrı merkezi organizasyonlarında çalışan 402 operatör araştırmaya dahil edilmiş ve stresin ÖVD üzerinde negatif etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer bir yaklaşımla, Eatough vd. (2011) gerçekleştirdikleri çalışmada rol belirsizliği ve rol çatışması gibi stres faktörlerinin ÖVD ile ilişkileri sorgulanmış ve aralarında negatif ilişki saptanmıştır.

Dolayısıyla, yukarıda yer verilen çalışmalardan da görüleceği üzere, her iki değişkenin birbirleri ile ilişkilerini ortaya koyan çalışmaların sayısı, değişkenlerin ayrı ayrı ele alındığı duruma nazaran nispeten daha azdır. Nitekim, örgütsel stres diğer sektörlerde olduğu kadar havacılık alanında da akademik çalışmalara konu olmuştur. Özellikle uçuş personelini konu alan akademik çalışmalar örgütsel stres literatüründe yer almaktadır. Aynı şekilde, havacılık alanında ÖVD üzerine yapılan çalışmalar da mevcuttur. Ancak, bu çalışmanın ana örneklemini olan uçuş personeli ya da genel olarak havacılık alanında örgütsel stres ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik bir çalışmaya incelenen literatür kapsamında rastlanılamamıştır.

Uçuş Ekibi ve Örgütsel Stres

Örgütlerin başarısında insan kaynağının en önemli faktörlerden biri olarak kabul edildiği günden bugüne akademik yazında işgücü performansı ve örgütsel performansı etkileyen örgütsel stres konusu olumlu ve olumsuz etkileri ile her alanda ele alınmakta ve stresle başa çıkma yolları araştırılmaktadır.

Endüstriyel devrimlerden sonra, hızlı değişimlerin yaşandığı günümüz dünyasında, bireyler hayatlarının her alanında stres ile karşılaşabilmektedirler. Stres kavramı, fizik alanında çalışmalarda bulunan Robert Hooke tarafından, 17. yüzyılda, madde ile maddeye dışarıdan uygulanan güç arasındaki bağlantıyı ortaya koymak için kullanılmıştır (Köse, 2015). 1926 yılında, endokrinolog Dr. Hans Selye, her bir canlı varlığın her tür değişime karşı gösterdiği tepkiyi, stres olarak açıklamıştır (Yamuç ve Türker, 2015).

Türk Dil Kurumu, stres kavramını “ruhsal gerilim” olarak açıklamaktadır (TDK, 2019). Stres, kişilerin fizyolojileri ve psikolojilerini etkileyen, bireylerin davranışlarını, iş hayatlarındaki etkinlik ve verimlilikleri ile diğer kişilerle ilişkilerini olumsuz yönde etkileyebilen psikolojik bir durumdur (Tutar, 2000).

Bireyin çalıştığı örgüt içindeki ilişkilerin yeterli ve olumlu olmamasından kaynaklanan stres sonucu çalışmada fiziksel, duygusal, zihinsel ve sosyal değişim yaşanabilmektedir. Dolayısıyla, örgütsel stres, personel ile iş çevresinde yer alan unsurlar arasındaki etkileşime bağlı ortaya çıkan gerilim durumu olarak tanımlanabilir (Zincirkıran vd. 2015).

Yapılan çalışmalarda örgütsel strese yol açan kaynakların farklı sınıflandırmaları görülmektedir. Sözelimi; ‘fiziksel ve bireysel stres kaynakları’; ‘toplumsal, çevresel ve bireysel stres kaynakları’; ‘bireysel ve örgütsel stres kaynakları’ gibi sınıflandırılmaktadır. Yamuç ve Türker (2015) çalışmalarında örgütlerde strese yol açan

faktörleri üç ana başlık altında ele almışlardır. Bunlar, 'görev yapısı ile ilişkili', 'örgütsel yönetim türü ile ilişkili' ve 'grup yapısı ile ilişkili' stres kaynaklarıdır. Altan (2018) örgütsel stres kaynaklarını örgütteki 'kişilerarası ilişkiler', 'örgütteki fiziksel yapı', 'örgüt içi politikalar' ve 'örgütsel yapı'ya dayandırmaktadır. Örgütsel stresin sonuçları da işe yabancılaşma, işe devamsızlık, iş kazaları, motivasyonda ve yaratıcılıkta azalma, performans ve verimlilik düşüklüğü, ekonomik maliyetler ve işgören devri olarak sıralanmaktadır (Altan, 2018).

Gümüştakin ve Öztemiz'in (2004) çalışmasında, havacılık kaynaklı stresleri psikososyal ve çevresel stres kaynakları olarak ele alınmıştır. *Psikososyal stresler* arasında; iş stresi, hastalık, aile bağları, çalışma ve dinlenme programları ile hava aracı kazası ve kaza oranları yer almaktadır. *Çevresel stres kaynakları* arasında ise yine mevsimlere özgü irtifa, hız, hava koşulları, hava aracı dizaynı ve yapısal özellikleri, gece uçuşu ve kötü hava şartları ele alınmaktadır. Uçuş personeli etkisi altına alan örgütsel stres kaynaklarının sıralamasında yapılan işin özelliği, yönetici, mesleki ilerleme, terfi, takdir, maddi olanaklar, iş arkadaşlıkları ve aile yaşamı ilişkin faktörlerin yer aldığı ortaya konulmuştur.

MacDonald vd.'nin (2003) çalışmasında, kadın kabin memurları arasında örgütsel strese yol açan kaynaklar şu şekilde belirtilmiştir; rol belirsizliği, rol çatışması, yöneticinin ve iş arkadaşının desteği, psikolojik mesleki talepler, iş yükü, görev kontrolü, duygusal yük, duygusal ödüller, işyerinde çatışma ve iş güvensizliği. Çalışma ayrıca, aktif uçuş görevlilerinin yorgunluk seviyelerinin yüksek derecede, iş stresinin daha orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Fiziki açıdan bakıldığında, normal uçuş koşullarında dahi kabin ekibine mesleki stres yaratan faktörler bulunmaktadır. Sözgelimi kabin içi hava kalitesi, kabin içi ekipman ve çalışma alanı, çalışma saatleri ve sosyal örgütsel yönü bunlar arasında sayılabilmektedir (Edwards, 1991).

Jeeva ve Chandramohan'ın (2008), bireyin kişiliği, iş ve özel hayatında yaşananlar ve fiziksel stres konusunu ele aldıkları çalışmasında, sivil pilotların büyük çoğunluğunun orta derecede mesleki strese maruz kaldıkları gösterilmektedir. Bu nedenle, çalışmada, pilotluk çok riskli meslek sınıflarından birisi olduğundan stres kaynakları ve stres ile başa çıkma yollarının sektör için önemi vurgulanmıştır. Benzer anlayışla, Dismukes vd.'nin (2015), pilotların davranışlarını inceledikleri çalışmasında, stresli ortamın karar verme, ekip çalışması ve iletişimi olumsuz yönde etkilediği saptanmıştır. Bu hususta, SHY 6A-50 Talimatı'nın 22. Maddesi'ne göre, "Uçucu ekipte stres ve yorgunluk hali oluştuğunda ve uçuşun emniyetle sürdürülebilmesine dair şüpheler belirdiğinde, sorumlu kaptan pilot, diğer ekip üyeleriyle bir değerlendirme yaparak, planlanan uçuş görevini sona erdirebilir".

Özetle, uçuş ekibine stres yaratacak çeşitli faktörler bulunmaktadır. Örneğin, meteorolojik şartlar, iniş yapılacak meydana düşük görüş, notamların uygun olmaması, meydan seyrüsefer cihazlarının faal olmaması, uçuş ekibinin sınırlı uçuş tecrübesi, yapılacak ara iniş sayıları, uzun mesafe uçuşlarda jet-lag yaşanması, teknolojinin hızla değişime ayak uydurma zorunluluğu, hizmetten memnun kalmayan yolcu tepkileri, bilişsel, fiziksel ve psikolojik etkilere yol açabilmekte, stres düzeyini artırabilmektedir. Bu sorunla başa çıkabilmek adına, mevcut araştırmada olduğu gibi, hem akademik çevre hem de ulusal/uluslararası havacılık örgütleri stresin yol açabileceği telafisi imkânsız sorunlar ve çözümleri üzerinde önemle durmaktadırlar.

Uçuş Ekibi ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

ÖVD kavramının temeli 1928 yılında, Chester Barnard'ın, ortaya attığı “iş birliği için gönüllülük” ifadesine dayandırılabilir. Aşağıda verilen Tablo 1’de de görüldüğü gibi, kavramın gelişiminde, aynı anlama gelen farklı ifadeler, farklı çalışmalarda yer almıştır. 1983 yılında, Bateman ve Organ, ÖVD kavramını ilk kez kullanıp literatüre kazandırmışlardır.

Tablo 1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Kavramının Gelişim Evreleri

<i>Yıllara Göre ÖVD İçin Kullanılan Kavramlar</i>			
1928	İş birliği için gönüllülük	1991	Örgütsel sadakat, itaat
1960	Minnet duygusu	1992	Örgütsel kendiliğindenlik
1964	Belirlenmiş rolleri ardındaki işbirlikçi davranışlar	1993	Gönüllü davranışlar
1966	Ekstra rol davranışı	1993 ve 2011	Temel görevi olmadığı halde önemli işleri yaparak katkı sağlamak, bağlamsal performans
1983	Örgütsel vatandaşlık davranışı	1994	İsteğe bağlı ekstra rol davranışı
1986	Prososyal örgütsel davranış	1994	İş arkadaşlarına yardımcı olmak, gönüllü katılım, rol üstü davranış
1988 ve 1996	İyi asker sendromu	1994	Örgüte ve çalışma ekibine gönüllü katılım
1988	Beklenen görevlerin ötesinde gönüllü davranış	2000	Zorunlu olmayan, ceza gerektirmeyen bireyin kendi seçimleri ile yaptıkları
1990	Extra rol davranışı	2003	Bir görevin üzerine çıkma
1991	Fonksiyonel, rol ötesi, prososyal davranışlar	Günümüz	Örgütsel vatandaşlık davranışı

Kaynak: Kelebek, 2016; Kaya, 2013; Bolat ve Bolat, 2008; Acar, 2006; Organ, 1988.

ÖVD, örgütün resmi ödül sisteminde açık ve net bir şekilde belirtilmese de, örgütsel bağlılık esasında, örgüt faaliyetlerinin daha etkili ve verimli yürütülmesini sağlayan, gönüllülüğe dayalı bireysel davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Aktaran Kanbur vd., 2017; Organ, 1988). Örgütlerde arzu edilen vatandaşlık davranışının ne ölçüde gerçekleştiğini belirlemek üzere farklı çalışmalarda farklı boyutlar ortaya konulmuştur. En yaygın kabul gören, kullanılan ve 1983 yılından 1988 yılına kadar yapılan çalışmaların sonucunda Dennis W. Organ (1988) tarafından geliştirilen beş boyut; “fedakârlık, nezaket, sorumluluk, sportmenlik ve erdemlilik” bu çalışmanın da kapsamına dahil edilmiştir.

Fedakârlık (Altruizm): Türkçe literatürde “yardımseverlik, özgecilik, özveri, başkalarını düşünme” gibi farklı isimlerle yer alan bu kavram, örgüt içinde çalışma arkadaşlarının etkin ve verimliliği artırmak amacıyla birbirlerine gönüllü olarak yapılan yardımı açıklamaktadır.

Nezaket (Courtesy): Örgüt içinde birbirleri ile iletişim içinde olan bireylerin bilgi ve kaynak aktarımında yapıcı bir tutum sergilenmesi örgüt içi iş birliğini etkileyen davranışlar arasındadır.

Sorumluluk (Conscientiousness): Üstün görev bilinci, vicdanlılık, genel uyum olarak da adlandırılan bu boyutu (Çetin, 2004) çalışanın karşılık beklemezsizin görev alanı dışında kalan işleri de fedakârlıkla yapması olarak tanımlamaktadırlar.

Sportmenlik (Sportsmanship): Centilmenlik olarak da adlandırılan bu boyut örgüt içindeki hoşgörüyü ve olumsuzluklara odaklanmamayı açıklamaktadır. Çalışanlar arasında yaşanan çatışma, gerginlik ve saygısızlıklar hem çalışanları hem de örgüt yapısını ve işleyişini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Erdemlilik (Civic Virtue): Sivil erdem, örgüt erdemi, vatandaşlık erdemi olarak da bilinmektedir. Örgüt çıkarlarını göz ardı etmeden örgüte gönüllü olarak bağlılığı ifade etmektedir (Kelebek, 2016).

ÖVD'nin örgüt içinde sağlanması durumunda örgütsel başarının arttığı, ekip ruhunun geliştiği, yardımlaşma ile sorunların daha kolay çözüldüğü, örgütsel bağlılığın pekiştiği, işgücü devir oranının azaldığı yapılan çalışmalar sonucu bilimsel olarak gösterilmiştir. Örneğin, Organ ve Ryan (1995), ÖVD'yi etkileyen faktörleri ikiye ayırmışlardır. İş tatmini, örgütsel bağlılık gibi konuları kapsayan tutumsal faktörler ile uyum, vicdan gibi konuları ele alan karakter özellikleridir. Podsakoff vd.'nin (2000) yaptığı çalışmada ise, ÖVD'yi etkileyen faktörler dört başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar; bireyin özellikleri, işin özellikleri, örgütsel özellikler ile liderlik davranışlarıdır (Aktaran: Arı, 2014). Havacılık sektöründe örnek oluşturabilecek bir çalışmada ise, Ulufer (2016) örgütsel vatandaşlık ile performans ilişkisini incelemiş, iki boyutun (nezaket ve sivil erdem) da algılanan performans üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

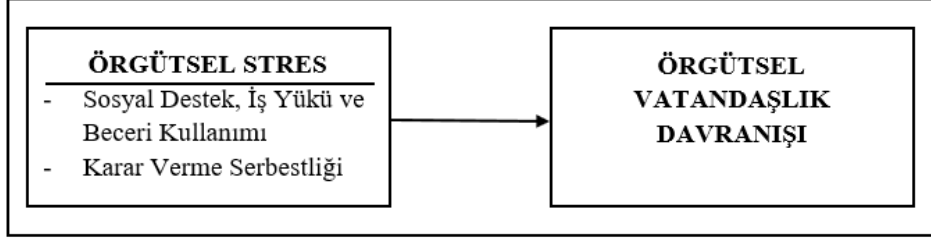
Yöntem

Türkiye'de, havayolu işletmelerinde görev alan uçuş ekibinin maruz kaldığı örgütsel stresin, ÖVD geliştirmesine ilişkin ilişkileri ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada hem örgütsel stresin boyutları hem de ÖVD'nin boyutları arasındaki ilişkiler ele alınmıştır.

Çalışma içeriğinde farklı ilişkiler analiz edilip, test edildiğinden dolayı büyük oranda veri toplanması gerektirmekte ve bu da nicel yaklaşım benimsenmesine yol açmaktadır (Sun vd., 2015). Daha ayrıntılı bir ifadeyle, nicel yaklaşım içerisinde yer alan farklı yöntemler göz önünde bulundurulduğunda, nümerik veri kullanılacağına (McCusker ve Gunaydin, 2015) ve hipotez testi yapılacağı zaman (Afonina, 2015), anket tekniği araştırma amacına en uygun yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu görüşlerden hareketle, mevcut çalışmada yöntemsel açıdan anket tekniğine yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Bu çalışmanın amacı, Şekil 1'deki araştırma modelinde belirtildiği gibi, ÖVD'nin örgütsel stres üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Modelin şematik gösterimi aşağıda sunulmaktadır:



Şekil 1. Araştırma Modeli

İncelenen literatür kapsamında ve Şekil 1’deki araştırma modeline oluşturulan hipotezler aşağıdaki oluşturulmuştur:

H₁: Örgütsel stres, örgüt vatandaşlık davranışını etkilemektedir.

H₂: Sosyal destek, iş yükü ve beceri kullanımı örgütsel vatandaşlık davranışını etkilemektedir.

H₃: Karar verme serbestliği ve bilgi, beceri ve yetenek kullanımı, örgütsel vatandaşlık davranışını etkilemektedir.

Ölçekler

Araştırma modelinde bulunan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin incelenmesi için, 5’li Likert sisteminde hazırlanan, toplam 52 ifade araştırmaya katılan kişilere yöneltilmiştir. Araştırmaya dahil olan kişilerin demografik özellikleri için beş ifade bulunmaktadır.

Uçuş ekibinin örgütsel stres düzeyini ölçmek amacıyla Theorell vd. (1988) tarafından geliştirilen ve Yıldırım (2010) tarafından Türkçe’ye uyarlanan Örgütsel Stres Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek, iki alt boyut olarak, 17 ifadeden oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; iş yükü, sosyal destek, beceri kullanımı ve karar serbestisi olarak belirtilmektedir.

ÖVD’yi ölçmek amacıyla Podsakoff ve MacKenzie’nin (1989) ortaya koyduğu beş alt boyutlu ölçek kullanılmış olup, toplam 30 ifade bulunmaktadır. Ölçekteki alt boyutlar; fedakârlık, nezaket, sorumluluk, sportmenlik ve erdemliliklerdir.

Örnekleme

Saha araştırması için anket tekniğinden yararlanılmış olup, Ocak-Ekim 2018 tarihleri arasında Türkiye’deki uluslararası faaliyet gösteren havayolu işletmesindeki uçuş ekibi ile gerçekleştirilmiştir. Saha araştırması için basit tesadüfi örnekleme metodu uygulanmıştır. Bu metod, her bir katılımcıya araştırmaya eşit katılma şansı veren ve böylece hesaplamalarda her katılımcıya eşit ağırlık vermektedir (Arıkan, 2004). Araştırma verileri Türkiye genelinde elde edilmiştir.

Araştırmaya toplamda 654 kişi katılmış olup, anket formlarının eksik cevaplanmasından dolayı ancak 645 kişinin verileri analiz işlemlerine dahil edilmiştir. Tablo 2, araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerini göstermektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Kişilere Ait Özellikler (n=645)

Gruplar	Frekans	Yüzde	Gruplar	Frekans	Yüzde
Yaş			Eğitim Düzeyi		
25-30	180	27,9	Önlisans	91	14,1
31-40	211	32,7	Lisans	329	51,0
41-50	139	21,6	YL/DR	225	34,9
51 ve üzeri	115	17,8			
Şirket İçindeki Pozisyon Süresi			Toplam Deneyim Süresi		
1 yıldan az	160	24,8	1 yıldan az	77	11,9
1-5	280	43,4	1-5	257	39,8
6-10	109	16,9	6-10	143	22,2
11 yıl ve üzeri	96	14,9	11 yıl ve üzeri	168	26,0
Cinsiyet					
Kadın	251	38,9	Erkek	394	61,1

Kişilerin özellikleri incelendiğinde katılımcıların %38,9'unun kadın, %61,1'inin erkek; %32,7'sinin 31 ile 40 yaş arasında olduğu; %51'inin lisans mezunu olduğunu göstermektedir. Ayrıca elde edilen bilgilerde, katılımcıların %43,4'ünün şirket içi pozisyon süresinin 1 ile 5 yıl olduğu ve %39,8'inin ise 1 ile 5 yıl arasında toplam deneyime sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Analiz ve Bulgular

Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Örgütsel stres ölçeğinin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu amaçla ölçeğin bir veya daha fazla faktöre sahip olup-olmadığı belirlenmiştir. Faktör analizinde boyutların incelenmesinde çizgi grafik, öz değer ve açıklanan varyans oranları araştırılmıştır. Analiz işlemleri için temel bileşenler ve dik döndürme yöntemi olan varimax uygulanmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett küresellik testi bulguları data setinin açıklayıcı faktör analizine uygunluğunun saptanması amacıyla kullanılmıştır. Analiz işlemlerinde aşağıdaki hususlar dikkate alınmıştır:

- Örneklem yeterliliğinin 0,50 değerinin altında olmaması
- Ölçek ifadelerinin birden fazla faktör altında bulunmaması
- Bir faktör içinde tek bir ifadenin bulunmaması
- Ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin 0,50'nin altında olmaması

Yukarıda belirtilen koşullara uymayan ifadeler aşağıda olup, her bir ifade sırasıyla analiz dışı tutularak, analiz işlemleri yeniden yapılmıştır.

- İşin çok fazla çaba gerektirir mi?
- İşin çok yoğun çalışmanı gerektirir mi?
- Yaptığın işte işin ile ilgili olmayan talepler ile sık sık karşılaşıyor musun?
- İşindeki tüm sorumlulukları yerine getirmen için yeterli zamanın var mı?

Tablo 3, örgütsel stres ölçeğinin faktör analizi sonuçlarını göstermektedir. Tablodaki ifadeler ait oldukları boyutun içinde faktör ağırlıklarına göre sıralanmıştır.

Tablo 3. Açıklayıcı Faktör Analizi – Örgütsel Stres

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktör Yüzdesi
İş Yüğü ve Sosyal Destek	İş yerindeki üstler ve amirler ile çalışanlar arasında samimi ve dostça ilişkiler kurulur mu?	,831	38,384
	İş arkadaşların seni destekler mi?	,814	
	İş ortamın sakın ve hoş mudur?	,801	
	İş arkadaşların ile çalışmaktan zevk alırmısın?	,798	
	İş yerinde diğer çalışanlar birbirleri ile iyi geçinirler mi?	,787	
	Eğer kötü günündeysen iş arkadaşların sana anlayış gösterir mi?	,774	
	İşin yeni şeyler öğrenmene imkân sağlıyor mu?	,629	
	İşin çok hızlı çalışmanı gerektirir mi?	,592	
Karar Verme Serbestliğı ve Bilgi, Beceri ve Yetenek Kullanımı	İşinde sürekli olarak aynı şeyleri yapmak zorunda kalıyor musun?	,825	29,120
	İşinde ne yapacağının kararını kendin verebiliyor musun?	,789	
	Yaptığın iş ilk olarak senin mi harekete geçmeni gerektiriyor?	,768	
	İşinde nasıl çalışacağının kararını kendin verebiliyor musun?	,752	
	İşin üst düzeyde beceri ve uzmanlık dışında yaratıcılık yeteneğı de istiyor mu?	,737	
Toplam			67,504
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliğı			0,945
Bartlett's Küresellik Testi		Ki Kare	5601,340
		p değeri	0,000

Tablo 3'deki sonuçlara göre elde edilen KMO değeri 0,945; Bartlett küresellik testi 0,50 üzerinde ve 0,05 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Analiz sonucuna göre ölçekte özdeğeri 1'in üzerinde olan iki boyut olduğu belirlenmiştir. Bu boyutlar; "İş Yüğü ve Sosyal Destek" ve "Karar Verme Serbestliğı ve Bilgi, Beceri ve Yetenek Kullanımı" olarak anlamlandırılmıştır. Toplam açıklanan varyans %67,5 olarak tespit edilmiştir. Çok faktörlü yapılarda açıklanan toplam varyans yüzdesi kabul edilebilir yeterliliktedir (Özdemir vd., 2019, s. 436).

ÖVD ölçeğinin yapı geçerliliğı faktör analizi ile test edilmiş, sonuçları Tablo 4'de gösterilmektedir. Faktör analizi şartlarına uymayan ifadeler aşağıda olup, her bir ifade sırasıyla analiz dışı tutularak, analiz işlemleri yeniden yapılmıştır.

- Kurum içerisinde kibar ve saygılı olmaya özen gösteririm.
- Diğer çalışanların dert ve sorunlarını dinlerim.
- Birey davranışının diğer çalışma arkadaşlarının işini etkilememesi önemlidir.
- Beklenen standardın oldukça üzerinde hizmet veririm.

Tablo 4. Açıklayıcı Faktör Analizi – Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktör Yüzdeleri
Erdemlilik	Kurumu dışarıda savunarak bir anlamda gönüllü avukatlığını yaparım.	,832	18,591
	İşletmemi dışarıda övünerek temsil ederim.	,816	
	İşletmedeki zorunlu olmayan toplantılara kurum imajına pozitif katkı sağlayacağını düşünerek katılırım.	,803	
	İşimi daha iyi yapabilmek için kendimi yeniler ve geliştiririm.	,787	
	Kurum yararına gönüllülük esaslı faaliyet ve çalışmalarda yer alırım.	,765	
	Kurumdaki gelişim ve değişime uyum sağlarım.	,742	
Sportmenlik	Zamanımın bir bölümü önemsiz ve gereksiz konuları şikâyet etmekle geçer.	,781	16,246
	Küçük olumsuzluklarda dahi iş arkadaşlarıma yakınıyorum.	,761	
	Küçük olumsuzluklarda dahi yöneticilerime yakınıyorum.	,753	
	Olayların olumlu taraflarından daha çok olumsuz taraflarına odaklanırım.	,740	
	Kurum içi olumsuzluklara sabır göstermeden tepki veririm.	,689	
	Sorunları olduğundan daha büyük görürüm.	,672	
Fedakârlık	İhtiyaçları olmasa bile yeni çalışanlara yardım ederim.	,790	15,886
	İş yükü fazla olan çalışanlara yardım etmeye çalışırım.	,778	
	Çevremdeki insanlara her zaman yardım elimi uzatmaya hazırım.	,762	
	İşle ilgili sorunları olan çalışanlara gönüllü olarak zaman ayırırım.	,668	
	İşe gelmemiş çalışanlara, görevlerini yaparak yardım etmeye çalışırım.	,645	

	Görevim olmasa bile, işe yeni alınanları işletmeye alıştırmaya çalışırım.	,630	
Sorumluluk	Çalışırken az mola veririm.	,770	13,093
	Çalışırken izlenmediğinde dahi işletme kurallarına uymaya özen gösteririm.	,760	
	İşletmedeki işine en çok değer veren, güvenilir çalışanlardan biriyim.	,744	
	İşlerimi zamanında, en az hatayla tamamlarım.	,659	
	Kurumun başarısı için diğerlerinden daha çok çaba harcarım.	,589	
Nezaket	Diğerlerinin haklarına saygı duyarak onları suiistimal etmem.	,780	9,046
	Çalışma arkadaşlarıma sorun yaratmaktan kaçınırım.	,764	
	Diğer çalışanlarla sorun yaşamamak için çaba harcarım.	,730	
Toplam			72,861
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği			0,952
Bartlett's Küresellik Testi		Ki Kare	13066,92
		p değeri	0,000

Tablo 4'deki sonuçlara göre KMO değeri 0,945; Bartlett küresellik testi 0,50 üzerinde ve 0,05 düzeyinde istatistikî olarak anlamlıdır. Bulgulara göre ölçeğin, özdeğeri 1'in üzerinde olan beş boyut olduğu tespit edilmiştir. Bu boyutlar; "Erdemlilik", "Sportmenlik", "Fedakârlık", "Sorumluluk" ve "Nezaket" olarak anlandırılmıştır. Toplam açıklanan varyans %72,8 olarak tespit edilmiştir.

Faktör analizleri sonucunda ifadelerin içsel tutarlılığı güvenilirlik analizi ile ölçülmüştür. İçsel tutarlılık için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Tablo 5, ölçeğe ait güvenilirlik analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 5. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Soru Sayısı	Güvenilirlik Katsayısı
İş Yükü ve Sosyal Destek	8	,927
Karar Verme Serbestliği ve Bilgi, Beceri ve Yetenek Kullanımı	5	,883
Örgütsel Stres	13	,934
Erdemlilik	6	,933
Sportmenlik	6	,901
Fedakârlık	6	,902
Sorumluluk	5	,913
Nezaket	3	,901
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	26	,958

Tablo 5’teki katsayılar incelendiğinde Cronbach’s Alpha katsayılarının 0,883 ile 0,958 arasında olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar, alan yazında kabul edilen 0,60 alt sınırı sağlamaktadır (Kalaycı, 2009, s. 405). Bu sonuçlara göre, araştırmada kullanılan ölçek ve boyutların yüksek derece içsel tutarlılığı olduğu saptanmaktadır.

Normal Dağılım Analizi

Normallik analizi için çarpıklık ve basıklık ile P-P Plot grafikleri incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 6’da gösterilmektedir. Normal dağılıma kıyasla sola çarpık ve kalın uçlu bir dağılım gözlenmiştir.

Tablo 6. Normal Dağılım Analizi Sonuçları

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık
İş Yükü ve Sosyal Destek	-,826	,496
Karar Verme Serbestliği ve Bilgi, Beceri ve Yetenek Kullanımı	-,622	,230
Örgütsel Stres	-,773	,484
Erdemlilik	-,897	,785
Sportmenlik	-,663	,459
Fedakârlık	-,623	-,094
Sorumluluk	-,656	,233
Nezaket	-,718	,277
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	-,657	,257

Korelasyon Analizi

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon katsayısı ile ölçülmüş olup, Tablo 7’de elde edilen bulgular gösterilmektedir. Sonuçlar incelendiğinde ÖVD ve örgütsel stres arasında negatif yönlü ($r=-0,722$) 0,01 güven seviyesinde ilişkisi olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda iş yükü ve sosyal destek ($r=-0,754$) ve karar verme serbestliği ve bilgi, beceri ve yetenek kullanımı ($r=-0,724$) ile ÖVD arasında negatif yönlü 0,01 anlam düzeyinde ilişki bulunmaktadır.

Tablo 7. Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	1.	2.	3.	4.
1. İş Yükü ve Sosyal Destek	1			
2. Karar Verme Serbestliği ve Bilgi, Beceri ve Yetenek Kullanımı	,652**	1		
3. Örgütsel Stres	,746**	,763**	1	
4. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	-,754**	-,724**	-,722**	1

** Pearson Korelasyonu $p<0,01$ düzeyinde anlamlıdır.

Regresyon Analizi

Korelasyon analizi sonucunda hipotez testleri için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizler tablolar halinde açıklanarak, aşağıda sırasıyla verilmiştir.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağımlı Değişkenine Göre Regresyon Analizi

ÖVD bağımlı değişkenine göre regresyon analizi bulguları Tablo 8’de sunulmaktadır. ÖVD bağımlı değişkeni ile aralarında ilişki olduğu düşünülen bağımsız değişkenler – örgütsel stres, iş yükü ve sosyal destek, karar verme serbestliği ve bilgi, beceri ve yetenek kullanımı- modele dahil edilerek regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 8. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağımlı Değişkeni ile Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Std. Regresyon Katsayıları	t	P
Örgütsel Stres	-,826	27,680	,000
İş Yükü ve Sosyal Destek	-,405	7,270	,000
Karar Verme Serbestliği ve Bilgi, Beceri ve Yetenek Kullanımı	-,111	3,732	,000
R ² =0,854 F=87,277 (p=0,000)			
ÖVD= -(0,826)*ÖS - (0,405)*İYSD - (0,111)*KVBBYK			

Regresyon modelinin genel anlamlılığının ölçüldüğü F değeri 87,277 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen F istatistiği anlamlıdır (p<0,05). Diğer bir ifadeyle kurulan model istatistiki açıdan anlamlıdır. Regresyon modelinin ÖVD üzerindeki değişimin %87’sini açıkladığı görülmektedir.

Örgütsel stres 0,05 anlamlılık düzeyinde ve -,826 regresyon katsayısı ile ÖVD üzerinde oldukça yüksek ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Bu sonuca göre H₁ hipotezi desteklenmektedir. Buna göre örgütsel stres, ÖVD üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.

Aynı zamanda iş yükü ve sosyal destek (R=0,-405) ile karar verme serbestliği ve bilgi, beceri ve yetenek kullanımı (R=-0,111) ÖVD üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (p<0,05). Elde edilen sonuçlara göre H₂ ve H₃ hipotezleri de kabul edilmektedir. Buna göre iş yükü ve sosyal destek ve karar verme serbestliği ve bilgi, beceri ve yetenek kullanımı, ÖVD üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.

Tartışma ve Sonuç

Yolcu istek ve ihtiyaçlarının değişimi, hızlı değişen teknolojinin etkisi, ülkelerin ekonomik ve sosyal durumlarının sektöre yansımaları gibi birçok farklı etken havayolu işletmelerinin etkinliği ve verimliliğini etkilemektedir. Bu hususta, en önemli faktörlerden biri de insan kaynağı olarak görülmektedir. Diğer taşımacılık yöntemleri ile karşılaştırıldığında, stres oranının daha yoğun olduğu kabul edilen havayolu taşımacılığında özellikle uçuş ekibinin; iş yükü, sosyal destek, karar verme serbestliği ile bilgi, beceri ve yetenek kullanımına ilişkin örgüt içi stres ilişkileri bu çalışmada ele alınmıştır. Bu doğrultuda, söz konusu örgütsel stresin uçuş personelinin gönüllülük esasına dayanan ÖVD’nin üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Elde edilen sonuçlar, uçuş personeli mesleğinin doğası gereği yaşanan örgütsel stresin, ÖVD sergilemelerinde genel olarak etkili oldukları saptanmıştır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de havayolu işletmeleri küresel rekabet altında olduğundan etkinlik, verimlilik ve sürdürülebilir gelişim açısından insan kaynağına gerekli özeni gösterip onların da gelişimine yatırım yapmalı ve ihtiyaç duyulan örgütsel ortamı yaratmalıdır. Artan havayolu talebi karşısında yetersiz sayıda kalan uçuş

ekibinin üzerindeki iş yükü, karar verme serbestliği, bilgi, beceri ve yetenek kullanımı gibi konularda örgütsel strese yol açmasının önüne geçilmesinde temel kaynak eğitim kurumlarında, işletmelerde çalışma koşullarının iyileştirilmesinde ve bu konuların denetimini gerçekleştiren ulusal yasal düzenlemelerde yattığı öngörülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, mevcut literatürdeki ilgili çalışmalarla karşılaştırıldığında yönetsel ve uygulanan yaklaşım açısından bazı farklılıklar ortaya koymaktadır. Örneğin, ÖVD ve örgütsel stresi odak noktasına alan az sayıdaki çalışmalardan, Fletcher ve Wagstaff (2009) daha çok yoruma ve araştırmaya dayalı bir çalışma yürütürken, Jain ve Cooper (2012) Hindistan'da işletme süreci dış kaynak kullanımına yönelen örgütlerde ampirik çalışmada bulunmuş, Yıldırım (2013) ise Hatay ili örneğinde eğitim alanında öğretmenlere yönelik nicel bir araştırma yapmıştır. Buradan hareketle, mevcut literatür havayolu sektörü bağlamında, özellikle uçuş ekibini konu alarak, örgütsel stres ve ÖVD ilişkisini değerlendirmekte eksik kalmaktadır. İlişkideki değişkenlere mevcut yazında ayrı ayrı bakıldığında, araştırmanın ilk bölümünde de ele alındığı gibi, kabin ekibi ve kokpit ekibinin karşı karşıya kaldığı stres ve stres ile başa çıkabilme yolları üzerine yapılmış çok sayıda akademik çalışma bulunmaktadır. Ancak, bu çalışmayı farklı kılan nokta yolcu memnuniyeti ve sadakati sağlamada önemli bir etken olan uçuş personelinin, yaşamış olduğu örgütsel stres ile ekibin ÖVD geliştirmesi üzerindeki etkilerinin ölçülmesidir. Dolayısıyla, mevcut araştırmanın, iş stresinin yoğun olarak yaşandığı ve sıklıkla tercih edilen bir taşımacılık yöntemi olan havayolu taşımacılığında, genel ifadeyle havacılık sektöründe, yürütülmesi akademik yazına anlamlı düzeyde katkı sağlamaktadır.

Diğer yandan, erdemlilik, sportmenlik, fedakârlık, sorumluluk ve nezaket davranışının gönüllülük esasında örgütsel vatandaşlığa dönüşmesinde örgüt içi ilişkiler ile örgüt kültürünün olumlu yansımaları örgütsel stresin personel üzerindeki etkileri ile sonuçlarını dengeleyebilecektir. Böylece, örgütsel stresin olumsuz etkilerinden arınan havayolu uçuş personeli ÖVD geliştirdiğinde iş gücü devir oranı azalabilecek ve havayolu işletmelerinin temel hedefi olan sürdürülebilir gelişim sağlanabilecektir.

Son olarak, her araştırmada olduğu gibi, mevcut çalışmada da bazı kısıtlar mevcuttur. Araştırma, temel itibarıyla, Türkiye'de uluslararası faaliyette bulunan havayolu işletmelerinde görev alan uçuş ekibinin yaşadığı örgütsel stresin ÖVD'ye etkileri ile kısıtlıdır. Bu kısıtı ortadan kaldırıp yazını ilerletmek adına, çalışmanın gelecekte, küresel bir faaliyet olarak kabul edilen havayolu taşımacılığında önemli aktörlerin rol aldığı küresel ittifakları oluşturan havayolu işletmelerinin uçuş ekipleri üzerinde de yapılması önerilmektedir. Bu sayede, aynı hava aracında, aynı kabin ve kokpitte farklı kıtalardan, ülkelerden ve kültürlerden gelerek bir ekip oluşturan uçuş personelinin karşılaşacağı/karşılaştığı farklı stres kaynakları ile ÖVD geliştirerek hem işletme hem de kurulan ittifak açısından etkinlik, verimlilik ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli olan faktörleri belirlemek yönetim stratejileri geliştirmede işletmelere rehber olacaktır.

Kaynaklar

Acar, A. Z. (2006), Örgütsel vatandaşlık davranışı: kavramsal gelişimi ile kişisel ve örgütsel etkileri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(1), ss.1-14.

- Afonina, A. (2015), Strategic management tools and techniques and organizational performance: findings from the Czech Republic, *Journal of Competitiveness*, 7(3), 19-36.
- Agheli, R., Roshangar, F., Parvan, K., Sarbakhsh, P. ve Shafah, S. (2017), *Work stress and organizational citizenship behaviors among nurses*. *Ann Trop Med Public Health*; 10: 1453-9.
- Altan, S. (2018), Örgütsel yapıya bağlı stres kaynakları ve örgütsel stresin neden olduğu başlıca sorunlar, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(3) ISSN: 2587-2621.
- Arı, G. (2014), *Örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: 4 ve 5 yıldızlı otel uygulaması*, Adnan Menderes Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD, YL Tezi.
- Arikan, R. (2004). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*, Ankara: Asil Yayınevi.
- Bateman, T. S., Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: the relationship between affect and employee citizenship. *Academic and Management Journal*, 26, 587-595. <http://dx.doi.org/10.2307/255908>
- Bolat, O. İ. ve Bolat, T. (2008), Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19), ss.75-94.
- Bolino, M. C. ve Turnley, W. H. (2005), The personal costs of citizenship behavior: the relationship between individual initiative and role overload, job stress, and work-family conflict. *Journal of Applied Psychology*, 90(4), 740-748. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.4.740>
- Çetin, M. Ö. (2004), *Örgütsel vatandaşlık davranışı*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. 9755916733.
- De Bruin-Reynolds, L., Roberts-Lombard, M. ve Meyer, C. (2015), the traditional internal marketing mix and its perceived influence on graduate employee satisfaction in an emerging economy, *Journal of Global Business and Technology*, 11(1), 24-38.
- Dismukes, R. K., Goldsmith T. E. ve Kochan J. A. (2015), *Effects of acute stress on aircrew performance: literature review and analysis of operational aspects*, NASA/TM-2015-218930.
- Eatough, E. M., Chang, C.-H., Miloslavice, S. A. ve Johnson, R. E. (2011), Relationships of role stressors with organizational citizenship behavior: a meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 96(3), 619-632. <https://doi.org/10.1037/a0021887>

- Edwards, M. (1991), Occupational stress in the aircraft cabin, flight safety foundation. *Cabin Crew Safety*, Vol: 26, No: 5.
- Fletcher, D. ve Wagstaff, C. R. (2009), Organizational psychology in elite sport: its emergence. *Application and Future, Psychology of Sport and Exercise*, 10(4), 427-434.
- Gümüştekin, G. E. ve Öztemiz, A. B. (2004), Örgütsel stres yönetimi ve uçucu personel üzerinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 23, ss. 61-85.
- Jain, A. K. ve Cooper, C. L. (2012), Stress and organisational citizenship behaviours in indian business process outsourcing organisations. *IIMB Management Review*, 24(3), 155-163.
- Jeeva, S. P. ve Chandramohan, V. (2008), Stressors and stress coping strategies among civil pilots: a pilot study. *IJASM / Ind J Aerospace Med* 52(2), pp.60-64.
- Kalaycı, Ş. (2009), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Dinamik Akademik Yayın Dağıtım.
- Kale, A., Akgündüz, Y. (2019), Otel işletmelerinde çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları, iş stresleri ve işten ayrılma niyetleri ilişkisi: mersin ilinde bir uygulama. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, Aralık, s. 31-49.
- Kanbur, E., Kanbur, A., ve Özdemir, B. (2017), Psikolojik dayanıklılık ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkide iş doyumunun aracılık rolü: havacılık sektöründe bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(2), 127-141.
- Karabay, M. E. (2014), İş stresi ile örgütsel bağlılığın örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinin incelenmesi: bankacılık sektörü üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Vol.6, Iss.1, ss.282-302.
- Kaya, Ş. D. (2013), Örgütsel vatandaşlık davranışı. *Türk İdare Dergisi*, Yıl: 85, Sayı: 476, ISSN. 1300-3216.
- Kelebek, P. (2016), *Örgütsel adaletin örgütsel vatandaşlık ve ihbar davranışına etkisi: konya işkur'da bir araştırma*. Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, YL Tezi, Aksaray.
- Köse, H. (2015), *Örgütlerde stres kaynakları ve stres yönetimi*, <http://www.haticekose.com.tr/orgutlerde-stres-kaynaklari-ve-stres-yonetimi/> (Erişim Tarihi: 02.09.2019).
- Kucukaltan, B. ve Topcu, Y. I. (2019), Assessment of key airline selection indicators in a strategic decision model: passengers' perspective. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(4), 646-667.

- MacDonald, L. A., Deddens, J. A., Grajewski, B. A., Whelan, E. A. ve Hurrell, J. J. (2003), Job stress among female flight attendants. *JOEM*, 45 (7), pp. 703-714.
- McCusker, K. ve Gunaydin, S. (2015), Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*, 30(7), 537-542.
- Organ, D. W. (1988), *Organizational citizenship behavior: the good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Organ, D. W. ve Ryan, K. (1995), A meta-analytic review of attitudinal and dispositional predictors of organizational citizenship behavior. *Personnel Psychology*, c. 48, s. 4, pp. 775-802.
- Özdemir, G., Gökdağ, R. ve Neslihanoglu, S. (2019), Sosyal medyada emoji kullanımı ve anlamlandırılması: anadolu üniversitesi iletişim bilimleri fakültesi örneği. *Selçuk İletişim*, 12 (1): 425-443.
- Podsakoff, P. M. ve MacKenzie, S. B. (1989), *A second generation measure of organizational citizenship behavior (working paper)*. Bloomington: Indiana University.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B. ve Bachrach, D. G. (2000), organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, c. 26, s. 3, pp. 513-563.
- SHT 6A – 50 (Rev. 06) (2014), *Uçucu ekip uçuş görev ve dinlenme süreleri ile, uygulama esasları talimatı*. 09.01.2014, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/mevzuat/sektorel/talimatlar/sht_6a_50_rev06.pdf (Erişim Tarihi: 02.09.2019).
- Soo, H. S. ve Ali, H. (2016), The linkage between stress and organizational citizenship behavior. *International Business Management*, 10 (14): 2713-2118, ISSN: 1993-5250.
- Soo, H.S. ve Ali, H. (2017), Can stressed employees perform organizational citizenship behavior?. *Journal of Advanced Management Science*, Vol. 5, No. 2, March.
- Sun, Y., Chong, W. K., Han, Y. S., Rho, S. ve Man, K. L. (2015), Key factors affecting user experience of mobile recommendation systems. *In Proceedings of the International MultiConference of Engineers and Computer Scientists*, Vol: 2.
- TDK (2019), Türk Dil Kurumu, *Güncel Türkçe sözlük*, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5d9f666f634c44.93478021 (Erişim Tarihi: 02.09. 2019).

- Teng, B. S. (2003), Collaborative advantage of strategic alliances: value creation in the value net. *Journal of General Management*, 29(2), 1-22.
- Theorell, T., Perski, A., Akerstedt, T., Sigala, F., Ahlberg-Hulten, G., Svensson, J. ve Eneroth, P. (1988), Changes in job strain in relation to changes in physiological state a longitudinal study. *Scand J Work Environ Health*, (14). ss. 189-196.
- Tutar, H. (2000), *Kriz ve stres ortamından yönetim*. 1. Baskı, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Tziner, A. ve Sharoni, G. (2014), Organizational citizenship behavior, organizational justice, job stress, and workfamily conflict: examination of their interrelationships with respondents from a non-western culture. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30(1),35-42.[fecha de Consulta 4 de Junio de 2020]. ISSN: 1576-5962. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2313/231330193005>
- Ulufur, S. (2016), Örgütsel vatandaşlık davranışlarının algılanan performansa etkisi: havayollarında bir uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (2), ss. 53-57.
- Yamuç, V. A. ve Türker, D. (2015), Örgütsel stres kaynaklarının analizi: bir üretim işletmesinde kadın ve erkek çalışanlar üzerine inceleme. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13 (2), pp. 389-423.
- Yıldırım, Y. (2010), *Beden eğitimi ve spor yüksekokullarındaki görevli akademisyen personelin örgütsel stres ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Samsun.
- Yıldırım, Y. (2013), Evaluation of the correlation between organizational citizenship, and organizational stress and exhaustion levels of the physical education teachers. *Life Science Journal*, 10(1), 717-725.
- Zincirkıran, M., Çelik G. M., Ceylan, A. K. ve Emhan, A. (2015), işgörenlerin örgütsel bağlılık, işten ayrılma niyeti, iş stresi ve iş tatmininin örgütsel performans üzerindeki etkisi: enerji sektöründe bir araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 52(600), ss. 59-71.

İSLAM ÖNCESİ ORTA ASYA TÜRK DEVLETLERİNDEKİ İNŞAAT TEKİNİĞİNİN GÜNÜMÜZ İNŞAAT TEKİNİĞİNE YANSIMALARI

Mehibe ŞAHBAZ¹

ÖZ

Toplumların üzerinde yaşadığı coğrafya ve bu coğrafyanın iklimi, topoğrafik oluşumları, fiziksel çevre koşulları toplumların kültürel yapısını şekillendirirken, o toplumun kültürel yapılanmasının nasıl olacağı hakkında da önemli göstergeler ortaya koymaktadır. İslamiyet Öncesi Orta Asya'da yaşayan Türk Devletleri de Orta Asya'nın coğrafi ve iklimsel yapısına göre şekillenirken aynı zamanda bölgenin kültürel dinamiklerini de içerisinde taşımıştır. Bu kültürel dinamiklerden biri de Orta Asya'dan günümüze kadar gelebilen ev ve bu evlerin yapımında kullanılan malzemeler ve yapım tekniğidir. Eski Türklerdeki evler, inşaat malzemeleri ve tekniği, Orta Asya'dan başlayıp Kafkaslara, Avrupa'ya ve Anadolu'ya kadar gelerek, geçmişten günümüze birçok değişikliğe uğrayarak günümüze kadar gelmiştir. Çalışmamızda İslam Öncesi Orta Asya Türk Devletlerinde uzun bir süreç içerisinde oluşan ve her dönemdeki kültürel değişimleri içerisinde barındıran ve zengin maddi kültür unsuru olan ev ve evlerin yapımında kullanılan malzemeler mimari yapılanmasının oluşumunu belirleyen unsurlar ele alınırken yapım malzemeleri ve inşaat tekniğinin günümüzde inşaat alanındaki yansımaları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Orta Asya, Çadır, Kültür, Mimari, Yapı Malzemesi

THE REFLECTIONS OF CONSTRUCTION TECHNIQUESIN CENTRAL ASIAN TURKISH STATES BEFORE ISLAMIC PERIOD

ABSTRACT

While the geography in habited by societies and its climate, topographic formation sand physical environment conditions shape the cultural structure of the societies, they reveal important indicators about the cultural structure of that society. The pre-Islamic Turkish States living in Central Asia were shaped according to the geographical and climatic structure of Central Asia and also carried the cultural dynamics of the region. One of the secular dynamics is the house, which can survive from Central Asia to the present day, and the material sand construction techniques used in the construction of these houses. The houses, construction materials and techniques of the ancient Turks have come from the Central Asia to the Caucasus, Europe and Anatolia, and have under gone many changes from the past to the present. In our study, the elements that determine the formation of the architectural structures of the houses and houses which are formed in a long period in the pre-Islamic Central Asian Turkish States and which contain cultural hanges in each period and which are rich in material culture element are discussed and there flections of the construction materials and construction technique in the field of construction are discussed.

Keywords: Central Asia, Tent, Culture, Architecture, Building Material

Giriş

Türklerin en eski yurdu olarak bilinen Orta Asya, Asya ve Avrupa kıtaları arasında kültür alışverişinin ve uygarlıklar arası etkileşimin gerçekleştiği bir köprü işlevini görenek

¹ Dr. Öğr. Gör. Çukurova Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü, msavas@cu.edu.tr, Orcid:0000-0002-0597-925X

Received/Geliş: 27/12/2019 Accepted/Kabul: 17/10/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale

Cite as/Alıntı: Şahbaz, M. (2020), "İslam Öncesi Orta Asya Türk Devletlerindeki İnşaat Tekniğinin Günümüz İnşaat Tekniğine Yansımaları", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 398-309.

birçok uygarlığa binlerce yıldan beri beşiklik etmiştir (İzgi, 2017, s. 152). Orta Asya bölgesi doğal zenginlikleri ile bu bölgede kurulan devletlerce büyük bir ilgi odağı hâline gelmiş ve barındırdığı kültür mirası ile araştırmacılara da geniş kaynaklar sunmaya devam etmektedir. Bu kaynaklardan biri de Türklerin “ev, iv, uy, yurt, oyak, kerekü, gerge, çadır, cerge, çetir” (Diyarbakirli, 1977, s. 8) adını verdikleri ev yapımı ve inşaat tekniği alanında olmuştur. Eski Türkler başlangıçta kalabalık konargöçer gruplar hâlinde yaşamışlar zamanla yerleşik hayata geçmişlerdir. Orta Asya’da hüküm süren devletleri bu geniş coğrafyanın çetin koşulları her alanda etkileyerek tarihine yön vermiştir (Koca, 2016, s. 23). Coğrafi koşulların etkilediği devletlerden biri de M.Ö. VI yüzyılda tarih sahnesine çıkan Hunlardır. Hunlar tarihin bugüne kadar kaydettiği en eski Türk topluluğu olarak bilinen Hunlar konargöçer bir hayat sürmelerinin yanı sıra şehir hayatı yaşamışlardır. Konargöçer hayatı yaşayan bazı Hun boyları yaşayış biçimlerinden dolayı daima hareket hâlinde olup bir yerden bir yere göç etmek zorunda kalmıştır. Bu sebepten dolayı da evleri takılıp sökülen ve taşınan konutlar özel çubuklar ve sazlarla karkası oluşturulup, keçe ve deri ile kaplanmış olan yurtlar (çadırlar) ve tekerlek (araba) üzerinde taşınan keçelerden oluşmaktaydı (Diyarbakirli, 1977, s. 8). İslam Öncesi Türk devletleri, sökülen ve taşınan bu yapıları sadece barınma işlevinde kullanmamış, hayatlarının her alanında bilhassa da devlet ve ordu teşkilatlarında, savaşlarda, eğlencelerde, adalet ve cezalandırma, sağlık ihtiyaçlarını göreceği pek çok alanda kullanmışlardır. İslamiyet Öncesi Türk devletlerinde ev denilince çadır akla gelmekte olup, bu barınaklar kutsal kabul edilmekteydi. Eski Türklerde ev kelimesi üy, ev, eb, öy gibi çeşitli anlamlara gelmekteydi (Ercilasun 2019, s. 37). Bu evlerde (çadırlarda) aileye mensup kişilerin ve eşyaların yerleri belliydi. Her ne kadar Hunlar yarı göçebe hayat sürmüşlerse de bir kısmı da yarı yerleşik hayata geçerek tarımla uğraşmışlardır.

Türklerde şehir yaşamının başlangıcı hakkında, belirli bir tarih söylemek güç olsa da Hunlardan itibaren güçlü bir devlet hâlinde organize olan Orta Asya Hun devletinin bilinen en eski yerleşim birimi, Kansu’da kurdukları Gu-tsang şehridir ve şehrin etrafı surlarla çevrilmiştir (Aslanapa, 1999, s. 41).

Orta Asya’da ilk yerleşme izleri Hunlarla başlamakla beraber asıl ilk şehirleşmenin Göktürkler döneminde başladığını da söyleyebiliriz (Baykara, 2009, s.76). Uygurlar döneminde ise yerleşik hayata geçilerek beş balık ve ordu balık adı verilen şehir devletleri inşa edilmiştir (Sümer, 1984, s. 1). Ancak Orta Asya ve Anadolu’da hâkimiyet kuran Türk devletlerinin büyük bir kısmı hayvancılıkla uğraştığı için konargöçer hayatlarını devam ettirmişlerdir. Bu yüzden ki eski Türk devletlerinin kullandıkları konutlar, takılıp sökülen ve taşınan konutlar ile yerleşik konutlar olmak üzere iki farklı nitelikte gelişmiştir (Abbasova, 2019, s. 93-94).

Eski Türk devletlerinin hâkim oldukları Orta Asya’da evlerinin biçimlenmesinde; coğrafi durum, yörenin malzeme olanakları, dönemin teknolojik olanakları, din ve inanışlar, gelenek ve görenekler, aile yapısı, yaşam tarzı, (Özçelik, 2019, s. 46) diğer uygarlıkların etkisi, iktisadi durumun yanı sıra, yapı kültürü ve yapı ustaları etkin olmuştur. Bu etkenler, evin örgütlenmesinde, cephe ve çatı tasarımında, yapıda kullanılan malzeme türlerinden kullanılış biçimlerine kadar her alanda etkili olmuştur. İslam Öncesi Orta Asya Türk Devletlerindeki evler ve inşaat malzemeleri ve tekniği, Orta Asya’dan başlayıp Kafkaslara, Avrupa’ya ve Anadolu’ya kadar gelerek, değişen şartlarla günümüze kadar gelmiştir. Eski Türklerde evler yalnızca ahşap iskelet sistemle inşa edilmemiş

bunun yanı sıra taş, kerpiç, tuğla ve ahşap yığma olarak çok farklı özelliklerde inşa edilmiştir (Gömeç, 2019, s. 299). Takılıp sökülen ve tekerlekler üzerinde taşınan konutlar eski Türklerin yaşamında önemli bir yere sahip olmuştur. Bu evler özel çubuklar ve sazlarla karkası oluşturularak, keçe (Diyarbakirli, 1977, s. 47) ve deri ile kaplanmış çadırlardır. Bu çadırlara yapısal özelliklerine göre; basit örtülü çadır, mahrutî (konik) çadır, alaçık, topak ev, kara çadır, beşik çadır, şemsiye çadır, tenefli çadır, kumandan çadır gibi farklı isimler vermişlerdir. Takılıp sökülen ve taşınabilen konutlarda (Ögel, 2014, s. 4) kullanılan inşaat malzemeleri ağaç, sazlık kamyş, deri, keçe, kumaş gibi materyallerdir. Bu malzemelerin materyallerinde iklim ve coğrafya faktörü oldukça önemlidir. Dolayısıyla bölgede bulunan materyaller evlerin yapımında önemli yer tutmaktadır. Eski Türklerde takılıp sökülen ve taşınan konutlarının yapımında çadırın türüne göre direk (direk, sırk, çita, uğ), kanat, kasnak, örtü (tepe örtüsü, yan örtüler, tünlük vb.), çadırı sağlamlaştıran kuşak ve kolanlar, çanak (ağırşak), döşeme, kapı, pencere, perde ve tekerlek gibi elemanlar kullanılmıştır (Diyarbakirli, 1977, s. 48-51). Eski Türkler, halkın kullandığı normal evlerin yanı sıra saraylarda da yaşamışlardır. Bu yerleşim yerlerinde inşaat malzemesi olarak bilhassa da Uygurların saraylarını yontulmamış taşlardan harçla, tonozlu ve kubbeli olarak inşa etmiş oldukları görülür. Ayrıca bazı saraylarının temel ve duvarları kerpiç ve tuğla; duvarlar masif silindirlerle destekli örtüler kubbe, tonoz, çapraz kemerlerle birlikte kubbe kısmı döşeme tuğlalarla kaplanmıştır (Baykara, 2009, s. 73-74). Bu evler (çadırlar) Türklerin gerek mimarlık gelişiminde gerekse inşaat tekniği ve malzemesinde tamamen serbest ve kendine özgü yer tutarak çağdaş mimarlık, inşaat tekniği ve malzemesinde önemli izler bırakmış ve mobil dinamik mimarlığın da temelini oluşturmuştur. Orta Asya'da yaşayan eski Türklerin sosyo-kültürel yapılarının ve fiziksel şartlarının izlerini bıraktıkları evlerde görebiliriz.

1. İslamiyet Öncesi Türklerde Kurulan İlk Yerleşim Yerleri

İslam Öncesi Orta Asya Türk Devletlerindeki ev kültürünü ve inşaat tekniğini inceleyebilmek için Eski Türklerin hâkim oldukları coğrafi bölgeleri ve yaşadıkları şehirleri bilmek gerekmektedir. Türklerin yaşadıkları coğrafi bölgeleri arkeolojik buluntulara dayanarak incelersek evvela Orta Asya'da yaşanan sürecin başlangıcını ve Orta Asya'nın kültür kronolojisine değinmek sanırım yerinde olacaktır. Bu konuda Arkeologlar Orta Asya'da yaşamış olan kültürlerin buluntularını bulunduğu yerin veya bölgenin adıyla araştırıp ilim dünyasına sunmuşlardır. Bu kültürleri tarihi sıraya göre şu şekilde sıralayabiliriz. İlk olarak Anav kültürüdür ki bugünkü Türkmenistan'ın başkenti Aşkabat çevresinde ilk kültür tabakası yaklaşık MÖ 4500 yıllarına dayanır (Diyarbakirli, 1977, s. 4). Bu dönemde insanlar güneşte kurutulmuş tuğlalardan yapılan evleri kullanmışlardır. Anav kültürünü yaratan topluluğun milliyeti kesin olarak saptanamamış ise de bu bölgede çıkan bulgular Türklerle benzerlik gösterdiği için Türklerin atalarına veya onlarla akraba bir halk olduklarını ileri sürmektedirler (Diyarbakirli, 1972, s. 4). Daha sonraki dönemlerde Kelteminar Kültürü ve Afanesyovo Kültürü ve Andronovo Kültürü MÖ 1700-1200 yılları arasında (Frye, 2009, s. 40) Tanrı Dağları ile Altay Dağları arasındaki geniş bir coğrafyada yani bugünkü Çungarya'da, Doğu Türkistan'ın kuzey kesimlerinde bu kültürün izlerine rastlanılmaktadır (Diyarbakirli, 1972, s. 4). Bu kültürün insanları savaşçı ve göçebe olup Afanesyovo kültürünün devamıdır. Bu dönemde insanlar tunç ve altın kullanarak çömlekler, taş kaşıklar, kemikten ok uçları ve iğneler, kabzalı

hançerler, baltalar ve ziynet eşyalarını kullanmışlardır. Bu bölgede yapılan arkeolojik buluntulardan bu kültürün Türklerin ataları olduğu anlaşılmaktadır. Bazı araştırmacılar bunları Türk ırkının prototipi (proto-Türkler) olarak kabul etmektedirler. Bu kültürün yaratıcıları konargöçer olduklarından sanatlarının asıl teması özenle hemen her eşyada kullandıkları, hayvan motifleri olmuştur (Diyarbakirli, 1972, s. 7). Andronov kültürünün devamı Karasuk kültürü olup dört tekerlekli arabalar ve keçeden oluşan çadırlar, ilk defa bu kültürde görülmüştür. Tagar ve Taştık Kültürü ise bu kültürün devamı olarak kabul edilir. Bu kültürde insanlar ağaç kütüklerini silindirik veya dört köşe olacak şekilde üst üste yığmak ve tavanı eğilmiş ağaç dalları ile kubbe gibi kapatmak suretiyle çadır (yurt) şeklinde evler yapmışlardır. Bu evlerin orta yerlerinde ocak ve tepelerinde de duman deliği yani günümüzün evlerindeki bir nevi baca görevini üstlenmekteydi. Bu ahşap evlerden oluşan obaların etrafı ağaç kütükleri ve dallar ile çevreleniyordu. Bunlar hayvan tüyleri veya saman katkılı balçık ile sıvanıyordu. Tagar eşyalarından bazılarının üzerine işlenen hayvan tasvirleri, eski Türk sanatının özünü oluşturan hayvan üslubunun bütün özelliklerini göstermektedir ki Tagar kültürünün atalarının Türkler olduğu şüphe götürmezdir (Diyarbakirli, 1972, s. 7). Türkler MÖ 1700 yıllarından itibaren yukarıda bahsini ettiğimiz bu değişik coğrafyalara göçler gerçekleştirmiş olup değişik kültürlerin yaşadığı coğrafyaya derin izler bırakmışlardır. Türklerin bu coğrafyadaki serüvenleri yaklaşık 2500 yıllık bir dönemdir. Daha sonraki dönemlerde yıkılan Türk devletinin yerini başka bir isimle kurulan Türk devletleri almıştır.

Daha önce de bahsettiğimiz gibi tarihi kayıtlardan edindiğimiz bilgilere göre Orta Asya Hun devletinin bilinen en eski yerleşim birimi, Kansu'da kurdukları Gu-tsang şehri olup bu şehrin başkentinin etrafı surlarla çevrilmiştir (Aslanapa, 1999, s. 16). Selenga nehrine aktığı yerde Ulan Ude'de birçok evin yanı sıra etrafı surla çevrili bir yerleşim yerinin izleri bulunmuştur. Bu yerleşim yerindeki evlerin döşemeleri altında günümüzde doğal gaz sistemi ile bağdaştırılabileceğimiz sıcak hava ve duman için ısıtma yollarının olduğu tespit edilmiştir (Aslanapa, 1999, s. 32). Arkeologlar tarafından yapılan kazılarda Hunlara ait İvolga, T'ungwan Ch'eng (On Binleri Birleştiren Şehir) (Baykuzu, 2009, s. 121-122), Kuo-ch'eng (Meyve Şehri), San-chiao, T'ai-hou (İmparatoriçe Şehri), Wu-erh Ch'eng, Yin-han, Ch'i-wu (Ak Şehir), Hei-ch'eng (Kara Şehir), Kan-ch'uan Ch'eng (Tatlı Pınar), Ho-lian şehirlerinin harabeleri günümüze kadar gelmeyi başarmıştır. Bu dönemde mimari gelişmeye önem verilmiş ve birçok saray, köşk, kule, yazıt gibi çeşitli yapılar inşa edilmiştir (Baykuzu, 2009, s. 110-117). Türklerde şehir yaşamının başlangıcına ait ilk örneklerin Göktürklerden itibaren görülmeye başlandığı söylenebilir. Göktürklerin başkenti Ötüken olup Orhun ırmağı ile Selenge'nin Tamır kolu arasında bulunmaktadır. Ötüken Gök-Türkler ve Orta Asya için kutsal bir yer olarak kabul edilmektedir. Göktürklerin çoğunluğu göçebe olmasına rağmen bir kısmı da yerleşik yaşam sürüp köy ve kasabalarda oturanlar ve tarım yapanlar da vardı (Cezar, 1977, s. 13). Göktürk devletine ait yerleşim yerlerinin olduğu yerler Çu nehri, Tanrı Dağları, Isık Gölü civarı ve Fergane denilen bölgededir (Bartold, 2014, s. 28). Bahsettiğimiz bu yerleşim yerlerinden günümüze Suyab, Balasagun, Barshan (Barsgan), Bingyıl (Bin Pınar), Tokmak, Hoten, Talas, Kuça, Kaşgar, Kunduz (Huo), Turfan (Kao-Çang), Aşpara, Pencikent, Toharistan, Buhara, Taşkent, Fergana, Çargelan, Çumpal, Caldıvar, Atbaş, Sırdakbeg, Manakeldi gibi şehirlerin harabeleri ulaşmıştır. Bu bölgedeki yerleşim yerlerinin Göktürk devleti zamanında inşa edildiğini ancak Karluklular zamanında da önemli gelişmeler gösterdiği saptanmıştır. Günümüze kadar yapılan gerek tarihi gerekse arkeolojik araştırmalardan

anladığımız kadarıyla İslam Öncesi Türk devletlerinde ilk yerleşim yerlerinin temelleri Beş Balığ, Tufan, Çu ve Talas nehirleri, Isık Gölü çevresi, Tarım Nehri, Amu-Derya boyları, Tiyan-Şan etekleri ve Fergane bölgeleri Türklerin yerleşim tarihini tamamen aydınlatması açısından oldukça önemlidir. Bu yerleşim yerleri değişik Türk toplulukları tarafından yurt edinilmiş olduğundan bahsi edilen yerleşmeleri bölge bütünlüğü içinde tarihsel sürece bağlı olarak ele almak yerinde olacaktır (Frye, 2009, s. 40). Çu havzasındaki Göktürkler zamanında şehirlerin oluşumunda önce evler inşa edilmiş daha sonra da şehrin etrafı tümseklerle çevrilmiş ilerleyen dönemlerde de tümseklerin yerini duvarlar almıştır (Sözen, 2000, s. 9). Şehirleri çeviren duvarlar kil ve çakıl taşı karışımından yapılmıştı. Çu havzasındaki eski şehirlerde bina inşaatında en fazla kullanılan malzeme özel şekilde imal edilen kerpiçlerdi. Bu özel kerpiçler, kil, çakıl taşı gibi ufak parça taş, saman ve ot karışımından oluşmakta olup bu kerpiçler sağlam ve uzun ömürlüydü. Şehrin hemen dışında bugün Anadolu'nun birçok şehrinde olduğu gibi konargöçer ve yarı yerleşik hayat sürdüren Türkler yaşamaktaydı (Cezar, 1977, s. 19). Daha sonraki dönemlerde bölge Çu havzası Türkişlerin eline geçti ve bu bölgede etrafı kale duvarları ile çevrilmiş birçok şehir oluşturuldu. Türkişler döneminde de şehirlerin yakınında konargöçer kabileler oturuyordu. Bazı şehirlerin etrafı duvar yerine iki veya üç sıra teşkil eden tümseklerle çevrilmişti. Şehirleri çeviren duvarlar kil ve çakıl taşı karışımından yapıldı.

Uygurlar büyük ölçüde yerleşik hayata geçmişler ise de bir taraftan da konargöçer hayatlarının gereği olan çadır hayatını sürdürmüşlerdir. Bir taraftan da Uygurlar tarımsal ve kültürel yaşamlarını geliştirerek büyük şehirler inşa etmişler egemenlikleri altındaki topraklarda önce küçük devletler kurmuşlar kısa sürede de bu topraklarda önemli kültür merkezleri oluşturarak mimari alanda kalıcı eserler vermişlerdir. Bu coğrafyada yapılan arkeolojik kazılardan anlaşıldığına göre Uygurlar şehirlerdeki evlerini duvarlarla çevreleyerek yapmışlardır (Çoruhlu, 2019, s. 365). Bu evler kaplumbağa tarzı çatı denilen kıvrık çatılı ve avluları iki katlı olup, eve avludan bir merdivenle çıkılıyordu (Çoruhlu, 1998, s. 113). Pencerele önceki dönemlerde yuvarlak kemerliken sonraki dönemlerde köşeli yapılmıştır. Çok kere çok katlı olan bu evlere bazen bir kat daha ilave edilmiş ancak üst kat hafif korkuluklarla çevrili plavyon şeklinde yapılmıştır (Merey, 2009, s. 29). Uygur devletindeki konutlar salona, sofaya, aşlık denilen mutfığa, kilere, ahıra sahip olup bu yapılar avlulu ve çoğu zaman dikdörtgen şeklindeydi (Cezar, 1977, s. 21). Uygurlularda evlerin birçoğunun dışı açılan pencereleri yoktu. Evlerin pencereleri evin ortasındaki avluya bakmakla beraber, odalar bu avlunun etrafında yer almaktaydı. Uygurlar zamanında yapılan şehirlerden günümüze Ordu Balığ, Beş Balığ (Biş Balığ, Beş Şehir), Turfan (Kao-Ch'ang), Hoça Koça (Ateş Şehri), Hami (Kumul), Kaşgar (Karaşar), Urumçi (Lun-tay), Barshan (Yukarı Nuşcan), Hoten gibi yerleşim yerlerinin harabeleri gelmiştir. Uygurlar dönemi Türk şehircilik tarihi açısından oldukça önemli bir dönemdir. Bu dönemde kurulan şehirlerin sayısı artarken aynı zamanda kabul edilen Budizm ve Manihaizm gibi dinlerin de etkisiyle mimari ve şehircilikte mabetler ve manastırlar inşa edilerek farklı mimari yapılar meydana getirilmiştir (Öcal, 1983, s. 125-126).

Hazarlar ve İtil (Volga) Bulgar devletlerinde kışın şehirlerde, bahar gelince de yaylalara çıkarak konargöçer hayat yaşamaktaydılar (Solmaz, 2018, s. 53). En önemli şehirleri Semender ve İdil olup bu şehirlerin etrafı büyük surlarla çevriliydi (Çeçen, 1986, s. 145). Bütün şehirlerde çarşılar ve hamamlar bulunurken evler keçeden ve ahşaptan yapılmıştı. Hazarlar ve İtil (Volga) Bulgarların evlerinin yapı malzemesi balçık, ahşap ve

tuğla kullanılmıştır. Daha sonra İtil Bulgarlarının büyük bir kısmı İslam dinine girince (Vasary, 2007, s. 206) Abbasi halifesi buraya bir heyet göndererek (Solmaz, 2018, s. 42,46,47) taş camiler, saraylar, kaleler ve pek çok bina inşa ederek burayı İslam kentine dönüştürmüşlerdir. Gazneliler döneminden günümüze kadar gelebilen Leşker-i Bazar sarayı dışında herhangi bir konut yapısına rastlanılmamıştır. Bu saray X-XII. yüzyıllar arasında inşa edilmiş olup, saraydan kalan kalıntılardan anlaşıldığına göre sarayın 8 km uzunluğunda bir alana inşa edilen bir yapı topluluğu olduğu ve içerisinde saraylar, köşkler, çarşı, cami gibi şehir için canlılık yaratacak bina ve tesislerin olduğu görülmektedir (Cezar, 1977, s. 36). Karahanlılar zamanında geniş bir konargöçer Türk topluluğu var olduğu bilinmekle beraber, bu dönemde de Türklerin kendilerine özgü yüksek değer taşıyan inşaat tekniği ortaya koydukları bir gerçektir. Bu duruma en güzel örnek Karahanlı döneminden kalan en önemli konut yapısı olan Termez sarayıdır. Karahanlılar döneminden kalan bu saray bugünkü Termez şehrinin eski kısmında yaklaşık yedi bin metre karelik alanı kaplayan saray külliyesidir. Termez sarayını Karahanlılar inşa etmiş ise de daha sonra sarayı Gazneliler, Selçuklular ve Gurlular kullanmıştır. (Cezar, 1977, s. 32). Karahanlıların hüküm sürdüğü Merv ve Termez’de yapılan arkeolojik kazılarda XI- XIII. yüzyıllara ait Karahanlılara ait konutlar bulunmuştur. Bu konutlarda yapı malzemesi olarak önce kerpiç kullanılmış ve daha sonrada tuğla kullanılmaya başlanılmıştır (Cezar, 1977, s. 33). Karahanlılar dönemine ait Akbeşim şehrinde evler birbirlerine oldukça yakın olarak inşa edilmiştir. Aynı zamanda bu şehirde caddeler taş döşemeli olup caddelerin kenarlarına yaya kaldırımları yapılmıştır. Yaya kaldırımları ile arıklar kesme taştan yapılmıştır. Şehrin su ihtiyacı akarsu ve kuyulardan sağlanmaktaydı. Akarsu künk borularla getirilip şehrin mahallelerine dağıtılmaktaydı. Su kuyuları dibe doğru darlaşan bir biçimdeydi. Aynı tarzda kuyular çöp, kirli su ve helâ için de yapılmıştır (Cezar, 1977, s. 33). Bu kuyular günümüzdeki kanalizasyonların işlevlerini görmekteydi.

2. Eski Türklerde Ev Kültürünün Oluşumunu Belirleyen Temel Unsurlar

Orta Asya steplerinin insan yaşamını etkileyen olumsuz doğal koşulları eski Türkleri sürekli yer değiştirmek zorunda bırakmıştır. Bundan dolayıdır ki eski Türklerin başlangıçta mekân seçimi topraktan bağımsız ve soyut çevre olurken coğrafyanın olumsuz koşulları Türkleri “içe dönüklük ya da dışa kapalılık” şeklinde bir yaşama dönüştürmüştür. Orta Asya yaşam şeklinin en önemli özelliği olan büyük aile kavramıyla birlikte, Türk evi ve çevresinde “Orta Mekân” kavramı olarak ortaya çıkmıştır (Yüksel, 2015, s. 45). Eski Türkler yerleşim yerlerini seçerken öncelikli olarak nehir, ırmak, göl gibi su kaynaklarının olduğu bölgeleri tercih etmişlerdir. Bu yüzden ki geçici olarak çadırlarını kurdukları yerlerde öncelikli olarak peyzajın iyi olması ve su kaynaklarına yakın olması düşünülmüştür (Frye, 2009, s. 56). Eski Türklerde şehirleşme, mimari ve inşaat malzemelerini belirleyen birtakım temel unsurlar vardır. Öncelikli olarak Türklerin yaşadıkları coğrafi konumun özellikleri birinci derecede etken olmuştur. Bu sebepten dolayıdır ki Türklerde yerleşim yerleri coğrafi konumunun özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir. Bölgenin coğrafi konumu; ulaşım ağını, diğer yerleşim birimleri ile bağlantıyı, yapı ve malzemesi kaynaklarını, geçim kaynaklarını, iktisadi durumu (Turgut, 1990, s. 93), yaşam tarzını etkilemektedir. Hatta yapı ustalığını ve inşaat yapım teknikleri gibi birçok hususu etkilemiştir. Tarih boyunca ticaret yollarındaki kentler daha gelişmiş ve önemli mimari eserlere ev sahipliği yapmıştır (Ögel, 2000, s. 317). Bölge ticaret yolları

güzergâhında ise yörede bulunmayan malzemelerin temininde önemli rol oynamıştır (Divitcioğlu, 1999, s. 288). Orta Asya'da kurulan Türk devletleri de ticaret yolları üzerinde olup, aynı coğrafyada olan diğer devletlerle önemli etkileşim içerisinde olmuştur. Bu devletlerden biri de Çinlilerdir. Çin etkisi en çok Hun İmparatorluğunun gerileme döneminde Çinlileşme şeklinde kendini göstermiştir (Ögel, 1988, s. 34). Eski Türklerde genellikle kırsal yerleşimlerde evler, belirli ve sınırlı günlük ihtiyaçları karşılayabilecek en yalın bir şekilde inşa edilirken doğaya uyumluluğu birinci derecede etken olmuştur. Türklerin konargöçer hayat yaşamalarının en önemli nedenlerinden biri de geçim kaynaklarının hayvancılık olmasıydı. Daha sonraki dönemlerde yerleşik yaşama geçilmesi geçim kaynaklarını da etkileyerek tarımla da uğraşmaya başlamışlar ve tarım Türklerin yerleşme tipinde etkili olmuştur (Ögel, 2000, s. 75). Örneğin Uygur evlerinden ahırın varlığı, sanatkâr evlerinin farklı yapılaşması doğrudan doğruya geçim kaynağıyla ilgilidir. Eski Türklerde ev ve yapımında kullanılan inşaat malzemelerinde kullandıkları yapı malzemeleri yaşadıkları doğaya uygun olarak taş, tuğla, kerpiç ve ahşap olmuştur (Gömeç, 2019, s. 291). Yerleşik hayata geçen Uygurlar şehirlerini inşa ederken konutlarında yapı malzemesi olarak; sıkıştırılarak güneşte kurutulmuş balçıktan meydana gelen tuğlalar ve kesme taşlar kullanmışlardır. Uygurlar Yar-Hoto şehrini inşa ederken, inşaat malzemesi olarak; taş, sıkıştırılmış çamurdan kerpiç ve tuğla kullanmışlardır. Kullanmış oldukları bu kerpiçlerin taş kadar katı ve pişmiş tuğlaya yakın derecede dayanıklı ve 13x7x4 cm boyutunda olduğunu belirtmek gerekir (Cezer, 1977, s. 41). Eski Türkler bol yağış alan ormanlık bölgelerde ahşap malzemeyi tercih ederken (Gömeç, 2019, s. 299), kurak bölgelerde ise ev yapımında taş ve kerpicici kullanarak bu malzemeleri evin temelinden yapın duvarlarına, döşemelerine, çatı yapımına kadar kullanmışlardır. Eski Türklerin ilk yerleşim yeri olan Orta Asya bölgesinin büyük bir kısmı bozkır olduğu için bölgenin en kolay elde edilebilir malzemesi toprak olmuş ve kerpicici ev mimarisinde kullanmışlardır (Ögel, 2000, s.199). Yine yağışı bol alan Altay dağlarında ev yapımı, inşaat malzemeleri ve tekniğinde ahşap kullanılmıştır. İklim koşullarının yanı sıra Eski Türklerdeki geçim kaynaklarında ev yapımında etken olduğundan bahsetmiştik. Eski Türklerde Hayvancılıkla uğraşan halklar ev yapımında kolay elde edilebilen malzemelerden keçeyi kullanmışlardır (Diyarbakirli, 1972, s. 47). Eski Türklerin günlük yaşamlarında keçe oldukça önemli yer almış ve takılıp sökülen ve taşınan konutlarının ana malzemelerinden biri olmuştur. İslam Öncesi Türklerde malzemelerin elde edilebilirliği, işlenebilirliği ve kullanım olanakları süslemeleri günümüze kadar bir etkileşim içerisinde olmuştur. Türkler İslam dinine girdikten sonra İslamiyet Türklerin yapı sanatına etki etmiş, buna karşılık da İslam sanatının gelişmesinde de Türklerin etkisi büyük olmuştur (Diyarbakirli, 1977, s. 213-214). Daha sonra Türkler Malazgirt savaşı ile Anadolu'ya girerek ev yapımı, inşaat malzeme ve tekniğini Anadolu'nun coğrafi yapısına göre şekillendirmişlerdir. Anadolu'da kurulan ilk Türk beylikleri bu coğrafyanın imkân verdiği ev yapımı ve inşaat tekniğinde oldukça ileri olup ilk Türk beyliklerindeki mimari kültür Anadolu coğrafyasında kurulan diğer kültürleri de etkilemiştir (Küçükermen, Güner, 1995, s. 36). Anadolu'da oluşan konut kültürünün Orta Asya kökenli Türk ev kültürü ile ilişkisini Orta Asya evi ve geç Osmanlı mimari kültüründeki etkileşim tarihi bir akrabalığa işaret etmektedir (Öney, 2007, s. 2). Birçok araştırmacı Orta Asya Türk çadırının iç düzeni ile Türk evinde yer alan odaların benzerliği ve çadırların meydana getirdiği avlunun, Türk evinin sofasının esasını oluşturduğunu söylemektedirler. Karahanlı ve Selçuklu devirleri Türk mimarisinde, bazı mimari formların temelinde,

süslemelerde Orta Asya'nın (Çu vadisi, Fergana bölgesi, Talas ovası, Isık-göl civarının) eski mimarisi ve süslemesinin etkisi olduğu açıktır (Öney, 2007, s. 2). Örneğin Selçuklulardaki inşaat kültürünün temelini beyliklerin oluşturmuş oldukları inşaat tekniği oluşturmaktadır. Selçuklular bu inşaat tekniğini daha da geliştirerek gerek taş işçiliğinde gerekse ahşap işçiliğinde oldukça ilerleme kaydederek Osmanlıların inşaat tekniğinin temelini oluştururken, Osmanlıda günümüz inşaat tekniğinin temellerini oluşturmuşlardır. Bilhassa da giriş, direk gibi unsurlarda, kapı-pencere sövelerinde, kapı kanatlarında, odaların tavan ve döşemelerinde ve süslemelerinde ahşapı kullanmışlardır (Asatekin, 1994, s. 71). Türklerde ev yapımında kullanılan yapı malzemesi olan ahşap'ın kullanımı XVI. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaygınlaşmıştır. Bu yüzyılda Osmanlı'nın başkenti İstanbul'daki evler, tek katlı olup ahşap dolgulu kerpiçten yapılmıştır. XVII. yüzyıla gelindiğinde de Osmanlı devletindeki evlerin büyük çoğunluğunun yapımında ahşaptan malzemelerin kullanıldığı görülmektedir (Asatekin, 1994, s. 71). Daha sonraki dönemlerde ev yapımında malzeme olanaklarından ziyade inşaat tekniği alanında gelişmelerin etken olduğu görülmektedir.

3. İslamiyet Öncesi Türklerdeki Mimari ve İnşaat Tekniğinin Günümüze Etkileri

Türklerde ev kavramının kökenleri İslam Öncesi Türk devletlerinin hüküm sürdüğü Orta Asya'daki yarı göçebelik dönemine kadar uzanmaktadır. Türklerin Anadolu'da inşa etmiş oldukları evlerin kullanım alanları Orta Asya'da kullanmış oldukları çadırlarla paralellik göstermektedir. Her ne kadar çadır göçebe yaşam şartlarına göre oluşturulmuş ise de kalıcı konut mimarisine ve inşaat tekniğine ve yapı malzemelerine etkisi o kadar fazla olmuştur ki bu da kültürün mimari yapıların şekillenmesindeki payını göstermektedir.

XIX. yüzyılda sanayi inkılabı ile birlikte kişisel üretimden kitlesel çözümlere gidilmiştir. Bu süreçte kişiye özel konutların yerini içerisinde birçok insanın yaşadığı apartmanlar almaya başlamış ve kişiye özel üretim bazı müstakil konutlarla sınırlı kalmıştır. Bu evlerin yapımında geleneksel yapım sistemlerinin yerini çağdaş yapım sistemleri alırken, doğal malzemelerin yerini, plastik ve benzeri imalat gerektiren malzemeler, el sanatlarının yerini fabrikasyon almaya başlamıştır. Ev inşasında kullanılan yapı elemanlarına gelince de yeni teknolojik gelişmelerin etkisiyle yeniden biçimlenmiştir. Ayrıca Betonarme apartmanların inşası, açıklık boyutunun büyümesi, pencerelerin biçimi, PVC esaslı profillerin doğramalarında, döşeme kaplamasında seramik gibi yeni malzemelerin kullanılması, elektrik, kalorifer ve su tesisatının döşenmesi yaşanan değişimler arasındadır. Günümüzde de Eski Türklerde olduğu gibi ev yapımı, inşaat malzemeleri ve tekniğinde bölgenin coğrafi yapısı etki eden önemli faktörlerdendir. Bilhassa da evin oluşumunda, cephe ve çatı tasarımında, yapıda kullanılan malzeme türlerinde, kullanılış biçimlerinde etken olmuştur. Son yıllarda teknolojik gelişmelere bağlı olarak inşaat sektöründe yenilikler meydana gelmiştir. Bu yeniliklere bağlı olarak Eski Türklerdeki evlerin yapı malzemesinde kullanılan balçık, ahşap ve tuğla, kum çakıl gibi geleneksel ağır inşaat malzemelerin yanı sıra beton ve demirin birleşimiyle oluşan betonarme sistemler 1900 yıllarının başlarında kullanılmaya başlanmıştır. Betonarme yapı içinde bulunan beton ise agrega (ince ve kaba agrega), çimento ile suyun, kimyasal ve mineral katkı maddeleri ilave edilerek veya edilmeden homojen olarak üretim teknolojisine uygun olarak karıştırılmasından oluşan, başlangıçta plastik kıvamda olup, zamanla katılaşarak sertleşerek mukavemet kazanan önemli bir yapı malzemesidir. Beton malzemesi belirli kıvama geldikten sonra yapıya gelen basınç

yüklerini taşımaktadır. İnşaat demiri ise, çekme gerilimlerini ve kayma problemlerini karşılamak amacıyla betonarme yapılarda, beton içine yerleştirilen, özel şekillendirilmiş çeliğe inşaat demiri denilmektedir. Demir yer kabuğunda en çok bulunan metaldir. Demir metalleri, demir cevherinden elde edilmektedir ve doğada nadiren elemental halde bulunur. Metalik demir elde etmek için, cevherdeki maddeleri kimyasal indirgeme yoluyla uzaklaştırılmaları gerekir. Demir, aslında büyük ölçüde karbonlu bir alaşım olarak kabul edilebilecek olan çelik yapımında kullanılır. İnşaat demiri, inşaat yapımında kullanılan en önemli malzemelerden biridir. Yapılarda önemli yer tutan betonarme çeliğinin yerleştirilmesi demir adet, çap, aralık şekillerinin ve pas paylarının tekniğe uygun şekilde yapılması gerekmektedir. İnşaatın sağlamlığında ve dayanıklılığında büyük etki eder. İnşaat demiri imalatı 1420-1470 derece ısıda eritilen cevher veya hurda demire karbon ve bazı kimyasal elementlerin katılmasıyla elde edilir. Beton ve çeliğin bir araya gelmesi ile de hem yapıda oluşacak basınç hem de çekme kuvvetlerine karşı koyan betonarme malzemesi ortaya çıkmıştır. Bu malzeme son yıllarda teknolojilere bağlı olarak sürekli gelişmektedir. İnşaat sektöründeki gelişmeler modern tekniklerin ortaya çıkmasına ve teknolojik gereksinimleri de beraberinde getirmiştir. Modern teknikler yüksek mukavemette büyük boyutlarda fakat mümkün olduğunca hafif birimlerin kullanılmasını neredeyse zorunlu kılmıştır. Bahsini ettiğimiz inşaat sektöründe gelişen teknolojiye paralel bu hafif gereksinimleri sadece tuğla karşılamamaktadır. Bu gereksinimler ön gerilimli betonarmeler ve son teknolojik gelişmelerde çelik ana yük taşıyıcısı olarak kullanılmaktadır (Yalgın, 1983, s. 46). Günümüz inşaat sektöründe de yapı malzemesi olarak hafif inşaat malzemeleri dediğimiz pomza, perlit, termik santrallerde ve büyük şehirlerde yakılan kömürlerin külleri yapı malzemesi olarak kullanılmaktadır. En çok inşaat sektöründe kullanılan pomza volkanik bir cam olarak bilinmesinin yanı sıra köpük taşı, hışır taşı, sünger taşı, nasır ve küvek olarak da bilinmektedir. Pomza daha çok inşaat sektöründe hafif beton bloklar ve briket yapımında kullanılarak harç ve demirden tasarruf sağlamaktadır. Pomzadan yapılan yapı malzemesinin gözenekli olması ısı ve ses ızalasyonunu ideal hâle getirerek normal betonla yapılan yapı malzemeleriyle kıyaslandığında çok daha fazla dayanıklıdır. Ayrıca pomzadan elde edilen yapı malzemeleri elastik bir yapıya sahip olduğu için depreme ve soğuğa karşı dayanıklıdır. Volkanik kayaç türü olarak bilinen perlit endüstrileşmenin gelişmesine bağlı olarak kullanım alanı oldukça geniştir. Perlitin bugün en fazla kullanıldığı alan inşaat sektörüdür. Perlit ısı malzemesi olarak delikli tuğla, hafif beton ve son zamanlarda da sentetik malzemelerde kullanılmaktadır. Yine perlit gevşek dolgu agregası olarak ısı ve ses yalıtımı amacıyla duvarlarda yüzer döşemelerde ve sanayinin birçok alanında yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Perlit betonu inşaat sektöründe ölü yükleri azaltmak, ısı ve ses yalıtımı sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Eski Türklerin yaşadığı yerleşim yerindeki evlerin döşemeleri altında günümüzde doğal gaz sistemi ile bağdaştırabileceğimiz sıcak hava ve duman için ısıtma yollarının olduğu tespit edilmiştir (Aslanapa, 1999, s. 32). Bu yolların yapımında Günümüzde de geniş alanlar üzerine inşa edilen binalarda ısıtma problemini çözmek ve daha sağlıklı bir ortam oluşturmak için evlerin yapı malzemesinde perlit betonu kullanılmaktadır. Perlit kum betonlu sistemlerde döşeme dolgusu üzerine buhar kesici kaplama yapılarak ısı kaybı kısmen engellenerek yaz aylarında oluşan nem yoğunlaşmasının önüne geçilmektedir (Yalgın, 1983, s. 42).

Sonuç

Bir bölgenin coğrafi yapısı, iklimi, doğal kaynakları, ulaşımı o bölgenin mimari yapısını belirleyen ana etkenlerdir. Ayrıca o toplumun değer yargıları, inanç biçimleri, geçim kaynakları, sanat ve toplumsal ve politik yapıları, üretim biçimleri de o milletin şehrinin mimari oluşumunda etkilidir. Bu yüzdendir ki insanoğlu yaşamı boyunca bu mimari yapılarının belirlenmesinde bahsini ettiğimiz bu unsurlara bağlı kalmak zorunda kalmıştır. İnsan, canlılar içerisinde düşünme becerisine sahip bir varlık olarak içinde bulunduğu teknolojiyi kullanan ve hayatın zorluklarıyla mücadele eden bir varlık olarak evinde doğar, büyür, ekonomik faaliyetlerde bulunarak mensubu olduğu toplumun bir üyesi olarak hayatını devam ettirir. Kültürel bir konuma sahip olan insan rahat bir ortamda yaşayabilmek için kendisine yapısal çözümler bularak, içinde yaşadığı evinin iç tasarımından başlayarak birçok yapı faaliyetlerini mensubu olduğu toplumun estetik beğenisine göre inşa etmiştir. Bu şekilde ortaya çıkan bu mimari yapılanmalar bireyin yaşamında fizyolojik, sosyolojik, psikolojik açıdan oldukça önemli olan mimari yapılanmalar, toplumların kültürel kimlikleri hakkında bilgi veren tarihi bir belge niteliğindedir. Bu toplumlardan biri de Orta Asya'da hüküm süren Türk devletleridir. Orta Asya'nın coğrafi şartları bu bölgede hüküm süren Türk devletlerinin hayat tarzını, ekonomisini, ticaretini, zanaatını, kültür ve mimari vb. yapılarının şekillenmesinde başlıca etken olmuştur. Orta Asya coğrafyasının yüksek dağlarla çepeçevre sarılışı ve özellikle iklim şartlarının kurak olup tarıma elverişsiz olması bu coğrafyada yaşayan Türk toplumlarını hem olumlu hem de olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Çalışmamızda İslamiyet öncesi Orta Asya'da kurulan Türk devletlerindeki ev (çadır) yapımı ve inşaat tekniği ve yapı malzemeleri alanındaki tarihi gelişimini günümüz ev yapımı ve inşaat tekniğine getirmeye çalıştık.

Kaynaklar

- Asatekin, G. S. (1994). Anadolu'daki Geleneksel Konut Mimarisinin Biçimlenmesinde Aile-Konut Karşılıklı İlişkilerin Rolü. Kent, Planlama Politika, Sanat Tarık Okyay Anısına Yazılar, (s. 67-85), Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları.
- Aslanapa, O. (1999). Türk Sanatı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bartold, V.V. (2014). Orta Asya, Tarih ve Uygarlık. İstanbul: Selende Yayınları.
- Baykara, T. (2009). Türk Kültür Tarihine Bakışlar. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Baykuzu, T. D. (2009). Bir Hun Başkenti: T'ung-WanCh'eng. Modern Türklük Araştırmaları Dergisi, 6 (3): 110-127.
- Cezar, M. (1977). Anadolu Öncesi Türklerde Şehir ve Mimarlık. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Çeçen, A. (1986). Türk Devletleri. İstanbul: İnkılâp Kitabevi,

- Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 298-309
- Çoruhlu, Y. (1998). Erken Devir Türk Sanatının ABC'si. İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Divitcioğlu, S. (1999). Kök Türkler. İstanbul: Yapı Kredi Sanat Yayıncılık.
- Diyarbakirli, N. (1972). Hun Sanatı. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Diyarbakirli, N. (1977). Türk Tarihi II. Kitap. Ankara: Yaygın Yükseköğretim Kurumu Yayınları.
- Frye, R. N. (2009). Antik Çağlardan Türklerin Yayılmasına Orta Asya Mirası. (Çev. Füsün Tayanç-Tunç Tayanç), Ankara: Arkadaş Yayınları.
- Gögebakan, Y. (2015). Karakteristik Bir Değer Olan Geleneksel Türk Evi'nin Oluşumunu Belirleyen Unsurlar ve Bu Evlerin Genel Özellikleri. İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi, 1 (1): 41-55.
- İzgi, Ö. (2017). Orta Asya Türk Tarihi Araştırmaları. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Koca, S. (2016). Türk Kültürünün Temelleri II. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Küçükerman, Ö. Güner, Ş. (1995). Anadolu Mirasında Türk Evi. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Merey, Z., (2009). Türk Tarihi ve Kültürü. Ankara: Birleşik Yayıncılık.
- Öcal, S. (1983). Türklerde Yerleşim ve İlk Türk Şehirleri. Türk Dünyası Araştırmaları, Sayı, XXIII, s. 126-138.
- Ögel, B. (1988). İslamiyet'ten Önce Türk Kültür Tarihi Orta Asya Kaynak ve Buluntularına Göre. Üçüncü Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Ögel, B. (2000). Türk Kültür Tarihine Giriş. C. I, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Ögel, B. (2014). Türk Mitolojisi. C. I, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Öney, G. (2007). Beylikler Devri Sanatı XIV-XV. Yüzyıl (1300-1453). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Sözen, M. (2000). Gelenekten Geleceğe Anadolu'da Yaşama Kültürü. İstanbul: Creative Yayıncılık.
- Turgut, H. S. (1990). Kültür-Davranış-Mekân Etkileşiminin Saptanmasında Kullanılabilecek Bir Yöntem. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü İstanbul.

- Vasary, I. (2007). Eski İç Asya'nın Tarihi. (Çev. İsmail Doğan), İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Yalgın, S. (1983). İnşaat Sektöründe Genişletilmiş Perlit Kullanımı. Ankara: Etibank Matbaası.

EĞİTİM KURUMLARINDAKİ KADINLARIN İDARİ POZİSYONLARDA BAŞARISIZLIK ALGISINI YARATAN ENGELLER ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Sıdıka Ece YILMAZ¹

ÖZ

Günümüzde cinsiyet ayrımcılığı ve cam tavan problemini aşmaya yönelik çeşitli ilerlemeler sağlanmasına rağmen pratikte bu problemlerin yüksek oranlarda devam ettikleri görülmektedir. Cinsiyet ayrımcılığı gerek özel sektörde gerek kamu kurumlarında ortaya çıkabilmektedir. Kadınların erkeklere göre çok düşük oranlarda idarecilik pozisyonlarına geldiği görülen eğitim kurumları bu tür problemlerin sıkça karşılaşıldığı alanlardan bir tanesi olarak kabul görmektedir. Bu çalışmada, kadın öğretmenlerin idarecilik pozisyonuna erişimi ve idarecilik konusunda başarısız görülme algısını yaratan nedenlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi yapılmış, sıklık ve kategori analiz teknikleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda bir sosyal medya ağında yer alan 399 yorum sıklık durumlarına göre kategoriye ayrılmıştır. Analiz sonuçlarına göre kadınların “egolu olmaları, duygularıyla hareket etmeleri, duygusal, kaprisli, kompleksli, kibar, yumuşak, düşünceli olmaları” vb. nedenlerden dolayı idarecilik yapmada başarısız algılandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kadın İdareciler, Kadın Yöneticiler, Cinsiyet Ayrımcılığı, Cam Tavan Problemi

A QUALITATIVE RESEARCH ON THE ARTIFICIAL OBSTACLES CREATES FAILURE PERCEPTION AT MANAGEMENT POSITIONS OF WOMEN IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS

ABSTRACT

Today, although various advances have been made to overcome the problem of gender discrimination and glass ceiling, it is seen that these problems persist in high rates in practice. Gender discrimination might occur both in the private sector and in public institutions. Educational institutions where women are seen to be in administrative positions at very low rates compared to men, are considered as one of the areas where such problems are frequently encountered. In this study, it is aimed to reveal the artificial barriers that create the perception of women teachers' access to the management position and the perception of being unsuccessful in the management. Content analysis that is a qualitative research method was used as a method, frequency and category analysis techniques were applied in order for analysis. In accordance with, 399 comments in a social media network were categorized in terms of their frequency. According to the results of the analysis, it was observed that women were detected unsuccessfully due to the reasons such as “being egoist, acting with emotions, being emotional, capricious, complex, polite, soft and thoughtful etc.”.

Keywords: Women Administrators, Women Managers, Gender Discrimination, Glass Ceiling Problem

Giriş

Geleneksel olarak araştırmacılar, kadın ve erkeklerin farklı liderlik tarzlarına sahip olduğu iddiasına karşı çıkmaktadırlar. Eagly (2007, s. 4), kadınların ve erkeklerin benzer liderlik türlerini talep ettiğini belirtmektedir. Diğer taraftan bu konuda farklı görüşler de

¹ Öğr. Gör., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Rektörlük, Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi, eyilmaz@atu.edu.tr, ORCID:0000-0002-0375-3505.

Received/Geliş: 16/09/2019 Accepted/Kabul: 09/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Yılmaz, S. E. (2020), “Eğitim Kurumlarındaki Kadınların İdari Pozisyonlarda Başarısızlık Algısını Yaratan Engeller Üzerine Nitel Bir Araştırma”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 310-333.

mevcuttur. Kadın ve erkek yöneticileri karşılaştıran bir araştırmaya rehberlik eden, Fortune Dergisi'nde 1990 yılında çıkan bir makalede, Jaclyn Fiermani, "*Kadınlar farklı mı yönetiyor?*", şeklinde bir soru ortaya atmıştır. Bu soruya Fiermani'nin (1990, s. 115) kendi yanıtı "*Evet. . . ve doksanlı yıllarda şirketleri yöneten erkeklerden çok daha uygunlar*" şeklinde olmuştur. Kadınlar, dâhil olmayı vurgulayan etkileşimli bir liderlik tarzı sergilemektedir. Spesifik olarak, kadınların diğerlerinden girdi talep ederek katılımı teşvik ettiği, astları ile açık iletişim kanallarını koruyarak güç ve bilgiyi paylaştığı, astlarının öz-değer duygusunu desteklediği söylenmektedir (Dezsö ve Ross, 2012, s. 1075). Bu görüşe göre kadınların yönetim konusunda erkeklerden farklı bakış açılarına ve yöntemlere sahip olduğu belirtilmektedir. Bu farklılığın erkeklerle göre avantajlı olduğu savunulmaktadır. Kadın yöneticiye sahip örgütlerin daha iyi performansla sahip olabileceği ifade edilmektedir. Kadın yöneticisi olan örgütlerin öz kaynak kârlılığı, gelir artışı oranlarının daha yüksek olduğu ve daha az borçlanmanın yanı sıra daha yüksek değerlere sahip olmayı sağladığı belirtilmektedir. Kadınların kurumsal örgütlerde varlığının çatışma düzeyini azalttığı ve örgütün etkinliğini artırdığı öne sürülmektedir (Curtis, Schmid ve Struber, 2012, s. 14). Liderlik türlerine bakıldığında ise dönüşümcü liderliğin sağladığı olumlu sonuçlar vurgulanarak kadınların lider olarak erkeklerle göre daha dönüşümcü olduğu belirtilmektedir. Örneğin, yapılan bir meta analiz çalışmasında, kadınların erkeklerle göre daha dönüşümcü oldukları ortaya konulmuştur (Eagly, 2007, s. 4).

Literatürde kadınların yönetici olmasının örgütlere avantajlı durumlar sağladığı belirtilmesine rağmen, kadın yönetici sayılarında bir çarpıklık bulunmaktadır. Üst yönetim kademelerinde kadınlara düşük oranda yer verilmektedir (Adler, 1993; Ryan ve Haslam, 2007; Torchia, Calabrò ve Huse, 2011; Dezsö ve Ross, 2012). Kadınların üst yönetim kademelerinde temsilinin düşük oranlarda yer alması ve bunun nedenleri birçok gazete, dergi ve makalenin konusu olmuştur. 2011 yılında şirketlerin cinsiyet dengesini iyileştirmek için neler yapabileceğini araştırmak üzere Bain & Company ve Chief Executive Women (CEW) birlikte çalışmışlardır. Oluşturmuş oldukları anket ile kadınların üst düzeylerde temsil edilmesinin nedenlerini derinlemesine araştırmışlardır. Araştırma sonucunda kadınların liderlik pozisyonuna ulaşmasını engelleyen üç faktör belirlemişlerdir. Bu faktörlerden birincisi, rekabet hâlindeki iş-yaşam önceliklerine ilişkin zorluklar ve kadın tarzının erkeklerinkinden farklı olması ve değerli olmadığı gerçeği hakkındaki algı olarak belirtilmektedir. İkinci faktör, kadın ve erkeklerin her ikisinin de farklı tarzları olduğunu kabul etmesine rağmen, çoğu erkeğin kadının terfi edebilirliğinin önündeki engelleri bilinçli bir şekilde tanımaması olarak ifade edilmektedir. Üçüncü faktör, kadınların tarzıyla ilgili temel görüşlerin, kadınların liderlik etme yeteneklerine ilişkin algıları etkilediği yönünde tanımlanmıştır (Sanders, Hrdlicka, Hellicar, Cottrell ve Knox, 2011). 2013 yılında Forbes'te yer alan bir makalede ihtiyaç duyulmasına rağmen kadınların Amerika'da neden yönetici olamadığı incelenmiştir. Erkekler ve kadınlar arasındaki farkların tam olarak anlaşılması veya bu duruma değer verilmemesi, kadınların tam anlamıyla kendilerini işe vermesi önemli bir gereklilik iken birçok kurumsal çevrede bunun mümkün olmaması, yaşam, aile ve iş önceliklerinin çatışma içerisinde olması, aşırı iş taleplerinin kadınları yönetim pozisyonunun dışında bırakması, kadınların ötekileştirilmesi, kadınların kişisel sorumluluğunu genişletmesinin gerekmesi kadınların yönetici olamamasının altı temel sebebi olarak tanımlanmıştır (Caprino, 2013). Experteer dergisininin 2017 yılında yapmış olduğu çalışmada Avrupa

Birliğine üye ülkelerin en büyük halka açık şirketlerdeki yönetim kurulu üyelerinin sadece % 25,3'ünün kadınlardan oluştuğu ve büyük şirketlerde 10 şirketten 1'inden azının kadın bir yöneticisi veya CEO'su olduğu belirtilmektedir. Bu durumun nedenleri olarak cinsiyet baskınlıklarının kadınların liderliğine karşı direnişe yol açması, kadınların uygun liderlik biçimini benimsememesi, kadınların aile yaşantısının talepleri, kadınların sosyal sermaye yaratmada zorluk çekmesi, mentör eksikliği yaşamaları gibi nedenler sunulmaktadır (Experteer Magazine, 2017). Güncel olarak 2020 yılı şubat ayında Wall Street gazetesinde yayımlanan bir habere göre kadınlar bugün ülkenin en büyük 3000 şirketinden 167'sini yönetmektedir. Bu oran on yıl önceki orandan iki kat fazla olmasına rağmen, totalde % 6'nın altında kalmaktadır. Kadınların üst yönetimde sıklıkla görülmemesinin sebebi olarak kariyer başlangıçlarındaki seçimler, iş hayatı kısıtlamaları, yönetimdeki kadınlarla ilgili yerleşik tutumlar ve liderlik özellikleri gibi nedenler belirtilmektedir (Fuhrmans, 2020). Kadınların üst yönetimde düşük oranda yer almasının yanı sıra, mevcut kadın yöneticilerin de yüksek oranda işten ayrıldıkları göze çarpmaktadır. Network of Executive Women şirketinin 2017 yılında yapmış olduğu bir araştırmada kadın yöneticilerin erkeklere oranla iki kat daha fazla işinden ayrıldığı ortaya çıkmıştır. Bu durumun sebebi olarak sayılarının az olması nedeniyle kadınların soyutlanma problemi yaşaması, çalışma programında esneklik problemleri, kadınların rol model olarak alabilecekleri çok fazla kişinin yer almaması gösterilmiştir (Network of Executive Women, 2017).

Kadın yönetici sayılarında çarpıklık bulunması başka bir pencereden cinsiyet ayrımcılığı problemini gündeme getirmektedir. Kadınları ve erkekleri üst kademede eşit olarak görmek, erkek ve kadın liderler geliştirmek için aynı yöntemleri kullanmak, kadınlar ve erkekler arasında var olan meşru farklılıkları görmezden gelme anlamına gelmektedir. Bu durum, kadınların ve erkeklerin benzer fırsat ve deneyimlere sahip olduğu düşüncesini ortaya koymaktadır (Budworth ve Mann, 2010, s. 179). Cinsiyet ayrımcılığı, günümüz iş dünyasında kadınların karşısına çıkan önemli bir engeldir. Günümüzde cinsiyet ayrımcılığının orta ve yüksek gelirli ülkelerde eskiye oranla azaldığı ifade edilse de düşük gelirli ülkelerde hâlâ var olduğu görülmektedir (Pande ve Ford, 2012, s. 1-2). Kadınlar bugün çalışma alanında eskiye göre daha çok yer almaktadır. Bu durum, çalışan kadınlara karşı toplumun tutumunu ve bakış açısını etkilemiştir. Ancak, çalışan kadınlar hakkındaki tutumların değişmesi, kadınların lider olması hakkındaki tutumları değiştirmemektedir. Toplumda liderliğin erkeksi bir faaliyet olarak görüldüğü bir sosyal norm mevcuttur. Örneğin, insanlık tarihi boyunca cinsiyete göre iş bölümü algısı hâkim olmuştur. Toplumumuzda, cinsiyete göre iş bölümünün hiyerarşik olduğu, yönetici pozisyonlarında erkeklerin yer aldığı, kadınların daha alt kademelerde bulunduğu, kadınlar için düşük ücret ve daha sınırlı kariyer imkânları olduğu belirtilmektedir (Datta ve Bhardwaj, 2015, s. 199).

Öğretmenlik kadınların yoğun olarak yer aldığı mesleklerden bir tanesidir. Okullarda kadroların büyük oranda kadınlardan oluşmasına rağmen, çok küçük bir oranda kadınlar idarecilik görevi sürdürmektedir (Altınışik, 1995; Shum ve Cheng, 1997; Çelikten, 2004). Bu durum, kadınların yönetimde görev almalarını engelleyen nedenlerin olduğuna dikkat çekmektedir. Kadınların üst yönetim kademelerinde temsilinin düşük bir oranda olması kadının eş ve annelik durumu, ev sorumlulukları, iş koşulları için yeterli zamana sahip olmaması gibi nedenlere dayandırılmaktadır (Ergün, 1996, s. 24). Literatürde bahsedilen bu nedenler kişilerin algıları sonucu ortaya çıkmaktadır. Buradan yola çıkarak kişilerin

subjektif düşüncelerinin genel toplumsal anlayışı oluşturduğu ve bu durumun üzerine geçilemediği görülmektedir (Can, 2010, s. 39). Bu nedenle, kişilere ait görüşlerin incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Mevcut çalışma, eğitim kurumlarında çalışan kadın yöneticilerin sayılarını, kadın yöneticilere karşı tutumları, öğretmenlerin idarecilik pozisyonuna erişimi ve idarecilik konusunda başarısız görülme algısını yaratan nedenlerin ortaya çıkarılmasını amaçlamıştır. Türkiye’de eğitim kurumlarında çalışan kadın idarecilerin mevcut durumunun ortaya konmasının ve kadın yöneticilere olan tutumların ele alınmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kadınların Yönetici Pozisyonlarında Azınlık Olma Nedenleri

Literatürde kadınların yönetici pozisyonlarında yer almama nedenlerini ortaya koyan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar kendilerine özgü farklı nedenler sunmaktadır (Wright, Baxter ve Birkelund, 1995; Kanter, 1977; Eagly, 2007).

Kadınların üst kademelerde az sayıda yer almaları veya üst kademelerde yeterli faaliyet gösterememelerinin başlıca nedenleri kişisel, örgütsel ve toplumsal olarak sınıflandırılabilir. Kişisel nedenler; kadınların aile ve ev sorumlulukları (Wright, Baxter ve Birkelund, 1995), kişisel ön yargılar (Karaca, 2007) ve tokenizm durumu (Kanter, 1977) olarak adlandırılabilir. Örgütsel nedenler; örgüt kültürü (Eagly, 2007), örgüt politikaları (Powell ve Butterfield, 1994; Still, 1997; Ryan ve Haslam, 2005) ve iletişim ağı problemi olarak adlandırılabilir. Toplumsal nedenler ise cinsiyet kalıp yargıları (Eagly ve Carli, 2003), cinsiyet ayrımcılığı (Metz ve Tharenou, 2001) ve ataerkil yapı (Arat, 1996) olarak kategorize edilebilir. Bu kavramlara aşağıda kısaca değinilmektedir.

1.1. Kişisel Nedenler

Kadınların kişisel tercih ve algıları üst yönetim kademelerine erişimde engel yaratabilmektedir. Genel olarak, cinsiyet rollerine ilişkin tutumlar, toplumsal değerleri sorgulamadan içselleştirme, özgüven eksikliği, kararsızlık, ne istediğini bilememe durumu, kendini geliştirme, koşullarını değiştirme isteği veya inancı olmama durumu, sistemi destekleme zorunluluğu hissetme, kariyerde yükselmeyi tercih etmeme, kariyer yönelimli olmama, kariyerde yükselmenin gerekliliklerini ve zorunluluklarını göze almama bu nedenler arasında gösterilmektedir (Karaca, 2007).

Toplumda, aile yaşamındaki sorumlulukların önemli bir kısmının kadınlar tarafından yerine getirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Çalışan kadınların çoğunun anne rolü bulunmaktadır. Anneler için ideal çalışan olmak zordur. Çünkü hamilelik, doğum izni ve çocuk bakımı talepleri kaçınılmaz olarak kadınların işten ayrı kalmalarına neden olabilmektedir (Porter, 2006, s. 56). Kadınların bu talepleri kariyerlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Annelik ve çocuk bakıcılığı, hasta aile üyelerine bakım gibi izinlerin kadınları erkek meslektaşlarına kıyasla güvenilmez ve maliyetli kıldığı belirtilmektedir (Tan, 2008, s. 550). Valcour ve Ladge (2008), kadınların kariyerlerinin çocuk doğurma, aileyi büyütme ve erkeğin kariyerinin önceliklendirilmesi gibi aile faktörleri nedeniyle yarı zamanlı çalışma ve yer değiştirme gibi sapmalarla sınırlı olacağını belirtmektedir. Bu durumun, kadınların kariyerlerine zaman ayırmalarını ve kariyer hedeflerine ulaşmalarını engelleyebileceğini göstermektedir. Hoobler, Hu ve Wilson (2010, s. 481) iş ve aile yaşamları arasında çatışma yaşayanların olumsuz kariyer etkilerine sahip olacağını; ayrıca kadınların yönetici pozisyonunun katı talepleriyle iş ve aile yaşamını dengeleyemediğine inandıkları için yönetici olmamayı tercih ettiğini belirtmektedir.

Kadınların, erkeklerle benzer iş durumlarında ve benzer kişisel özelliklere sahip olmalarına rağmen aile sorumlulukları nedeniyle yönetici pozisyonlarına terfi etmek istemedikleri belirtilmektedir (Wright, Baxter ve Birkelund, 1995, s. 411).

Toplumun bakış açısı nedeniyle bazı kadınlar yöneticilik statüsünü kendilerine uygun görmemektedir. Kadınlar üst yönetim kademelerine geldiklerinde “cinsel kişiliklerini” kaybedeceklerini ve toplum tarafından “erkek gibi kadın” olarak algılanacaklarını düşünebilmektedir. Buna ek olarak, üstün bir başarı gösteren kadının başarısının arkasında yatan nedenlere ilişkin olumsuz algılamaların ortaya çıkacağı düşünülmekte ve bu nedenle kadınlar üst yönetimde yer alma başarısından kaçınılabilmektedirler (Karaca, 2007, s. 56).

Kadınların yönetim seviyelerinde çok fazla yer alamaması “Tokenizm Teorisi” ile açıklanabilir. Tokenizm, “*bir grupta yer alan kişi sayısının çarpık olduğu zaman ortaya çıkan süreç*” olarak görülmektedir (Kanter, 1977). Kadınların çalışma alanında ortaya çıkan eşitlik konusundaki olumsuz deneyimleri, erkeklerin hâkim olduğu bir çalışma ortamıyla ilişkilendirilebilir (Zimmer, 1988, s. 64). Azınlık durumunda bulunan kadınlar “Tokenler” olarak adlandırılmaktadır. Sayılarının az olmasından dolayı dikkat çeken kadınlardan ek performans beklenebilmektedir (Torchia vd., 2011, s. 301). Rosabeth Moss Kanter’in yürütmüş olduğu çalışmanın Tokenizm kavramını geliştirdiği görülmektedir. Kanter (1977, s. 207), yapmış olduğu örnek olay incelemesinde, kadınların üç olumsuz süreç yaşadıklarını ortaya koymuştur. İlk olarak, kadınların daha fazla görünürlük yani daha fazla dikkat çektiklerini belirtmiştir. İkinci olarak, egemen gruba kolayca bağlanamayan veya dışlanma korkusuyla grup içi üyelerle rahat bir biçimde iletişime geçemeyen bir toplum izolasyonu duygusuna sahip olduklarını belirtmiştir. Cinsiyetin bu tür bağlamlardaki belirginliği, sınırları artırmış ve erkekler ile kadınlar arasındaki farklılıkları ortaya çıkarmıştır; bu durum, kadınların erkek meslektaşları tarafından reddedilmelerine neden olmuştur. Yapılan diğer bir çalışmada (Yoder, Adams ve Prince, 1983), ABD’deki West Point’teki Harp Okulu’na giren ilk kadın, kendini ön planda olan, sosyal olarak soyutlanmış ve toplumsal cinsiyet baskılarına maruz kalan biri olarak tanımlamıştır. Yapılan bir başka çalışmada (Spangler, Gordon ve Pipkin, 1978), azınlık konumunda yer alan kadınların performans baskısı, sosyal soyutlanma yaşadığı ve bu durumun kadınların performansını etkilediği belirtilmiştir. Bu nedenle, bazı kadınlar ön planda yer alarak dikkat çekmek ve kendilerinden ekstra bir performans beklenilmesini istememektedirler; bu durum, kadınları idarecilik pozisyonlarından uzaklaştırabilmektedir.

1.2. Örgütsel Nedenler

Kadınların son yıllarda örgütlerin yönetim kademelerinde yer alma konusunda önemli ilerlemeler kaydetmesine rağmen, üst düzey yönetimde yeterince yer almadıkları görülmektedir (Powell ve Butterfield, 1994, s. 68). Kadınların üst yönetim seviyelerinde yer alıp almaması konusunda örgüt kültürünün önemli bir rolü bulunmaktadır. Örneğin, hiyerarşik otorite, otonom olma, otokratik liderlik tarzı ve dikey iletişim biçiminin yaygın olduğu eril örgütsel kültürün, kadınların üst yönetimde temsilinde önemli bir engel olduğu ifade edilmektedir (Ergeneli ve Akçamete, 2004, s. 89). Bu nedenle, kadın liderlerin erkeklerin yoğun bir biçimde bulunduğu örgütlerde zorluklarla karşılaşması olağan bir durum olarak görülmektedir. Bu tür örgütlerde kadın liderler, çoğu zaman eril örgütsel kültürün, kendilerini rahat hissetmelerini ve otorite kazanmalarını engellediğini

dile getirmektedir. Ayrıca, kadınlar bu örgütlerde faydalı ilişkiler kurmalarının ve etkili ağlarda kabul görmelerinin zor olduğunu ifade etmektedir (Eagly, 2007, s. 6). Fassinger (2008), erkeklerin yoğun bulunduğu örgütlerde kadınların “soğuk bir işyeri iklimi” ile karşı karşıya kalabileceklerini ve kadınlara karşı haksız performans değerlendirme uygulamaları, çifte standart gibi yaklaşımların uygulanabileceğini belirtmektedir. Kadınların üst yönetimde temsilinin artması için insan odaklı, performans değerlendirmesine dayanan, güç mesafesi düşük ve cinsiyet eşitliğini esas alan örgüt kültürünün benimsenmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Ergeneli ve Akçamete, 2004, s. 89).

Örgüt politikaları, kadınların kariyer gelişimini doğrudan etkileyebilmektedir. Politikalar kariyer gelişimi için fırsatlar yaratabilirken engeller de koyabilmektedir (Rose ve Larwood, 1988, s. 118). Örneğin bazı örgütlerde, kadınların nitelikleri göz ardı edildiğinden ve fırsatlarının kısıtlı olmasından dolayı kadınlar, üst düzey yönetim pozisyonlarına gelmekte büyük zorluklar yaşamaktadır. Bu nedenle, üst düzey yönetim pozisyonlarındaki kadın nüfusu düşük kalmaktadır (Johnson, Long ve Faught, 2014, s. 27). Örgüt içerisinde kadınlara yönelik eşit olmayan davranış ve uygulamalar ayrımcılık politikalarına işaret etmektedir. Bu tür örgüt politikaları, kadınların üst yönetime erişimini engelleyebilmektedir (Cortis ve Cassar, 2005). Bu durum, akıllara cam tavan problemini getirmektedir. Kadınların üst yönetim seviyesine yükselmesiyle ilgili bir kavram olarak öne çıkan cam tavan kavramı Morrison, White ve Ellen (1987, s. 13) tarafından “kadınların kurumlarda belirli bir seviyenin üzerine çıkmasını engelleyen şeffaf bir bariyer” olarak tanımlanmaktadır. Cam tavan etkilerinin, diğer bir deyişle cinsiyet dezavantajlarının, hiyerarşinin tepesinde düşük seviyelere göre daha güçlü olduğu belirtilmektedir. Bu dezavantajların kişinin kariyerini etkileyerek bir süre sonra daha da kötüleştirdiği ifade edilmektedir (Cotter, Hermsen, Ovadia ve Vanneman, 2001, s. 655). Kee (2006, s. 409) ise cam tavanı, cinsiyete göre ücret dağılımından yola çıkarak “cinsiyet ücret farklarının genellikle üst pozisyonlarda yer aldığı durum” olarak tanımlanmaktadır. Yapılan bir çalışmada (Wrigley, 2002), halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi gibi alanlarda kadınların sayılarının artırılmasının istenmesine rağmen kadınlar için cam tavan etkilerinin olduğu belirtilmektedir.

Örgüt politikalarından olan performans değerlendirme politikaları da kadınların üst yönetime erişimini etkileyebilmektedir. Eşit bir seviyede üretkenlik gösteren erkeğin başarısı beceriyle ilişkilendirilirken kadının başarısı şansla ilişkilendirilmektedir. Aynı biçimde erkeğin başarısızlığı şanssızlık olarak görülürken kadının başarısızlığı beceri eksikliği olarak görülmektedir. Bu nedenle, kadınların üst yönetime gelmesi uygun karşılanmayabilmektedir (KSSGM Yayınları, 1999, s. 15). Ayrıca, bazı örgütlerde kadın ve erkekler için farklı ücret politikaları uygulanmaktadır. Kadın yöneticilerin erkek yöneticilere göre çoğu ülkede daha düşük maaş aldığı belirtilmektedir. Bu durum da kadınların üst yönetime gelmesinde engel yaratmaktadır (Ataay, 1998, s. 251).

Çalışanlara terfi imkânı sağlamayan bir örgüt politikası da kadınların üst yönetime gelmesini engelleyebilir. Örneğin bu duruma ilişkin literatürde “yapışkan zemin” kavramı yer almaktadır. Yapışkan zemin, “işe ilk girişten itibaren kariyer hareketinin bulunmaması durumu” olarak tanımlanmaktadır. Genellikle düşük ücretli mesleklerde bu durumun ortaya çıktığı ve diğer mesleklere göre daha az prestiji olan ve terfi için sınırlı fırsatlar sunan bir durum olarak görülmektedir (Still, 1997, s. 2-3). Ücret dağılımının altındaki boşluklar genişlediğinde, cam tavanın karşıt senaryosu olarak ortaya

çıkabilmektedir (Kee, 2006, s. 409). Kadınların terfi edilip bir kereye mahsus maaş artışı aldığı, ancak terfi sonrasında maaşında artış alma konusunda zorlukların meydana geldiği ifade edilmektedir (Booth, Francesconi ve Frank, 1999, s. 2). Levitan Spaid (1993)'e göre yapışkan zemin etkisi, Catherine White Berheide'in 1992'de düşük ücretli hükümet pozisyonlarındaki kadınlarla yaptığı çalışmayla ortaya çıkmıştır. Laabs 1993 yılında yapılan bir söyleşide "*çoğu kadın, cam tavanı problemleri olduğu için çok şanslı olmalı. Yapışkan zeminde pek çok kadın paslanmış durumda*" ifadesini kullanmıştır (Morgan, 2017, s. 8).

Örgüt içinde terfi etmek isteyen kadınlar için cam-tavan gibi bir engel daha bulunduğu belirtilmekte ve bu engel "cam uçurum" olarak adlandırılmaktadır. Cam uçurum "*kadınların sıklıkla güvencesiz liderlik pozisyonlarına terfi ettirildiğini*" ifade etmektedir. Bu uygulama, örgütlerin örgüt politikalarında yer alabilmektedir (Ryan ve Haslam, 2005, s. 83-87). Cam uçurum, sadece kadınlar liderlik pozisyonuna geçtikten sonra oluşmakta ve bu nedenle cam-tavan engelini aşan kadınlarla ilişkilendirilmektedir. Uçurum metaforu, belirli şekillerde, kadınların bir örgütteki en yüksek yapısal seviyelere çıktıklarında karşılaştıkları başka bir tür cam tavan olarak görülmektedir. Bununla birlikte, cam tavanı aşabilen kadınlar üst pozisyona geçtikleri zaman otoriteyi erkeklerle aynı şekilde uygulayamamaktadırlar (Sabharwal, 2013, s. 402). Bu tür pozisyonlardaki kadınların haksız eleştirilere maruz kalmaları muhtemel görülmektedir ve atanmalarından önce harekete geçen olumsuz olaylardan sorumlu tutulma tehlikesinden söz edilmektedir (Wilson-Kovacs, Ryan ve Haslam, 2006, s. 676). Bir örgütteki cam uçurumun varlığı, terfinin kadın liderler için başarısızlık riskini artırabileceğini göstermektedir. Ryan ve Haslam yapmış oldukları çalışmada (2005, s. 81) genel bir borsa düşüşü döneminde, kurullarına kadın atanan şirketlerin, önceki beş ayda, erkek atananlara göre sürekli olarak kötü performans sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, kadınların çalışma alanında üstesinden gelinmesi gereken görünmez bir engel olduğunu göstermektedir. Yapılan bir çalışmada (Haslam ve Ryan, 2008), katılımcılardan bir şirket kurulunda yönetici pozisyonu için bir aday seçmeleri istenmiştir. Farklı koşullarda, şirketin son yıllarda gösterdiği performans ya belirgin bir şekilde iyileşmiş ya da belirgin bir şekilde kötüleşmiş olarak tanımlanmıştır. Katılımcılara pozisyon için üç aday sunulmuştur; eşit derecede nitelikli bir erkek ve bir kadın aday ile iş için açıkça daha az uygun olan üçüncü bir erkek adaydan bahsedilmiştir. Sonuç olarak, katılımcıların, şirketin performansının düzeldiğinin söylendiği durumdan daha düşük olduğunun söylendiği pozisyon için kadın adayı seçtikleri görülmüştür.

Hâlihazırda bir kadın yöneticiye sahip olan örgütler de diğer kadınların üst yönetim kademelerine erişiminde uygun olmayan örgüt politikaları izleyebilmektedir. Kadın yöneticilerin diğer kadınların üst yönetim kademelerine erişiminde yanlış bir örgüt politikası izlemesi "*kraliçe arı sendromu*" ile ilişkilendirilmektedir. Kraliçe arı "*erkeklerin egemen olduğu çalışma ortamlarında (erkeklerin daha fazla yönetici pozisyonuna sahip olduğu kuruluşlar) eril kültüre uyum sağlayarak bireysel başarıya ulaşan ve kendilerini diğer kadınlardan uzaklaştıran kadınları*" tanımlamaktadır (Derks, Van Laar ve Ellemers, 2016, s. 2). Başka bir yaklaşımda "Kraliçe Arı", akademisyenler ve medya tarafından kadınlar arasında başka bir olumsuzluk kaynağı tanımlamak için kullanılan bir metafor olarak görülmektedir. Bu metafor, diğer kadınlara terfi arayışlarında yardımcı olmayan üst yönetimdeki kadınlara işaret etmektedir. Olumsuzluk bir kraliçe arının "*gücünün başka kadınlar tarafından tehdit edilip edilmediğini*"

sorgulamasıyla ortaya çıkmaktadır (Mavin, 2006). Kraliçe arı, 2008’li yıllarda, özellikle popüler medyada, üst düzey kadınların örgüt içindeki diğer kadınlara olan kötü davranışları nedeniyle bir etiket olarak popülerlik kazanmıştır (Mavin, 2008, s. 79). Bu metafor üzerine yapılan araştırmalar, kadınların (1) kendilerini erkeklere daha çok benzeterek, (2) fiziksel ve psikolojik olarak kendilerini diğer kadınlardan uzaklaştırarak ve (3) mevcut cinsiyet hiyerarşisini onaylayıp meşrulaştırarak kraliçe arıya dönüştüklerini belirtmektedir (Derks vd., 2016, s. 2). Örucü, Kılıç ve Kılıç (2007) yürütmüş oldukları çalışmada “kraliçe arı” sendromunun kadınların yönetim pozisyonundaki rolleri üzerinde etkili olduğuna değinmektedir.

Bir diğer örgütsel neden kadınların iletişim ağına dâhil olamama problemi olarak belirtilebilir. Kadınların erkekler gibi iletişim kuramadığı, bu nedenle iletişim ağının dışında kaldığı ifade edilmektedir. Buna ek olarak, erkekler kendi aralarında iletişim ağı yaratmaktadırlar ve kadınlar bu ağlara katılamamaktadırlar. Bu durumun sonucu olarak kadınlar örgütü ilgilendiren önemli bilgilerden haberdar olamayabilmektedirler (Karaca, 2007, s. 60).

Milli Eğitim Bakanlığı, 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu ile kalkınma plan ve programları çerçevesinde Türkiye’de eğitim hizmetlerini gerçekleştirmek için kurulan bakanlıktır. Milli Eğitim Bakanlığı’nın görevleri arasında eğitim kurumlarında dil, ırk, cinsiyet, engellilik ve din gibi hususlarda herkes için eşitliği sağlama yer almaktadır. Eğitimde hiçbir kişiye, aileye, zümreye veya sınıfa imtiyaz verilmemesi bakanlığın temel ilkeleri arasında bulunmaktadır (Milli Eğitim Temel Kanunu, 1973). Bu hususlara dayanarak Milli Eğitim Bakanlığı’nın üst yönetim kademelerinde cinsiyet eşitliğinin sağlanması adına önemli bir örgüt olduğu ifade edilebilir. Bakanlığın çeşitli politika, uygulama ve projeleri ile kadınlar üst yönetim kademelerinde kendilerine daha fazla yer bulabilir. Örneğin, eski zamanlarda okul idarecilerinin öğretmenler arasından atama yoluyla seçtiği ifade edilmektedir. Bu durumda, kadınlara yönelik ayrımcılık göze çarpmaktadır. Okul idarecilerinin o dönemlerde çoğunlukla erkek öğretmenler arasından seçtiği görülmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı daha sonra bu uygulamayı kaldırmıştır. Okul idarecileri sınav sonuçlarına bağlı olarak atanmaya başlanmıştır. Bu durumun sonucunda kadınlar ve erkekler idareci olmak için eşit haklara sahip olmuştur. Milli Eğitim Bakanlığı’nın bu değişimi kadınların üst yönetim kademelerine erişimi açısından olumlu gelişmeler sağlamıştır (Koroğlu, 2006, s. 36). Buna ek olarak, Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2016 yılları arasında “*Eğitimde Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Projesi*” gibi projelerle eğitim kurumlarında cinsiyet ayrımcılığını engellemeye yönelik atılımlar gerçekleştirmiştir. Ancak güncel olarak devam eden bir proje bulunmamaktadır² (Milli Eğitim Bakanlığı, 2019). Bu nedenle, kadınların üst yönetim kademelerinde daha fazla yer alması için Milli Eğitim Bakanlığı’na büyük sorumluluklar düştüğü görülmektedir. Bakanlığın uygulamaları ile üst yönetim kademelerindeki ayrımcılığın büyük ölçüde aşılabacağı düşünülmektedir.

1.3. Toplumsal Nedenler

Türk toplumunun sosyoekonomik ve sosyokültürel açıdan ataerkil bir toplum yapısına sahip olduğu ve bu durumun kadın yöneticiler için problem oluşturduğu belirtilmektedir. Ataerkil toplum yapısının kadının rolünü anne ve eş olarak tanımladığı, erkeğin rolünü

² <https://www.meb.gov.tr/basin-aciklamasi/haber/17798/tr> (16.06.2020)

ise ailenin geçimini sağlayan, otorite ve güç kaynağı olarak tanımladığı görülmektedir. Kadının çalışmak istemesi durumunda, fazla sorumluluk gerektirmeyen zaman almayan meslekleri tercih etmesi gerektiği düşünülmektedir (Arat, 1996, s. 46). Özellikle, evlilik ve aile kurumlarının belirgin bir biçimde ataerkil yapıya sahip olduğu ifade edilmektedir. Erkeğin baskın cinsiyet olduğu ve kontrolün erkek tarafından sağlanması gerektiği düşünülmektedir. Bir ailede koca hükümdar olarak görülmektedir. Eş ve çocuklar erkeği resmi otorite olarak görmektedir. Koca'nın ailedeki rolü otoriteyi sağlamaktır. Eşin rolü ise aileyi gözetme, koruma ve kocaya bağlı olma olarak tanımlanmaktadır. Türk toplumunun ataerkil bakış açısına önem verdiği ve bu nedenle üst yönetim kademelerine ilk seçenek olarak erkekleri düşündüğü belirtilmektedir (Karaca, 2006, s. 37). Örneğin, Taş (2017) tarafından yapılan bir çalışmada, Türkiye'de ataerkil bir toplum yapısına sahip olmamız nedeni ile kadının öğretmenlik rolünden çıkarak idareci konumuna geçmesi durumunda toplumdaki olumsuz tepkiler alabileceği belirtilmektedir.

Ülkemizde yer alan geleneksel, sosyal ve kültürel yapı ile toplumda yer alan mevcut anlayışların kadınların yöneticiliğe yönelmelerinde önemli bir engel oluşturduğu belirtilmektedir. Bu nedenle toplumsal, kültürel, ailevi ve düşünsel engellerin kaldırılması gerektiği vurgulanmaktadır. Toplumsal algılamalarda kadına veya erkeğe uygun meslek ayırımı yapılmaktadır (Can, 2010, s. 39). Risk alma, cesaret, rekabete yatkınlık davranışlarının erkeklerde kadınlara göre daha fazla olmasına yönelik algı, yöneticiliğin erkeğe uygun bir meslek olarak görülmesine neden olmaktadır (Bakır, Uğurlu, Köybaşı ve Özyazıcı, 2017). Yöneticiliğin erkekler için uygun mesleklerden olarak görülmesi, Türkiye'de eğitim sektöründe kadın yöneticiler için toplumsal bir engel olarak nitelendirilmektedir (Can, 2010, s. 40). Bakır, Uğurlu, Köybaşı ve Özyazıcı (2017) tarafından yürütülen çalışmada, kadınların idareci olmasının toplum ve yakın çevre tarafından tercih edilen bir durum olmadığı belirtilmektedir. *"Kadınların cinsiyet rollerine ilişkin görevlerinin olması, idareciliğin mesai saatlerinin daha uzun olması, iş yükünün fazla olması, bu nedenle aile ile geçirilecek zamanın azalması"* gibi nedenlerden dolayı idarecilik yapmasının tercih edilmediği öne sürülmektedir.

Kadınların, özellikle eril örgütsel bağlamalarda, yönetici olarak yetkinlikleri önyargılara maruz kalmaktadır (Eagly ve Carli, 2003, s. 807). Kadınların yönetici olmaları konusunda önyargı ve ayrımcılıktan kaynaklanan dezavantajlar bulunmaktadır. Önyargı, *"bir grup insanın, bireysel üyelerinin davranışlarından veya niteliklerinden ziyade, grubun klişeleşmiş yargılarına dayanarak haksız değerlendirilmesi"*nden ibarettir (Eagly ve Carli, 2003, s. 818). Önyargılara detaylı bakıldığı zaman temelinde cinsiyet kalıp yargılarının yer aldığı görülmektedir. Cinsiyet kalıp yargılarının, kadınların kariyer gelişimi için fırsatları etkilediği ifade edilmektedir. Örneğin, kadınların ve erkeklerin performansında genel bir fark olmamasına rağmen çoğunlukla erkeklerin yöneticilik pozisyonlarında yer aldığı öne sürülmektedir (Ellemers, Van den Heuvel, De Gilder, Maass ve Bonvini, 2004, s. 318).

1965 yılında Alice Rossi *"Bilimde kadınlar: neden bu kadar az?"* diyerek üniversitede akademik kariyer yapan kadınların sayılarının göreceli olarak ne kadar düşük olduğuna dikkat çekmiştir (Ellemers vd., 2004, s. 315). Ellemers vd., (a.g.m.) 35 yılı aşkın bir sürenin geçmesine rağmen hâlâ aynı soruyu yöneltmektedir. Bu durum akıllara cinsiyet ayrımcılığı problemini getirmektedir. Kadınların yöneticilik konusunda yetersiz görülmesi de cinsiyet ayrımcılığını göstermektedir. Cinsiyet ayrımcılığı, bugünün örgütleri için çözümlenmesine öncelik verilmesi gereken önemli bir sorun olarak kendini

göstermektedir. Bireyler çalışma ortamlarında cinsiyete dayalı kişisel ayrımcılığa maruz kaldıklarını bildirmektedir (Ngo, Tang ve Au, 2002; Walker ve Smith, 2002). Ayrımcılık, “bir kişinin bireysel değerine değil, belirli bir gruba üyeliğine bağlı olarak, farklı bir ücret ödeme veya bir kişiyi işe almayı seçme gibi bir eylemde bulunma” anlamına gelmektedir (Kuhn ve Sehn, 2012, s. 2). Cinsiyet ayrımcılığı ise “bir insanın insan haklarından tam olarak yararlanmasını engelleyen toplumsal olarak inşa edilmiş toplumsal cinsiyet rolleri ve normları temelinde yapılan herhangi bir ayırım, istisna veya kısıtlama” olarak tanımlanmaktadır (Cottingham, Fonn, García-Moreno, Gruskin, Klugman ve Mwau, 2001, s. 49). Çalışma alanında cinsiyet ayrımcılığı, örgütlerde kadınlara karşı meydana gelen farklı muamele nedeniyle ortaya çıkmakta ve kadınların yönetici pozisyonuna gelmesini engelleyebilmektedir (Herrbach ve Mignonac, 2012, s. 29). Örneğin, Metz ve Tharenou (2001) yapmış oldukları çalışmada, kadınların algıladıkları cinsiyet ayrımcılığının tüm yönetim kademelerinde ilerlemelerinin önündeki en sık karşılaşılan engel olarak ortaya çıktığını belirtmiştir. Türkiye’de yapılan çalışmalara bakıldığında, İnandı ve Tunç (2012) yürütmüş oldukları çalışmada kadın yöneticilerin toplumda cinsiyete ilişkin kalıp yargılara maruz kaldıklarına değinmektedir. Başka bir çalışmada (Anafarta, Sarvan ve Yapıcı, 2008) basmakalıp yargılar ve ayrımcılık kadınların yükselme yolunda karşılaştıkları engeller olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde cinsiyet ayrımcılığının giderek aşıldığı ifade edilse de başta eğitim kurumları olmak üzere kadınların idarecilik pozisyonlarında cinsiyet ayrımcılığı yaşadığı görülmektedir. Örneğin OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ülkelerine bakıldığı zaman, erkek idarecilerin oranlarının kadın idarecilere göre yüksek olduğu görülmektedir. OECD ülkeleri genelinde alt orta öğretim öğretmenlerinin %68’nin kadın olmasına rağmen yalnızca %45’inin kadın idarecilerden oluştuğu belirtilmektedir. 2010-2013 yılları arasında Japonya ve Kore Cumhuriyeti gibi ülkelerde de kadın öğretmen sayıları ve idareci sayıları arasında çarpıklık görülmektedir. Japonya’da ortaokul öğretmenlerinin %39’unun kadın olmasına rağmen ancak %6’sının idarecilik görevi yaptığı ifade edilmektedir. Kore Cumhuriyeti’nde %68 oranla kadın öğretmen yer alırken yalnız %13 kadın idarecinin görev yaptığına değinilmektedir (Global Education Monitoring Report, 2017). Türkiye’de eğitim kurumlarında idarecilerin cinsiyete göre mevcut durumunu ortaya koymak adına Milli Eğitim Bakanlığından (MEB) veriler istenmiştir. MEB’ten alınan veriler doğrultusunda eğitim kurumu idarecilerinin (müdür ve müdür yardımcıları) 2014-2019 yılları arasında cinsiyet bazlı dağılımı Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Eğitim Kurumu İdarecilerinin 2014-2019 Yılları Arasında Cinsiyet Bazlı Dağılımı

YILLAR	KADIN	KADIN (%)	ERKEK	ERKEK (%)	TOPLAM
2019	15.734	18,80	67.952	81,20	83.686
2018	13.120	17,91	60.141	82,09	73.261
2017	14.525	17,92	66.538	82,08	81.063
2016	10.514	15,48	57.426	84,52	67.940
2015	10.199	14,71	59.147	85,29	69.346
2014	7.786	12	57.124	88	64.910

Eğitim kurumu idarecilerinin 2014 yılı için kadınlar toplam idarecilerin %12'sini oluştururken, erkekler %88'ini; 2015 yılı için kadınlar %14,71'ini, erkekler %85,29'unu; 2016 yılı için kadınlar %15,48'ini, erkekler %84,52'sini; 2017 yılı için kadınlar %17,92'sini, erkekler %82,08'ini; 2018 yılı için kadınlar %17,91'ini, erkekler %82,09'unu; 2019 yılı için kadınlar %18,80'ini, erkekler ise %81,20'sini oluşturmaktadır. Bu verilere göre kadın ve erkeklerin idarecilik pozisyonlarındaki sayıları arasında yüksek farklılıklar bulunmaktadır. Veriler, kadınların idarecilik pozisyonuna ulaşmasında cinsiyet ayrımcılığı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, Türkiye'de eğitim kurumlarında çalışan kadın idarecilerin mevcut durumunun ortaya konulması ve kadın yöneticilere olan tutumların ele alınması gerektiği düşünülmektedir.

2. Yöntem

Literatürde yer alan çalışmalar (Ergün, 1996; Shum ve Cheng, 1997; Sanders vd., 2011) kadınların üst yönetim seviyelerine erişim sürecinde ve eriştikten sonraki süreçte sorunlar yaşadığını, bu nedenle üst yönetim seviyelerinde düşük oranlarda temsil edildiğini göstermektedir. Bu çalışmalardan yola çıkarak kadın öğretmenlerin idarecilik pozisyonuna erişimi ve idarecilik konusunda başarısız görülme algısını yaratan nedenlerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

Günümüzde sosyal ağ kullanımının giderek artması, kişilerin sosyalleşme ihtiyaçlarını sosyal ağ kullanımı ile sağlamanın yaygınlaşması ve sosyal ağların kişilerin fikirlerini özgür bir biçimde dile getirmelerine imkân tanınması nedeniyle çeşitli akademik çalışmalar sosyal ağları örneklem olarak kullanmaktadır (Göker ve Doğan, 2011; Ergenç, 2011, s. vii). Türkiye sosyal ağlardan bir tanesi olan Facebook uygulamasında 37 milyon kullanıcısı ile dünyada 12. sırada yer almaktadır (Statista, 2020). Oldukça popüler olan Facebook uygulamasında öğretmenlerin görüşlerini paylaştıkları çeşitli sayfalar bulunmaktadır. 762.147 kullanıcıya sahip olan “*Öğretmenler*” adlı eğitim sayfası bu sayfalar arasında yer almaktadır. Örgütlerde kadın yönetici sayılarının tatmin edici bir düzeyde olmadığını belirtmesi (Torchia, Calabrò ve Huse, 2011) ve bu nedenle günümüzde kadınların üst yönetimde temsilinin arttırılmasına yönelik uygulamaların ve önerilerin gerçekleştirilmesi (Uluslararası Yatırımcılar Derneği, 2016) sayfada³ paylaşılan “*Kadınların Okulda İyi İdarecilik Yapamama Nedenleri?*” adlı paylaşım dikkat çekmiştir. 2019 yılının Mart ayında paylaşılan bu posttan yola çıkarak kadınların idarecilik konusunda başarısız görülme algısını yaratan nedenler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Takipçilerin çoğunluğu öğretmenlerden oluşan ve takipçi sayısı ile popüler bir eğitim sayfası olan sayfanın bahsedilen paylaşımı anakütle olarak seçilmiştir. Anakütlenin tüm öğelerine ulaşılmıştır. Yapılan paylaşım verileri 547 yorum, öncelikle Facebook tarafından filtrelenerek “konuyla ilişkili olan” (uygunsuz, spam içeriği taşıyan vb. yorumlar analize alınmamıştır) yorumlar ele alınmıştır. Daha sonra 148 yorum, konunun içeriğine uygun görülmemesi nedeniyle analiz dışında bırakılmıştır. Geriye kalan 399 yorum çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak amacı ile diğer bir araştırmacı ile birlikte kodlama yapılarak kategorize edilmiştir. Analiz süreci verilen cevapların kodlanması, nedenlerin ortak bir temada tespit edilmesi, kodların ve ortak temaların şekillendirilmesi ve elde edilen bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde gerçekleştirilmiştir. İlk olarak paylaşım yorum yapan katılımcıların cevapları

³<https://www.facebook.com/ogretmenlr/posts/2268512086745112> (10.03.2019)

tek tek incelenmiş ve her cevaba bir kod verilmiştir. Bu kodlardan hareketle, nedenleri açıklayabilen ortak temalar oluşturulmuş ve ortak temalar kategorize edilmiştir. Örneğin katılımcıların “kadınların yemek yapma, temizlik, bulaşık, çocuk bakma” gibi sorumluluklarından ötürü idarecilik yapamama nedeni “ev sorumlulukları” başlığı altında ortak tema olarak kategorize edilmiştir. Kadınların diğer kadınlara karşı daha rekabetçi davranması, daha hırslı olması gibi cevaplar “hemcinslere karşı tutumlar” olarak kategorize edilmiştir. Kadınların doğuştan gelen özellikleri, genlerinden kaynaklanan özellikleri, yaratılışı gibi cevaplar ise “kadın olmaları/yaratılışı bakımından uygun olmaması” olarak kategorize edilmiştir. Kodlama, ana tema oluşturma ve kategorize etme aşamalarından sonra elde edilen “Kadınların İdarecilik Yapamama Algılarını Oluşturan Nedenler” Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Kadınların İdarecilik Yapamama Algılarını Oluşturan Nedenler

KADINLARIN İDARECİLİK YAPAMAMA ALGILARINI OLUŞTURAN NEDENLER	SAYI
Egolu olmaları	42
Duygularıyla hareket etmeleri, duygusal olmaları	25
Kaprisli, kompleksli olmaları	20
Kibar, yumuşak, düşünceli olmaları	11
Kadın olmaları/yaratılışı bakımından uygun olmaması	9
Hemcinslere karşı tutumlar	8
Ev sorumlulukları	7
Erkekler	7
Kıskanç olmaları	7
Dedikodu	6
Objektif/adil olamamaları	5
Fırsat verilmemesi	4
Çabuk sinirlenmeleri/agresif olmaları	4
Kadına karşı önyargı olması	3
Mükemmeliyetçi olmaları	3
Ayrımcı davranmaları	2
Toplumdaki ataerkil yapı	2
Dengesiz olmaları	2
Kindar olmaları	2
Eleştiriye kapalı olmaları	2
Hiyerarşik yapıya uygun olmamaları	2
Hırslı olmaları	2

Okulu evi gibi sanmaları	2
Bencil olmaları	1
Hormonlar nedeniyle	1
Fesat olmaları	1
Kuralcı-Kontrolcü olmaları	1

Yorum yapan kişilerin örnekleme bakıldığında, 290 kadın ve 109 erkekten oluştuğu görülmektedir. Yapılan yorumlarda örneklemin %37,09'u kadınların idarecilik yapamadıklarını belirtmiştir. Örneklemin %34,34'ü, idarecilik yapamamanın cinsiyetle bir ilgisi olmadığını, liyakatin önemli olduğunu, bu tutumun bir cinsiyet ayrımcılığı sergilediğini belirtmiştir. Örneklemin %28,57'si kadınların idarecilik yapamama yargısına karşı çıkarak, kadınların iyi bir idareci olabileceğini ve erkeklerden daha iyi idareci olabileceğini belirtmiştir.

Kategorize edilen nedenlere bakıldığında en yüksek oran olarak %23,20 ile "ego" unsurunun yer aldığı görülmektedir. Yapılan analize göre kadınların "egolu olmaları" nedeniyle idarecilik yapamadıklarına ilişkin 42 yorum bulunmakta olup, bu yorumların 35'inin kadınlar tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu duruma göre kadınlar hemcinslerinin egolu olduklarını dile getirmektedir. Bunu %13,81 ile "Duygularıyla hareket etmeleri, duygusal olmaları" izlemektedir. Kadınların "duygusal olmaları veya duygularıyla hareket etmeleri" nedeniyle idarecilik yapamadıklarını belirten 25 yorum bulunmakta olup bu yorumların 16'sının kadınlar tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu yorumların ise 16'sı kadınlar tarafından yapılmıştır. Bu duruma göre kadınlar, hemcinslerinin duygusal olmaları veya duygularıyla hareket etmeleri nedeniyle idarecilik konusunda yetersiz olduklarını düşünmektedir. Ardından %11,05 ile "Kaprisli, kompleksli olmaları" gelmektedir. Yapılan 20 yorum kadınların "kapisli, kompleksli olmaları" nedeniyle idarecilik yapamadıklarını göstermektedir. Bu yorumların ise 16'sı kadınlar tarafından yapılmıştır. Bu duruma göre kadınlar hemcinslerinin kapisli, kompleksli olmaları nedeniyle idarecilik yatkın olmadıklarını ifade etmektedir. Takiben, %6,08 ile "Kibar, yumuşak, düşünceli olmaları" gelmektedir. Kadınların idarecilik yapamama algılarını oluşturan diğer nedenlere bakıldığında "kadın olmaları/yaratılışı bakımından uygun olmaması, hemcinslere karşı tutumlar, ev sorumlulukları, erkekler, kıskanç olmaları, dedikodu, objektif/adil olamamaları, fırsat verilmemesi, çabuk sinirlenmeleri/agresif olmaları, kadına karşı önyargı olması, mükemmeliyetçi olmaları, ayrımcı davranmaları, toplumdaki ataerkil yapı, dengesiz olmaları, kindar olmaları, eleştiriye kapalı olmaları, hiyerarşik yapıya uygun olmamaları, hırslı olmaları, okulu evi gibi sanmaları, bencil olmaları, hormonlar, fesat olmaları, kuralcı-kontrolcü olmaları" gibi nedenler de görülmektedir.

Tablo 3. Çarpıcı Bazı Yorumlar

NO	CİNSİYET	ÇARPICI BAZI YORUMLAR
1	K	Kadın idareci olunca kadının en büyük düşmanı olabiliyor.
2	K	Ben kadın olarak kadın idarecinin mobbingine maruz kaldım. Nedeni için ego diyorum, ne oldum havaları diyorum.
3	K	Kadın yöneticiler erkeğe göre daha egolu ve kaprisli bu bir gerçek.
4	E	Kadınların erkeklerden iyi yemek yapıp büyük şeflerin erkek olması meselesine benzer. Kadınlar erkeklerden daha iyi öğretmendir, erkekler daha iyi idarecilik yaparlar.
5	K	Kadınlar hemcinslerine karşı daha mesafeli, daha tehditkâr, daha egolu, gücünü daha belirgin ortaya koyma çabasında vb. olduklarından. Tabii ki çoğunluk böyle, hepsi değil.
6	K	Bence duygusal varlıklar olduğumuzdan ötürü ve erkeklerden çok daha fazla sorumluluğumuz olduğu için de olabilir. İdareciliğe ayırabileceğimiz potansiyelimiz o kadar.
7	K	Kadınlar çok fazla idarecilik tercih etmezler, eden ve idareci olan kadınlar ise çoğunlukla hırslı egolu olanlar oluyor bu yüzden yine genellemeden kaçınarak idareci olan kadınlar biraz fazla titizlenip hayatı zorlaştırıyorlar özellikle kendi cinsinden öğretmenlere yazık oluyor.
8	K	İki cinsiyet ile de çalıştım, hemen her konuda aşırı feminist davransam da bu konuda değilim. Net olarak düşüncem okul idare kadrosu tamamen erkeklerden oluşmalı.
9	K	Diğer kadınlar olmasa iyi yönetirler de ah o idareci olamayan diğer kadınlar yok mu!
10	K	Ben öğretmenliği de erkeklerin yapmasından yanayım özellikle sınıf öğretmenliği.
11	K	Dengesizler, gel git akıllı çoğu. Konumunu sindiremem belki de aile görgüsü (gücü elde edince ne oldum delisi olma durumu.)
12	K	Kadınlar hem cinslerini kıskanıyor ve idareci olunca hiç adil davranmıyor. Çünkü ben de kadın müdür yardımcımın mobbingine maruz kaldım.
13	K	İslamda kadının zarurî bir durum olmadıkça idareci olmalarının yasak olma sebeplerinden biri de kadının fitratıdır. Bir kadın belki üyeleri sadece kadınlardan oluşan bir kurumu ya da grubu idare edebilir ama genel bir kamu kurumunda kadınların çoğu başarısızdır. Bunun yanında nadir görülse de öyle kadınlar vardır ki 5 erkeği topuğundan çıkarır.
14	K	Kadınlar çok güzel idarecilik yapar çünkü detaycıdır. En ufak şeyi gözardı etmez. Ama bu da uygulamada zor gelir insanlara. Bu yüzden erkekler olsun idareci.

15	E	Çoğunluğunun erkeklerden oluşan bir idari sistemde kadınlar idare etmeden önce kendilerini oraya kabul edilmeleri için harcadıkları çaba işlerine odaklanmalarını olumsuz etkiliyor olabilir. Yoksa birçok erkekte bu işi yapamadığını görmüşsünüzdür.
16	E	Yöneticilik cinsiyete bağlı bir durum değil ancak kadınların sözsüz iletişim becerileri (annelik vasfıyla ilgili) çok daha gelişmiş empati yetenekleri daha yüksek ve bilinenin aksine daha çok akılları ile karar verirler sadece tepkileri duygusaldır.
17	K	Öncelikle kadın öğretmenler bile kadın idarecilere saygı duymuyorlar. Veliler ne zaman okula gelse erkek müdür ya da müdür yardımcısı görmek istiyor. Erkek tarafından yönetilmek isteniyor galiba toplumda bilemiyorum... Oysaki kadınların krize müdahale etme ve problem çözme becerileri bence daha yüksek... Her okulda her birimde kadın gözüyle gören mutlak bir kadın idareci olmalı diye düşünüyorum...
18	E	İki kadın müdürle çalıştım. Elbette ki zor yanları var. Lakin şunu tespit ettim. Erkek müdürler kadın müdürlere göre geri vites sahibiler. Ayrıca erkek müdürler, kadın müdürlere göre daha dedikoducu. Her iki tarafında olumlu ve olumsuz yanları mevcut.
19	E	Kadınların idareci olduğu birçok eğitim kurumu daha temiz ve daha disiplinli.
20	K	İyi bir idareci olup olmamanın belirleyicisi cinsiyet değildir. İyi bir idareciyi belirleyen ölçüt akademik donanım, liderlik vasfı, kendini yenileyebilme özelliği, önderliği, tutarlılığı (söylemleri ile davranışlarının örtüşebilmesi), empati kurabilmesi.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmanın sonuçları, eğitim kurumlarındaki kadın yöneticilerin idarecilik yapamama algılarını oluşturan nedenleri sunmaktadır. Yorumların kişiler üzerinde herhangi bir baskı olmadan, kişilerin kendi iradeleri ile yazılmış olması kişilerin görüşlerinin gerçekliğini ve değerini artırmaktadır.

Ortaya çıkan sonuçlara göre, ilgili facebook sayfasındaki yorumları yapan kadınların önemli bir kısmı, hemcinslerini egolu, kaprisli, kompleksli olarak görmekte ve idarecilik için uygun bulmamaktadır. Ortaya çıkan bu durum, "Kadınlar hemcinsleri konusunda rekabetçi bir tavır mı benimsemektedir? Kadınlar diğer kadınlara bazı nedenler aracılığıyla dolaylı olarak saldırmakta mıdır?" sorusunu akla getirmektedir. Vaillancourt (2013) yapmış olduğu çalışmada, kadınların diğer kadınlara karşı dolaylı saldırganlık gerçekleştirdiğini ve bu durumun nedeninin ise diğerlerini kötüleştirerek kendilerini ön plana çıkarma, tanıtma isteği ile ilişkilendirmiştir.

Diğer nedenlere bakıldığında zaman kadınların anaç yapısı, erkeklere göre daha kibar, düşünceli, yumuşak olarak görülmesi nedeniyle pozisyon için uygun olmadıkları belirtilmekte, idarecilik yapısı için daha sert ve otoriter özellikler beklenmektedir. Yapılan çalışmalar da kadınların karakteristik özelliklerinin yöneticilik için uygun

olmadığını bulgulamıştır (Can, 2010; Bakır vd., 2017). Ayrıca kadınların yaratılışı gereği idarecilik pozisyonuna uygun olmadığı, toplumda ataerkil yapının hâkim olduğu belirtilmiştir. Çalışmanın bu bulgusu literatürde yer alan çalışmalarla paralellik göstermektedir (Arat, 1996; Karaca, 2006; Taş, 2017). Diğer bir bulgu, kadınların duygularını kontrol edemeyeceği, vereceği kararlarda duygularının etkisinin görüleceği yönündedir. Ortaya çıkan diğer bir önemli unsur hemcins unsurudur. Kadınların gücü ele geçirdikten sonra diğer kadınlara karşı bir tutum oluşturduğu, kadınlar arasında kıskançlık duygularının hâkim olduğu ve idarecilik görevi yerine öncelik olarak diğer kadınlara karşı bir üstünlük sağlama duygusunun var olduğu belirtilmektedir. Yönetime gelen kadınlar hemcinslerinin kendileri gibi bir başarıyı elde etmelerini istememekte, kıskançlık duygusu gösterebilmektedir. Çalışmanın bu bulgusu literatürle aynı yöndedir (Örücü, Kılıç ve Kılıç, 2007).

Buna ek olarak, kadının idarecilik görevi dışında çeşitli sorumluluklarının olduğu, iş ile aile yaşamını dengede götüremeyeceği, bu nedenle idarecilikte başarısız görüldüğü ifade edilmektedir. Literatürde yer alan çalışmalar bu bulguyu desteklemektedir (Porter, 2006; Tan, 2008; Valcour ve Ladge, 2008). Diğer dikkat çekici unsur ise erkekler olarak görülmektedir. Kadınların idarecilik konusunda başarısız olarak görülmesinin erkeklerden kaynaklandığı, erkeklerin bir şekilde kadınlar için engeller oluşturduğuna değinilmektedir. Başka bir önemli unsur da kadına fırsat verilmemesi olarak görülmektedir. Toplumda kadının idareci olma vasfına karşı bir önyargı olduğu ve bu önyargının kadının idarecilik yapması konusunda problem yarattığı belirtilmektedir. Literatürde yer alan çalışmalar, bu bulguyu desteklemektedir (Metz ve Tharenou, 2001; Anafarta vd., 2008; İnandı ve Tunç, 2012). Buradan yola çıkarak kültür temelli çeşitli önyargı ve düşüncelerin ortadan kaldırılması için etkin bir eğitim ve bilinçlendirme çabasının varlığının gerekli olduğu söylenebilir. Cinsiyet ayrımını öğrenmenin başlangıç noktası aile olduğundan, ailenin cinsiyet farklılığına karşı tutum ve davranışının değiştirilmesi gerekmektedir. Bu noktada öncelikle aileden başlayarak toplumun tüm düzeylerinde eğitim, bilinçlendirme ve farkındalık faaliyetleri gerçekleştirilmesi adeta bir gerekliliktir. Kadın-erkek farklılığının sadece biyolojik olduğunu, toplum ilişkilerinde kadın-erkek eşitliğinin olduğunu her ebeveyn çocuklarına aşılmalıdır. Bunun için de öncelikle anne-babaların eğitilmesi gerekmektedir. Özellikle işletme ve kurumların vizyon ifadelerinde cinsiyetleri kucaklayıcı ve eşitlikçi söylemlere yer vermeleri ve bunu çalışanlarına her fırsatta hatırlatmaları, bu tutumlarını uygulamalarına da yansıtılmalarının etkili bir başlangıç noktası olabileceği düşünülebilir. Yine yöneticilerin adil ve şeffaf bir terfi ve ödüllendirme sistemi kurarak bunu çalışanları ile paylaşmaları, kadınlara karşı önyargı ve ayrımcı düşüncelerin önemli ölçüde önüne geçebilir. Ayrıca, kadın çalışanların yönetim takımının üyeleri olduğu kabul ve teşvik edilerek bunun örgüt kültürü hâline gelmesi sağlanabilir.

Objektif/adil olmama, çabuk sinirlenme, mükemmeliyetçi olma, ayrımcı davranma, dengesiz olma, kindar olma, eleştiriye kapalı olma, hırslı olma, bencil olma, hormonlar, fesat olma, kuralcı-kontrolcü olma gibi unsurların düşük oranda yer alması, bu tür problemlerin daha çok ikili ilişkilere veya kişiden kişiye göre değiştiğini gösterebilir.

Çalışmanın bulguları kadınların yöneticilik yapamama algılarını daha çok bireysel nedenlerin oluşturduğunu göstermektedir. Özellikle kadınların anaç yapıları, aile ve ev sorumlulukları ile karakteristik özelliklerinin vurgulandığı görülmektedir. Bireysel nedenlerden sonra daha çok toplumsal nedenlerin kadınların üst yönetime erişiminde

problem yarattığı anlaşılmaktadır. Kadının yönetici olması üzerine toplumda yer alan önyargılar, toplumun ataerkil yapısı ve kadına yönelik cinsiyet ayrımcılığı önemli toplumsal nedenleri oluşturmaktadır. Hiyerarşik yapıya uygun olmamaları ve fırsat verilmemesi gibi bulgular ise kadınların yöneticilik kademesine yükselmesinde örgütsel engelleri göstermektedir. Bu çalışma, kadınların yöneticilik yapamama algılarında bireysel ve toplumsal nedenlerin daha etkin olduğunu yansıtmaktadır. Bulgular arasında örgütlerin politika ve uygulama eksiklikleri geri planda kalmıştır.

Kadınların idarecilik konusunda performanslarının iyileştirilebilmesi ve olumlu bir algı yaratılabilmesi “Kritik Kütle Teorisi” (Kanter, 1977) ile sağlanabilir. Bu teoriye göre azınlık grubun sayısı belirli bir eşiğe veya kritik bir kütleyle ulaştığında azınlıkların etki derecesi artmaktadır (a.g.m.). Bu nedenle, idarecilik pozisyonlarında sayısal olarak azınlık durumunda bulunan kadınların sayısının artması, kadınların idarecilik konusundaki performanslarını ve kadınlar hakkındaki algıyı değiştirebilir. Örneğin, yapılan bir çalışmada (Torchia vd., 2011), farklı gruplardaki kadın sayıları ile yenilik performansı incelenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre en az üç kadının olduğu kurulun performansının daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca, kadınların üst yönetim kademelerine erişiminde önemli bir engel olan cinsiyet ayrımcılığı, “Sosyal Kimlik Teorisi” nden yola çıkarak ele alınabilir ve cinsiyet ayrımcılığına dair algıları nelerin oluşturduğu temelden incelenebilir. Bu nedenle cinsiyet, cinsiyet kimliği ve kadınlara yönelik algılanan cinsiyet önyargısı, algılanan kişisel cinsiyet ayrımcılığı kavramlarının anlaşılması cinsiyet ayrımcılığını oluşturan nedenleri kavramada önemli bir etken olarak görülmektedir (Foley, Ngo ve Loi, 2006). Buna ek olarak, kadınların aile ve ev sorumlulukları nedeniyle üst yönetim kademelerinde kendilerini yüksek oranda gösterememesi “Rol Çatışması Teorisi” ile açıklanabilir. Kadınlar, iş ve aile alanlarından gelen rol taleplerini bütünüyle karşılamada zorluk yaşayabilir. Hem iş hem aile alanlarının gereklerini tamamıyla yerine getirebilmek mümkün görünmemektedir. Bu nedenle, bazı kadınlar aile alanına daha çok yönelebilmektedir (Goode, 1960). Bu durumun sonucu kariyerlerinde yükselmemektedirler. Bu problemin çözülebilmesi için kadınların iş ve aile alanları arasında denge kurması gerekmektedir. İş ve aile alanları arasında sağlanan sağlıklı bir denge kadınların üst yönetim kademelerine erişimini kolaylaştırabilir.

Bugün kadınlar dünyanın çoğu yerinde, sosyal, politik ve ekonomik yaşamın yönü üzerinde, geçmiş yıllara göre daha fazla karar alma gücüne ve yetkisine sahip olarak görülmektedir. Ancak bu durum, kadınların gerçek yetkiye veya özerkliğe sahip oldukları anlamına gelmemektedir. Birçok alanda kadınların önüne engeller çıkabilmektedir. Bundan dolayı, kadınlar özerk hissedememekte ve sahip oldukları yetkiyi kullanamamaktadırlar. Siyasi ve kamusal pozisyonlarda kadınların oranlarını artırmak olumlu sonuçlar doğurabilir. Kadınların üst yönetimde temsilinin ekonomik büyüme ve kalkınma üzerinde olumlu yönde etkileri durumun gerekliliğini artırmaktadır. Bu nedenle, kadınların üst yönetimde temsilinin düşük oranlarda olmasının nedenlerinin anlaşılması önem arz etmektedir. Nedenlerden yola çıkarak geleceği yönelik planlar yapılması uygun olacaktır.

Cinsiyet normlarının kadınların yükselmesinde önemli bir engel oluşturduğu görülmektedir. Üst yönetim pozisyonlarında kadın oranlarının artmasının önünde büyük bir engel olan cinsiyet normları değiştirilmelidir. Bu durum, ailelerle ve topluluklarla birlikte çalışarak, kadınların eğitimine, işgücü piyasasına erişimine destek olarak gerçekleştirilebilir.

Günümüz koşulları incelendiğinde kadınlar daha zorlu bir süreçten geçmektedir. Bilindiği üzere COVID-19 salgını ülkelerin ekonomisini oldukça yıpratmıştır. Bu süreçte birçok kişi işini kaybetmiştir. Pandemi sürecinin kadın çalışanları erkeklere göre daha fazla etkilediği belirtilmektedir. McKinsey'in yapmış olduğu bir araştırmaya göre pandemi sürecinde kadınların erkeklere göre 1.3 kat daha fazla işten ayrılmayı düşündüğü belirtilmektedir (Huang, 2020). Bu durum zaten oldukça düşük oranda olan kadın yöneticilerin sayısını olumsuz etkileyebilir, işten ayrılmalarına yol açabilir. Bu süreçte kadınlar iş-aile çatışması yaşayabilmekte, iş ve aile sorumluluklarının gerekliliklerini yerine getirmekte sıkıntı çekebilmektedir.

Sonuç olarak, her ne kadar kadınların idarecilik yapma söyleminin cinsiyetçi bir yaklaşım sergilediği belirtilse de kadınların idarecilik pozisyonuna çeşitli nedenlerden dolayı uygun görülmediği ortaya konulmuştur. Çalışma literatürde, kadınların idarecilik yapamama algılarını inceleyerek bir boşluğu doldurmuştur. Gelecekte yapılacak çalışmalarda ise kadınlara karşı mevcut olan “kadınların idarecilik için uygun olmadığı” algısının kadın idarecilerin performans değerleri üzerinde etkisi konusunda bir çalışma gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra, “kadınların hemcinslerini idarecilik konusunda başarısız görme” ve “hemcinsleri hakkında olumsuz yorumlarda bulunma” tutumunun iş ortamında yer alan rekabet dolayısıyla ortaya çıkıp çıkmadığına yönelik araştırmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca, kamu ve özel sektörü karşılaştıran, farklı örneklemelerin yer aldığı çalışmalar da yürütülebilir.

Kaynaklar

- Adler, N. J. (1993). An international perspective on the barriers to the advancement of women managers. *Applied Psychology*, 42(4), 289-300.
- Altınışık, S. (1995). Kadın öğretmenlerin okul müdürü olmasının engelleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 1(3), 333-334.
- Arat, N. (1996). Türkiye’de kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları zorlukların sosyo-kültürel nedenleri. *Arat N.(der) Türkiye’de Kadın Olmak, Say Yayınları, İstanbul*, 43-54.
- Ataay, N. A. (1998). Kadın Yöneticilerin Kariyer Boyutları ve Etenleri. *20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı*, (Ed: Oya Çitci), TODAİE Yayınları, Yayın No: 285.
- Bakır, A. A., Uğurlu, C. T., Köybaşı, F., & Özyazıcı, K. (2017). Kadın okul yöneticileri üzerine nitel bir araştırma. *Current Research in Education*, 3(1), 1-14.
- Budworth, M. H., & Mann, S. L. (2010). Becoming a leader: The challenge of modesty for women. *Journal of Management Development*, 29(2), 177-186.
- Can, N. (2010). Okul yöneticilerinin yönetimde cinsiyet faktörüne ilişkin görüşleri. *Eğitim ve Bilim*, 33(147), 35-41.

- Caprino K. (2013). The Top 6 Reasons Women Are Not Leading In Corporate America As We Need Them To, 16 Ekim 2020 tarihinde <https://www.forbes.com/sites/kathycaprino/2013/02/12/the-top-6-reasons-women-are-not-leading-in-corporate-america-as-we-need-them-to/#725d84db406e> adresinden alındı.
- Cortis, R., & Cassar, V. (2005). Perceptions of and about women as managers: investigating job involvement, self-esteem and attitudes. *Women in Management Review*.
- Cotter, D. A., Hermsen, J. M., Ovadia, S., & Vanneman, R. (2001). The glass ceiling effect. *Social forces*, 80(2), 655-681.
- Cottingham, J., Fonn, S., García-Moreno, C., Gruskin, S., Klugman, B., Mwau, A. N., ... & World Health Organization. (2001). Transforming health systems: gender and rights in reproductive health: a training manual for health managers. In Transforming health systems: gender and rights in reproductive health: a training manual for health managers/Jane Cottingham...[et al.]; edited by TK Sundari Ravindran.
- Curtis, M., Schmid, C., & Struber, M. (2012). Gender diversity and corporate performance. *Credit Suisse*, Research Institute.
- Çelikten, M. (2004). Okul müdürü koltuğundaki kadınlar: Kayseri ili örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 91-118.
- Derks, B., Van Laar, C., & Ellemers, N. (2016). The queen bee phenomenon: Why women leaders distance themselves from junior women. *The Leadership Quarterly*, 27(3), 456-469.
- Dezsö, C. L., & Ross, D. G. (2012). Does female representation in top management improve firm performance? A panel data investigation. *Strategic Management Journal*, 33(9), 1072-1089.
- Eagly, A. H. (2007). Female leadership advantage and disadvantage: Resolving the contradictions. *Psychology of women quarterly*, 31(1), 1-12.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *The leadership quarterly*, 14(6), 807-834.
- Ellemers, N., Van den Heuvel, H., De Gilder, D., Maass, A., & Bonvini, A. (2004). The underrepresentation of women in science: differential commitment or the queen bee syndrome? *British Journal of Social Psychology*, 43(3), 315-338.
- Ergenç, A. (2011). Web 2.0 ve sanal sosyalleşme: Facebook örneği (Master's thesis, *Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*).

- Ergeneli, A., & Akçamete, C. (2004). Bankacılıkta Cam Tavan: Kadın ve Erkeklerin Kadın Çalışanlar ve Kadınların Üst Yönetime Yükseltilmelerine Yönelik Tutumları. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 85-109.
- Ergün, Ş. (1996). İlköğretim müfettişlerinin okul yönetiminde kadınların ve erkeklerin yeteneklerine ilişkin tutumları. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 227, 24-29.
- Experteer Magazine (2018), How can companies work to decrease the gender gap: Why Aren't More Women in Power Positions?, 16 Ekim 2020 tarihinde <https://us.experteer.com/magazine/why-arent-more-women-in-power-positions/> adresinden alındı.
- Fiermani, J. (1990, December). Do women manage differently? *Fortune*, 115- 118.
- Foley, S., Ngo, H. Y., & Loi, R. (2006). Antecedents and consequences of perceived personal gender discrimination: A study of solicitors in Hong Kong. *Sex Roles*, 55(3-4), 197-208.
- Fuhrmans V. (2020). Where Are All the Women CEOs?: The traditional stepping stones to the chief executive position are jobs responsible for the bottom line—such as head of division—and those roles are still overwhelmingly filled by men, 16 Ekim 2020 tarihinde <https://www.wsj.com/articles/why-so-few-ceos-are-women-you-can-have-a-seat-at-the-table-and-not-be-a-player-11581003276> adresinden alındı.
- Global Education Monitoring Report (2017). There is a Hard Ceiling for Women in School and University Leader Positions, https://gem-report-2017.unesco.org/en/chapter/gender_monitoring_leadership/, 19 Ekim 2020 tarihinde adresinden alındı.
- Goode, W. (1960). A theory of role strain. *American Sociological Review*, 25, 483-496.
- Göker, G., & Doğan, A. (2011). Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook'ta Çevrimiçi Tekel Eylemi. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 14(25).
- Haslam, S. A., & Ryan, M. K. (2008). The road to the glass cliff: Differences in the perceived suitability of men and women for leadership positions in succeeding and failing organizations. *The Leadership Quarterly*, 19(5), 530-546.
- Herrbach, O., & Mignonac, K. (2012). Perceived gender discrimination and women's subjective career success: The moderating role of career anchors. *Relations Industrielles/Industrial Relations*, 67(1), 25-50.
- Hoobler, J. M., Hu, J., & Wilson, M. (2010). Do workers who experience conflict between the work and family domains hit a "glass ceiling?": A meta-analytic examination. *Journal of Vocational Behavior*, 77(3), 481-494.

- Huang, J. (2020). How are working women doing during COVID-19? Our Women in the Workplace study explores, 19 Ekim 2020 tarihinde <https://www.mckinsey.com/about-us/new-at-mckinsey-blog/how-are-working-women-doing-during-covid-19-our-women-in-the-workplace-study-explores> adresinden alındı.
- Johnson, C., Long, J., & Faught, S. (2014). The Need to Practice What We Teach: The Sticky Floor Effect in Colleges of Business in Southern US Universities. *Journal of Academic Administration in Higher Education*, 10(1), 27-33.
- Kanter, R. M. (1977). Men and Women of the Corporation. *Basic Books*, New York, NY.
- Karaca, A. (2007). Kadın yöneticilerde kariyer engelleri: cam tavan sendromu üzerine uygulamalı bir araştırma (Doctoral dissertation, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*).
- Kee, H. J. (2006). Glass ceiling or sticky floor? Exploring the Australian gender pay gap. *Economic Record*, 82(259), 408-427.
- Köroğlu, F. (2006). Okul yönetiminde cinsiyet etkeni ve kadın öğretmenlerin okul yöneticiliği talepleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- KSSGM Yayınları (1999). Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık: Türkiye’de Eğitim Sektörü Örneği.
- Kuhn, P., & Shen, K. (2012). Gender discrimination in job ads: Evidence from China. *The Quarterly Journal of Economics*, 128(1), 287-336.
- Mavin, S. (2008). Queen bees, wannabees and afraid to bees: no more ‘best enemies’ for women in management? *British Journal of Management*, 19, S75-S84.
- Metz, I., & Tharenou, P. (2001). Women’s career advancement: The relative contribution of human and social capital. *Group & Organization Management*, 26(3), 312-342.
- Milli Eğitim Temel Kanunu (1973), T. C. Resmi Gazete, 14574, 24 Haziran 1973.
- Morgan, M. S. (2017). Glass ceilings and sticky floors: Drawing new ontologies. *Cultures without Culturalism: The Making of Scientific Knowledge*.
- Morrison, A. M., White, R. P., & Van Velsor, E. (1987). The narrow band. *Leadership in Action*, 7(2), 1-7.
- Network of Executive Women (2017). The Female Leadership Crisis Why women are leaving (and what we can do about it), 19 Ekim 2020 tarihinde https://www.newonline.org/sites/default/files/files/NEW_Leadership_Crisis_Digitalv3.pdf adresinden alındı.

- Ngo, H. Y., Tang, C. S. K., & Au, W. W. T. (2002). Behavioural responses to employment discrimination: A study of Hong Kong workers. *International Journal of Human Resource Management*, 13(8), 1206-1223.
- Pande, R., & Ford, D. (2011). Gender Quotas and Female Leadership: A Review. *Worldbank*, 20 Haziran 2019 tarihinde <http://pdfs.semanticscholar.org/fbe6/4bbf0cf10f5774b047a251d4def4b72e80c7.pdf> adresinden alındı.
- Porter, N. B. (2006). Re-defining Superwoman: An essay on overcoming the maternal wall in the legal workplace. *Duke J. Gender L. & Pol'y*, 13, 55.
- Powell, G. N., & Butterfield, D. A. (1994). Investigating the “glass ceiling” phenomenon: An empirical study of actual promotions to top management. *Academy of Management Journal*, 37(1), 68-86.
- Rose, S., & Larwood, L. (Eds.). (1988). Women's careers: Pathways and pitfalls. *Praeger Publishers*.
- Ryan, M. K., & Haslam, S. A. (2007). The glass cliff: Exploring the dynamics surrounding the appointment of women to precarious leadership positions. *Academy of Management Review*, 32(2), 549-572.
- Sabharwal, M. (2013). From glass ceiling to glass cliff: Women in senior executive service. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 25(2), 399-426.
- Sanders, M., Hrdlicka, J., Hellicar, M., Cottrell, D., & Knox, J. (2011). What stops women from reaching the top? Confronting the tough issues, 19 Ekim 2020 tarihinde https://media.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_What_stops_women_from_reaching_the_top.pdf adresinden alındı.
- Shum, L. C., & Cheng, Y. C. (1997). Perceptions of women principals' leadership and teachers' work attitudes. *Journal of Educational Administration*.
- Smith, P., Caputi, P., & Crittenden, N. (2012). A maze of metaphors around glass ceilings. *Gender in Management: An international journal*, 27(7), 436-448.
- Spaid, E. L. (1993). Sticky floor keeps many women in low-paying jobs. *The Christian Science Monitor*, 13, 16 Ekim 2020 tarihinde <https://www.csmonitor.com/1993/0713/13122.html> adresinden alındı.
- Spangler, E., Gordon, M. A., & Pipkin, R. M. (1978). Token women: An empirical test of Kanter's hypothesis. *American Journal of Sociology*, 84(1), 160-170.

- Statista. (2020, Haziran). Nisan 2020 itibariyle Facebook kitle boyutuna göre önde gelen ülkeler, *İstatistik Portalı*, <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
- Still, L. V. (1997). Glass ceilings, glass walls and sticky floors: Barriers to career progress for women in the finance industry. (*A report prepared for the Human Rights and Equal Opportunity Commission and Westpac*). Commonwealth of Australia.
- Tan, J. (2008). Breaking the “bamboo curtain” and the “glass ceiling”: The experience of women entrepreneurs in high-tech industries in an emerging market. *Journal of Business Ethics*, 80(3), 547-564.
- Taş, E. (2017). Okul yöneticiliği yolunda kadın öğretmenlerin karşılaştıkları kariyer engelleri üzerine bir uygulama. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 60, 493-510.
- Torchia, M., Calabrò, A., & Huse, M. (2011). Women directors on corporate boards: From tokenism to critical mass. *Journal of Business Ethics*, 102(2), 299-317.
- Uluslararası Yatırımcılar Derneği (2016). Kadınların Üst Yönetimde Temsilinin Arttırılmasına Yönelik Uygulamalar ve Öneriler, 25 Haziran 2019 tarihinde <https://www.yased.org.tr/ReportFiles/2016/YASED-KadinRaporu.pdf> adresinden alındı.
- Vaillancourt, T. (2013). Do human females use indirect aggression as an intrasexual competition strategy? *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 368(1631), 20130080.
- Valcour, M., & Ladge, J. J. (2008). Family and career path characteristics as predictors of women’s objective and subjective career success: Integrating traditional and protean career explanations. *Journal of vocational behavior*, 73(2), 300-309.
- Wilson-Kovacs, D. M., Ryan, M., & Haslam, A. (2006). The glass-cliff: women's career paths in the UK private IT sector. *Equal Opportunities International*, 25(8), 674-687.
- Wright, E. O., Baxter, J., & Birkelund, G. E. (1995). The gender gap in workplace authority: A cross-national study. *American Sociological Review*, 407-435.
- Wrigley, B. J. (2002). Glass ceiling? What glass ceiling? A qualitative study of how women view the glass ceiling in public relations and communications management. *Journal of Public Relations Research*, 14(1), 27-55.
- Yoder, J. D., Adams, J., & Prince, H. T. (1983). The price of a token. *JPMS: Journal of Political and Military Sociology*, 11(2), 325.

Zimmer, L. (1988). Tokenism and women in the workplace: The limits of gender-neutral theory. *Social problems*, 35(1), 64-77.

FREEDOM TO POLLUTE

Adem GÖK¹

ABSTRACT

The study analyzes the role of income and democracy on environmental quality in Turkey. Since economic growth and democratization are two main objectives of Turkey for decades, it is expected that improvements in democracy and increases in economic growth rate may have positive impacts on environment. Thus, to observe the short and long run impacts of income and democracy, an ARDL bounds test on per capita CO₂ emission level in Turkey is employed for the 1960-2011 period. According to the results, we have found that an inverted U-Shape type relationship between income and CO₂ emission level, and democracy and CO₂ emission level. We have found that improvement in democracy leads to environmental degradation for Turkey. The findings of the analysis also show that renewable energy has a negative significant effect on carbon emission level, while trade openness and financial development have positive significant effects on it.

Keywords: ARDL Model, Democracy, Environmental Kuznets Curve, Turkey

KİRLİTME ÖZGÜRLÜĞÜ

ÖZ

Çalışma, Türkiye’de gelir ve demokrasinin çevresel kalite üzerindeki rolünü analiz etmektedir. Ekonomik büyüme ve demokratikleşme Türkiye’nin başlıca iki ana amacı olduğundan, demokrasideki iyileşmelerin ve ekonomik büyüme oranındaki artışın çevre üzerine olumlu etkisi olacağı beklenmektedir. Dolayısıyla, gelir ve demokrasinin kısa ve uzun dönem etkilerini incelemek amacıyla, 1960-2011 periyodu için Türkiye’de kişi başı CO₂ emisyon seviyesi ARDL sınır testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, gelir ve CO₂ emisyon seviyesi arasında, ve demokrasi ve CO₂ emisyon seviyesi arasında, ters U eğrisi şeklinde ilişki bulduk. Türkiye’de demokrasideki iyileşmelerin çevresel bozulmalara yol açtığını bulduk. Analiz sonuçları ayrıca, ticari açıklık ve finansal gelişmenin karbon emisyon seviyesi üzerinde pozitif etkileri olduğu bulunurken, yenilenebilir enerjinin karbon emisyon seviyeleri üzerinde negatif anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: ARDL Modeli, Demokrasi, Çevresel Kuznets Eğrisi, Türkiye

Introduction

Developing countries are still on the industrialization stage since decades to sustain the ‘economic resource’ of the development. The industrialization stage may cause environmental degradation due to the intense release of harmful gases to sustain higher production levels. Environmental aspect of the Kuznets Curve (EKC) asserts that, environmental degradation rises in earlier development phases. But beyond a certain level of income, it starts to decrease. Since economic development implies more than improvement in income level, the analysis focuses also on democracy. In this context, besides the classical EKC hypothesis, the existence of a potential nonlinearity between democracy and environmental degradation is going to be examined for the period 1960-2011 in Turkey.

¹Dr. Öğretim Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, adem.gok@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3786-2507.

Received/Geliş: 04/12/2019 Accepted/Kabul: 07/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Gök, A. (2020), “Freedom to Pollute”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 334-350.

The data on income, democracy and CO₂ emission around the world imply a non-linear relationship. According to the recent data, many developing countries have almost same or less emission levels with outstanding developed countries. For instance, the CO₂ emission per capita level is 16.4 tones in United States, 13.5 tones in Canada, 9.8 tones in Japan, 9.2 tones in Germany, 7.2 tones in United Kingdom while the emission level is 2.4 tones in Brazil, 3.5 tones in Romania, 4.1 tones in Hungary and 4.2 tones in Turkey. Regarding the current trend, it might be asserted that the carbon emission levels in developing countries will rise in the following years due to industrialization process.

As a remarkable developing country, Turkey has made important transformations especially after the 1980s and has taken important steps for higher economic growth and more democratic environment. But, not only the democracy score but also all other aspects of governance scores for Turkey is also less than those of developed and even some of the developing countries. Although the commercial and financial liberalization processes of Turkey and her integration with the European Union have begun decades ago, environmental degradation in Turkey is higher compared to other developing countries since environmental investments require resources which were reserved primarily for industrialization and economic growth. In the process of democratization, the same steps will be taken in terms of environment. In the first stage, for the low levels of democracy below a certain level of threshold, the liberties and freedom only bear fruit to capital owners and investors seeking opportunities to invest. As it has been stated above, these economic activities lead to increasing pollution levels as well as contributing to economic growth. This phase fits what conservational authors called Hobbesian approach in 1960s and 1970s. At this stage, the power relationship between investors and government outweigh the public voice of the citizens and non-governmental organizations (NGOs). Although citizens and NGOs desire less pollution, their voice cannot be heard in government and senate against Hobbesian investors collaborating with powerful elites. However, in the second stage, for the high levels of democracy beyond a certain level of threshold, environmental sensitivity will outweigh and public authorities will steer investment in this area. At this stage, the citizens and NGOs use the instruments of democracy to mobilize government to take action against polluting firms. Since Turkey is in the first stage and the democracy in Turkey is still immature below a certain level of threshold, it is expected that improvement in democracy lead to environmental degradation. Because, improvement in democracy just improves the conditions for capital owners in the form of freedom to pollute by invest since it does not lead the environmental sensitivities of the citizens and NGOs to be heard by government. To investigate the situation discussed above, the following hypothesis will be tested for Turkey; '*The carbon emission level increases if the country is below a certain threshold level of income and democracy*'. Before examining this hypothesis via an econometric analysis, let us briefly review the existing literature on the subject.

Literature Review

Early studies in the literature analyzing CO₂ emissions have only concentrated on providing evidence for the EKC by including variables income and squared income. Later studies incorporated other control variables as trade openness, human capital and financial development. There are few studies analyzing environment and democracy as

in the form of higher CO₂ emissions. There exists no study inspecting the role of democracy on CO₂ emissions in Turkey.

According to EKC hypothesis, pollution, hence CO₂ emissions first increase in the early stage of industrialization while income level of countries increases from low to middle since people consider environmental issues as luxury good and industrial products as normal good. Then it starts to decline beyond a threshold level of income as income level of countries increases from middle to high by using pollution control technologies. People start to demand for superior environmental quality in economically prosperous countries by phasing out of high pollutant industries (Seldon and Song, 1994; Komen et al. 1997; Rosser and Rosser, 2006; Torras, 2005; Gani, 2012). This perspective is biased since higher income level is considered as an only indicator of development level of countries. After the study of North (1990), the potential effect of governance on economic development and environmental issues has attracted the attention of researchers (Tarverdi, 2018). Although higher income countries have established better governance institutions, middle-income countries that below the threshold level can implement pollution control technologies by treating environmental quality as not a luxury good due to improving their governance institutions, especially democracy. The democracy provides check and balances against the selected public officials and government bodies. By attaining better civil liberties and political rights, individuals in the society have a right to choose or hold responsible the government for selection of production processes, technologies embodied and resources used, which have direct effect on environmental quality (Gani, 2012).

To the early studies starting in 1960s approach to environmental issues in a Hobbesian way that to conserve common goods, specifically the environment, individual freedom needs to be restrained. By considering the poor environmental performance in autarkic and communist states, a new aspect arose in 1980s maintaining the argument that democracy has positive effect on the environment. Their view is based on the argument that democracy provides transparency on environmental issues and improves the ability of citizens to make protests (Pellegrini and Gerlagh, 2006). Chadwick (1995) argues that state development plans in non-democratic regimes may silence or disregard environmental concerns in times of conflict and these regimes systematically neglects the cost of environmental degradation.

According to Payne (1995), thanks to the freedom of the press, citizens in democratic states are well-informed about environmental issues. Moreover, due to freedom of speech, citizens can express their concerns about environment. These freedoms will facilitate the establishment of environmental organizations due to freedom of association. Hence democracy may positively affects environmental quality since the public is more concerned about environmental issues, which will eventually require policymakers to address these concerns (Neumayer, 2002).

By considering democracy as dependent on economic development, Desai (1998) argues that democracy would not lead the protection of the environment since environmental pollution and ecological destruction are both gradually increases with economic growth and development.

Hotunluoğlu and Yılmaz (2018) found that democracy has a reducing effect on carbon dioxide emissions for Turkey over the 1972-2011 period. Mcguire and Olson (1996) concluded that democracy, which is proxied by the size of the ruling class, would

positively affect environmental quality as a public good. Using an adoption of Mcguire and Olson (1996)'s autocrat model, Deacon (2003) reached the same conclusion as democracy has positive influence on environmental quality, which is considered as a public good. Torras and Boyce (1998) also reached the same conclusion as democracy has positive effect on environmental quality using EKC perspective. They found that increasing the quality of democracy positively affects environmental quality. Barrett and Graddy (2000) concluded that more democratic countries tend to have lower pollution levels by employing panel random effect regression. Congleton (1992) and Neumayer (2002) found that democracy has positive significant effect on environmental quality by using the probability of countries signing environmental treaties. However, the empirical findings suggested by Neumayer (2002) imply that democracy and environmental quality are significantly associated, while he found an insignificant relationship between democracy and environmental outcomes. By employing panel OLS regression, Bollen (1993) found that countries with higher democracy levels have higher emission levels. By employing panel OLS regression, Scruggs (1998) reached the conclusion that democracy is statistically insignificant when income inequality is included as a control variable. Roberts & Parks (2007) also concluded that democracy does not have any effect on carbon emissions.

Pellegrini and Gerlagh (2006) criticized the early studies as they focus on either democracy or corruption, which leads to overestimation bias since two variables are highly correlated. They employed cross sectional OLS analysis for a group of countries and concluded that corruption is the significant substantial policy tool for environment, while there is no significant evidence on the impact of democracy. Farzin and Bond (2006) also found that democracy has a positive impact on environmental quality.

Gallagher and Thacker (2008) found that democracy stock of a country significantly affects carbon emission level while contemporaneous democracy level has no significant effect for both developed and developing countries. They found an S-shaped relationship between the two.

Gani (2012) analyzed the impact of governance including democracy on CO2 emissions for 99 developing countries for 1998-2007. He found weak evidence for a positive association between freedom and carbon emissions.

Halkos and Tzeremes (2013) found the evidence that democracy has a negative significant impact on CO2 emissions in G-20 countries by using voice and accountability index from WGI. They concluded that the increased participation of citizens in selection of government, extension of free media, improvement in freedom of expression and association are all associated with lower carbon emissions. They also found that CO2 emission level of Turkey is affected only by political stability not by voice and accountability. They also concluded that the variations in regional and economic development of a country shape the way that different governance measures influence carbon emission levels.

Tarverdi (2018) employed parametric and nonparametric panel data regressions to analyze the role of governance including democracy on carbon emissions for 125 developing countries for the 1991-2011 period. After controlling heteroscedasticity and endogeneity, he found that only corruption has positive significant impact on CO2 emissions in panel data iv regressions. Hence, he could not find evidence for a statistically significant relationship between democracy and CO2 emissions.

You et al. (2015) found that democracy has a positive significant impact on CO2 emissions for the countries having lowest emission levels, while the relationship between the two is negative for countries having highest emission levels by employing panel quintile regression model for 1985-2005 including developed and developing countries. Hence, they concluded that countries having highest emission levels could benefit the most from improvement in democracy. Similarly, the empirical findings of the panel data analysis of Lv (2017) indicate the same condition. The results obtained from the analysis reveal that higher level of democracy reduces CO2 emission level only if the country has already attained a certain level of development. These types of findings increase the curiosity about the hypothesis mentioned at the beginning in the study. The panel data findings in the existing literature provide some evidences on multiple countries.

In the second part, the econometric methodology and the data will be outlined. The results of the unit root tests, the ARDL bounds test and Granger Causality test will be presented in the third section. Finally, the findings will be summarized and some policy implications will be presented.

Methodology and Data

To examine the study's hypothesis, three different models are estimated for different indicators of democracy to check the robustness of the analysis. To represent democratization, three different variables are used in the analysis, which will be given in the further parts of the study. The democracy variables are estimated in separate regressions in order to overcome multi-collinearity problem. The base model is given in the equations below.

$$CO2_t = \beta_1 + \beta_2 GPC_t + \beta_3 GPC_t^2 + \beta_4 TO_t + \beta_5 F_t + \beta_6 RE_t + \beta_7 DEM_t + \mu_t \quad (1)$$

where $CO2_t$ represents CO2 emissions, GPC_t is GDP per capita, GPC_t^2 denotes its square, TO_t denotes trade openness. To proxy financialization, F_t is taken as the share of credits to private sector. RE_t represents renewable energy use, D_t stands for the variables that proxy democratization; civil liberties, political rights and democracy. Notice that the impacts of these three factors will be separately estimated in the empirical analysis. The μ_t term is a random error term.

The long-run and causal relationships between variables have been analyzed in two stages. First, the ARDL bounds testing approach of cointegration has been used to analyze the long-run relationship between variables. Secondly, Granger causality test has been used to investigate the causal relationships between variables.

The ARDL bounds test also gives consistent results even in small samples and allows for the use of different optimal lags for variables unlike other cointegration tests. In addition, the method can simultaneously estimate short and long run parameters.

The ARDL bounds testing procedure is based on standard F and t-statistics and the null hypothesis is the existence of no level relationship. One set of asymptotic critical values when all variables are I(1) and another set of asymptotic critical values when all variables are I(0), provide a band, which covers all possible classifications of the variables into I(0), I(1) or mutually cointegrated (Pesaran et al., 2001).

$$\begin{aligned} \Delta CO2_t = & \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_1 \Delta CO2_{t-1} + \sum_{i=0}^p \alpha_2 \Delta GPC_{t-1} + \sum_{i=0}^p \alpha_3 \Delta GPC_{t-1}^2 + \\ & \sum_{i=0}^p \alpha_4 \Delta TO_{t-1} + \sum_{i=0}^p \alpha_5 \Delta F_{t-1} + \sum_{i=0}^p \alpha_6 \Delta RE_{t-1} + \sum_{i=0}^p \alpha_7 \Delta DEM_{t-1} + \lambda_1 CO2_{t-1} + \\ & \lambda_2 GPC_{t-1} + \lambda_3 GPC_{t-1}^2 + \lambda_4 TO_{t-1} + \lambda_5 F_{t-1} + \lambda_6 RE_{t-1} + \lambda_7 DEM_{t-1} + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (2)$$

where the expressions from λ_1 to λ_7 indicate the long-run relationship between variables, while the expressions from α_1 to α_7 with the summation signs represent short-run dynamics. On the other hand, α_0 represents constant term, Δ is the first difference operator, and ε_t is the Gaussian white noise term.

The F test is used to test the long-term relationship between variables. The null hypothesis of no cointegration ($H_0: \lambda_1 = \lambda_2 = \lambda_3 = \lambda_4 = \lambda_5 = \lambda_6 = \lambda_7 = 0$) is tested against the alternative of cointegration ($H_0: \lambda_1 \neq \lambda_2 \neq \lambda_3 \neq \lambda_4 \neq \lambda_5 \neq \lambda_6 \neq \lambda_7 \neq 0$). If the calculated F statistic value exceeds the upper critical value, there is a long-run relationship between variables Pesaran et al. (2001). Otherwise, there is no long-run relationship between variables.

After deciding the existence of a long-run relationship between variables, a general error correction model (ECM) is estimated. The Eq. (2) for ECM estimation is as follows:

$$\Delta CO2_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^p \theta_i \Delta CO2_{t-i} + \sum_{i=0}^p \varphi_i \Delta GPC_{t-i} + \sum_{i=0}^p \varphi_i \Delta GPC_{t-i}^2 + \sum_{i=0}^p \varphi_i \Delta TO_{t-i} + \sum_{i=0}^p \varphi_i \Delta F_{t-i} + \sum_{i=0}^p \varphi_i \Delta RE_{t-i} + \sum_{i=0}^p \varphi_i \Delta DEM_{t-i} + \gamma ECT_{t-i} + \xi_t \quad (3)$$
 where Δ is the first difference operator and ξ_t represents residual terms, which are identically, independently and normally distributed. α is the speed of adjustment parameter and ECT is the error correction term.

The statistical significance of ECT_{t-i} with negative sign validates the established long-run relationship between variables (Yusoff, 2010).

The ARDL bounds testing method shows a long-run relationship between variables, but does not give any information on the direction of causality. After the conclusion that there is a long-run relationship between the variables, the causality relation between the variables is examined by the Granger causality test. The Granger causality test is conducted as follows:

$$Y_t = \sum_{i=1}^n \omega_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^n \lambda_j X_{t-j} + u_{1t} \quad (4)$$

$$X_t = \sum_{i=1}^r \eta_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^r \delta_j X_{t-j} + u_{2t} \quad (5)$$

where u_{1t} and u_{2t} represent residual terms, which are identically, independently and normally distributed (Granger, 1969). Finally, cumulative sum (CUSUM) and cumulative sum of squares (CUSUMSQ) are used to test the consistency of the coefficients.

All the data have been collected from *World Bank*, *Freedom House* and *Polity IV* database for the period 1960-2011, but civil liberties and political rights data are available for the period 1973-2011. Lower values of political rights and civil liberties correspond to better situations while higher values of democracy correspond to higher democracy. Thus, it is very important to consider this point when interpreting the findings. Table 1 shows the descriptive statistics. Since the study considers three different variables standing for democracy (Z) which are political rights, civil liberties and democracy index, we put three different abbreviations for them.

Table 1. Descriptive Statistics

Code	Variable	Source	Obs.	Mean	Min	Max	St. Dev.
CO2	CO2 emissions (metric tons per capita)	WDI (2019)	52	0.713	-0.494	1.478	0.535
GPC	GDP per capita	WDI (2019)	52	7.457	5.65	9.267	1.034
GPC2	The aquare of GDP per capita	WDI (2019)	52	56.656	31.918	85.879	15.467

TO	Trade (% of GDP)	WDI (2019)	52	3.187	1.745	4.036	0.662
F	Domestic credit to private sector (% of GDP)	WDI (2019)	52	2.948	2.539	3.972	0.29
RE	Renewable energy (% of total energy)	WDI (2019)	52	1.138	-0.216	1.912	0.646
P	Political Rights	FRH (2019)	39	3.103	2	5	0.968
C	Civil Liberties	FRH (2019)	39	3.949	3	5	0.857
D	Democracy	Polity (2019)	52	17.558	6	20	3.908

Results

Checking the stationarity of the series is a crucial step before applying the cointegration tests (Granger and Newbold, 1974). In this study, stationarity of the time series variables have been controlled through the Augmented Dickey-Fuller and the Phillips-Perron unit root tests. According to the unit root test results on Table 2, *GPC*, *GPC2*, *TO* and *D* are stationary at their levels while the other variables are stationary at their first differences. In addition, none of the series are stationary at I(2). If any of the variables used in the analyses are I(2), the F statistic becomes invalid (Shahbaz et al, 2013). Hence, the use of the ARDL cointegration test is consistent.

Table 2. Unit Root Test

Variables	ADF		PP		Zivot-Andrews	
	t-stat	p-value	t-stat	p-value	t-stat	Time Break
CO2	-2.619	0.274	-2.667	0.253	-3.859 (0)	1978
GPC	-3.378	0.066	-3.779	0.025	-5.119 (0)**	1982
GPC2	-3.201	0.095	-3.476	0.052	-4.499 (0)	1982
TO	-3.492	0.051	-3.397	0.063	-5.777 (1)***	1980
F	-0.625	0.972	-1.032	0.930	-5.849 (1)***	2001
RE	-2.876	0.178	-2.739	0.225	-4.877 (0)	1975
C	-1.841	0.665	-2.026	0.568	-3.368 (0)	1981
P	-3.211	0.098	-2.729	0.231	-3.918 (0)	1993
D	-4.191	0.009	-4.782	0.001	-5.983 (0)***	1983
ΔCO2	-7.041	0.000	-7.042	0.000	-8.734 (0)***	1982
ΔGPC	-8.315	0.000	-8.315	0.000	-8.756 (0)***	1980
ΔGPC2	-8.044	0.000	-8.044	0.000	-8.642 (0)***	2003
ΔTO	-7.007	0.000	-7.088	0.000	-7.411 (0)***	1980
ΔF	-4.958	0.000	-6.176	0.000	-7.822 (0)***	1998
ΔRE	-9.413	0.000	-10.307	0.000	-9.926 (0)***	1974
ΔC	-3.892	0.005	-6.483	0.000	-8.127 (0)***	1983

ΔP	-4.004	0.004	-7.702	0.000	-5.934 (0)***	1983
ΔD	-4.325	0.001	-19.445	0.000	-7.933 (0)***	1983

Note: For the Zivot-Andrews unit root test, lag order is shown in parenthesis. The superscripts ***, ** and * denote the significance at 1%, 5% and 10% level, respectively.

The conventional unit root tests in the literature do not allow the existence of structural breaks. If series have structural breaks, unit root test results might be biased and spurious. Perron (1989) developed a unit root test that considers externally known as structural break point. Besides, Zivot and Andrews (2002) have proposed a unit root test in which the structural break point is identified internally for those cases in which the structural break period is not known precisely. Zivot-Andrews unit root test results are shown in the last column of Table 2.

According to the results of Zivot-Andrews, *GPC*, *TO*, *F* and *D* variables are stationary with structural break, whereas the other variables are non-stationary without structural break. As mentioned in the above explanations, the variables are stationary at different order of integration, which does not prevent the use of the ARDL bounds testing.

The optimal lengths of lags for the variables have been selected according to Akaike and Schwarz criteria. According to the results, lag 1 is appropriate for *CO2*, while lag 0 fits for *GPC*, *GPC2*, *TO*, *F*, *RE* and *C* in the Model 1. For the Model 2, lag 1 is appropriate for *CO2*, while lag 2 fits for *GPC*, *GPC2*, *TO*, *F*, *RE* and *P*. Finally, lag 1 is appropriate for *CO2*, while lag 2 is fitting for *GPC*, *GPC2*, *TO*, *F*, *RE* and *D* for the Model 3. The ARDL test results for each model are shown in Table 3. The findings imply that our calculated F statistics values for $F(CO_2 | GPC, GPC2, TO, F, RE, C)$, $F(CO_2 | GPC, GPC2, TO, F, RE, P)$ and $F(CO_2 | GPC, GPC2, TO, F, RE, D)$ exceed the upper critical value. According to the test results, it can be concluded that *CO2* emission level is associated with per capita GDP, its square, openness, financial development, renewable energy, political rights, civil liberties and democracy at 5% significance level.

Table 3. ARDL Bounds Test

Estimated Models	Optimal Lag	F-statistic	Critical Values %5		Critical Values %10	
			I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
$F(CO_2 GPC, GPC2, TO, F, RE, C)$	(1, 0, 0, 0, 0, 0, 0)	4.36	2.45	3.61	2.12	3.23
$F(CO_2 GPC, GPC2, TO, F, RE, P)$	(1, 2, 2, 2, 2, 2, 2)	3.71	2.45	3.61	2.12	3.23
$F(CO_2 GPC, GPC2, TO, F, RE, D)$	(1, 2, 2, 2, 2, 2, 2)	6.73	2.45	3.61	2.12	3.23

Note: The critical values for the lower I(0) and upper I(1) bounds are taken from Pesaran et al. (2001).

After observing the existence of cointegration between the variables, relationships between emission level, income, the square of income, openness, financial development, renewable energy, political rights, civil liberties and democracy are examined. The short and long term estimation results obtained from the ARDL model are given in Table 4. To

the results for Model 1, GDP per capita, openness and financial development are positively related to CO2 emissions and they are statistically significant at 1% level in the long run. Also, the square of GDP per capita, renewable energy and civil liberties are negatively related to CO2 emissions and they are statistically significant at 1%, 10% and 10% level, respectively. According to the results for Model 2, GDP per capita, openness and financial development are positively related to CO2 emissions and they are statistically significant. Also, the square of GDP per capita, renewable energy and political rights are negatively related to CO2 emissions and they are statistically significant at 5%, 10% and 10% level, respectively. Examining the results for Model 3, GDP per capita, democracy, openness and financial development are positively related to CO2 emissions and they are statistically significant at 1% level in the long run. Also, the square of GDP per capita and renewable energy are negatively related to CO2 emissions and they are also statistically significant.

The level of democracy in Turkey might be weak compared with developed countries. Convergence hypothesis is not only valid for income per capita but for the level of democracy as well. Democracy improves in Turkey through time but still under the certain level of threshold like a country in middle-income trap, which cannot converge to income per capita level of developed countries. If Turkey were above the certain threshold level of democracy, the marginal effect of incremental change in the level of democracy would improve environmental outcomes more than the improvement of same effect in developed counterparts, since Turkey is lagged behind developed countries. Since Turkey is below the certain threshold level of democracy, the benefits of democracy are not shared equally among investors and common citizens. Investors in collaboration with powerful elites have not only the right of protection of property rights but also have right to pollute against the common good of the citizens. The instruments of democracy cannot be utilized efficiently against the investors in league with powerful elites.

The negative impact of renewable energy on carbon emissions might be due to two facts. First, renewable energy sources do not produce greenhouse gasses as CO2 since they are not based on fossil fuels. Second, replacement of energy production sources based on fossil fuels with renewable energy production sources decrease CO2 emissions.

Table 4. The ARDL Estimation Results

Dependent variable = CO2						
Variables	Model1		Model2		Model3	
	Coefficient	T-stat	Coefficient	T-stat	Coefficient	T-stat
Short run analysis						
GPC	1.2494**	2.701	1.8332***	3.9197	0.0422	0.1509
GPC(-1)			0.2344	0.4823	-0.7126***	-3.4403
GPC2	-0.0714**	-2.5676	-0.0969***	-3.4714	0.0087	0.5099
GPC2(-1)			-0.0177	-0.5864	0.0389***	3.0445
TO	0.1845***	5.3036	0.2784***	5.6379	0.1719***	4.4794
TO(-1)			-0.1498***	-3.6382	-0.1535***	-4.1945
F	0.1062***	2.8744	0.1199***	3.1919	0.1543***	4.7245

F(-1)			0.0113	0.2614	0.0493	1.4603
RE			-0.1544***	-4.7463	-0.1228***	-5.1212
RE(-1)			0.0513	1.6993	0.0585**	2.7326
C	-0.0181*	-1.7509				
P			0.0037	0.4835		
P(-1)			0.0136**	2.3045		
D					-0.0007	-0.4415
D(-1)					-0.0034**	-2.3151
ECM(-1)	-0.4806***	-5.1138	-0.5621***	-4.7218	-0.2157***	-3.3225

Table 4. Continued

Dependent variable = CO2						
Variables	Model1		Model2		Model3	
	Coefficient	T-stat	Coefficient	T-stat	Coefficient	T-stat
Long run analysis						
Constant	-11.7933***	-3.3175	-13.3324***	-3.173	-11.3179***	-5.3801
GPC	2.5999***	3.0379	2.9093**	2.8955	2.2229***	4.5556
GPC2	-0.1486***	-2.8063	-0.1678**	-2.7086	-0.1420***	-4.2738
TO	0.3838***	6.1305	0.4286***	7.4295	0.7068***	4.2559
F	0.2210***	2.7635	0.2574***	3.167	0.4842***	3.6765
RE	-0.1711*	-1.9453	-0.2122*	-1.911	-0.4429**	-2.4446
C	-0.0377*	-1.7551				
P			-0.0218*	-1.9896		
D					0.0268**	2.1235
Diag. tests	F-stat.	P-value	F-stat.	P-value	F-stat.	P-value
χ^2 NORMAL	0.8934	0.6397	0.8495	0.654	1.5794	0.454
χ^2 SERIAL	0.8241	0.4486	1.9624	0.1773	0.7204	0.4957
χ^2 WHITE	0.5343	0.9086	1.424	0.2387	0.9948	0.4949
χ^2 RESET	0.8513	0.3744	0.8183	0.426	1.9943	0.1557

Note: The asterisk signs ***, ** and * stand for the significance at 1%, 5% and 10% respectively.

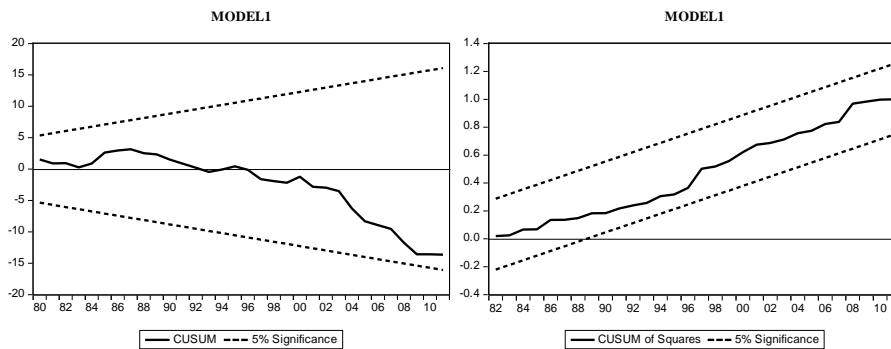
In summary, the results reveal that income, openness, financial development and democracy has a positive relationship with carbon emission level while the renewable energy usage has a negative relationship with carbon emission level as expected. Please remember that the directions of the three democracy indices were not same. In this context, the lower values for the political rights and civil liberties variables imply a better

situation while the higher values for the democracy variables imply a better situation. Thus, the findings obtained from the Models 1, 2 and 3 are consistent with each other. Each model implies that higher levels of political rights, civil liberties and democracy lead to higher levels of carbon emissions.

When interpreting the results in terms of the EKC hypothesis, it is clear to suggest that the hypothesis cannot be rejected. Since the country is still on the developing stage, higher producing in higher levels, foreign trading in higher volumes and improving the financial structure require higher amounts of energy and positively affect the CO₂ emission level.

The ECM values for each model have been negatively estimated and statistically significant which implies the validity of the relationships. Moreover, according to the diagnostic test results, there is no diagnostic problem such as autocorrelation, heteroskedasticity, misspecification and lack of normality in regression models. Additionally, the tests, which show the structural stability of our models also confirms the findings on validity. The results on Figure 1 show that the estimated coefficients are inside the critical bounds of 5% significance level.

The results on Table 4 also show that all the three variables that represent the impact of democratization are consistent with each other and positively associated with CO₂ emissions. As in the income-environmental degradation type EKC, we can examine the non-linear relationship between democratization and environmental degradation by making an additional analysis covering the CO₂ emissions, democracy and the square of democracy. Since the POLITY 4 index has been widely used as the most significant democracy variable, ARDL model is applied for this variable. The results are given in Tables 5, 6 and Figure 2. Similar to the findings of the income based EKC, the findings of this model reveal that in for lower values of democracy, the deterioration of environment increases. Then, beyond a certain threshold level it starts to decline. The result supports our previous claim.



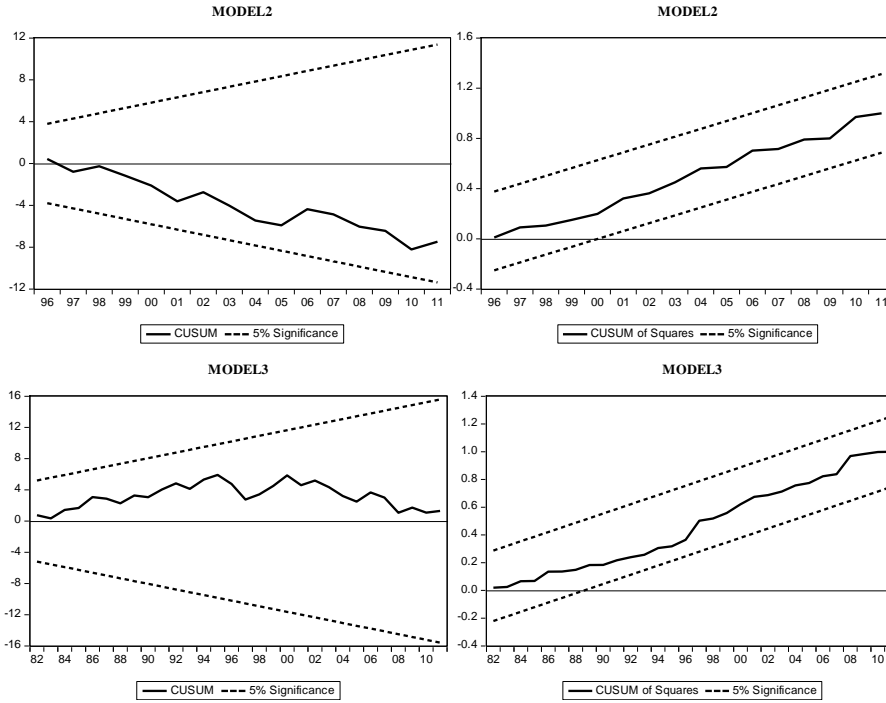


Figure 1. Plots of the Tests for the Parameter Stability
Note: The dashed lines represent critical bounds at 5% significance level.

Table 5. ARDL Bounds Test Results for Robustness

Estimated models	Optimal lag	Critical Values %5			Critical Values %10	
		F-stat.	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
F(CO ₂ D, D ₂)	(1, 2, 2)	4.32	3.79	4.85	3.17	4.14

Note: The critical values for the lower I(0) and upper I(1) bounds are taken from Pesaran et al. (2001).

Table 6. The ARDL Estimation Results for Robustness

Dependent variable: CO ₂	Coefficients	
	Short run coefficients	Long run coefficients
D	-0.0075 (-0.3480)	0.7646 (2.4333) **
D(-1)	-0.0156 (-0.6565)	
D ₂	0.0003 (0.3532)	-0.0302 (-2.5200)**
D ₂ (-1)	0.0006 (0.7253)	

CONSTANT		-2.1800 (-1.2272)
ECT(-1)	-0.0546 (-3.8168)***	
Diagnostic tests		p-value
χ^2 SERIAL		0.3537
χ^2 WHITE		0.6757
χ^2 NORMAL		0.4527
χ^2 RESET		0.3261

Note: The asterisk signs ***, ** and * stand for the significance at 1%, 5% and 10% respectively.

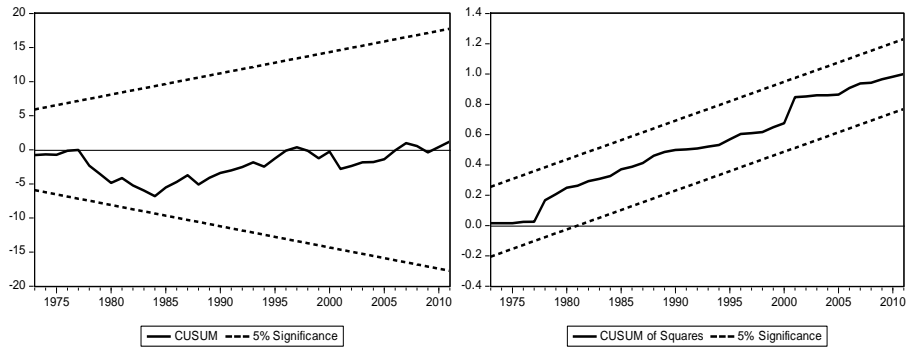


Figure 2. Plots Showing the Stability of the Parameters

Lastly, to observe the direction of the relationship, the causality, the Granger causality test has been applied. According to Granger causality test results on Table 8, there are four bi-directional and four one-way causality relationships. There is bi-directional Granger causality between carbon emissions and GDP per capita, between carbon emissions and the square of GDP per capita, between carbon emissions and financial development and between carbon emissions and democracy. There are unidirectional Granger causalities running from trade openness to CO₂, from renewable energy to CO₂, from civil liberties to CO₂ and from political rights to CO₂.

Table 7. Granger Causality Test

Dependent Variables	CO ₂	GPC	GPC ²	TO	F	RE	C	P	D
CO ₂	-	5.325	6.471	4.596	11.704	2.584	2.45	2.078	2.067
		(0.025)	(0.003)	(0.037)	(0.001)	(0.086)	(0.063)	(0.076)	(0.085)
GPC	5.721	-	2096.518	27.148	0.492	1.537	4.081	1.117	6.336
	(0.021)		(0.000)	(0.000)	(0.486)	(0.221)	(0.026)	(0.297)	(0.015)
GPC ²	6.339	1374.34	-	22.489	0.761	0.37	3.034	1.292	5.43
	(0.015)	(0.000)		(0.000)	(0.388)	(0.546)	(0.029)	(0.296)	(0.024)

TO	0.744	21.197	23.724	-	0.744	0.963	2.962	0.354	3.992
	(0.567)	(0.000)	(0.000)		(0.392)	(0.331)	(0.094)	(0.555)	(0.016)
F	11.373	0.571	0.618	0.766	-	0.639	0.614	0.687	0.492
	(0.001)	(0.453)	(0.453)	(0.385)		(0.427)	(0.546)	(0.412)	(0.486)
RE	2.506	1.283	1.064	0.268	0.151	-	1.542	0.496	1.576
	(0.121)	(0.263)	(0.308)	(0.607)	(0.699)		(0.216)	(0.485)	(0.218)
C	2.188	1.902	1.898	4.015	0.044	0.574	-	6.006	4.616
	(0.110)	(0.177)	(0.177)	(0.028)	(0.834)	(0.453)		(0.001)	(0.009)
P	1.559	2.166	1.866	7.097	0.446	2.073	9.156	-	9.161
	(0.213)	(0.132)	(0.172)	(0.000)	(0.508)	(0.144)	(0.000)		(0.000)
D	1.332	1.974	1.753	6.921	0.568	1.106	1.008	0.996	-
	(0.271)	(0.104)	(0.145)	(0.000)	(0.724)	(0.298)	(0.431)	(0.438)	

Note: Values in the parantheses are p-values.

Causality Inference: $CO_2 \leftrightarrow GPC$, $CO_2 \leftrightarrow GPC2$, $TO \rightarrow CO_2$, $CO_2 \leftrightarrow F$, $RE \rightarrow CO_2$, $C \rightarrow CO_2$, $P \rightarrow CO_2$, $D \leftrightarrow CO_2$

Discussion and Conclusion

In this study, how income and democratization affect environmental quality in Turkey has been analyzed. Since sustainability is an essential condition for modern economic development theories, it is crucial to discuss the environmental issues. The extent of the environmental economics, on the other hand, is expanding day by day and it is realized that many economic or non-economic factors might have impacts on environmental quality. For this purpose, to observe the possible impacts of income and democracy on carbon emission level, an ARDL bounds test analysis has been made. The results of the study provide substantial findings that income and democracy level have a non-linear impact on CO₂ emission level which imply the existence of an EKC hypothesis.

Democracy is a significant aspect of governance and it is one of the main indicators of development level of a country. According to the results of empirical analysis, it is found that improvement in democracy leads to environmental degradation. Since the democratization in Turkey is below the certain threshold level, the power relationship between investors and government outweigh the public voice of the citizens and NGOs. Although citizens and NGOs desire less pollution, their voice cannot be heard in government and senate against Hobbesian investors collaborating with powerful elites.

The study also used several control variables that might have an impact on carbon emission level. Openness and financial development have positive effect on CO₂ emission level. However, the emission level decreases as the share of renewable energy increases, as expected. Hence increasing the use of renewable energy may significantly reduce carbon emission level in the short run for a given democracy and income level for a developing country as Turkey. Despite some outstanding indicators such as income, democracy, openness and financial development drive the development process of countries, they may harm the environment in the early stages due to the amount of the

energy they require. Hence, to protect the environment which is a common good, it might be suggested that freedom of investors should be constrained.

Until a threshold level of development, the only way to minimize the CO2 emission level is enhancing and promoting the use of renewable energy. Therefore, authorities and policy makers should realize this fact and implement appropriate policies to minimize the environmental degradation in the development process.

References

- Barrett, S., Graddy, K. (2000). Freedom, growth, and the environment. *Environment and Development Economics*, Vol 5; No:4, 433-456.
- Bollen, K. (1993). Liberal Democracy: Validity and Method Factors in Cross-National Measures, *American Journal of Political Science*, Vol 37; 1207-1230.
- Chadwick, B. P. (1995). Fisheries, sovereignties and red herrings', *Journal of International Affairs*, 559-584.
- Congleton, R. D. (1992). Political institutions and pollution control, *The Review of Economics and Statistics*, 412-421.
- Deacon, R. T. (2003). Dictatorship, democracy and the provision of public goods, In Department of Economics, University of California at Santa Barbara, Working Paper.
- Desai, U. (1998). *Ecological policy and politics in developing countries: Economic growth, democracy, and environment*, SUNY Press.
- Farzin, Y. H., Bond, C. A. (2006). Democracy and environmental quality, *Journal of Development Economics*, Vol 81; No:1, 213-235.
- FRH (2019). Freedom in the World Data and Resources, *Freedom House*, Washington D.C.
- Gallagher, K. P., Thacker, S. C. (2008). Democracy, income, and environmental quality.
- Gani, A. (2012). The relationship between good governance and carbon dioxide emissions: Evidence from developing economies, *Journal of Economic Development*, Vol 37; No:1, 77.
- Granger, C. W., Newbold, P. (1974). Spurious regressions in econometrics, *Journal of Econometrics*, Vol 2; No:2, 111-120.
- Halkos, G. E., Tzeremes, N. G. (2013). Carbon dioxide emissions and governance: A nonparametric analysis for the G-20, *Energy Economics*, Vol 40; 110-118.

- Hotunluoğlu, H., Yılmaz, G. S. (2018). Demokrasi Karbondioksit Emisyonu İçin Önemli mi? Türkiye İçin Bir Uygulama, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Vol 6; No: 1.
- Komen, M. H., Gerking, S., Folmer, H. (1997). Income and environmental R&D: empirical evidence from OECD countries, *Environment and Development Economics*, Vol 2; No:4, 505-515.
- Lv, Z. (2017). The effect of democracy on CO 2 emissions in emerging countries: Does the level of income matter?, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Vol 72; 900-906.
- McGuire, M. C., Olson, M. (1996). The economics of autocracy and majority rule: the invisible hand and the use of force', *Journal of Economic Literature*, Vol 34; No:1, 72-96.
- Neumayer, E. (2002). Do democracies exhibit stronger international environmental commitment? A cross-country analysis, *Journal of Peace Research*, Vol 39; No:2, 139-164.
- Payne, R. A. (1995). Freedom and the environment, *Journal of Democracy*, Vol 6; No:3, 41-55.
- Pellegrini, L., Gerlagh, R. (2006). Corruption, democracy, and environmental policy: an empirical contribution to the debate, *The Journal of Environment & Development*, Vol 15; No:3, 332-354.
- Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock, and the unit root hypothesis, *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1361-1401.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships, *Journal of Applied Econometrics*, Vol 16; No:3, 289-326.
- Phillips, P. C. B., Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression, *Biometrika*, Vol 75; No:2, 335-346.
- Polity. (2019). Polity IV project, *Integrated Network for Societal Conflict Research*, VA-USA.
- Rosser Jr, J. B., Rosser, M. V. (2006). Institutional evolution of environmental management under global economic growth, *Journal of Economic Issues*, Vol 40; No:2, 421-429.
- Scruggs, L. A. (1998). Political and economic inequality and the environment, *Ecological Economics*, Vol 26; No:3, 259-275.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 334-350

- Shahbaz, M., Khan, S., Tahir, M. I. (2013). The dynamic links between energy consumption, economic growth, financial development and trade in China: fresh evidence from multivariate framework analysis, *Energy Economics*, Vol 40; 8-21.
- Tarverdi, Y. (2018). Aspects of Governance and CO2 Emissions: A Non-linear Panel Data Analysis. *Environmental and Resource Economics*, Vol 69; No:1, 167-194.
- Torras, M. (2005). Income and power inequality as determinants of environmental and health outcomes: some findings, *Social Science Quarterly*, Vol 86; No:1, 1354-1376.
- Torras, M., Boyce, J. K. (1998). Income, inequality, and pollution: a reassessment of the environmental Kuznets curve, *Ecological Economics*, Vol 25; No:2, 147-160.
- WDI. (2019). World Development Indicators, *The World Bank*, Washington D.C.
- You, W. H., Zhu, H. M., Yu, K., Peng, C. (2015). Democracy, financial openness, and global carbon dioxide emissions: heterogeneity across existing emission levels, *World Development*, Vol 66; 189-207.
- Yusoff, M. B. (2010). The effects of real exchange rate on trade balance and domestic output: a case of Malaysia, *The International Trade Journal*, Vol 24; No:2, 209-226.
- Zivot, E., Andrews, D. W. K. (2002). Further evidence on the great crash, the oil-price shock, and the unit-root hypothesis, *Journal of Business & Economic Statistics*, Vol 20; No:1, 25-44.

**BANA “HİKAYE” ANLAT!
INSTAGRAM’IN HİKAYELER BÖLÜMÜNDE YAYINLANAN
REKLAMLARIN TÜKETİCİ-MARKA İLİŞKİSİNE ETKİSİ**

İsmail ERKAN¹

ÖZ

Bu araştırmanın amacı Instagram’ın hikayeler bölümünde yayınlanan reklamların tüketici-marka ilişkisine etkisini incelemektir. Bu amaçla Sosyal Medya Reklam Değeri Modeli’ne başvurulmuş ve çalışma kapsamında yeni bir model geliştirilmiştir. Modelde bilgilendirici olma, eğlenceli olma, güvenilir olma, algılanan reklam değeri, tüketici-marka ilişkisi ve tüketici-Instagram ilişkisi değişkenleri yer almıştır. Verilerin elde edilmesi için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 413 kişiden elde edilen veriler yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Sonuçlar bilgilendirici, eğlenceli, ve güvenilir olan reklamların tüketiciler tarafından değerli bulunduğunu; ve bu tür reklamların tüketici-marka ilişkisi ile tüketici-Instagram ilişkisini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Çalışmanın sonunda hem işletmeler hem de pazarlama araştırmacıları için öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Instagram Hikâyeler, Sosyal Medya, Tüketici-Marka İlişkisi, Yapısal Eşitlik Modeli

**TELL ME “STORIES”!
THE EFFECT OF INSTAGRAM STORY ADVERTISEMENTS ON
CONSUMER-BRAND RELATIONSHIP**

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effects of advertisements published in Instagram Stories on consumer-brand relationship. For this purpose, Social Media Advertising Value Model was applied and a new model was developed within the scope of the study. The model included variables such as informativeness, entertainment, credibility, advertising value, consumer-brand relationship and consumer-Instagram relationship. Questionnaire method was used to obtain data. The data obtained from 413 people participating in the study were analysed with the structural equation model. The results show that the advertisements that are informative, entertaining, and credible are valued by the consumers; and that such advertisements positively affect the consumer-brand relationship and the consumer-Instagram relationship. At the end of the study, recommendations have been developed for both businesses and marketing researchers.

Keywords: Instagram Stories, Social Media, Consumer-Brand Relationship, Structural Equation Modelling

Giriş

Günümüzde bilgi teknolojileri büyük bir ivme kazanmış, bu durum internet ve sosyal medyanın tüketicilerin hayatında önemli bir yer edinmesini sağlamıştır (Zeren & Keşlikli, 2019). 2020 yılı Ocak ayı itibarıyla Türkiye’nin toplam nüfusu 83.8 milyon iken, internet kullanıcı sayısı 62 milyon, sosyal medya kullanıcı sayısı ise 54 milyon olarak

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, ismail.erkani@ikcu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1271-3481

Received/Geliş: 01/07/2020 Accepted/Kabul: 05/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Erkan, İ. (2020), “Bana “Hikaye” Anlat! Instagram’ın Hikayeler Bölümünde Yayınlanan Reklamların Tüketici-Marka İlişkisine Etkisi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s.351-367.

açıklanmıştır (We Are Social, 2020). Sosyal medyaya olan ilginin artışı markaların da dikkatini çekmiş ve sosyal medya pazarlama ve reklam faaliyetleri için sıklıkla kullanılan bir mecra haline gelmiştir (Eru ve Yakın, 2019). Değişik yaş gruplarından pek çok tüketicinin sosyal medyayı kullanıyor olması, markaların hem mevcut müşterilerine ulaşmasına hem de yeni müşteriler kazanmasına imkan vermektedir. Türkiye’de en popüler sosyal medya sitelerine bakıldığında ise öne çıkan isimlerden biri Instagram’dır. Yine 2020 yılı Ocak ayı verilerine göre Türkiye’de Instagram kullanıcı sayısı 38 milyondur (We Are Social, 2020). Instagram’ın giderek artan kullanıcı sayısı ve sunduğu iletişim fırsatları markalar tarafından kısa sürede keşfedilmiştir (Zeren & Gökdağlı, 2019).

İstatistiklere göre Instagram’da 25 milyondan fazla işletme hesabı bulunmaktadır (Statista, 2017). İşletmeler tarafından oluşturulan hesaplar tüketiciler tarafından da ilgi görmektedir. Veriler Instagram kullanıcılarından %90’ının en az bir işletme hesabı takip ettiğini göstermektedir (SproutSocial, 2020). Instagram bu hesaplar için pek çok görsel fırsat sunmaktadır. Markalar resim ve video türündeki içerikleri kendi ana sayfalarından paylaşabilecekleri gibi, hikaye bölümünden de tüketicilere ulaştırabilmektedir. Hikaye bölümü markaların “kendine has anlatı” sunmasını sağladığından, bu tür gönderilerin tüketiciyi olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir (Bozkurt, 2019; 1509). Bu sebeple markaların hikayeler bölümüne ilgi duyduğu ve haftada ortalama 2-3 hikaye paylaştığı bilinmektedir (Hootsuite, 2019). Global markalar arasında Instagram’ın hikayeler bölümünü en sık kullanan markalar arasında Mercedes-Benz, McDonald’s, IBM, Columbia, Lufthansa gibi markaların yer alması (Klear, 2017), hikaye içeriklerinin markalar tarafından ne kadar önemsendiğini göstermektedir. İşletmeler kendi sayfalarının hikaye bölümünden ücretsiz paylaşımlar yaparak takipçilerine ulaşabilmekte veya bu bölümde ücretli reklam vererek kendi takipçileri dışındaki kitleye de ulaşabilmektedir. Ne var ki bu ücretli yayımlanan hikaye türündeki reklamların tüketici-marka ilişkisini ve tüketici-Instagram ilişkisini nasıl etkilediği bilinmemektedir. Bu bağlamda, bu araştırmanın amacı Instagram’ın hikayeler bölümünde yayımlanan reklamların tüketici-marka ve tüketici-Instagram ilişkilerine etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, Sosyal Medya Reklam Değeri Modeli’ne (Van-Tien Dao vd., 2014) başvurulmuş ve çalışma kapsamında yeni bir model geliştirilmiştir. Modelde bilgilendirici olma, eğlenceli olma, güvenilir olma, algılanan reklam değeri, tüketici-marka ilişkisi ve tüketici-Instagram ilişkisi değişkenleri yer almaktadır.

Bir Pazarlama Mecrası Olarak Instagram ve Hikayelerde Marka-Tüketici İletişimi
Fotoğraf ve video paylaşım platformu olan Instagram’ın işletmeler tarafından yoğun şekilde kullanılıyor olması, pazarlama araştırmacılarını da bu konuyu incelemeye yöneltmiştir (Belanche vd., 2019; Bozkurt, 2019; Che vd., 2017; De Veirmann vd., 2017; Erkan, 2015; Zeren & Gökdağlı, 2020). Literatür incelendiğinde Instagram’ın sürdürülebilirlikle ilgili bir pazarlama iletişim aracı olarak kullanılması (Erkan, 2019; Zeren & Gökdağlı, 2019); Instagram fenomenlerinin yaptıkları reklamlar (Alikılıç & Özkan, 2018; De Veirmann vd., 2017; Nandagiri & Philip, 2018; Sabuncuoğlu İnanç & Yağlıcı, 2018); Instagram’da yer alan online mağazalar (Algi, 2018; Che vd., 2017); Instagram’ın işletmeler tarafından halkla ilişkiler aracı olarak kullanımı (Yeniçikti, 2016) gibi çalışmalara rastlanmaktadır. Literatürde doğrudan Instagram’ın hikayeler bölümüne

odaklanan çalışmalar da yer almaktadır. Örneğin Belanche vd. (2019) çalışmasında Instagram'ın hikayeler bölümünde yayınlanan reklamlar (Instagram Stories) ile Facebook'ta yayınlanan (Facebook Wall) reklamların etkisini karşılaştırmış; çalışmanın sonucunda özellikle gençleri (Z Kuşağı) hedefleyen işletmelerin Instagram Hikayeler'i tercih etmesi gerektiğini vurgulamıştır. Çalışma Z kuşağından daha yaşlı diğer tüketici gruplarını da incelemiş; ve bu yaş grubundaki kadın tüketicileri hedeflerken Instagram Hikayeler'in, erkek tüketicileri hedeflerken ise Facebook'un tercih edilmesi gerektiği sonucuna varmıştır (Belanche vd., 2019).

Hikayeler bölümü dikey fotoğraf ve videolar paylaşılmasına imkan vermekte ve kullanıcıların mobil cihazlarında içerikleri tam ekran olarak görüntülemesini sağlamaktadır. Bu paylaşımlar kaydedilmediği sürece sadece 24 saat görüntülenebilmekte, ardından silinmektedir. Çeşitli filtreler ve çizim araçları bu bölümü renkli ve eğlenceli bir dijital medya ortamına dönüştürmektedir (Bozkurt, 2019). On bin ve üstü sayıda takipçiye sahip olan hesaplar ile mavi tik işaretine sahip resmi hesaplar, hikayelerine bir internet sitesi linki ekleyebilmektedir. Kullanıcılar ekranlarını yukarıya kaydırarak bu linklere erişebilmektedir. Markalar hikayeler bölümünün bu özelliğini çeşitli amaçlarla kullanmaktadır. Bir araştırmaya göre markaların %59'u bu özelliği alışveriş linki paylaşmak için, %23'ü diğer sosyal medya sayfalarını tanıtmak için, %10'u blog yazısı paylaşmak için, %8'i de diğer tanıtım faaliyetleri için kullanmaktadır (Klear, 2017). Instagram özel algoritması sayesinde reklamları "ilgili" kişilere göstermektedir. Örneğin giyim markalarına ilgi duyan kullanıcılara giyim markaları ile ilgili reklamlar, spor markalarına ilgi duyan kullanıcılara ise spor markaları ile ilgili reklamlar sunulmaktadır. Tüm bu özellikler hikayeler bölümünü markalar için cazibeli kılmaktadır. Ancak bu bölümde yayınlanan reklamların tüketici-marka ilişkisini ve tüketici-Instagram ilişkisini nasıl etkilediği bilinmemektedir. Bu araştırmanın amacı bu bilinmezliği ortadan kaldırmaktır.

Sosyal Medya Reklamları ve Tüketiciler

Sosyal medya kullanıcıların bilgilerini ve deneyimlerini paylaştıkları, ilgi alanlarına göre çeşitli içerikleri takip ettikleri, internet aracılığıyla erişim sağladıkları sosyal platformlardır (Battallar & Cömert, 2015). Bu platformlar ücretsiz olarak insanların birbirleriyle iletişimde kalmasına ve eğlenceli vakit geçirmesine imkan verdiğinden, kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Yüksek kullanıcı sayıları ise işletmelerin dikkatini çekmekte ve pazarlama bütçelerinin bir kısmını sosyal medyaya ayırmalarına sebep olmaktadır (Eru ve Yakın, 2019). Sosyal medya siteleri kullanıcıların demografik verilerine ve kullanım geçmişlerine sahip olduğundan, her bir kullanıcı profili için en uygun olan reklam türünü belirlemekte ve bu durum sosyal medyada reklam veren işletmeler için avantaja dönüşmektedir (Kara & Coşkun, 2012). Bu sayede işletmeler, küçük reklam bütçelerini daha efektif kullanarak geniş kitlelere erişim sağlayabilmektedir (Battallar & Cömert, 2015). Sosyal medya siteleri ayrıca reklam kampanyaları ile ilgili ayrıntılı sonuçlar sunmakta, elde edilen verileri analiz edebilen işletmeler sıradaki kampanyalarını daha yararlı şekilde tasarlama imkanına sahip olmaktadır (Aytekin & Değerli, 2014).

Öte yandan bu avantajlar çok sayıda işletmeyi sosyal medyada reklam vermeye yöneltmekte ve kullanıcıların karşılaştıkları reklamların sayısı giderek artmaktadır. 2019 yılında sosyal medyada reklam için harcanmış olan toplam bütçe 36 milyar dolar iken, 2020 yılı sonunda bu rakamın %20 artarak 43 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Hootsuite, 2020). Rekabetin giderek yükseldiği bu sektörde işletmeler için en önemli unsurlardan biri hazırlanmış oldukları reklamların tüketiciler tarafından nasıl algılandığını tespit etmektir. Tüketiciler tarafından olumlu algılanan reklamlar hazırlamak işletmelerin çok sayıda reklam arasında öne çıkmasını sağlayabilecektir. Literatürde yer alan önceki çalışmalar da bu konunun altını çizmekte, reklamların tüketiciler tarafından nasıl algılandığını ve bu algıyı etkileyen faktörleri incelemektedir. Örneğin “bilgilendirici olma” algılanan reklam değerini etkileyen faktörlerin başında gelmektedir (Ducoffe, 1996; Van-Tien Dao vd., 2014). Ducoffe (1996) Amerika’da 318 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada tüketicilerin internetteki reklamlar hakkındaki düşüncelerini araştırmış; ve bilgilendirici olma faktörünün algılanan reklam değerini etkilediği, algılanan reklam değerinin de tüketicilerin internetteki reklamlara yönelik tutumunda önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışma internet reklamları üzerine yapılmış ilk çalışmalar arasında yer aldığından, sonuçları diğer çalışmalar için öncü niteliğinde olmuş ve daha sonra pek çok araştırmacı tarafından kullanılmıştır (Erkan vd., 2019; Zhou & Bao, 2002). Bilgilendirici olma faktörünün sadece algılanan reklam değeri üzerinde değil, farklı alanlarda da etkili olduğu önceki araştırmacılar tarafından ortaya konmuştur. Örneğin Hausman ve Siekpe (2009) 420 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmada internet sitelerinin özelliklerini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda tüketicilerin bilgilendirici olan sitelere karşı daha olumlu bir yaklaşıma sahip olduğu ve bu tutumun çevrim içi satın alma niyetini olumlu şekilde etkilediği bulgusuna ulaşmıştır.

Algılanan reklam değerini etkileyen faktörlerden bir diğeri de “eğlenceli olma” faktörüdür (Ducoffe, 1996; Van-Tien Dao vd., 2014). Kim ve Han (2014) Güney Kore’de 256 katılımcı ile tamamladıkları çalışmada akıllı telefon reklamlarını incelemiş; eğlenceli olan reklamların tüketiciler tarafından daha değerli bulunduğu ve değerli olan reklamların satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Logan vd. (2012) Facebook reklamları ile televizyon reklamlarını karşılaştıkları çalışmada iki platformda da eğlenceli reklamların daha değerli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Benzer bir çalışma da Twitter’daki reklamlar üzerinde yapılmıştır. Murillo vd. (2016) Meksika’da 630 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada eğlenceli olan Twitter reklamlarının algılanan reklam değerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Literatürdeki çalışmalarda reklam değeri üzerinde etkiye sahip olduğu görülen bir başka faktör de “güvenilir olma” faktörüdür (Van-Tien Dao vd., 2014). Mansour ve Diab (2016) ünlüler tarafından yapılan reklamları araştırmış ve ünlüye duyulan güven ile reklamın etkinliği arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonuçları reklamda yer alan ünlüye duyulan güvenin reklama yönelik tutumu ve satın alma davranışını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bir başka çalışmada ise Japonya’da ve Avusturya’da yaşayan tüketicilerin mobil reklamlara yönelik tutumları incelenmiştir (Liu vd., 2012). 170 Japon ve 164 Avusturyalı katılımcı ile gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları iki ülkede de güvenilir olma faktörünün algılanan reklam değeri üzerinde etkili olduğunu

göstermektedir (Liu vd., 2012). Algılanan reklam değeri faktörü çok sayıda araştırmacı tarafından kullanılmış ve reklama yönelik tutum (Ducoffe, 1996; Erkan vd., 2019; Liu vd., 2012; Logan vd., 2012; Murillo vd., 2016) ile satın alma niyetinin (Kim ve Han, 2014; Van-Tien Dao vd., 2014) en önemli öncüllerinden biri olarak görülmüştür. Bu çalışmada ise algılanan reklam değeri faktörünün tüketicilerin marka ve Instagram ile olan ilişkileri üzerindeki etkisine odaklanılmıştır.

Araştırma Modeli ve Teorik Altyapı

Bu çalışmada Sosyal Medya Reklam Değeri Modeli'ne başvurulmuş ve çalışma kapsamında yeni bir model geliştirilmiştir. Sosyal Medya Reklam Değeri Modeli (Social Media Advertising Value Model) sosyal medyada paylaşılan reklamların tüketiciler tarafından nasıl algılandığını; ve bu reklamların online satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemek için Van-Tien Dao vd. (2014) tarafından geliştirilmiş bir modeldir. Ducoffe (1996) tarafından geliştirilmiş olan Reklam Değeri Modeli'nden (Advertising Value Model) yararlanılarak ortaya çıkarılmış olan Sosyal Medya Reklam Değeri Modeli, sosyal medyadaki reklam türlerine odaklandığından Instagram'ın hikayeler bölümündeki reklamların etkisini incelemek için de uygun bir model olarak görülmüştür. Van-Tien Dao vd. (2014) tarafından geliştirilmiş olan model reklamların bilgilendirici olma, eğlenceli olma ve güvenilir olma özelliklerini ele almış; ve bu özelliklerin algılanan reklam değeri üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışma da Instagram'ın hikayeler bölümünde yayımlanan reklamları incelemekte; bilgilendirici olan (H1), eğlenceli olan (H2) ve güvenilir olan (H3) reklamların tüketiciler tarafından değerli bulunduğunu iddia etmektedir. Literatürde yer alan diğer çalışmalar incelendiğinde bu hipotezleri destekleyen sonuçlar ile karşılaşmaktadır. Reklam mesajının ürün veya servis hakkında bilgi veriyor olması, tüketicilerin reklama olumlu yaklaşmasını sağlamaktadır (Ducoffe, 1996; Erkan vd., 2019; Zhou & Bao, 2002). Haghirian vd. (2005) çalışmasında tüketicilerin mobil reklamlar hakkındaki düşüncelerini araştırmış ve bilgilendirici olan mobil reklamların tüketiciler tarafından daha değerli bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tüketicinin gözünde reklamı değerli kılan unsurlardan bir diğeri de reklamın eğlenceli olmasıdır (Ducoffe, 1996; Haghirian vd., 2005; Wang, & Sun, 2010; Zhou & Bao, 2002). Erkan vd.'nin (2019) Facebook reklamlarının markalar üzerindeki etkilerini incelediği çalışmada eğlence faktörünün reklam değeri ve reklama yönelik tutum üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmüştür. Zhou ve Bao (2002) da tüketicilerin internetteki reklamlara yönelik tutumunu inceledikleri çalışmada eğlence faktörünün önemini ortaya koymuştur. Algılanan reklam değerini etkileyen faktörlerden bir diğeri de güvenilirlik faktörüdür (Jin & Villegas, 2007; Van-Tien Dao vd., 2014). Tüketiciler güvenilir buldukları reklamlara daha fazla değer vermektedir. Ayrıca, reklamlarda bilgi güvenilirliğinin, bilgi kullanılabilirliğine etki ettiği (information usefulness); bilgi kullanılabilirliğinin ise marka imajı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Gökerik vd., 2018).

H1: Bilgilendirici olma algılanan reklam değerini olumlu yönde etkilemektedir.

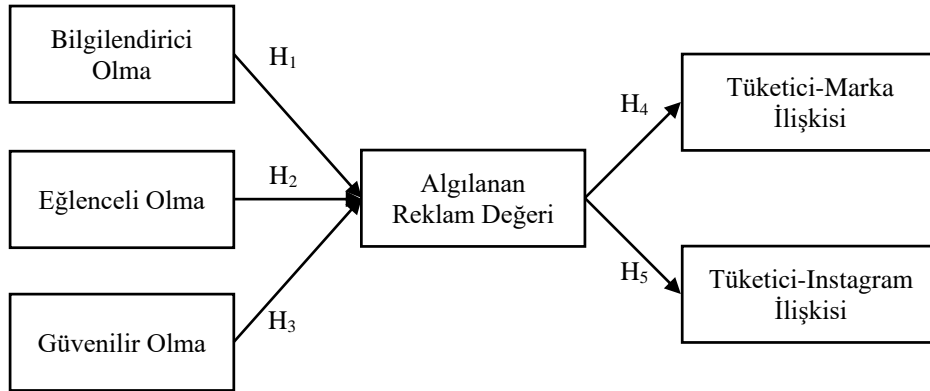
H2: Eğlenceli olma algılanan reklam değerini olumlu yönde etkilemektedir.

H3: Güvenilir olma algılanan reklam değerini olumlu yönde etkilemektedir.

Bu çalışma ayrıca tüketici-marka ve tüketici-Instagram ilişkilerini ele almakta; ve algılanan reklam değerinin hem tüketici-marka hem de tüketici-Instagram ilişkisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Diğer bir deyişle yayınlanan reklamın algılanan değeri ne kadar yüksekse, tüketici-marka ilişkisi (H4) ve tüketici-Instagram ilişkisi (H5) o kadar olumlu yönde etkilenecektir. Literatürdeki mevcut çalışmalar algılanan reklam değerinin reklama yönelik tutum üzerinde (Ducoffe, 1996; Erkan vd., 2019), satın alma niyeti üzerinde (Chi vd., 2011; Zhang vd., 2008), online satın alma niyeti üzerinde (Van-Tien Dao vd., 2014), marka hakkında araştırma yapma niyeti üzerinde (Lin vd., 2016) olumlu etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada ise algılanan reklam değerinin, tüketici-marka ilişkisi (H4) ve tüketici-Instagram ilişkisi (H5) üzerindeki etkileri incelenmektedir. Çalışmanın modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.

H4: Algılanan reklam değeri tüketici-marka ilişkisini olumlu yönde etkilemektedir.

H5: Algılanan reklam değeri tüketici-Instagram ilişkisini olumlu yönde etkilemektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma Yöntemi

Bu araştırmadaki veriler Instagram kullanıcılarına yöneltilen sorular aracılığıyla elde edilmiştir. Bu amaçla anket yöntemine başvurulmuş; kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 413 kullanılabilir veri elde edilmiştir. Veriler 2020 yılı içinde toplanmış; katılımcılar çevrim içi anket formlarını yanıtlayarak araştırmaya dahil olmuştur. Verilerin

analizi için yapısal eşitlik modeline başvurulmuştur. Analiz işlemi için SPSS 26 ve AMOS 20 istatistik programları kullanılmıştır. Anket formunda altı değişken yer almıştır. Değişkenlerin ölçümü için kullanılan ölçekler şu şekildedir: bilgilendirici olma, eğlenceli olma, güvenilir olma, algılanan reklam değeri (Van-Tien Dao vd., 2014); tüketici-marka ilişkisi, tüketici-Instagram ilişkisi (Pentina vd., 2013). Değişkenleri ve ölçüm için kullanılan anket soruları Ek A'da sunulmuştur.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine bakıldığında %63.4'ünün kadın, %36.6'sının erkek olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun 18-25 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır (%76.8). Katılımcıların %14.8'i ise 26-33 yaş aralığındadır. Yaş grubu 34 ve üzeri olan katılımcılar ise tüm katılımcıların %8.4'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların yaklaşık %69.7'si Instagram sitesini günde 1 saatten daha uzun bir süre kullandıklarını ifade ederken, %23.7'si ise günde 1 saat veya daha az kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar tarafından en çok sevilen sosyal medya sitelerine bakıldığında ise ilk sırada Instagram sitesinin (%59.6), ikinci sırada YouTube sitesinin (%17.9), üçüncü sırada ise Twitter sitesinin (%17.7) geldiği görülmektedir. YouTube ile Twitter sitesini tercih edenlerin sayısının çok yakın olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcıların "diğer" seçeneği altında belirttiği siteler ise sırasıyla şu şekildedir: WhatsApp (3 katılımcı), Pinterest (2 katılımcı), Ekşisözlük (1 katılımcı), LinkedIn (1 katılımcı), Quora (1 katılımcı). Tablo 1 demografik özellikleri göstermektedir.

Tablo 1. Demografik Özellikler (n = 413)

	Sıklık	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	262	63.4
Erkek	151	36.6
Yaş		
18 – 25	317	76.8
26 – 33	61	14.8
34 – 41	10	2.4
42 – 49	15	3.6
50 ve üzeri	10	2.4
Instagram'ı ne sıklıkta kullanmaktasınız?		
Günde 1 saatten fazla	288	69.7
Günde 1 saat veya daha az	98	23.7
Haftada 4-5 kez	10	2.4
Haftada 1-2 kez	2	0.5
Çok nadir	15	3.6

En sevdiğiniz sosyal medya sitesi hangisidir?		
Instagram	246	59.6
Twitter	73	17.7
Facebook	10	2.4
YouTube	74	17.9
TikTok	2	0.5
Diğer	8	1.9

Bulgular

Verilerin analiz sürecinde ilk olarak verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013) verilerin normal dağılmış olması için değişkenlere ilişkin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1.5 ile +1.5 arasında olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu çalışmada yer alan değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1.152 ile +1.078 arasında olduğu ve dolayısıyla normal dağılımın sağlandığı görülmektedir. Normallik testinin ardından değişkenlerin geçerlilik ve güvenilirliği incelenmiş, doğrulayıcı faktör analizi ile ölçüm modelinin uygun olup olmadığı test edilmiş, son olarak da elde edilen yapısal model test edilmiştir (Anderson ve Gerbing, 2010). Geçerlilik, güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizi aşamalarında ankette yer alan 3 ifade (E3, G1, AR1) değerleri düşük bulunduğu için modelden kaldırılmıştır. Tablo 2’de yer alan, kalan ifadelerin faktör yükleri incelendiğinde hepsinin minimum istenen değer olan 0,70’i aştığı görülmektedir. Tablo 2 ayrıca her bir faktör için CR (bileşik güvenilirlik) ve AVE (hesaplanan ortalama varyans) değerlerini göstermektedir. Bileşik güvenilirlik için istenen minimum değer 0,70 iken hesaplanan ortalama varyans için istenen minimum değer 0,50 olup (Fornell & Larcker, 1981), bu çalışmadaki faktörlere ait CR ve AVE değerlerinin istenen minimum değerlerin oldukça üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Faktör Yükleri, CR ve AVE Değerleri

Değişkenler		Faktör Yükleri	CR	AVE
Bilgilendirici Olma ($M = 3.16, SD = 1.07, \alpha = 0.88$)	B1	0.83	0.882	0.714
	B2	0.88		
	B3	0.82		
Eğlendirici Olma ($M = 2.63, SD = 1.17, \alpha = 0.86$)	E1	0.82	0.857	0.751
	E2	0.91		
Güvenilir Olma ($M = 2.69, SD = 1.12, \alpha = 0.89$)	G2	0.89	0.886	0.795
	G3	0.90		
Algılanan Reklam Değeri ($M = 2.39, SD = 1.14, \alpha = 0.93$)	AR2	0.91	0.934	0.876
	AR3	0.95		

Tüketici-Marka İlişkisi ($M = 2.75$, $SD = 0.99$, $\alpha = 0.88$)	TM1 TM2 TM3	0.70 0.79 0.93	0.851	0.659
Tüketici-Instagram İlişkisi ($M = 4.11$, $SD = 0.93$, $\alpha = 0.89$)	TI1 TI2 TI3	0.83 0.89 0.84	0.890	0.729
Not: CR – Bileşik Güvenilirlik, AVE – Hesaplanan Ortalama Varyans				

Doğrulayıcı faktör analizinde modelin geçerliliğinin sağlanabilmesi için her bir ifadenin (anket sorusunun) kendi faktöründeki ifadeler ile (diğer faktörlerdeki ifadelerle nazaran) daha fazla ilişkili olması gerekmektedir (Fornell & Larcker, 1981). Bu sayede modelde yer alan her bir faktörün birbirinden ayrı temaları ölçtüğü anlaşılabilir. Tablo 3'te bu çalışmada kullanılan faktörlere ilişkin korelasyon matrisi yer almaktadır. Görüldüğü üzere her bir faktörün en yüksek ilişkisi yine kendisiyle olduğundan, faktörlerin ölçümediği temaların ayrıştığı ve birbirine karışmadığı anlaşılmaktadır. Bu da ölçüm modelinin geçerliliği sağladığını ve yapısal model testi aşamasına geçilebileceğini ifade etmektedir.

Tablo 3. Faktörlere İlişkin Korelasyon Matrisi

	TMI	BO	EO	GO	AR	TII
Tüketici-Marka İlişkisi (TMI)	0,812					
Bilgilendirici Olma (BO)	0,677	0,845				
Eğlendirici Olma (EO)	0,735	0,719	0,867			
Güvenilir Olma (GO)	0,706	0,674	0,849	0,892		
Algılanan Reklam Değeri (AR)	0,781	0,636	0,789	0,808	0,936	
Tüketici-Instagram İlişkisi (TII)	0,487	0,400	0,384	0,491	0,384	0,854
Not: Kalın ve italik değerler AVE değerlerinin karekökünü göstermektedir.						

Hair vd. (2010) ideal uyum değerlerini $CMIN/DF < 3$, $GFI > 0.90$, $AGFI > 0.80$, $CFI > 0.90$ ve $RMSEA < 0.80$ şeklinde açıklamıştır. Tablo 4 bu çalışmada oluşturulan modele ait uyum iyiliği değerlerini ve modeldeki hipotezlere ait test sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlar incelendiğinde uyum indekslerinin iyi ve kabul edilebilir seviyede olduğu ($CMIN/DF = 3.160$, $GFI = 0.925$, $AGFI = 0.889$, $CFI = 0.964$, $RMSEA = 0.072$) ve tüm hipotezlerin kabul edildiği anlaşılmaktadır. Buna göre bilgilendirici olma ($H1$, $\beta = 0.11$), eğlenceli olma ($H2$, $\beta = 0.33$), ve güvenilir olma ($H3$, $\beta = 0.47$) faktörleri algılanan reklam değeri üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahiptir. Algılanan reklam değerinin ise

tüketici-marka ilişkisini (H4, $\beta = 0.80$) ve tüketici-Instagram ilişkisini (H5, $\beta = 0.43$) olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

Tablo 4. Hipotez Testi Sonuçları ve Modele Ait Uyum İyiliği Değerleri

	Hipotezler	Standart Yükler	t-değeri	p değeri
H ₁	Bilgilendirici olma algılanan reklam değerini olumlu yönde etkilemektedir.	0.11	2.013	***
H ₂	Eğlenceli olma algılanan reklam değerini olumlu yönde etkilemektedir.	0.33	3.731	***
H ₃	Güvenilir olma algılanan reklam değerini olumlu yönde etkilemektedir.	0.47	5.714	***
H ₄	Algılanan reklam değeri tüketici-marka ilişkisini olumlu yönde etkilemektedir.	0.80	20.263	***
H ₅	Algılanan reklam değeri tüketici-Instagram ilişkisini olumlu yönde etkilemektedir.	0.43	8.261	***
Uyum Ölçüleri				
X ² / d.f.		3.160		
Goodness-of-fit index (GFI)		0.925		
Adjusted GFI (AGFI)		0.889		
Comparative fit index (CFI)		0.964		
RMSEA		0.072		
Not: *** $p < 0.05$				

Sonuç ve Tartışma

İstatistiklere göre tüketicilerin %83'ü Instagram'da yeni ürün ve servisler keşfetmekte; %81'i ürün ve servisler hakkında araştırma yapmakta; %80'i ürün satın alma kararlarında Instagram'ın etkili olduğunu düşünmektedir (SproutSocial, 2020). Bu istatistikler göz önünde bulundurulduğunda Instagram'ın neden reklamcılar tarafından sıklıkla tercih edildiği anlaşılmaktadır. Öte yandan bu reklamların tüketiciler üzerindeki etkisinin anlaşılması hem işletmeler hem de pazarlama araştırmacıları için önem arz etmektedir. Bu sebeple, bu araştırmanın amacı Instagram'ın hikayeler bölümünde yayınlanan reklamların tüketici-marka ve tüketici-Instagram ilişkilerine etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, Sosyal Medya Reklam Değeri Modeli'ne başvurulmuş ve araştırma kapsamında yeni bir model geliştirilmiştir.

Oluşturulan yeni modelde 6 faktör (bilgilendirici olma, eğlenceli olma, güvenilir olma, algılanan reklam değeri, tüketici-marka ilişkisi, tüketici-Instagram ilişkisi) ve 5 hipotez yer almıştır. Çalışmanın ilk hipotezi bilgilendirici olma faktörünün algılanan reklam değeri üzerindeki pozitif etkisini göstermektedir. Diğer bir deyişle Instagram'ın hikayeler bölümünde yayınlanan reklamların bilgilendirici olması, reklamı tüketicinin

gözünde daha değerli kılmaktadır. Bu sonuç literatürde yer alan önceki çalışmalar tarafından da desteklenmektedir (Ducoffe, 1996; Erkan vd., 2019; Haghirian vd., 2005; Van-Tien Dao vd., 2014; Zhou & Bao, 2002). Ducoffe (1996) geliştirmiş olduğu modelde tüketicilerin internetteki reklamlara yönelik tutumunu ortaya koyarken, bilgilendirici olma faktörünün reklam değerini etkileyen en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmada bilgilendirici olma faktörü etki değeri açısından eğlenceli olma ve güvenilir olma faktörlerinin gerisinde kalsa da, bu faktörün Instagram kullanıcılarının hikayeler bölümünde karşılaştıkları reklamları değerlendirirken göz önünde bulundurdıkları faktörlerden biri olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışmanın ikinci hipotezi eğlenceli olma faktörünün algılanan reklam değeri üzerindeki pozitif etkisini ortaya koymaktadır. Kullanıcıların Instagram sitesini/uygulamasını eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek için ziyaret ettiği düşünüldüğünde (Shin ve Kim, 2017) bu sonuç daha da anlam kazanmaktadır. Instagram'ın hikayeler bölümünde yayınlanan reklamların eğlenceli olması, reklamı tüketicinin gözünde daha değerli kılmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar da bu sonucu destekler niteliktedir (Ducoffe, 1996; Erkan vd., 2019; Haghirian vd., 2005; Wang, & Sun, 2010; Zhou & Bao, 2002). Haghirian vd. (2005) çalışmasında tüketicilerin mobil reklamlar hakkındaki düşüncelerini incelemiş ve eğlenceli olan mobil reklamların tüketiciler tarafından daha değerli bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Erkan vd. (2019) Facebook reklamlarının marka imajı, marka farkındalığı, marka değeri üzerindeki etkisini incelediği çalışmada, eğlence faktörünün reklam değeri ve reklama yönelik tutum üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuş; Wang ve Sun (2010) da tüketicilerin internetteki reklamlara yönelik tutumunu inceledikleri çalışmada eğlence faktörünün önemini vurgulamıştır.

Çalışmanın üçüncü hipotezi güvenilir olma faktörünün algılanan reklam değeri üzerindeki pozitif etkisini göstermektedir. Hipotez sonuçları ayrıca güvenilir olma faktörünün algılanan reklam değeri üzerindeki etkisinin diğer iki faktöre göre (bilgilendirici olma ve eğlenceli olma) daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlardan kullanıcıların Instagram'ın hikayeler bölümünde karşılaştıkları reklamlarda en çok "güvenilir olma" faktörünü, ardından "eğlenceli olma" faktörünü, son olarak da "bilgilendirici olma" faktörünü önemsedikleri anlaşılmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde güvenilir olma faktörünün algılanan reklam değeri üzerindeki pozitif etkisini gösteren sonuçlarla karşılaşılacaktır (Jin & Villegas, 2007; Van-Tien Dao vd., 2014). Van-Tien Dao vd. (2014) sosyal medyadaki reklamların tüketicilerin online satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelediği çalışmada, tüketicilerin güvenilir bulduğu reklamlara daha fazla değer verdiği sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmanın dördüncü hipotezi algılanan reklam değerinin tüketici-marka ilişkisi üzerindeki pozitif etkisini göstermekte, beşinci ve son hipotezi ise algılanan reklam değerinin tüketici-Instagram ilişkisi üzerindeki pozitif etkisini göstermektedir. Ayrıca, algılanan reklam değerinin tüketici-marka ilişkisi üzerindeki etkisinin, tüketici-Instagram ilişkisi üzerindeki etkisinden daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Literatürdeki mevcut çalışmalar algılanan reklam değerinin satın alma niyeti (Chi vd., 2011; Zhang vd., 2008), reklama yönelik tutum (Ducoffe, 1996; Erkan vd., 2019), ve marka hakkında araştırma yapma niyeti (Lin vd., 2016) gibi pek çok faktör üzerinde etkili olduğunu ortaya

koymaktadır. Bu çalışmanın sonuçları ise göstermektedir ki, Instagram'ın hikayeler bölümünde yayınlanan reklamların algılanan değeri ne kadar yüksekse, tüketici-marka ve tüketici Instagram ilişkileri o kadar olumlu yönde etkilenmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları hem pazarlama yöneticileri hem de pazarlama araştırmacıları için önem arz etmektedir. Algılanan reklam değerine etki eden faktörlerin pazarlama yöneticileri tarafından bilinmesi hazırlanan reklamlarda bu öğelere başvurulmasını sağlayacaktır. Mesajı bilgilendirici, eğlenceli ve güvenilir olan hikaye türü reklamların tüketiciler tarafından daha değerli bulunması ve bu durumun tüketici-marka ilişkisini olumlu yönde etkilemesi, işletmelerin gelecek reklam stratejilerine katkıda bulunacak sonuçlardır. Geliştirilen yeni model bu alanda çalışmalar yapan pazarlama araştırmacıları için de katkı sunmaktadır. Gelecekteki çalışmalar sadece hikaye bölümünde yayınlanan reklamlar için değil, Instagram'da ya da diğer sosyal medya sitelerinde yayınlanan tüm reklamların incelenmesi için bu modeli kullanabilir. Model özellikle son dönemde popülerliği artan ve hakkında diğer sosyal medya sitelerine nazaran daha az araştırma bulunan sosyal medya siteleri/uygulamaları (örneğin TikTok, Twitch, DLive gibi) için test edilebilir. Gelecek araştırmacılar modeli mevcut haliyle test edebileceği gibi, farklı faktörler ekleyerek geliştirebilir. Gelecek çalışmalar ayrıca Instagram'ın hikayeler bölümündeki reklamların etkisini incelerken sektörel farklılıkları gözetebilir ya da yalnızca fenomenler tarafından paylaşılan hikayelere odaklanabilir.

Ek A. Anket Soruları

Değişkenler		Sorular
Bilgilendirici Olma	B1	Instagram Hikayeler'deki reklamlar, piyasadaki ürünler hakkında güncel bilgiler sağlar.
	B2	Instagram Hikayeler'deki reklamlar, ürünler hakkındaki bilgilere kolayca erişmemi sağlar.
	B3	Instagram Hikayeler'deki reklamlar, ihtiyacım olan ürünler için doğru markaları bulmamı sağlar.
Eğlenceli Olma	E1	Instagram Hikayeler'deki reklamlar eğlencelidir.
	E2	Instagram Hikayeler'deki reklamlar ilgi çekicidir.
	E3	Instagram Hikayeler'deki reklamlar diğer reklam türlerinden daha zevklidir.
Güvenilir Olma	G1	Instagram Hikayeler'deki reklamlar güvenilirdir.
	G2	Instagram Hikayeler'deki reklamlar etkilidir.
	G3	Instagram Hikayeler'deki reklamlar ikna edicidir.
Algılanan Reklam Değeri	AR1	Instagram Hikayeler'deki reklamlar işe yarar bilgiler sağlayabilir.
	AR2	Instagram Hikayeler'deki reklamlar değerlidir.
	AR3	Instagram Hikayeler'deki reklamlar önemlidir.
Tüketici-Marka İlişkisi	TM1	Bence Instagram Hikayeler'de reklam veren markalar önemli markalardır.
	TM2	

	TM3	Bence Instagram Hikayeler'de reklam veren markalar işini iyi yapan markalardır. Instagram Hikayeler'de reklam veren markalar hakkında iyi düşüncelere sahibim.
Tüketici- Instagram İlişkisi	TI1 TI2 TI3	Bence Instagram önemli bir sosyal medya sitesidir. Bence Instagram işini iyi yapan bir sosyal medya sitesidir. Instagram hakkında iyi düşüncelere sahibim.

Kaynaklar

- Algi, A. (2018). Consumer Trust and Intention to Buy in Indonesia Instagram Stores. *In 2018 3rd International Conference on Information Technology, Information System and Electrical Engineering (ICITISEE)*, 199-203.
- Alıkılıç, İ. & Özkan, B. (2018). Bir sosyal medya pazarlama trendi, hatırlı pazarlama ve etkileyiciler: Instagram fenomenleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 43-57.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103 (3), 411.
- Aytekin, Ç. & Değerli, A. (2014). Etki bağlamında sosyal medyada ölçümleme çalışmalarına bakış: türkiye'deki ajanslar üzerine bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(21), 127-141.
- Battallar, Z., & Cömert, M. (2015). Tüketicilerin tercihlerinde sosyal medyadaki reklamların etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(1), 39-48.
- Belanche, D., Cenjor, I. & Pérez-Rueda, A. (2019), Instagram Stories versus Facebook Wall: an advertising effectiveness analysis. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23 (1), 69-94.
- Bozkurt, Y. (2019). Instagramdan hikaye reklamlar: Tüketici tutum ve davranış eğilimleri üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (2), 1507-1524.
- Che, J., Cheung, C. & Thadani, D. (2017). Consumer purchase decision in Instagram stores: the role of consumer trust. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA, 24-33.
- Chi, H., Yeh, H. R. & Tsai, Y. C. (2011). The influences of perceived value on consumer purchase intention: the moderating effect of advertising endorser. *Journal of International Management Studies*, 6 (1), 1-6.

- De Veirman, M., Cauberghe, V. & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36 (5), 798-828.
- Ducoffe, R. H. (1996). Advertising value and advertising on the web. *Journal of Advertising Research*, 36 (5), 21-32.
- Erkan, I. (2015). Electronic word of mouth on Instagram: customers' engagements with brands in different sectors. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 2 (12), 1435-1444.
- Erkan, İ. (2019). Markaların Sürdürülebilir Tüketim Farkındalığı Oluşturmalarında Sosyal Medyanın Rolü: Instagram Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (3), 170-182.
- Erkan, I., Gokerik, M. & Acikgoz, F. (2019). The Impacts of Facebook Ads on Brand Image, Brand Awareness, and Brand Equity. In *Handbook of Research on Entrepreneurship and Marketing for Global Reach in the Digital Economy* (pp. 442-462). IGI Global.
- Eru, O., & Yakın, V. (2019). Research on Determining Perceptions and Attitudes towards Emoji Use in Digital Marketing Campaigns. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (2), 83-100.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975) *Beliefs, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18 (3), 382-388.
- Gökerik, M., Gürbüz, A., Erkan, I., Mogaji, E. & Sap, S. (2018). Surprise me with your ads! The impacts of guerrilla marketing in social media on brand image. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30 (5), 1222-1238.
- Haghirian, P., Madlberger, M. & Tanuskova, A. (2005, January). Increasing advertising value of mobile marketing-an empirical study of antecedents. In *Proceedings of the 38th annual Hawaii international conference on system sciences* (pp. 32c-32c). IEEE.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (Seventh Ed.)*. Pearson-Hall International, Upper Saddle River, New Jersey.

- Hausman, A. V. & Siekpe, J. S. (2009). The effect of web interface features on consumer online purchase intentions. *Journal of Business Research*, 62(1), 5-13.
- Hootsuite. (2019). 37 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2020. <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>, Erişim Tarihi: 29.06.2020.
- Hootsuite. (2020). 43 Social Media Advertising Statistics that Matter to Marketers in 2020. <https://blog.hootsuite.com/social-media-advertising-stats/>, Erişim Tarihi: 29.06.2020.
- Jin, C.H. & Villegas, R. (2007). Consumer responses to advertising on the internet: the effect of individual difference on ambivalence and avoidance. *Cyber Psychology & Behavior*, 10 (2), 258-266.
- Kara, Y. & Coşkun, A. (2012). Sosyal ağların pazarlama aracı olarak kullanımı: Türkiye'deki hazır giyim firmaları örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 73-90.
- Kim, Y. J., & Han, J. (2014). Why smartphone advertising attracts customers: A model of Web advertising, flow, and personalization. *Computers in Human Behavior*, 33, 256-269.
- Klear. (2017). How Brands Drive Sales with Instagram Stories. <https://klear.com/blog/instagram-stories-conversion>, Erişim Tarihi: 29.06.2020.
- Lin, T. T., Paragas, F. & Bautista, J. R. (2016). Determinants of mobile consumers' perceived value of location-based advertising and user responses. *International Journal of Mobile Communications*, 14 (2), 99-117.
- Liu, C. E., Sinkovics, R. R., Pezderka, N., & Haghirian, P. (2012). Determinants of consumer perceptions toward mobile advertising—a comparison between Japan and Austria. *Journal of Interactive Marketing*, 26(1), 21-32.
- Logan, K., Bright, L.F. & Gangadharbatla, H. (2012). Facebook versus television: advertising value perceptions among females. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 6(3), 164-179.
- Mansour, I. H. F., & Diab, D. M. E. (2016). The relationship between celebrities' credibility and advertising effectiveness: The mediation role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 7(2), 148-166.
- Murillo, E., Merino, M. & Núñez, A. (2016). The advertising value of Twitter Ads: A study among Mexican Millennials. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 18(61), 436-456.

- Nandagiri, V. & Philip, L. (2018). Impact of influencers from Instagram and youtube on their followers. *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education*, 4 (1), 61-65.
- Pentina, I., Gammoh, B. S., Zhang, L. & Mallin, M. (2013). Drivers and outcomes of brand relationship quality in the context of online social networks. *International Journal of Electronic Commerce*, 17 (3), 63-86.
- Sabuncuoğlu İnanç, A. & Yağlıcı, M. (2018). Mahrem mekanlarını reklam alanına dönüştüren kadınlar: Instagram'ın yemek fenomenleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 1 (2), 166-180.
- Shin, H. H. & Kim, K. R. (2017). The Differences in Motivation and Usage according to Morphological evolution of SNS-Focusing on university students' use of Facebook and Instagram. *Journal of Digital Convergence*, 15 (6), 155-164.
- Statista. (2017). Number of active Instagram business profiles from September 2016 to November 2017. <https://www.statista.com/statistics/222243/number-of-instagram-business-accounts/>, Erişim Tarihi: 29.06.2020.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics (Sixth Ed.)*. Boston: Pearson.
- Van-Tien Dao, W., Nhat Hanh Le, A., Ming-Sung Cheng, J., & Chao Chen, D. (2014). Social media advertising value: The case of transitional economies in Southeast Asia. *International Journal of Advertising*, 33 (2), 271-294.
- Wang, Y. & Sun, S. (2010). Assessing beliefs, attitudes and behavioral responses toward online advertising in three countries. *International Business Review*, 19 (4), 333-344.
- We Are Social. (2020). Digital in 2020. <https://wearesocial.com/digital-2020>, Erişim Tarihi: 29.06.2020.
- Zeren, D. & Gökdağlı, N. (2019). Sürdürülebilirlikle İlgili Bir Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Instagram: En Değerli 25 Marka Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (3), 91-108.
- Zeren, D., & Gökdağlı, N. (2020). Influencer Versus Celebrity Endorser Performance on Instagram. *In Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 695-704). Springer, Cham.
- Zeren, D. & Keşlikli, İ. (2019). Programatik reklamcılık: kavram, işleyiş ve potansiyeli açısından değerlendirmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (2), 312-326.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 351-367

Zhang, H., Li, J., & Guo, X. (2008). Examining the Antecedents and Consequences of Advertising Value from the Perspective of Chinese Adolescents. *Acta Psychologica Sinica*, 40 (02), 193-200.

Zhou, Z. & Bao, Y. (2002) Users' attitudes toward web advertising: effects of internet motivation and internet ability. *Advances in Consumer Research*, 29, 71-78.

SURİYELİ AİLELERİN AİLE KATILIMINA İLİŞKİN ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ

Songül TÜMKAYA¹
Ersin ÇOPUR²

ÖZ

Bu çalışmada eğitimin ana unsurlarından olan öğretmenlerin Suriyeli ailelerin ilkokulda aile katılımları hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımına dayalı olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubu Mersin İli Tarsus İlçesinde devlet okullarında görev yapmakta olan 10 sınıf öğretmeninden oluşmuştur. Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanarak toplanmıştır. Araştırma verilerinin çözümlenmesinde betimsel analizden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sınıf öğretmenleri, Suriyeli ailelerin eğitim sürecine katılımını bir ihtiyaç olarak görmektedirler fakat Suriyeli ailelerin hepsinin eğitim sürecine katılımda aynı özenu göstermediklerinden şikâyetçidirler. Öğretmenler, Türkçe bilmeme, kültürel farklılıklar, maddi olanakların sınırlı olması, Türk eğitim sistemine adapte olamama, eğitimi ve okulu gereksiz görmenin, Suriyeli ailelerin eğitim sürecine katılımının önündeki engeller olarak görmektedirler. Öğretmenlerin, Suriyeli ailelerin eğitim sürecine katılımını artırmak için ev ziyaretleri, yüz yüze görüşmeler, öğrenciler ile ilgili duyuruları Suriyeli ebeveynlere ulaştırma, sınıf toplantıları gibi uygulamaları yaptıkları, bu konuda gerekli özveriyi gösterdikleri anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aile Katılımı, İlkokul, Sınıf Öğretmeni, Suriyeli Aileler

TEACHERS' VIEWS ON THE FAMILY PARTICIPATION OF SYRIAN FAMILIES IN THE PRIMARY SCHOOL

ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the opinions of teachers, who are one of the main elements of education, about the participation of Syrian families in primary school. The phenomenon (phenomenology) pattern based on qualitative research approach was used in the study. The study group consisted of 10 primary school teachers working in public schools in Tarsus, Mersin. The data of the study was collected by using semi-structured interview form. Descriptive analysis was used in the analysis of the research data. According to the results of the research, classroom teachers perceive the participation of Syrian families in the education process as a need, but they complain that not all Syrian

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, stumkaya@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0140-4640

² Öğretmen, MEB, e.copur33@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7403-9018

Received/Geliş: 01/06/2020 Accepted/Kabul: 07/09/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Tümkaya, S., Çopur, E. (2020), "Suriyeli Ailelerin Aile Katılımına İlişkin Öğretmen Görüşleri", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 368-386.

families show the same care in participating in the education process. The teachers listed the barriers to Syrian families' participation in the educational process as not knowing Turkish, cultural differences, limited financial means, not being able to adapt to the Turkish education system, seeing education and school unnecessary. It was seen that the teachers made the participation of Syrian families in the education process, made home visits, face-to-face interviews, conveying the announcements about the students to the Syrian parents and showed the necessary sacrifices in this regard.

Keywords: Family Participation, Primary School, Primary School Teacher, Syrian Families

1. Giriş

Son yıllarda, çocuk eğitiminde aile katılımına odaklanan çok sayıda çalışma yapılmıştır (Argon ve Kıyıcı, 2012; Erdoğan ve Demirkasımoğlu, 2010; Keçeli Kaysılı, 2008; Tay, Özdemir ve Yıldırım, 2013; Ünüvar, 2010). Bu çalışmalar sonucunda ebeveynlerin çocukların eğitimine katılımının, okul ve aile arasındaki ilişkinin artmasını sağladığı ve bunun doğal sonucu olarak çocukların eğitimine önemli katkılar sunduğu ortaya çıkmıştır (Tay, Özdemir ve Yıldırım, 2013, s. 77). Dünyanın birçok yerinde, eğitimciler, politikacılar ve araştırmacılar giderek artan bir şekilde okul ve aile ortaklıklarını öğrenci başarısı için önemli olarak kabul etmektedirler (Simon, 2004, s. 185).

Çocuklar için, hayatının ilk yıllarında edindiği kazanımlar, geri kalan hayatlarının belirleyicisi olacağı için, büyük bir önem taşımaktadır (Tuyisenge, 2015, s. 6). Binanın temelini sağlam olması, binanın yıllar boyunca ayakta kalmasını sağlaması gibi çocuklara okul döneminde ihtiyaç duydukları şeyi vermek, yetişkinlik için en iyi hazırlık veya temel olarak kabul edilmektedir. Çocuğun hayatının ilk yıllarındaki deneyimleri, gelecekteki sağlık, mutluluk, büyüme, gelişme ve öğrenme başarısını şekillendirmektedir. Bunun için çocuğun eğitiminde gerek öğretmen, gerekse ebeveynler ellerinden gelen her şeyi yapmalıdır.

Okul, aile ve toplum ortaklıklarını geliştirmek için birçok neden vardır. Ortaklıklar okul programlarını ve okul ortamını iyileştirebilir, ebeveynlerin becerilerini ve liderliğini artırabilir, aileleri okuldaki ve toplumdaki diğer insanlarla bağlayabilir ve öğretmenlere çalışmalarında yardımcı olabilir. Ancak, bu tür ortaklıklar kurmanın temel nedeni, tüm gençlerin okulda ve daha sonraki yaşamlarında başarılı olmalarına yardımcı olmaktır. Ebeveynler, öğretmenler, öğrenciler ve diğerleri birbirlerini eğitimde ortaklar olarak gördüklerinde, öğrencilerin etrafında bakım veren bir topluluk oluşur ve çalışmaya başlar (Epstein, 2002, s. 7).

Okulun işlevlerini yerine getirebilmesi için, okul dışındaki çevre ile iletişim hâlinde olunması gerektiğinin farkında olunmalı ve hedeflere ulaşmada bu çevre ile işbirliği kurulmalıdır. Bu çevreyi oluşturan faktörlerden birisi ve en önemlisi de öğrencilerin aileleridir (Keçeli Kaysılı, 2008, s. 70).

Aile-okul işbirliğinin amacı, öğretmenler, aileler ve öğrenciler de dâhil olmak üzere okul topluluğunun tüm üyeleri arasında sürdürülebilir ve etkili ortaklıkları teşvik etmektir (ACT, 2008, s. 1). Bastiani (2003), ebeveynleri çocuklarının eğitimine dâhil etmenin yararlarını şu şekilde sıralamıştır:

- Ebeveynlerin ve okulların karşılıklı bilgi paylaşımı sayesinde yanlış anlamaların önüne geçme ve problemleri erken aşamada çözümünü;

- Ebeveynlerin aktif olmaya teşvik edilmesi ve çocukların öğrenmesine yönelik destek, bir çocuğun okulu boyunca sürebilecek somut akademik faydalar; ve

- Öğrencilerin daha olumlu tutum ve davranışlar kazanmasını sağlar (Mafa ve Makuba, 2013, s. 38).

Çocukların inançları, olaylara bakış açıları, sahip oldukları değerler, içinde yaşadıkları aile ortamında şekillenir (Ünüvar, 2010, s. 720). Aile ortamında edindiği kazanımları okul ortamında devam ettirip geliştirmeleri için öğretmenler ve anne babalar ortak hareket etmek zorundadır. Anne babalar çocukları ile ilgili bilgileri öğretmenle paylaştıklarında, öğretmenler öğrenme ortamını bu bilgiler doğrultusunda hazırlayabilir ve öğrenci lehine sonuçlar elde edilebilir (Keçeli Kaysılı, 2008, s. 70). Bu durum sınıfta bulunan bütün öğrenciler açısından göz ardı edilemeyecek derecede öneme sahiptir.

İnsanoğlu varoluşundan bugüne kadar farklı sebeplerden ötürü yaşadıkları bölgelerden farklı bölgelere göç etmiştir. Toplu ya da bireysel göçler farklı nedenleri dayandırılabilir. Göç sebebi başta ekonomik olmak üzere, eğitim, siyasi ve sosyal çalkantılar, savaş, küreselleşme, ideoloji olabileceği gibi (Taşkaya, 2016, s. 211) en önemli nedenlerinden birisi de göç edenlerin ülkelerindeki kargaşadır (Akkaya, 2013, s. 180). Türkiye sürekli olarak göç alan bir ülke konumundadır. Türkiye en çok göçü komşusu olduğu ülkelerden almaktadır. En büyük göçmen nüfusunu ise Suriyeliler oluşturmaktadır. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü'nün yayımladığı rapora göre Şubat 2020 tarihi itibarıyla Türkiye'de yaşayan Suriyeli sayısı 3 milyon 585 bin 209 kişidir (multeciler.org.tr.) Türkiye'deki Suriyelilerin %46,31'i 0-18 yaş aralığında bulunmakta olup (mülteciler.org.tr), bu grubun büyük çoğunluğu okul çağındaki çocuklardan oluşmaktadır. Bu sebepten ötürü Suriyeli çocukların eğitimi büyük önem kazanmaktadır.

Her çocuğun kaliteli eğitim alma hakkının olması, Suriyeli öğrencilerin eğitiminin daha verimli hâle getirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu noktada Suriyeli ebeveynlerin aile katılımının artırılması, bu konuda emek harcanması zaruri bir hal almıştır. Bu çalışmada eğitimin ana unsurlarından olan sınıf öğretmenlerinin Suriyeli ailelerin ilkökulda aile katılımları hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu genel amaç doğrultusunda sınıf öğretmenlerinin; Suriyeli ailelerin aile katılımına verdikleri önem, aile katılımına ilişkin farkındalıkları, aile katılım çalışmalarının Suriyeli ailelere ve öğrencilere faydaları, aile katılımında Suriyeli ailelerle karşılaşılan sorunlar, aile katılımında öğretmenin rolü ve yaptığı uygulamalar ile aile katılımına ilişkin beklentilerine yönelik görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma, nitel araştırmaların alt türü olan olgubilim deseni kullanılarak yürütülmüştür. Olgubilim deseni farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bize tümüyle yabancı olmayan aynı zamanda da tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgubilim uygun bir araştırma zeminini oluşturur (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 69).

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu Mersin İli Tarsus İlçesinde devlet okullarında görev yapmakta olan 5 kadın ve 5 erkek olmak üzere 10 sınıf öğretmeninden oluşmuştur. Çalışma grubu oluşturulurken amaca yönelik örnekleme desenlerinden kartopu

örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmacılar, amaca yönelik örnekleme deseninde zengin bilgi kaynağı olduğu düşünülen durumlara, vakalara, kişilere, nesnelere ve belgelere yönelerek (Gliner, Morgan ve Leech, 2015) araştırılan konuyla ilgili derinlemesine bilgi sağlamayı amaçlarlar. Kartopu örnekleme yöntemi ise araştırmacının problemine ilişkin zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların saptanmasında oldukça etkilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 122). Araştırmaya katılan öğretmenler, araştırma konusu ile ilgili derin bilgilere sahip olabilecek öğretmenleri araştırmacıya önermiş, görüşmeler öğretmenlerin önerdikleri kişilerle gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Bireysel Özelliklere Göre Dağılımı

Değişkenler		N	%
Yaş	31- 35 yaş	2	20
	36- 40 yaş	3	30
	40- 45 yaş	3	30
	45 ve üzeri yaş	2	20
Cinsiyet	Kadın	5	50
	Erkek	5	50
Eğitim Durumu	Lisans	8	80
	Yüksek Lisans	2	20
Mesleki Kıdem	10-15 yıl	3	30
	16-20 yıl	4	40
	20 yıl ve üzeri	3	30

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 2’sinin (%20) 31-35 yaş grubunda, 3’ünün (% 30) 36-40 yaş grubunda, 3’ünün (%30) 40-45 yaş grubunda ve 2’sinin (% 20) 45 yaş ve üzeri yaş grubunda olduğu görülmektedir. Katılımcıların 5’i (%50) kadın ve 5’i (% 50) erkektir. Eğitim durumu açısından incelendiğinde, katılımcıların 8’i (%80) lisans mezunu ve 2’si (% 20) yüksek lisans mezunudur. Mesleki kıdem açısından incelendiğinde ise katılımcıların 3’ü (%30) 10-15 yıllık kıdeme, 4’ü (%40) 16-20 yıllık kıdeme ve 3’ü (%30) 20 yıl ve üzeri yıllık kıdeme sahip oldukları görülmektedir.

2.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak “Suriyeli ailelerin eğitimde aile katılımı” teması temel alınarak altı açık uçlu soru oluşturulmuştur. Bu çerçevede sınıf öğretmenlerine; Suriyeli ailelerin aile katılımına verdikleri önem, aile katılımına ilişkin farkındalıkları, aile katılım çalışmalarının Suriyeli ailelere ve öğrencilere faydaları, aile katılımında Suriyeli ailelerle karşılaşılan sorunlar, aile katılımında öğretmenin rolü ve yaptığı uygulamalar ile aile katılımına ilişkin beklentilerine yönelik görüşleri sorulmuştur.

2.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanarak toplanmıştır. Görüşme formu hazırlanırken literatür taranmış ve 12 sorudan oluşan taslak form uzman

görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşü doğrultusunda görüşme formuna son şekli verilmiş ve 6 sorudan oluşan görüşme formu kullanılarak veriler toplanmıştır.

Öğretmenlerle görüşmeler kendi istedikleri saatte, çalıştıkları okulda görüşme yapmaya elverişli, gürültüden uzak bir mekânda gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, araştırmaya katılanlara isimlerinin herhangi bir yerde geçmeyeceğini belirtmiş, ses kaydı için katılımcılardan izin almıştır. Görüşme yapılırken ses kaydı yapılmış, daha sonra kaydedilenler yazıya dönüştürülmüştür. Yapılan görüşmelerin süresi 35 ila 50 dakika arasında değişmiştir.

Araştırma verilerinin çözümlenmesinde betimsel analizden yararlanılmıştır. Betimsel analiz; verilerin olduğu gibi gösterildiği, betimlendiği, resmedildiği, anlatıldığı bir irdelemedir. Betimsel analizde ayrıntılı ve kurama dayalı bir ayrıştırma söz konusu değildir. Araştırmacı, araştırma sırasında sorduğu soruyu, araştırma raporlaştırılırken aynen yazamaz. Yazarsa bu hata olur. Onun yerine soruyu bir başlık, kavram, bir cümle hâlinde yazmalıdır (Sönmez ve Alacapınar, 2013, s. 160). Verilerin toplanması bittikten sonra, görüşme metinleri, araştırmacılar tarafından okunarak tema başlıkları oluşturulmuş ve bu çerçevede çözümlenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini arttırmak için katılımcıların görüşleri alıntılanarak sunulmuştur.

3. Bulgular

Araştırmanın bulguları altı ana başlık altında ele alınmıştır. Bulgularda sırasıyla Sınıf öğretmenlerinin; Suriyeli ailelerin aile katılımına verdiği önem, Suriyeli ailelerin aile katılımına ilişkin farkındalıkları, aile katılım çalışmalarının Suriyeli ailelere ve öğrencilere faydaları, aile katılım çalışmalarında Suriyeli ailelerle karşılaşılan sorunlar, aile katılımı çalışmalarında öğretmenin rolü ve yaptığı uygulamalar ile aile katılımına yönelik beklentileri hakkındaki görüşleri aktarılmıştır.

3.1. Öğretmenlerin Suriyeli Ailelerin Okula Verdikleri Öneme İlişkin Görüşleri

Sınıf öğretmenlerinin, Suriyeli ailelerin okula verdikleri öneme ilişkin görüşlerinin farklılaştığı anlaşılmıştır. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin 3'üne göre Suriyeli ebeveynler okulu çocukları için önemli görmekte, 2'sine göre önemli görmemekte ve 5'ine göre ise kısmen önemli görmektedirler. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin görüşleri şu şekildedir:

“Okulun önemli olduğunu düşündükleri kanısındayım. İletişimin ve çocuklarının ileride iyi bir insan olmaları gerektiğinin farkındalar, bunun da yolunun okul ile olabileceğinin farkındalar” (Ö6).

“Bütün velilerin okulun çocukları için önemli olduğunu düşündüklerini düşünmüyorum. Çünkü bizim veli profilimizde çoğunlukla çocukları ile çok ilgili olmayan velilerin hâkim olduğunu düşünüyorum. Bu ilgisizliğin sebebi, ekonomik olarak kötü durumda olma ve göçün yarattığı mağduriyet olabilir” (Ö7).

“Bence Suriyeli ebeveynler okulun çocukları için önemli olduğunu düşünmüyorlar. Çocuklarını mecburiyetten okula gönderdiklerini düşünüyorum. Eğitimin önemli bir şey olduğunu düşünmüyorlar. Çocuklarını okula gönderiyorlar karşılığında da maddi çıkar elde etmek istiyorlar” (Ö8).

3.2. Öğretmenlerin Suriyeli Ailelerin Eğitimdeki Etkilerinin Farkındalığına İlişkin Görüşleri

Sınıf öğretmenleri, Suriyeli ebeveynlerin eğitimdeki etkilerinin farkında olup olmama durumları ile ilgili farklı görüşler bildirmişlerdir. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin 4'ü Suriyeli anne ve babaların çocuklarının eğitimindeki etkilerinin farkında olduklarını, 3'ü farkında olmadıklarını, diğer 3'ü de kısmen farkında olduklarını belirtmişlerdir. Sınıf öğretmenlerinin bu konu hakkındaki görüşleri aşağıdaki gibidir:

“Suriyeli ebeveynler eğitimdeki etkilerinin farkındalar. Çünkü çocuklarıyla beraber okula gidip gelmeleri, sıkıntıları olduğunda iletişime geçtiğimizde okula teşrifleri, eğitime etkilerinin farkında olduklarının açık ve net göstergesidir” (Ö2).

“Bu durum ailelerin önceliklerine göre değişir diye düşünüyorum. Benim öğrencilerimin aileleri eğitimdeki etkilerinin farkında değiller” (Ö5).

“Çoğu farkında değil. Geldikleri yerlerdeki eğitim sistemi ile bizim eğitim sistemimiz birbirinden farklı. Bunun sonucu olarak da Suriyeli ebeveynler aile katılımının önemini bilmiyor olabilirler” (Ö7).

Araştırmaya katılan öğretmenlerin hepsi, Suriyeli ailelerin eğitim sürecinin katılımının çok önemli olduğu, ailelerin eğitimde aktif katılımlarının öğrenci ve öğretmen açısından birçok fayda sağladığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu konu ile ilgili öğretmenlerin görüşleri şu şekildedir:

“Özellikle birinci sınıf olduğumuz için okuma yazma sürecinde velilerin katkısına çok ihtiyaç duyuyoruz. Sürecin takibi açısından Suriyeli ailelerin eğitime katılımı bizim hedeflerimize ulaşmamızdaki en önemli ihtiyaçlarımızdandır” (Ö1).

“Bence çok önemli.5 Suriyeli öğrencim var. 4 öğrencimin başarısı çok düşük. 1 öğrencim ise çok başarılı. Çünkü başarılı öğrencimin ailesi eğitim sürecine aktif olarak katılmaktadır. Bunun sonucunda da öğrenci başarılı oluyor” (Ö3).

“Sadece Suriyeli çocuklar için değil tüm çocuklar için ailelerinin eğitime katılımı çok önemlidir. Suriyeli öğrencilerle ilgili birçok sorun yaşıyoruz. Öğrenciler derslere ve sınıfa adapte olmakta çok büyük sorunlar yaşıyoruz. Aileler eğitime aktif olarak katılsa, öğrencilerinin her türlü problemi ile ilgilense bu problemleri kolaylıkla aşabileceğimizden ötürü Suriyeli ailelerin eğitime aktif katılımı büyük önem arz ediyor” (Ö4).

“Ailelerin eğitim sürecine katılımı çok önemlidir fakat Suriyeli ailelerin eğitime katılımı çok daha önemlidir. Çünkü aileler başka bir ülkeden ülkemize göç etmiş, bu sebeple yetişkinlerde olduğu gibi çocuklarda da ülkemize uyum noktasında birtakım sıkıntılar görülmektedir. Bu sıkıntıları eğitim ile aşabileceğimize inanıyorum. Bu noktada ailelerin eğitim sürecine katılımı çocukların her yönden lehine bir durum oluşturur diye düşünüyorum” (Ö9).

“Bence çok önemli.Çünkü ilkokulda okulda öğrenmelerin evde de devam etmesi gerekiyor. Eğitimin bütünselliğinin devam etmesi de tamamen ailelere bağlı. Okuldaki öğrenmeyi evde devam ettirecek

olanlar ebeveynlerdir. Eğer ebeveyn eğitimde aktif bir şekilde rol almazsa, parçalardan biri eksik kalır ve öğrenci istenen düzeyde başarı elde edemez” (Ö10).

Sınıf öğretmenlerinin Suriyeli ailelerin eğitimde aile katılımına dair farkındalıkları hakkındaki görüşleri incelendiğinde, öğretmenlerin çalıştıkları okulun bulunduğu çevrenin sosyo-ekonomik düzeylerinin, ailelerin sahip oldukları kültürel altyapının ve Suriyeli anne babaların eğitim düzeylerinin düşük olmasının, Suriyeli ebeveynlerin okulun çocukları için önemi ile ilgili görüşlerinde etkili olduğu görülmektedir.

3.3. Öğretmenlerin Aile Katılımının Suriyeli Ailelere ve Öğrencilere Faydalarına İlişkin Görüşleri

Sınıf öğretmenlerine göre aile katılım çalışmalarının Suriyeli veliler açısından çok büyük faydaları vardır. Öğretmenler, Suriyeli velilerin Türkçe bilmemelerinin, Suriyeli velilerin ortak problemi olduğunu belirtmiş, Suriyeli velilerin aile katılım çalışmalarına katılımının dil problemlerini çözmelerine katkı sağlayacağını ayrıca, dil problemi aşıldığında, aidiyet duygusunun gelişerek, Suriyeli velilerin psikolojik ve sosyal açıdan da rahatlayacağını belirtmişlerdir. Bu konuyla ilgili öğretmenlerin görüşleri şu şekildedir:

“Suriyeli veliler bizden farklı bir kültüre sahipler. Ülkemize adapte olmaları, dilimizi öğrenmeleri ve bizi öğrenmeleri açısından eğitim sürecine katılarak kendilerine fayda sağlamış olurlar. Ayrıca benim Suriyeli velilerimden çocukları ile birlikte okuma yazma öğrenen velilerim oldu. Bu yönüyle de Suriyeli veliler açısından aile katılımının ayırı bir öneminin olması gerektiğini düşünüyorum” (Ö1).

“Ailelerin eğitime katılımının Suriyeli veliler açısından önemi bence şu şekilde özetlenebilir: Suriyeli veliler var olan bir gruba dâhil oluyorlar. Herhangi bir toplantı yaptığımızda veya görüşme yaptığımızda velilerin okula karşı tutumunun olumlu bir hal aldığı ve velilerin bu durumdan kendilerini mutlu hissederek pay çıkardıklarını düşünüyorum. Aile katılım çalışmalarının Suriyeli ebeveynlerin aidiyet duygularını geliştirileceğini ve sosyalleşmelerine katkı sağlayacağını düşünüyorum” (Ö8).

“Aile katılım çalışmalarının Suriyeli veliler açısından birçok faydası vardır. Öncelikle Suriyeli velinin aile katılım çalışmalarına katılımı için okula gelmesi gerekir. Veli okula geldiğinde öğretmen ve diğer velilerle iletişim kurmak zorunda kalacak ve istese de istemese de Türkçeyi öğrenecektir. Türkçeyi öğrenen Suriyeli veli, sosyalleşecek, bizim kültürümüzü tanıyacak, özgüveni artacak ve yaşadığı çevreyi merak edip gezebilecek, bunun doğal sonucu olarak da psikolojik açıdan rahatlayacaktır” (Ö9).

Aile katılım çalışmalarına Suriyeli velilerin aktif katılımının velilere katkılarının yanında, öğrenciye sağladığı katkılara ilişkin öğretmenlerin hepsi olumlu görüş bildirmişlerdir. Öğretmenler, öğrencinin akademik başarısının artırılmasında ve olumlu davranış kazanmasında eğitimde aile katılımının hayati öneme sahip olduğunu ve öğrencilerinin gelecek yaşantılarının oluşmasında belirleyici faktörlerden biri olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenlerin Suriyeli ailelerin aile katılım çalışmalarına aktif katılımının öğrenci açısından faydaları ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

“Aileler eğitim sürecinde aktif olduklarında öğrencilerin özgüveni artar. Öğrenciler ebeveynlerini okulda gördüklerinde, çocukların okula karşı ciddi bir tutum geliştirir. Bu da öğrencinin sorumluluklarını yerine getirmesini sağlar” (Ö5).

“Ailesinin eğitim sürecine katıldığını gören öğrenci, ailesinin güvenini boşa çıkarmamak adına daha çok çalışır. Akademik başarısı artar. Öğrenci kendinde farklı yönler görüp kendini geliştirebilir. Velinin eğitim sürecine aktif katılımıyla öğretmen ile veli arasındaki iletişim güçlenir. Öğretmen öğrenci ile ilgili artı ve eksi yönleri veliye aktarır ve bu da öğrencinin lehine bir sonuç yaratır” (Ö7).

“Eğitimde aile ne kadar aktif olursa, öğrenci de o kadar başarılı olur. Suriyeli ebeveynlerin eğitimde aktif bir şekilde rol alması öğrencilerinin akademik başarısını artırır ve doğru davranış kazanmalarına katkı sağlar” (Ö10).

Çocukların yaşamlarında ailelerin rolü tartışılmayacak şekilde önemlidir. Hem okul hem de aile yaşantısı çocukların gelecek yaşantılarını ortak bir şekilde belirlemektedir. Okulun ulaşılmak istenen hedeflere, ailenin desteği olmadan ulaşmak çok zordur. Hedeflere daha rahat ulaşmak adına izlenecek yollardan birisi, ailelerin okulda yapılanlar hakkında bilgilendirilmesidir. Sınıf öğretmenlerinin okulda yapılanlar hakkında Suriyeli ailelerin bilgilendirilmesinin öğretmen ve öğrenci açısından faydaları sorulduğunda, araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin hepsi, olumlu cevaplar vermişler ve okulda yapılanların ailelere aktarılmasını bir zorunluluk olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bu konuya dair sınıf öğretmenlerinin görüşleri şu şekildedir:

“Velinin bilgilendirilmesi, eğitime karşı bakış açısını geliştirir ve öğrencinin eğitimi üzerinde pozitif etki yaratır. Anne babasının eğitimde aktif katılımını gören öğrenci mutlu olur. Mutlu olan öğrencinin de akademik başarısı artar. Benim sekiz tane Suriyeli öğrencim var. Bu öğrencilerin ebeveynleri diğer velilerim gibi eğitim sürecine aktif katılmaktadırlar. Bunun doğal sonucu olarak da benim işim kolaylaşıyor. Direk iletişime geçtiğimde her türlü ihtiyaçta ya da herhangi bir problemin çözümünde Suriyeli velilerim bana yardımcı oluyorlar” (Ö1).

“Eğitim, aile, öğrenci ve öğretmenlerin başrolde olduğu bir süreçtir. Okulda yapılanlar hakkında ailelerin bilgilendirilmesi, onlara okula karşı bir sorumluluk yükler ve bunun doğal sonucu olarak aileler öğrencilere sorumluluklar yükler. Bu durumda öğrencinin davranışlarında ve ders başarısında düzelmeler yaşanır. Suriyeli velilerin okulda yapılanlar hakkında bilgilendirilmesi, öğretmen açısından ise, öğretmenin işini kolaylaştırıcı bir özelliğe sahiptir. Bilinçlenen veli, ilgili hale gelir ve öğretmenin daha az çaba sarf etmesini sağlar” (Ö4).

“Farkındalık yaratır diye düşünüyorum. Ne kadar bilerseniz o kadar yaşarsınız veya yaşatırsınız. Suriyeli velilerin de eğitim sürecinde okulda yapılanlar hakkında bilgilendirilmesi onların bu işi daha fazla ciddiye almalarını sağlar diye düşünüyorum. Velilerin bilgilendirilmesi, öğrencilerin sorumluluk duygusunu geliştirir.

Sorumluluk kazanan öğrenci anne babasına mahcup olmamak için okula ve derslerine daha fazla önem verir, davranışlarına dikkat eder. Bunun doğal sonucu olarak da işimiz kolaylaşır ve yaptığımız işten daha fazla zevk alırız” (Ö8).

Sınıf öğretmenlerinin aile katılım çalışmalarının faydaları hakkındaki görüşleri incelendiğinde, sınıf öğretmenlerinin, aile katılım çalışmalarını, öğrencinin akademik başarısını artırması, olumlu davranış geliştirmesi ve gelecek yaşantısına katkı sağlaması açısından eğitimin olmazsa olmazı gördükleri anlaşılmıştır. Ayrıca aile katılım çalışmalarının merkezini öğrencinin oluşturması yanında, bu çalışmalara katılımda veli boyutu da özellikle Suriyeli aileler açısından çok büyük öneme sahiptir. Suriyeli velilerin okul ile iç içe olması, onlara göç ederek geldikleri bu ülkenin dilini, kültürünü, eğitim sistemini ve sosyal yaşama dair kuralları öğretmesi açısından çok önemli faydalar sunar. Öğretmenler açısından ise mesleklerini icra ederken, ortaya çıkarılan ürünün verdiği hazzı daha fazla hissederek mutlu olmalarını ve hem ruhsal hem de bedensel olarak daha az yorulmalarını sağladığından ötürü çok önemlidir.

3.4. Öğretmenlerin Aile Katılımda Suriyeli Ailelerle Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Görüşleri

Öğrencinin hedeflenen noktaya ulaşması, okulda yapılan etkinliklerin evde de devam ettirilmesi ile tam anlamıyla mümkün olur. Bunun için ailelerin eğitim sürecinde aktif olarak rol alması gerekmektedir fakat Suriyeli ailelerin eğitim sürecine katılımlarında birtakım sıkıntılar yaşanmaktadır. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin hepsi, Suriyeli ailelerin eğitim sürecine katılımlarında bir takım sorunlar yaşadıklarını belirtmiş ve şu şekilde görüş bildirmişlerdir:

“Suriyeli veliler öğrencilerin okula geliş gidiş saatlerine dikkat etmiyorlar. Bunun sebebi de ailelerin okulu daha arka planda tutmalarından kaynaklanıyor. Farklı bir kültürden gelmeleri Suriyeli ailelerin aidiyet duygusunun önüne geçiyor. Bunun sonucunda da eğitimden uzak duruyorlar” (Ö5).

“En önemli sorun dil problemi. Suriyeli velilerin yaşadıkları problemler ister istemez onları kendi kabuklarına çekilmelerine sebep olmaktadır. Bu da okuldan uzaklaşmalarına sebep olmaktadır. Kültürel farklılıklar da Suriyeli velilerin eğitimde aktif katılımlarının önündeki engellerdendir diye düşünüyorum” (Ö7).

“Suriyeli velilerin büyük çoğunluğu okulu eğitim yuvası olarak değil, öğrencilerin zaman geçirdiği bir yer olarak görüyorlar. Benim için en büyük problem bu. Ayrıca iletişim konusunda sıkıntılar yaşıyoruz. Dil çok büyük bir sorun teşkil ediyor bizler için” (Ö10).

Öğretmenlere göre Suriyeli ailelerin eğitim sürecine katılımı gereklidir fakat öğretmenlerin genel olarak bu konuyla ilgili düşünceleri, Suriyeli ailelerin okula gelme ya da okul ile iletişime geçme sebepleri, çocuklarının eğitimi ile alakalı olmadığı, yaşanan herhangi bir sıkıntının giderilmesi amacıyla okula geldikleri ya da okul ile iletişime geçtikleri yönündedir. Suriyeli ebeveynlerin okula gelme sıklıkları ve okul ile iletişime geçme sebepleri hakkındaki bazı öğretmen görüşleri şu şekildedir:

“Kan tahlili, ağız dış kontrolü gibi işlemlerde, veli toplantıları yapılacağına, öğrenci ile ilgili sıkıntılarda ve yardımlarla ilgili Suriyeli veliler okula gelmektedirler. Çok sık geldiklerini söyleyemem.

Suriyeli velilerin birçoğu öğrencilerinin akademik başarılarını artırmak için değil, maddi yardım yapılacağı zaman okula geliyorlar” (Ö2).

“Sadece bir Suriyeli velim okula çok sık gelmektedir. Bunun okula gelme nedenin tamamen çocuğu içindir diyebilirim. Bu veli, çocuğunun davranışları hakkında, dersleri hakkında bilgi almak için okula gelir. Bu veli hiç Türkçe bilmiyor. Kızı vasıtasıyla iletişim kuruyoruz. Buna rağmen okula çok sık gelir. Geriye kalan Suriyeli veliler ise bizlerle çok sık iletişime geçmemekte ya da okula gelmemektedirler. Okula gelme sebepleri sene başındaki veli toplantısına katılmaktan ibarettir” (Ö3).

“Çok sık okula gelmiyorlar. Bir sıkıntı olduğunda okula geliyor ya da bizlerle iletişime geçiyorlar” (Ö10).

Araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin hepsi Suriyeli ailelerin aile katılım çalışmalarında aktif rol almasında birtakım sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenlere Suriyeli velilerin eğitimde aile katılımını engelleyen faktörler sorulduğunda ise, öğretmenlerin hepsi, Suriyeli velilerin Türkçe bilmemesini en temel sorun olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında maddi yetersizlikler, yaşadığı ülkeye aidiyet duyamama ve çekingenlik de Suriyeli velilerin eğitimde aile katılımını engelleyen faktörler arasında gösterilmiştir. Bu konuyla ilgili sınıf öğretmenlerinin görüşleri aşağıda belirtilmiştir:

“Bana göre çalışma koşullarının ağır olması, gelir düzeyinin düşük olması, Suriyeli velilerin okulu ciddiye almamaları ve eğitime yeteri kadar önem vermemeleri, Suriyeli velilerin aile katılım çalışmalarını engelleyen etmenlerdir” (Ö1).

“İçinde buldukları ortama dâhil olamama korkusu, dışlanma korkusu, kabullenememe korkusu, ekonomik nedenlerden dolayı ağır çalışma koşulları altında olmaları, çocuk sayısının fazla olmasından dolayı vakit bulamama, dil problemi, kültür problemi, Suriyeli ebeveynlerin aile katılımını engelleyen faktörlerdendir” (Ö2).

“Dil problemleri, maddi yetersizlikleri, eğitime önem vermeme, ailelerin eğitim düzeylerinin düşük olması Suriyeli ailelerin eğitimde aile katılımını engelleyen faktörlerdendir diye düşünüyorum” (Ö9).

Sınıf öğretmenleri bir başka sorun olarak aile katılımı çalışmalarına büyük çoğunlukla Suriyeli babaların katılmamasını belirtmişlerdir. Aile katılım çalışmalarında ebeveynlerin birlikte rol alması öğrenci açısından çok önemlidir. Bu süreçte anne ve babanın ortak bir şekilde hareket etmesi ve aynı dili konuşması istenen başarıyı elde etmede anahtar rol oynamaktadır. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin tamamı Suriyeli anne babaların eğitimde aile katılım çalışmalarına birlikte katılmadıklarını, 9’u yalnızca annenin, 1’i de yalnızca babanın aile katılım çalışmalarına katıldığını belirtmişlerdir. Annelerin daha çok katılmalarının nedenleri arasında babaların ağır koşullar altında çalışmaları ve eğitime gereken önemi vermemeleri gösterilmiştir. Sınıf öğretmenlerinin bu konu hakkındaki görüşleri aşağıda belirtilmiştir:

“Anneler daha istekli. Annenin çalışmıyor babanın çalışıyor olması genellikle anne ile olan iletişimi daha aktif kılıyor. Bunun ekonomik sebeplerden kaynaklandığını düşünüyorum” (Ö2).

“İsteklilik olarak değil ama zorunluluktan genelde anneler. Babaların çalışıyor olmalarından dolayı anne çocukları ile daha çok ilgilenmekte” (Ö6).

“Anneler daha istekli. Annelerin annelik içgüdüleri taşımaları ve okula ayıracakları zamanlarının daha fazla olması nedeniyle anneler eğitimde aile katılımına daha istekli diye düşünüyorum. Çünkü babalar çalışmak zorundalar ve ağır şartlarda çalışıyorlar. Dolayısıyla babaların okula ayıracakları zamanları yok diyebilirim” (Ö8).

“Genellikle babalar daha istekli. Hayatın zorluklarıyla eğitimle baş edilebileceğinin farkında oldukları için babalar daha istekli diyebilirim. Fakat babalarla da kültürel farklılıklardan dolayı iletişime geçemiyoruz. Mecburen annelerle iletişim kuruyoruz” (Ö10).

Sınıf öğretmenlerine göre Suriyeli ebeveynlerin, eğitimde aile katılımında anne babanın birlikte aktif rol almadığı durumlarda istenmeyen sorunlarla karşılaşılabilir, bu sorunlar çocuğun gelecekteki yaşantısında derin izler bırakabilir. Öğretmenlerin aile katılım çalışmalarına ebeveynlerden sadece birinin katılmasının yol açacağı sorunlarla ilgili görüşleri şu şekildedir:

“Öğrencinin hem davranışlarını hem akademik başarısını etkiliyor. Anne babası eğitim sürecine birlikte katılan öğrenci daha başarılı oluyor. Babasını hiç görmediğim, annesini ise sadece bir kez gördüğüm bir öğrencim var. Bu öğrencinin akademik başarısı çok düşük ve davranış problemleri had safhada. Arkadaşları ile sürekli bir kavga durumu içerisinde. Anne babası eğitim sürecine birlikte katılan bir öğrencimin ise, davranış problemi yok denecek kadar az, arkadaşları ile iletişimi çok iyi ve akademik başarısı da çok yüksek. Bunun anne babasının eğitim sürecinde aktif olarak yer almasından kaynaklandığını düşünüyorum” (Ö3).

“Aile katılımı için illa ki anne ve babanın birlikte okula gelmesinin şart olmadığını düşünüyorum. Baba okula gelemezse bile akşam çocuklarını ders çalışmaya yönlendirse, öğretmenleri ve arkadaşlarıyla nasıl iletişim kurmasını söylese bile bence eğitime katkı sağlamış olur. Bunların tersini yapan bir baba büyük sorunlar çıkmasına sebep olur. Bu yüzden hem anne hem baba eğitimde aktif olarak rol alırlarsa, öğrencinin ders başarısı ve olumlu davranış sergilemesi artar diye düşünüyorum” (Ö6).

“Masanın ayağının biri eksik olduğunda masa devrilmez ama sallanır. Anne ya da babadan biri eğitimde eksik kalıyorsa çocuk bu durumdan olumsuz etkilenir. Bu olumsuzluk derslerine ve davranışlarına da yansır. Öğretmen açısından da, istedikleri şeylerin yapılmamasına yol açar” (Ö8).

Yalnızca sınıf öğretmenleri için değil, tüm öğretmenler için ebeveynlerin eğitimde aktif rol alması öğrenci başarısının artması ve davranış problemlerinin en aza indirilmesi açısından çok önemlidir. Konu Suriyeli öğrenciler olunca bu önem katlanarak artmaktadır. Aile katılım çalışmalarına hangi Suriyeli ailelerin daha istekli oldukları sorusuna verdikleri cevaplar aşağıda sunulmuştur:

“Bence geleceği tam olarak düşünmeyen, yaşadığı yere adapte olmak için çaba sarf eden, eğitim bize burada da Suriye’de de lazım diye düşünen aileler, eğitim sürecinde daha istekliler” (Ö3).

“Eğitim durumu ve maddi durumla ilgili. Bir öğrencimden hareketle cevap vereyim isterseniz. Öğrencimin anne ve babası üniversite mezunu. Hatta anneanesi de üniversite mezunu. Dolayısıyla maddi durumları da diğer Suriyeli ailelerden daha iyi. Hal böyle olunca bu insanlar eğitimin ne kadar önemli olduğunun farkındalar. Şu bir gerçek ki ailelerin ekonomik düzeyi ve eğitim düzeyi çocuğun eğitim düzeyini belirliyor” (Ö5).

“Eğitim durumu yüksek olan gruptaki öğrencilerin ebeveynleri eğitimde aile katılımına daha istekli diye düşünüyorum” (Ö7).

“Eğitim durumu yüksek olan Suriyeli ebeveynler eğitimde aile katılımına daha istekliler. Benim bir kız öğrencimin babası Suriye’de öğretmenmiş. Bu kızımızın ailesi kızlarının eğitimi için, diğer velilerden daha fazla çaba gösteriyorlar” (Ö8).

3.5. Öğretmenlerin Suriyeli Ailelerin Aile Katılımını Arttırmadaki Rolüne ve Uygulamalarına İlişkin Görüşleri

Ebeveynleri aile katılım çalışmalarına dâhil etmede öğretmenin rolü çok büyüktür. Öğretmen tutumunun, aile katılımında belirleyici olması beklenmektedir. Öğretmen tutumlarının Suriyeli velilerin aile katılım çalışmalarına etkileri ile ilgili öğretmenlerin görüşleri aşağıda belirtilmiştir:

“Direk öğretmen tutumuyla ilgili olduğunu düşünüyorum. Öğretmenin sıcak tavrı, Suriyeli velilerin eğitim sürecine katılımı pozitif etkiler. Ötekileştirmeden, tüm velileri aynı kabul ettiğini gösteren bir öğretmen, Suriyeli velileri eğitim sürecine aktif olarak katabilir” (Ö1).

“Suriyeli velilerin aile katılımını arttırmada öğretmen olarak bizlere büyük işler düşmektedir. Velinin okula gelmesini beklemektense, velilerimize biz gidip onlarla olumlu bir diyalog kurabiliriz. Öğretmenin sıcak tutumu velilerin eğitimde aile katılımını artırır. Eğer tersi bir davranış ve tutum sergilersek veli de eğitimde aile katılımından uzak durur” (Ö7).

“Sadece Suriyeli veliler değil, tüm veliler gözlerinin içine bakılıp hoş geldiniz denilerek karşılandığında, değer verildiği hissettirildiğinde, eğitimde aktif olarak rol alırlar. Bunun tam tersi şekilde davranıldığında ise hiçbir veliyi okula çekemez, eğitimde aktif hale getiremezsiniz. Her şey öğretmenler başlayıp, öğretmenle bitiyor ashında” (Ö8).

Sınıf öğretmenlerinin verdiği cevaplar ışığında, Suriyeli ebeveynlerin aile katılım düzeylerini arttırmada öğretmenin tavır ve Suriyeli velilere karşı tutumlarının oldukça önemli olduğu görülmektedir. Öğretmenler olumlu tutum ve tavır geliştirerek Suriyeli velilere eğitimde aile katılım çalışmalarında aktif hale getireceklerine inanmaktadırlar. Bunun yanında araştırmaya katılan sınıf öğretmenlerinin hepsi, Suriyeli ebeveynlerin eğitimde aile katılımını etkin kılmak için birtakım uygulamalar yaptıklarını belirtmişler, belli başlı hazırlıkların ardından yapılan ev ziyaretlerinin ve yüz yüze görüşmelerin

Suriyeli ebeveynlerin aile katılımında çok etkili olduğunu belirtmişlerdir. Sınıf öğretmenlerinin Suriyeli velilerin aile katılım düzeylerini etkin kılmak için yaptıkları uygulamalar ve bu uygulamalara ilişkin yaptıkları hazırlıklar hakkındaki görüşleri şu şekildedir:

“Toplantı, ev ziyareti ve veli görüşmeleri yapıyorum. Toplantılarda Suriyeli velilerle özel olarak görüşüyorum. Matematikte Suriyeli öğrencilerin başarısı beni çok etkiliyor. Onlarla matematik üzerine konuşuyorum. Yaptığım bu uygulamalar için Salı günlerini tercih ediyorum. Öğrenci listesine göre velilerden randevu alıp, onlarla yerinde sohbetler gerçekleştiriyorum” (Ö3).

“Yaptığım tüm duyuruları Suriyeli velilere de ulaştırıyorum. Okuldaki tercüman vasıtasıyla tüm velilerimin paylaşımlarımdan haberdar olmasını sağlıyorum. Okuma bayramı programında Suriyeli velilerimi de aktif kıldım. Bu şekilde Suriyeli velilerime de değerli olduklarını hissettirdim. Aile ziyaretlerinde bulunuyorum. Onları yaşadıkları ortamlarda gözlemleyip öğrencini yaşadığı ortamı görmeye çalışıyorum. Bunlar için aslında ekstra bir çalışma yapmıyorum. Türk ailelere nasıl davranıyorsam Suriyeli ailelere de aynı şekilde davranıyorum” (Ö5).

“Ev ziyaretlerine özellikle önem veririm. Sınıfıma sonradan dâhil olan Suriyeli öğrencimin evine, geldiği hafta ziyaret düzenlerim. Nerde, nasıl, hangi şartlar altında yaşadığını görmek, öğrencimle ve ebeveynleriyle kuracağım bağ için çok önemlidir. Bu şekilde Suriyeli ebeveynlerin aile katılımını bir nebze de olsa artırmış oluyorum. Ayrıca, sınıf toplantıları yapıyorum. Özel görüşmeler yapıyorum. Tüm bunlar için önceden hazırlık yapıyorum. Önceden velilerime haber veriyorum. Konuşacağım konuları belirliyorum. Okulumuzda bulunan tercümana saat belirterek, görüşme yapacağımızı söylüyorum ve ev ziyareti, görüşme ve toplantıları bu şekilde gerçekleştiriyorum” (Ö8).

“Öğrenci iyi şeyler yaptığında da kötü şeyler yaptığında da Suriyeli velilerimle görüşmeler yapıyorum. Onları okula gelmeleri yönünde teşvik ediyorum. Evlerine gidip çaylarını içiyor hem anne ile hem de baba ile sohbet etmeye çalışıyorum. Bunun için önceden haber veriyorum ki baba da evde olabilsin. Ailelerle konuşacağım konuları önceden belirliyorum” (Ö9).

3.6. Öğretmenlerinin Aile Katılımına İlişkin Beklentileri

Sınıf öğretmenlerinin Suriyeli ailelerin eğitim sürecine aktif katılımı konusundaki beklentileri; Suriyeli ebeveynlerden beklentiler, Türk ebeveynlerden beklentiler ve Okul idaresinden beklentiler başlıkları altında genel olarak verdikleri cevaplar doğrultusunda aşağıda sunulmuştur.

Suriyeli ebeveynlerden beklentiler: Araştırmaya katılan öğretmenlerin hepsi Suriyeli ebeveynlerden eğitim sürecine aktif katılım noktasında birtakım beklentileri olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenlerin hepsi, Suriyeli anne, baba ve çocukların ivedi şekilde Türkçe öğrenmeleri gerektiği hususunda hemfikirdirler. Türkçe öğrendiklerinde, Suriyeli anne baba ve çocukların aidiyet duygusunu geliştireceğini, okulda ve sosyal

yaşamdaki gelişmeleri takip edebileceklerini belirtmişlerdir. Bunun doğal sonucu olarak da, eğitimde daha aktif olacaklarını düşünmektedirler. Öğretmenler kimi Suriyeli ebeveynlerin okulu önemsemediklerinden ve eğitimin çocuklarının gelecek yaşantılarının belirlenmesindeki etkilerinin farkında olmamalarından şikâyet etmektedirler. Bunun için Suriyeli ailelerden eğitimi önemsemelerini ve okulu bir eğitim yuvası olarak görmelerini beklemektedirler. Ayrıca, araştırmaya katılan sınıf öğretmenleri genel olarak, eğitimin sadece Türkiye’de yaşam için değil dünyanın her yerinde daha mutlu bir yaşam için bir gereklilik olduğunun farkına varmalarını beklemekte olduklarını belirtmişlerdir. Öğretmenlerin Suriyeli ebeveynlerin eğitim sürecine aktif katılımı konusunda onlardan beklentileri şu şekildedir:

“Kafalarındaki belirsizliği silmelerini bekliyorum. Eğitim burada da Suriye’de de her öğrencinin en temel ihtiyaçlarından biridir. Eğitim sürecine aktif katılmalarını Suriyeli ailelerden bekliyorum. Burayı kabullenmelerini ve adapte olmalarını bekliyorum” (Ö3).

“Birçok Suriyeli aile gerçekten zor şartlar altında yaşıyor. Bu durumdan kurtulmanın tek çaresinin eğitim olduğunun farkına varmalarını bekliyorum. Hava gibi, su gibi, eğitimin de hayatlarının vazgeçilmezi olduğunun farkına varmalarını bekliyorum” (Ö9).

“Eğitimde aktif olmaları gerektiğinin farkında olmalarını bekliyorum. Türkçeyi öğrenmelerini bekliyorum çünkü öğrencilerle ilgili bir durumu onlara aktarmak istediğimizde çok büyük sıkıntılar yaşıyoruz. Ayrıca kendilerini buraya ait olarak hissetmelerini ve okulun değerini anlamalarını bekliyorum” (Ö10).

Türk ebeveynlerden beklentiler: Sınıf öğretmenlerinin genel olarak düşüncesi, Suriye’den göç ile Türkiye’ye gelenlerin, bu göçü isteyerek yapmadığı yönündedir. Öğretmenlere göre, İnsanlar savaşın yarattığı mağduriyetten ve Suriye’de yaşanan insanlık dramından kaçmış ve Türkiye’ye sığınmışlardır. Suriyeli ailelerin bir kısmının büyük zorluklar içerisinde hayatlarını devam ettirdiklerini belirtmişlerdir. Öğretmenlerin hepsi, her ne şekilde olursa olsun eğitimi bir ihtiyaç olarak gördüklerini ve bu ihtiyacın okullar vasıtasıyla giderilmesi gerektiğini söylemişlerdir. Bunun için, araştırmaya katılan öğretmenlerin hepsi Türk ailelerden de beklentileri olduğunu dile getirmişlerdir. Öğretmenlerin, Suriyeli ebeveynlerin eğitim sürecine aktif katılımı konusunda Türk ailelerden beklentileri şu şekildedir:

“Suriyeli velileri kendilerindenmiş gibi görmelerini bekliyorum. Kapı komşusu olan Suriyeli veliyi sınıf toplantılarına gittiğini söyleyerek davet etmesi ve birlikte okul gelmeleri Suriyeli velilerin eğitime aktif katılımına fayda sağlar. Suriyeli veli ve Türk veli ayrımı yaparak değil, sınıfımın velileri olduklarını Suriyeli velilere hissettirmelerini bekliyorum.” (Ö1).

“Bu insanların mağdur olduklarının farkında olmalarını ve empati duygularını kullanarak onların ne hissettiklerini anlamalarını bekliyorum. Suriyeli velileri bizden biri gibi görüp, ayırım yapmamalarını bekliyorum. Onlarla sürekli iletişim kurmalarını ve Suriyeli velilerin dil öğrenimine katkı sağlamalarını bekliyorum” (Ö2).

“Birçok aile çocuklarının Suriyeli çocuklarla oturmasını dahi istemiyor. Her şeyden önce bunlar da çocuk. Dili dini ne olursa olsun

bunların da çocuk olduğumu, Suriyeli velilerin de değerli olduğumu hissetmelerini istiyorum. Suriyeli velileri okula yönlendirmelerini istiyorum. Okulda yapılanlar hakkında Suriyeli ailelere bilgi vermelerini ve Suriyeli ailelerin eğitime aktif hale getirmek için çaba sarfetmelerini bekliyorum.” (Ö5).

“İşin aslı Suriyeli öğrencilerimiz çok hırçın davranıyor. Diğer velilerimiz bu durumdan çok şikâyetçiler. İster istemez tepki veriyorlar. Bu tepkiler birleştirici niteliğe sahip değil. Türk velilerimden beklentilerim, bir arada yaşamak zorunda olduğumuzun farkına varırlar ve buna göre yaşasınlar. Birbirlerini anlamak zorunda olduklarının farkına varırlar. Sorunlardan ziyade güzellikleri görmeye çalışsınlar. Suriyeli velilere de, eğitimde aktif katılımları noktasında özendirici bir tutum sergilesinler” (Ö7).

Okul idaresinden beklentiler: Sınıf öğretmenlerine göre Suriyeli ebeveynlerin aile katılım çalışmalarında aktif olarak rol alabilmelerinin önünde, Türkçe bilmeme, kültürel farklılıklar, eğitim sistemine adapte olamama gibi problemler bulunmaktadır. Öğretmenler, bu problemlerin çözümü ile ilgili yapılacak uygulamaların, okul idaresinin desteğiyle daha kolay ve faydalı olacağı yönünde görüş bildirmişlerdir. Öğretmenlerin, Suriyeli ebeveynlerin eğitim sürecine aktif katılımı konusunda okul idaresinden beklentileri şu şekildedir:

“Suriyeli ailelerin eğitime aktif katılımı konusunda, okuma yazma ve dil bilmeyen kişilerin bu yönlerden gelişimi için okuma yazma ve dil kursu açılabilir. Bu süreçte velilere eğitimin önemi anlatılabilir. Sosyal aktiviteler yapılabilir. Kermesler yapılabilir. Bu süreçte veliler okula çekilebilir ve okulun sıcak yüzü gösterilip, onların eğitim sürecine aktif katılımına katkı sağlanabilir” (Ö3).

“Okul idaresinin, Suriyeli ailelerin artık burada yaşayacaklarını düşünerek, onları okula bağlayacak iş ve işlemleri yapmasını bekliyorum. Türk veliler ile Suriyeli velileri kaynaştıracak etkinlikler yapılabilir. Onları ayrı birey olarak değil, bizden biri haline dönüştürecek, ötekileştirmeyecek tavırlar sergileyerek, Suriyeli ebeveynlerin okulu olmazsa olmaz görmelerini sağlayacak hale getirmelerini bekliyorum” (Ö4).

“Bana göre Suriyeli ailelerin en büyük problemi Türkçe bilmeme. Türkçeyi öğrendiklerinde hayatları büyük oranda değişecek ve rahatlayacaklardır. Okul idaresinden öncelikle bu insanların dil öğrenmeleri için Türkçe kursları açmalarını bekliyorum. Ayrıca bir Türk öğrenci ile Suriyeli öğrenciyi ve ailelerini birbirlerinden sorumlu olacakları bir sistemi uygulamaya dönüştürmelerini bekliyorum. Böylelikle aileler birbirlerinden sorumlu olacak ve eğitimde aktif olma noktasında birlikte hareket edeceklerdir” (Ö9).

4. Sonuç ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, sınıf öğretmenleri, Suriyeli ebeveynlerin eğitimde aile katılımında aktif olarak rol alması gerektiği konusunda hemfikirdirler. Fakat öğretmenler, Suriyeli ebeveynlerin okula verdikleri önemi yeterli bulmamaktadır.

Öğretmenlere göre eğitim hem okulda hem de evde devam etmesi gereken bir süreçtir. Bu sürecin sağlıklı olarak işlenmesi, ebeveynlerin bu durumun farkında olup, okuldaki uygulamaları destekler nitelikteki uygulamaları evde de hayata geçirmeleri ile mümkün olur. Fakat öğretmenler bu durumla alakalı, Suriyeli ebeveynlerin tutumlarında bütünlük bulunmamasından şikâyetçidirler. Suriyeli ebeveynlerin bir kısmı eğitimdeki etkilerinin farkında olduğu, bir kısmı da eğitimdeki etkilerinin farkında olmadığı görülmektedir. Öğretmenlere göre, okulda yapılan etkinliklerin evde de devam etmesi öğrencinin gelişimi açısından oldukça önemlidir. Okul ve aile işbirliğinin sağlanması, öğrencinin akademik başarısında ve olumlu davranış kazanmasında oldukça etkilidir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar ile benzer olarak yapılan araştırmaların sonuçları paralellik göstermektedir. Ailelerin eğitim sürecinde etkin bir şekilde rol almasıyla öğrencilerin akademik başarılarında artış (Argon ve Kıyıcı, 2012; Sheldon, 2003; Keçeli Kaysılı, 2008; Erdoğan ve Demirkasimoğlu, 2010) ve öğrencilerin davranış problemlerinde azalma (Epstein ve Sheldon, 2002) olduğu belirtilmiştir.

Aile katılım çalışmalarının faydaları sadece Suriyeli öğrencilere sağladığı faydalarla sınırlı değildir. Suriyeli ebeveynlerin eğitimde aile katılımında aktif bir şekilde rol alması, ebeveynlerin kendilerine de büyük faydalar sağlayacağı konusunda şüphe yoktur. Öğretmenler Suriyeli velilerin okul ile bağlarını geliştirdiklerinde Suriyeli ebeveynlerin yaşadıkları sıkıntıların bir nebze de olsa azalacağına inanmaktadır. Suriyeli ailelerin yaşadığı en büyük sıkıntı dil problemidir. Arapça konuşulan ülkelere sığınan Suriyeliler için dil problem oluşturmazken, Türkiye'deki Suriyeliler için Türkçe bilmeme hayatın her alanında problem oluşturmaktadır (Moralı, 2018). Bu problemin çözümünde Suriyeli ebeveynlerin aile katılım çalışmalarında aktif bir şekilde rol alması büyük katkı sağlamaktadır. Öğretmenler, okula sık sık gelen ve okul ile iletişimi güçlü Suriyelilerin Türkçeyi çok daha hızlı öğrendiğini belirtmişlerdir. Bunun sebebi olarak da Suriyeli ebeveynlerin okulda öğretmen ve Türk velilerle iletişim kurmak zorunda kalmalarını göstermişlerdir. Ayrıca öğretmenler, Suriyeli ebeveynlerin Türkçe öğrendiklerinde aidiyet duygusunun geliştiğini ve Suriyeli velilerin psikolojik ve sosyal açıdan da daha rahat bir yaşam sürmeye başladıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Suriyelilerin eğitim sürecine katılımında birtakım sıkıntılar yaşanmaktadır. Öğretmenler Suriyelilerin Türkçe bilmemelerinin yanında, kültürel farklılıkların, çalışma koşullarının, maddi olanakların sınırlı olmasının, Türk eğitim sistemine adapte olamamanın, eğitimi ve okulu gereksiz görmenin de problem teşkil ettiğini belirtmişlerdir. Bu konu ile ilgili alanyazın incelendiğinde, yapılan araştırmalarda benzer durumların bulunduğu görüşmüştür. Araştırmaların sonuçlarına göre ailelerin eğitimi gereksiz görmeleri (Crities, 2008; Erdoğan ve Demirkasimoğlu, 2010), çalışma koşulları (Crities, 2008) ve kültürel farklılıklar (Shannon, 1996) ailelerin eğitim sürecine katılımında engel teşkil etmektedir.

Eğitim sürecinin istenen başarıya ulaşması, ailelerin, okul ve öğretmenlerle ortak hareket etmesine bağlıdır. Bunun için hem annelerin hem de babaların eğitim sürecinde aktif bir şekilde rol alması ve her ikisinin ortak bir anlayışla, birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular, Suriyeli anne ve babaların eğitim sürecine katılımında birlikte hareket etmediklerini göstermektedir. Araştırmaya katılan öğretmenlere göre, eğitimde aile katılım çalışmalarına Suriyeli anneler, Suriyeli babalardan daha isteklidir. Suriyeli babaların eğitimde aile katılım çalışmalarında aktif olarak rol alamamalarının, ağır çalışma koşullarında çalışıyor olmaları, maddi

yetersizlikler, sahip oldukları eğitim kültürü ve eğitime önem vermemeye bağlı olduğu belirtilmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenler, anne ve babaların aile katılım çalışmalarında birlikte hareket etmemesinin, öğrencinin akademik başarısına, davranış problemleri yaşamasına, gelecek yaşantısına dair sıkıntılara ve yanlış bilgi sahibi olmadan ötürü Suriyeli ebeveynlerin öğretmenlerle sıkıntılar yaşamalarına neden olacağını belirtmişlerdir. Anne babaların eğitimde aile katılım çalışmalarında birlikte rol aldığı durumlarda, yukarıda belirtilmiş olan olumsuzlukların yaşanma ihtimali düşük olacaktır. Öğretmenler, anne babanın birlikte hareket etmelerinin öğrencinin lehine durumlar oluşturduğunu, Suriyeli ebeveynlerden eğitim durumu yüksek olanların, maddi durumu iyi olanların, yaşadığı yere adapte olanların ve eğitimi hayatın olmazsa olmazı görenlerin, aile katılım çalışmalarında birlikte aktif olarak rol aldıklarını belirtmişlerdir. Suriyeli ebeveynleri aile katılım çalışmalarında etkin kılmak için öğretmenler, gerekli hazırlıkları yaparak, ev ziyaretleri, yüz yüze görüşmeler, öğrenciler ile ilgili duyuruları Suriyeli ebeveynlere ulaştırma, sınıf toplantıları gibi uygulamaları yaptıklarını, bu uygulamaların başarı sağladığını belirtmişlerdir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sınıf öğretmenleri, eğitimde aile katılım çalışmalarında Suriyeli ailelerin etkin bir şekilde rol alması için hem Suriyeli ailelerden, hem Türk ailelerden hem de okul idarelerinden birtakım beklentileri olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenler Suriyeli ailelilerden, Türkçeyi öğrenmelerini, kendilerini yaşadıkları yerlere ait hissetmelerini, eğitimin sadece Türkiye’de değil dünyanın neresinde olursa olsun bir ihtiyaç olarak görmelerini ve okulu bir eğitim yuvası olarak görmelerini beklemektedirler. Öğretmenlerin Türk ailelerden beklentileri ise, Suriyeli aileleri kendilerinden biriymiş gibi görmelerini, empati duygularını kullanarak, Suriyelilerin neler hissettiklerini anlamaya çalışmalarını, Suriyeli aileleri eğitimde aktif olmaları yönünde teşvik etmelerini, Suriyeli ailelerin sosyal yönden kabul görmelerini sağlayacak adımlar atmaları şeklindedir. Öğretmenlerin okul idarelerinden beklentileri ise, Suriyeli ailelerin dil problemlerini çözmek amacıyla Türkçe kursları açılması, bu kurslar vasıtasıyla eğitim sistemimizin, kültürümüzün ve yaşam şeklimizin tanıtılması, kermes gibi etkinliklerin yapılarak Türk ve Suriyeli ailelerin birbiriyle kaynaşmasının sağlanması şeklindedir.

Sonuç olarak araştırmadan elde edilen bulgular dikkate alındığında şu öneriler getirilebilir:

Suriyeli ailelerin, yaşadıkları yerlere kendilerini ait hissedecekleri, sosyal yaşama daha kolay adapte olacakları, dil probleminin ortadan kalkmasıyla kendilerini bir yabancı olarak görmekten vazgeçerek psikolojik yönden rahatlayacakları ve bunu hayatlarının her anına yansıtacakları gerçeğinden yola çıkarak, Suriyelilerin Türkçeyi öğrenmeleri birincil öncelik olarak görülmelidir. Dil kursları ile Suriyelilerin Türkçe öğrenmelerine yönelik motivasyonları artırılabilir. Açılacak olan kursların Türkçeyi öğretme amacının yanında, okuma yazma bilmeyen Suriyelilere okuma yazma öğretilmesi, kültürel paylaşımların yapılması, Türk eğitim sisteminin tanıtılması, okul kültürünün öğretilmesi ve eğitimin yararlarının aktarılmasına yönelik planlanması önemli katkı sağlayabilir.

Öğretmenler ile Suriyeli ebeveynlerin, aile katılım çalışmaları dahil olmak üzere her konuda daha rahat bir iletişim kurmaları amacıyla, Suriyeli öğrenci sayısının az veya çok olmasına bakılmaksızın, Suriyeli öğrencisi bulunan bütün okullara tercüman görevlendirmesi büyük yarar sağlayabilir.

İnsanlar birlikte zaman geçirdikçe ve ortak ürün ortaya çıkardıkça birbirleriyle kaynaşırlar. Bu nedenle Suriyeli ailelerin Türk ailelerle kaynaşmasını sağlayacak, Türk ve Suriyeli ailelerin birlikte uygulamalar yapacakları projeler hayata geçirilebilir.

Suriyeli öğrencilerin eğitim gördüğü okullarda çalışan rehber öğretmenlerden ve müdür yardımcılardan biri, Suriyeli ailelerle koordinasyonun sağlanması ve Suriyeli ailelerin eğitimde aile katılım çalışmalarında aktif hale getirilmesi ile ilgili görevlendirilebilir.

Eğitimin tüm kademelerinde Suriyeli öğrenciler öğrenim görmelerinden ötürü, sadece sınıf öğretmenlerini değil tüm öğretmenleri kapsayacak şekilde, Suriyeli ebeveynlerin aile katılım çalışmalarında aktif hale gelmelerini sağlayacak etkinliklerin anlatılacağı hizmet içi eğitim çalışmaları yapılabilir.

Kaynaklar

- ACT Government (2008). *Progressing Parental Engagement*. Education and Training.
- Akkaya, A. (2013). Suriyeli mültecilerin Türkçe algıları. *EKEV Akademi Dergisi*, 17 (56), 179-190.
- Argon, T. ve Kıyıcı, C. (2012). İlköğretim kurumlarında ailelerin eğitim sürecine katılımlarına yönelik öğretmen görüşleri. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19, 80-95.
- Crites, C. V. (2008). *Parent and community involvement: A case study*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Liberty University, The Faculty of the School of Education, Lynchburg.
- Epstein, J. L. (2002). *School, family, and community partnerships*. California: Corwin Press Inc.
- Erdoğan, Ç. ve Demirkasımoğlu, N. (2010). Ailelerin eğitim sürecine katılımına ilişkin öğretmen ve yönetici görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi [Educational Administration: Theory and Practice]*, 16(3), 399-431.
- Gliner, J.A., Morgan, G.A. & Leech, N.L. (2015). *Research methods in applied settings: an integrated approach to design and analysis*. (S. Turan, Çev.) Ankara: Nobel.
- Keçeli Kaysılı, B. (2008). Akademik başarının artırılmasında aile katılımı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 9 (1), 69-83.
- Mafa, O. & Makuba, E. (2013). The involvement of parents in the education of their children in Zimbabwe's rural primary schools: The case of Matabeleland north province, *IOSR Journal of Research & Method in Education*, 1 (3), 37-43.
- Moralı, G. (2018). Suriyeli mülteci çocuklara Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde karşılaşılan sorunlar. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8 (15), 1426-1449.

- Mülteciler Derneği, Türkiye’deki Suriyeli Sayısı Şubat 2020, 20.02.2020 tarihinde <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/> adresinden ulaşılmıştır.
- Shannon, S. M. (1996). Minority parental involvement: A mexican mother's experience and a teacher's interpretation. *Education and Urban Society*, 29, 71-84.
- Sheldon, S. B. (2003). Linking school-family-community partnerships in urban elementary school to student achievement on state tests. *The Urban Review*, 35 (2), 149-165.
- Simon B (2004). High school outreach and family involvement. *J. Social Psychol. of Education* 7, 185-209.
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. (2013). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Taşkaya, S. M. (2016). Anadili Türkçe Olmayanlara Okuma Yazma Öğretimi, F. Susar Kırmızı & E. Ünal içinde, *İlk Okuma Yazma Öğretimi* (s.199-223), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tay, B., Özdemir, A. M. ve Yıldırım, K. (2013). Ailenin çocuğun eğitimine etkin katılımı: öğretmen adaylarının görüşleri. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 5, 76-93.
- Tuyisenge, S. (2015). Determinants Of Parents’ Involvement In Their Preschool Children’s Education In Gasabo District, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Early Childhood Studies, Kenyatta University, Kigali City.
- Ünüvar, P. (2010). Aile katılımı çalışmalarına yönelik ebeveyn ve öğretmen görüşlerinin karşılaştırılması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18 (3), 719-730.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**TÜRKÇE ÜZERİNE BİR METAFOR ÇALIŞMASI:
“MORAL” DÜĞÜM SÖZCÜĞÜNÜN DERLEM TEMELLİ GÖRÜNÜMLERİ**

Ayşe Eda ÇELİK¹

ÖZ

Metaforlar bireylerin dilsel etkinliklerinin büyük bir bölümünde ve bunun ötesinde algısal sistemlerini ortaya koyma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bilişsel anlambilim, metaforları yalnızca dilsel bir üretim olarak değil aynı zamanda bireylerdeki soyut ve sistematik bilişsel mekanizmanın işleyişini daha somut bir biçimde formüle eden bir yapılanma olarak değerlendirir. Metaforik görünümlerin sınırlarını yazınsal dilden kurtararak insan bilişi ve algısıyla ilişkilendiren bilişsel anlambilim, dili bireyin ve toplumun kültürel/algısal eğilimlerini betimlemek için bir harita gibi kullanmaktadır. Bu kapsamda metaforlar bireylerin dış dünyayı bedenleşmiş bilişleri aracılığıyla algılama yönelimlerini ve kavram üretim süreçlerinin altında yatan dinamikleri ortaya koymada eşsiz bir başvuru kaynağı olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmanın amacı Türkçe duygu kavramlaştırmasında önemli bir düğüm sözcük olan “moral” sözcüğünün metaforik görünümlerini derlem temelli bir yöntemle ortaya koymaktır. Söz konusu amaca bağlı olarak “moral” sözcüğünün metaforik görünümleri Türkçe Ulusal Derlemi v3 (TUD v3) bağımlı dizin görünümleri aracılığıyla incelenmiştir. Çalışmada temel olarak, *moral* düğüm sözcüğünün kavramsal metaforik görünümler açısından FİZİKSEL NESNE ve BİNA olmak üzere iki temel kaynak alan aracılığıyla kodlandığı; yönelim metaforları kapsamında ise özellikle yüksek ve düşük yönleri ile kavramlaştırıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Duygu metaforu, Moral, Derlem

**A METAPHOR STUDY ON TURKISH LANGUAGE:
CORPUS-BASED APPEARANCES OF THE NODE “MORAL”**

ABSTRACT

Metaphors are significant on most parts of individuals' linguistic activities and beyond that on the process of displaying receptive systems. Cognitive semantics considers metaphors as not only a linguistic production but also a structure that formulates the operation of abstract and systematic cognitive mechanisms of individuals more concretely. Cognitive semantics, which connects human conscious and perception relieving metaphoric appearances' boundaries from literary language, uses language like a map in order to describe individual's and society's cultural/receptive tendencies. Within this context, metaphors can be considered as a unique reference to display the intentions of individuals' perceiving outer world with their cognition and the dynamics under concept production processes. The aim of the study is to present metaphorical appearances of the node “moral”, which is an important word in Turkish emotional conceptualization, based on a corpus-based method. Depending on the mentioned aim, metaphorical appearances of the word “moral” has been analyzed through Turkish National Corpus v3. Basically, it is observed that the node moral is coded in terms of conceptual metaphorical views through two basic source domains: PHYSICAL OBJECT and BUILDING. In addition, within the scope of orientation metaphors, it was concluded that the node moral was conceptualized with high and low aspects.

Keywords: Emotional Metaphor, “Moral”, Corpus.

Giriş

Dilde metaforlar Aristo'dan günümüze değin çalışma konusu yapılmakta olan kurulumlardandır. Metaforları dili süslemek için kullanılan bir araç olarak kabul eden

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, SBBF, Dilbilimi Bölümü, aedagundogdu@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9074-7903.

Received/Geliş: 10/06/2020 Accepted/Kabul: 18/09/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Çelik, A.E., “Türkçe Üzerine Bir Metafor Çalışması: “Moral” Düğüm Sözcüğünün Derlem Temelli Görünümleri”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 387-399.

klasik görüş kapsamında, metaforların çok uzun bir süre yalnızca şiir, öykü, roman gibi yazınsal dil kullanımlarında karşılaşılan retorik öğeler olarak değerlendirildiği ve metafor çalışmalarının yazınsal dille sınırlandırıldığı söylenebilir. Metaforlara ilişkin geleneksel bakış açısını değiştiren kırılma noktası ise Lakoff ve Johnson'un ilk kez 1980 yılında yayımladıkları *Metaphors We Live By* isimli eseridir. Söz konusu eserde “Kavramsal Metafor Teorisi” (KMT) adı altında, metaforların yalnızca yazınsal dile özgü bir kullanım olmadığını, aynı zamanda bireylerin gündelik yaşamındaki basit ya da karmaşık bilişsel şemalarını yapılandırmanın doğal bir aracı olduğunun altı çizilir. Bu kapsamda, metafor kavramını genişleterek yeniden yorumlayan ve modern bilişsel anlambilim çalışmalarına da kaynaklık eden KMT, metaforlarla “her yerde” karşılaşabileceğimizi ve dış dünyadaki çeşitli varlıkları, sahneleri ve senaryoları algılama, anlamlandırma ve yapılandırma süreçlerinde metaforların bir düşünme yolu olduğunu önemle vurgulamaktadır.

Metaforların algısal ve kültürel boyutunu ortaya koyan bilişsel anlambilim çalışmaları anlamı nesne-sözcük eşleşmesinden kurtararak daha karmaşık bir ilişkiler ağı olarak yorumlar: anlam sözlüksel değil ansiklopediktir. Bu kapsamda bir sözcüğe ilişkin *sözlüksel bilgi* (dictionary semantics) anlamı çizgisel ve tek boyutlu olarak ele alırken *ansiklopedik bilgi* (encyclopaedic semantics) açısından anlam dilsel yapıların birbiri ile kurduğu bağlar aracılığıyla izlenen ve dil kullanıcısının bilişsel dinamiklerinden beslenen karmaşık yapılanmalar olarak tasarlanır. Alanyazında metaforlar da ansiklopedik bakış açısı üzerinden değerlendirilmekte, “bireysel deneyimleri ve diğer karmaşık kavramsal yapılanmayı somut hale getiren yapılanmalar” olarak tanımlanmaktadır (Evans, 2007; Evans, 2012; Kovecses 2002; Lee, 2002).

Kavramlaştırmalarımızın dünyayı nasıl algıladığımız, deneyimlerimiz, kendi bedenimiz ve başkalarıyla olan ilişkilerimiz doğrultusunda yapılandığı düşünüldüğünde, doğal dil kullanımlarımızın temelde metaforik düşünme yoluyla kendi gerçekliğimizi ortaya koymanın bir yolu olduğu söylenebilir. Bu açıdan gündelik dilde ifade ettiklerimiz büyük oranda bu düşünce sisteminin ürünüdür: *Hayata gözlerimizi açarız, bir fikir bizi ayakta tutar, bir sevgi günden güne büyür, bir aşk daha doğmadan ölür...* Bu bağlamda, doğum gibi biyolojik bir eylemi gözlerimizi açmakla, bir fikirden faydalanmayı bizi ayakta tutmasıyla, sevginin zamanla artmasını büyümekle, imkânsız bir aşkı ise henüz doğmadan ölmekle tanımlarız. Somut bir alandan daha soyut bir alana doğru genişlettiğimiz bu anlam üretimi *kavramsal metafor* (conceptual metaphor) olarak alanyazında yer bulmaktadır. Evans (2007; 2012) ve Goatly (2007) kavramsal metaforların temelde kaynak alan ve hedef alan çerçevesinde şekillendiğini ifade eder. Bu kapsamda kaynak alan çeşitli kavramlar, temsiller, görseller, imajlardan oluşan ve diğer “şeyleri” tanımlamak için ödünç alınan soyut alan iken hedef alan, kaynak alan aracılığıyla somutlaştırılmak istenen diğer bir alandır.

Öte yandan metaforik üretimler yalnızca kavramsal metaforlarla sınırlı değildir. Araştırma kapsamında yararlanılan metaforik görünümlerden bir diğeri de *yönelim metaforlarıdır* (orientational metaphor). Söz konusu metaforlar “uzamsal ilişkiler kapsamında tasarlanan ve dil kullanıcılarının fiziksel algısı aracılığıyla şekillenen algısal bir düzlem” olarak tanımlanabilir. Lakoff ve Johnson (2003) yönelim metaforlarını bireylerin dünyadaki somut/fiziksel konumlandırılmaları aracılığıyla oluştuğunu ifade etmektedir. Bu kapsamda yukarı-aşağı, içeri-dışarı, ön-arka gibi uzamsal görünümler yönelim metaforlarının odağını oluşturmaktadır. Söz konusu yönler insanın bedenleşmiş bilişi (embodied cognition) aracılığıyla dünyayı algılama ve anlamlandırma sürecinin bir

uzantısı olarak değerlendirilir. *İyi olan yukarıdadır.* (Modum çok yüksek.), *Çok olan yukarıdadır.* (Satışlar tavan yaptı.), *Güçlü olan yukarıdadır.* (Kariyerinin zirvesinde.) gibi metaforlar yönelim metaforları kapsamında ele alınabilecek örneklerdendir.

Gerek kavramsal metafor gerekse yönelim metaforu eşleşmelerinin üretimindeki en önemli iki değişken, deneysel faktörler ile kültürel paradigmalardır ve dış dünyada deneyimlenemeyen bir durum ya da senaryoya ilişkin metafor oluşturmak olası değildir. Kovecses (2002) bu kapsamda kavramsal alanları, dış dünya ile bedenimizin etkileşiminden başlayarak daha soyut alanlara aktarılabilen bireysel deneyimlerin tutarlı bir organizasyonu olarak değerlendirir. Diğer bir deyişle dış dünyanın bir parçası olan bedenimiz yalnızca fiziksel deneyimlerimizi yönetmemekte aynı zamanda çok daha soyut nitelikteki sınıflandırma eğilimlerimizi de belirlemektedir. Dilde kavramsal metafor oluşturmada el, göz, yüz gibi beden parçalarının kaynak alan olarak yaygın kullanılması ya da yukarıda sözü edilen fiziksel konumlandırma ve yönelim metaforları ilişkisi bedenleşmiş bilincin bir yansıması olarak düşünülebilir. Öte yandan bireyi içerisinde yaşadığı toplumun bir üyesi olarak kurguladığımızda, bilişsel süreçlerin yalnızca bedensel duyumlar aracılığıyla işlemediği, aynı zamanda bireyin ait olduğu toplumun ürettiği kültürel kodların da kavramlaştırma sürecinde büyük bir önem taşıdığı söylenebilir. Sharifian'ın (2009, 2011) *kültürel biliş* (cultural cognition) adını verdiği bu düzlem, belirli bir topluluğa ait insanların zihninde ortak olarak bulunan devingen ve dinamik bir alan olarak tanımlanabilir. Bu açıdan dilsel toplulukların kavramlaştırma eğilimleri hem kendi içerisinde zamana bağlı olarak değişmekte hem de bir başka dilsel topluluğa ait kavramlaştırmalarla kıyaslandığında farklılaşabilmektedir.

Bu çalışmanın temel motivasyonu yukarıda anılan iki faktörle ilişkilidir. Bedenleşmiş biliş ve kültürel biliş aracılığıyla oluşturulan metaforların deneyimlerimiz için bir kaynak olarak görev yaptığı düşünüldüğünde *moral* duygudurumu sözcüğünün Türkçenin soyut evreninde nasıl kodlandığı ve hangi kavramlaştırmalarla karşımıza çıktığının ortaya konması araştırmanın temel amacıdır.

1. Yöntem

Bu çalışmada betimsel tarama yöntemi kullanılmıştır. Betimsel çalışmalar bilimin betimleme amacına hizmet etmekle birlikte, aynı zamanda kendinden sonraki çalışmalar için denence üretmeye yönelik öngörü sağlamaktadır (Erkuş, 2009). Araştırmada veriler içerik analizinin alt yöntemlerinden biri olan tematik analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. İçerik analizi sözel, yazılı ve diğer materyallerin içerdiği mesajı, anlam ve/veya dilbilgisi açısından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunma yoluyla sosyal gerçeği araştırma bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Tematik analiz ise içerik analizi kapsamında, elde edilen veriler içerisinde tema ve örüntüler aramak amacıyla yapılan kodlamalara dayalı bir analiz yöntemidir (Glesne, 2013). Bu çalışmada *moral* düğüm sözcüğünün bağımlı dizin görünümüleri Türkçe Ulusal Derlemi v3 (TUD v3) aracılığıyla ortaya konmuş ve bu örüntülerdeki metaforik alanlar değerlendirilmiştir.

1.1. Veri Seti

Bu çalışmanın veri setini Türkçe Ulusal Derlemi V3 (TUD v3) 3 veritabanında yer alan metinler oluşturmaktadır. TUD v3 günümüz Türkçesinin dengeli, büyük ölçekli (50 milyon sözcük) ve genel amaçlı bir derlemi olacak biçimde tasarlanmıştır. Bu amaçla,

daha önce başka dillerde yapılmış olan derlem oluşturma çabaları ve deneyimlerinden de yararlanılmıştır. Bu bağlamda, TUD v3'ün oluşturulması sırasında, genel olarak Britanya Ulusal Derlemi'nin yapısı örnek alınmış ve Türkçe için gerekli durumlarda değişikliklere gidilmiştir. TUD v3'ün tüm oluşturma aşamalarında çeşitli açık-erişimli araçlar kullanılmış ve oluşturulan derlemin de araştırmacılara ve ticari olmayan kullanımlara açık ve erişilebilir olması hedeflenmiştir. TUD v3 50 milyon sözcükten oluşan, 24 yıllık bir dönemi (1990-2013) kapsayan, günümüz Türkçesinin çok sayıda farklı alan ve türlerden yazılı ve sözlü örneklerini içeren, geniş kapsamlı, dengeli ve temsil yeterliliğine sahip, genel amaçlı bir referans derlemidir.

1.2. Veri Toplama ve Çözümleme Süreci

Çalışmanın ilk aşamasında TUD v3 içerisinde moral düğüm sözcüğü anahtar sözcük olarak taranmış ve rastgele seçilen 1000 satır araştırmanın veri tabanı olarak belirlenmiştir. Derlem sorgu sonuçlarından örnek bir kesit Şekil 1'de yer almaktadır.

W-PD18E1C-4164-1333	5. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki tehdit unsurlarına karşı halkı suurlandıracak, halk-Devlet bütünleşmesini pekiştirecek, kamuoyuna moral verecek, milli birlik ve beraberliğimizi kuvvetlendirecek programlara ağırlık verilecektir.
W-WH43F1D-4709-110	Evet, duttum: Moral ler Nasıl?
W-PA16B1A-1220-921	Toto'nun moral l birden bozuldu.
W-QI27D1B-2823-1548	Daha sonra hastalarla tek tek ilgilenen Şoray, dertlerini dinledi ve onlara moral verdi.
W-QI27D1B-2463-1638	Daha sonra hastalarla tek tek ilgilenen Şoray, dertlerini dinledi ve onlara moral verdi.
W-JA16B4A-8347-989	" Moral gecesi" demişti gülümseyerek.
W-SA16B4A-0269-1574	Şimdi bunlar hep bir insanların moral değerleri, ahlaki değerleri, manevi değerlerinin bir parçasıdır.
W-TE39C4A-0264-1593	Şimdi bunlar hep bir insanların moral değerleri, ahlaki değerleri, manevi değerlerinin bir parçasıdır.
W-R09C3A-0837-1081	Kanserli hastalara moral verdi
W-OA16B4A-0072-210	"Bakıyorum moraliniz düzeldi David."
W-VI44F1D-4742-791	birazcık moral bile hak etmiyorum sanırım.
W-L137C3A-0632-177	Moralinizi yüksek tutmak için ne gereklyse onu yapın.

Şekil 1. *Moral* Düğüm Sözcüğünün Derlem İçinde Örnek Kesiti

Metafor tespit aşamasında, analizlerin sistematikliğini ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla Pragglejaz Grup (2007) tarafından tasarlanan ve Baş (2018) tarafından uyarlanan Metafor Tespit Yöntemi (Metaphor Identification Procedure) kullanılmıştır. Söz konusu yöntem, metafor çalışmaları için özelleştirilmiş bir içerik analizi yöntemi olarak düşünülebilir. Verileri çözümleme basamakları aşağıdaki gibidir:

1. Metafor adaylarının tespiti için *moral* düğüm sözcüğünün geçtiği 1000 bağımlı dizin görünümü detaylı bir şekilde okunmuştur.
2. Bağımlı dizinlerdeki sözcüksel birimler tespit edilmiştir.
3. Metinlerdeki *moral* düğüm sözcüğünün anlamsal ilişki içinde olan her bir sözcüksel birimin bağlam içerisindeki anlamı saptanmıştır.
4. Her bir sözcüksel birimin bağlam içindeki anlamı dışında, diğer bağlamlarda daha temel anlamı (daha somut, bedensel eylemlerle ilişkili, daha açık ve net ve tarihsel açıdan daha eski) olup olmadığı tespit edilmiştir.

5. Eğer dilsel birim diğer bağlamlarda daha temel güncel bir anlama sahipse, metin içindeki bağlamsal anlamın temel anlamla kıyaslandığında çelişip çelişmediği belirlenmiştir.
6. Cevap evet olduğunda, dilsel birim metafor olarak kodlanmıştır.

Elde edilen metaforlardan yola çıkılarak *moral* sözcüğüne ilişkin metaforik alanlar tespit edilmiş ve söz konusu alanların niceliksel dağılımları hesaplanmıştır. Dağılımların yorumlanması sürecinde alanlar arasındaki kavramsal/yönelimsel eşleşmeler ortaya konmuştur.

2. Bulgular ve Yorum

Çalışmada *moral* düğüm sözcüğünün metaforik görünümü TUD v3 bağımlı dizin opsiyonu aracılığıyla incelenmiştir. Derlemeden elde edilen bağımlı dizin görünümü doğrultusunda *moral* düğüm sözcüğüne ilişkin 1000 tümceden 895 tanık tümcenin metaforik anlam taşıdığı belirlenmiştir. Söz konusu metaforların büyük bir kısmı kavramsal metafor örneği oluştururken bir kısmı da yönelim metaforları kapsamında değerlendirilebilmektedir.

2.1. Moral Düğüm Sözcüğüne İlişkin Kavramsal Metafor Görünümleri

TUD v3'te *moral* hedef alanına ilişkin 2 farklı kaynak alan tespit edilmiştir. Tablo 1'de kaynak alanlar ve söz konusu alanların niceliksel dağılımları yer almaktadır.

Tablo 1. *Moral* Hedef Alanına Ait Kaynak Alanların Dağılımı

KAYNAK ALANLAR	f
FİZİKSEL NESNE	853
BİNA	21
TOPLAM	874

Tablo 1 incelendiğinde *moral* düğüm sözcüğünün kavramlaştırılmasında iki farklı kaynak alana rastlandığı ve özellikle FİZİKSEL NESNE kaynak alanının çok yoğun bir sıklıkta tercih edildiği gözlemlenmektedir. Ayrıca BİNA kaynak alanı da söz konusu düğüm sözcük kapsamında karşılaşılan diğer bir alandır. Çalışmanın devamında anılan iki alana ilişkin metaforik görünüm kapsamlı olarak yer almaktadır.

2.1.1. Moral Fiziksel Bir Nesnedir

Derlemde FİZİKSEL NESNE kaynak alanına ilişkin toplam 853 tanık tümcede 5 farklı metaforik görünüm tespit edilmiştir. Tablo 2'de bu metaforlar ve dağılımları yer almaktadır.

Tablo 2. FİZİKSEL NESNE Kaynak Alanına Ait Metaforlar ve Dağılımları

KAYNAK ALAN	METAFORLAR	f
FİZİKSEL NESNE	MORAL ZARAR GÖREBİLEN BİR NESNEDİR	570
	MORAL HAREKET EDEBİLEN BİR NESNEDİR	186
	MORAL BİTİMLİ BİR NESNEDİR	76
	MORAL ÖDÜLDÜR	12
	MORAL İLAÇTIR	9
TOPLAM		853

Tablo 2 incelendiğinde *moral* düğüm sözcüğünün zarar görmeye açık bir duygu durumunu yansıtmaması, günlük yaşamda alınıp verilebilmesi, bulunması, takviye edilmesi gerekliliği, bitimliliği, bir insanın diğerine ödül olarak sunulması ve iyileştirici gücü gibi kavramsal içeriklerle ilişkilendirildiği gözlemlenmektedir. Söz konusu metaforik eşleşmeler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

fiziksel nesne	→	moral
fiziksel nesnenin zarar görmesi	→	moralin zarar görmesi
fiziksel nesnenin hareketliliği	→	moralin alınıp verilebilmesi
fiziksel nesnenin bitimliliği	→	moralin kalmaması
fiziksel nesnenin ödül olarak sunulması	→	birine moral verilmesi
fiziksel nesnenin iyileştirici gücü	→	moralin iyileştirici gücü

Derlemede sıklığı en yüksek metaforik yapılanma olarak (f=570) karşımıza MORAL ZARAR GÖREBİLEN BİR NESNEDİR çıkmaktadır. Dilsel veriler incelendiğinde moralin özellikle bozulma/yıpranma eğilimiyle ve bunun tam tersi noktada ise düzelme eğilimi de ile yaygın olarak karşılaşılmaktadır. Bu açıdan bozuk olma-işlevsizlik ile olumsuz bir kodlama yapılırken bozuk olanı tamir etme-düzelme bağlamında kodlamalar olumlu hale gelmektedir:

- (1) Adımı biliyor olması **moralimi bozdu**, sigarama bir an evvel kavuşamayacaktım. [W-RA16B2A-1050-573]
- (2) Çünkü, ürettiğimiz mal stokta kalınca, insanlarda çok büyük **moral bozukluğu** oluyor. [W-NF10E1B-2865-1510]
- (3) Annemin elleriyle yaptığı pasta az da olsa **moralimi düzeltmişti**. [W-QI22E1C-2910-554]
- (4) Yüzüne biraz renk gelirse, **moral** de **düzelir** diye düşünüyordu. [W-JA09B2A-0042-799]

Moralin zarar görme biçimi yalnızca bozul- değil aynı zamanda morali kırıl-/moralini kır-, morali tuzla buz ol-, moraline zarar ver- gibi kodlamalarla da kavramlaştırılma eğilimindedir. Bu açıdan moral ile parçalanabilir bir nesne eşleştirilmekte ve parçalanmış nesnenin işlevsizliği ile zarar gören moralin insanın duygu durumunu olumsuz hale getirmesi arasında kavramsal bir bağ kurulmaktadır:

- (5) Amacı düşmanın **moralini kırmaktır**. [W-RE39C3A-0690-279]
- (6) Kendime binbir zahmetle yaptığım "**moral**" **tuzla buz olmuştu**. [W-PA16B0A-0181-1902]
- (7) İşten çıkarmaların, geride kalanların **moral** ve motivasyonuna **zarar verebileceği** unutulmamalıdır... [W-NF05A1B-4437-1313]

Derlemede ikinci sıradaki metaforik görünüm (f=186) MORAL HAREKET EDEBİLEN BİR NESNEDİR kodlamasıdır. Söz konusu kodlamada moralin taşınabilen, yer değiştirebilen bir nesne ile sıklıkla eşleştirildiği gözlemlenmektedir: moral bir başkası tarafından diğerine verilebilir ya da birinden alınabilir, doğru yerde (yerinde) olması beklenir. Tanık tümceler incelendiğinde "moral gittiği yere olumlu duygular götüren bir nesnedir" ve "birinden moral al- ya da birine moral ver" olumlu duygulara neden olmaktadır" gibi kavramlaştırmalarla karşılaşılmaktadır:

- (8) Akılları sıra dağdakilere **moral vermeye**, hezimetlerini bu kalkışmayla dengelemeye çalışıyorlardı. [W-QD36C0A-0222-1774]
(9) Bu durumda bir gariplik vardı, Kelebek'te kadınlar için yazdığım **moral verici** yazılardan ne yazık ki hiç ders alamıyordum. [W-QE37C4A-0402-1344]
(10) Asker ondan **moral alır**. [W-FA16B3A-0986-1057]
(11) **Morali** öylesine **yerindeydi** ki!.. [W-NE39C0A-0215-752]
(12) Kuvvetiniz ve **moraliniz yerinde** bile olsa altından kalkamayacağınız işlere girmeyin. [W-RE36E1B-3293-214]

Tümcelerın bir kısmında moralin taşınabilir ya da kişinin yanına alabildiği bir nesne eşleşmesiyle metaforik alanlar kurulduğu gözlemlenmektedir. Bu kapsamda (bir yere) moral taş-, (bir yere) moralle git-, (bir yere) moralle çık- eylemsel içerikleri ile karşılaşılmaktadır:

- (13) Gittiğimiz yerlere **moral da taşıyoruz**. [W-PE39C4A-0183-1896]
(14) Trabzonspor maçına da o **moralle çıktım** ve golümü attım" dedi. [W-VI31D1B-2348-152]

Hareketli bir nesne olarak *moral* aynı zamanda sahip olunmak istenen bir özelliğe de sahiptir. Bu açıdan moral peşinde ol-, moral kovala- vb. kodlamalarla da karşılaşmak mümkündür:

- (15) Derbi öncesi **moral peşinde**... [W-PI31D1B-2351-1714]

Derlemde üçüncü sıklığa sahip (f=76) metaforik yapılanma olarak karşımıza MORAL BİTİMLİ BİR NESNEDİR çıkmaktadır. Bu kapsamda biten bir nesnenin olumsuzluğu ile biten/kalmayan moralin olumsuzluğu eşleştirilmektedir. Moral bitmemesi gereken, bittiğinde olumsuz duyguların ortaya çıktığı, gerektiğinde bulunması, toplanması, depolanması gereken bir nesne olarak kavramlaştırılmaktadır:

- (16) Askerde **moral** diye bir şey **kalmaz**. [W-TD09C4A-0211-1834]
(17) Ne gariptir ki birçoğumun başkalarının başarısızlıkları üzerinden **moral bulmaya** çalışıyoruz. [W-TC05A2A-1158-2071]
(18) O zamana kadar **moral toplamalıyız**. [W-UI44F1D-4755-1237]
(19) Neşesini herkese bulaştırıyor, içeridekilere moral **depoluyordu**. [W-OE09C2A-0411-1339]

Ayrıca aynı metaforik görünüm kapsamında bir insanın ya da bir eylemin morali arttırabileceği, moralin bir yardım nesnesi olduğu gönderimleri de gözlemlenen diğer kavramsal içeriklerdendir:

- (20) Özellikle ödüllendirme ve onurlandırma gibi çalışanların **moral** ve motivasyonunu **arttırabilecek** yöntemler uygulanmalıdır. [W-NF05A1B-4437-1311]
(21) **Moral yardımı**, yakınlık, dostluk, üç kat değeri olan bir yardımdır. [W-FD36C4A-0341-990]
(22) Arkadaşları, yakınları onun için büyük **moral kaynağıydı**. [W-TG09C2A-1174-2059]

MORAL ÖDÜLDÜR metaforu derlemde dördüncü sırada (f=12) karşılaşılan metaforik alandır. Bu kapsamda ödül kazanmanın motive edici gücü ile moral kazanmanın duyguları olumlu yönde etkileme özelliği eşleştirilmektedir. Ödül kazanmak için nasıl bir başarı elde etmek gerekirse moral kazanmak için de belirli bir başarıya sahip olmak beklenir:

(23) Elazığspor ise ilk hafta son günlerde toparlanmış bir kadroyla Ankara'da Gençlerbirliği'ni devirerek, büyük bir **moral kazanmıştı**. [W-PI31D1B-2351-1713]

(24) Kütahya'dan kazandığını öğrenince o meyus Adnan Bey gitti, yeni bir heyecan, yeni bir şevk, yeni bir **moral**, yeni bir neşe **kazanan** Adnan Bey geldi. [W-DD39C2A-0680-1133]

Derlemde karşılaşılan son kavramsal metafor alanı MORAL İLAÇTIR (f=9) olarak karşımıza çıkmaktadır. Tanım tümceler incelendiğinde “ilaç takviyesi = moral takviyesi”, “ilaç dopingi = moral dopingi”, “tedavi = moral” gibi kavramsal eşleşmelerin yanında “moral aşıl-” eylemsel içeriği de söz konusu metaforu güçlendiren kurulumlardır. Moralin iyileştirici gücünü vurgulayan tümceler sıklığı az olsa da eşleşme görünümlerinin son derece çeşitli olduğu gözlemlenmektedir:

(25) "Lise 2 ve 3 dönemlerinde ÖSS için ideal bir hazırlık dönemi geçirmiş öğrencilere sınavla ilgili söylenecek sözler, **moral takviyesi** amacını güden, faydası sınırlı tavsiyelerden ibaret kalır. [W-PD39C4A-1191-2043]

(26) Alper Yılmaz: "Geçen yıl Avrupa Şampiyonası'nda aldığımız ikincilik bizim için **moral dopingi** oldu. [W-OI31D1B-2350-1715]

(27) Ligde tekrar şampiyonluk potasına giren F.Bahçe'de kaptanlar Alex ile Semih, Sivas ile oynanacak kupa maçı öncesi sürekli arkadaşlarına **moral aşıyor**. [W-VI31D1B-2422-1661]

(28) Biliyorsun ki birçok hastalıkta **en büyük tedavi ümittir, moraldir**. [W-TI44F1D-4754-961]

2.1.2. Moral Binadır

Derlemde rastlanılan ikinci kaynak alan ise BİNA kaynak alanıdır. Söz konusu alan kapsamında 21 farklı tanık tümce ile karşılaşılmıştır. Tanık tümceler incelendiğinde BİNA kaynak alanına ilişkin tek bir metaforik içeriğin kodlandığı gözlemlenmektedir.

Tablo 3. BİNA Kaynak Alanına Ait Metaforlar ve Dağılımları

KAYNAK ALAN	METAFOR	f
BİNA	MORAL HASAR ALABİLEN BİR BİNADIR	21

Tablo 3 incelendiğinde BİNA kaynak alanı kapsamında MORAL HASAR ALABİLEN BİR BİNADIR eşleşmesi ile karşılaşılmaktadır. Söz konusu metaforik eşleşmeler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

binanın çökmesi	→	moralin çökmesi
binanın yıkılması	→	moralin yıkılması
bina yıkımı	→	moral yıkımı
binanın sarsılması	→	moralin sarsılması

İncelenen metaforik alan kapsamında moralin hasar görmesi bir binanın hasar görmesi ile kavramlaştırılmaktadır. Hasar gören binanın işlevsizleşmesi ile moralin hasar görmesiyle olumsuz duygu ve yaşantıların ortaya çıkması eşleştirilmektedir. Bu kapsamda “moral çöküntüsü”, “moral çöküşü”, “morali yıkıl-”, “moral yıkımı”, “morali sarsıl-” dilsel kodlamalarıyla karşılaşılmaktadır:

(29) Bu sebeple çalışırken anlaşılmayan konular öğrencide bir **moral çöküntüsü** yapmamalıdır. [W-VD02A3A-2701-1570]

(30) Keza Apo kovalamacası uzadıkça ipin ucu elden kaçırılmakta ve yetkili mercilerde bulunanların tamamında büyük **moral çöküşü** yaşanmaktaydı. [W-NE39C0A-0215-1805]

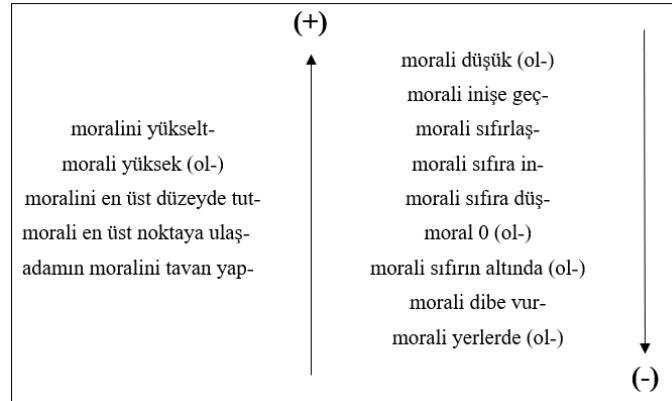
(31) Ama **morali yıkılmış**; umudu yitmiş Napoleon'un bu türlü güzellikleri göreceğ gözünü yoktu. [W-EG37C3A-1067-935]

(32) Tel örgünün arkasından görüşme yapıldığı için, bu, iki taraf için de **moral yıkımı** oluyordu. [W-CE09C3A-0382-1358]

(33) Aksine, belli etmekte gecikmeyeceği amacı, yenilgi sonucu **morali** derinden derine **sarsılmış** bulunan Ordu'ya güvenini yeniden kazandırmaktır. [W-LD39E1B-2927-825]

2.2. Moral Düğüm Sözcüğüne İlişkin Yönelim Metaforu Görünümleri

Moral düğüm sözcüğünün derlemeden elde edilen veriler kapsamında 98 yönelimsel metafor görünümüne sahip olduğu gözlemlenmektedir. Tanık tümceler incelendiğinde morale ilişkin uzamsal konumlandırmanın “yukarı/aşağı” yönleriyle kurgulandığı söylenebilir. Bu açıdan Lakoff ve Johnson’un (2003) “iyi olan yukarıda kötü olan aşağıdadır” kavramlaştırmasının moral düğüm sözcüğüyle tamamen eşleştiği görülmektedir:



Şekil 2. Moral Düğüm Sözcüğünün Yönelim Metaforu Görünümleri

Yönelim metaforları kapsamında yüksek/yükselt- içerikleriyle kodlanan yapılar dışında yüksekliği farklı biçimlerde kodlama eğilimi de söz konusudur. Moralın en üst

düzeyde olması, en üst noktaya ulaşması, tavan yapması gibi olumlu içerik kodlayan dilsel kurulumlarla da karşılaşılmaktadır.

(34) Yaşlılara yaşama sevinci verme ve **morallerini yükseltme** anlayışıyla yaklaşılacak, yaşlanmanın insan vücudu ve ruh sağlığı üzerindeki etkileri ele alınacaktır. [W-SD18E1C-4173-23]

(35) Birliklerimizin **moralleri yüksek**, kararlılıkları tamdır. [W-UD30D1B-2206-95]

(36) Orada yöneticinin yapacağı tek şey, çalışanların **moral** ve motivasyonunu **en üst düzeyde tutup**, çalışma havasını ısıtmaktır. [W-TC05A2A-1158-2072]

(37) Apo'yla konuşmak nasıl iyi geldi anlatamam, **moralim en üst noktaya ulaştı**. [W-II09C3A-0600-625]

(38) ...senle konuşmak bana çok iyi geliyo gerçekten **adamın moralini tavan yapıyosun...** [W-VI44F1D-4757-300]

Olumsuz içerik oluşturma kapsamında ise moralin düşük olması, inişe geçmesi, dibe vurması, yerlerde olması gibi "aşağıda olan" içeriğinin taşındığı gözlemlenmektedir:

(39) Toplumun **moralinin düşük olmasına** paralel olarak şirketin **moralini düşük olacaktır**. [W-UI45F1D-4719-792]

(40) Olmuyor mu gerildiğim, sinirlendiğim, **moralimin inişe geçtiği** anlar? Oluyor tabii... [W-YI45F1D-4799-525]

(41) Ateş basmış, karabasanlar üstünüze çökmüş ve **moral** iyice **dibe vurmuştur...** [W-QE37C2A-0851-1073]

(42) Eve geldim artık canım burnumda, **moral yerlerde**, suratım pelte gibi. [W-XI45F1D-4818-1215]

Yönelimsel kapsamda özellikle "sıfır" dilsel yapısı ile kodlanma eğiliminin de fazla olduğu elde edilen diğer veriler arasındadır.

(43) Boşuna heveslenme" demesiyle **moralim sıfıra düştü**. W-LH09C2A-0276-708 Firar etme umutlarım bir kez daha sönünce, **moralim sıfıra indi**. [W-KA16B2A-0637-624]

(44) ...stres oldum zaten haşlanmak üzereyim bişey yemediğim halde artı çıkmaya başlıyorum **moral 0**. [W-VI44F1D-4747-1252]

(45) **Moralim sıfır, hatta sıfırın altında**. [W-KA16B1A-1730-606]

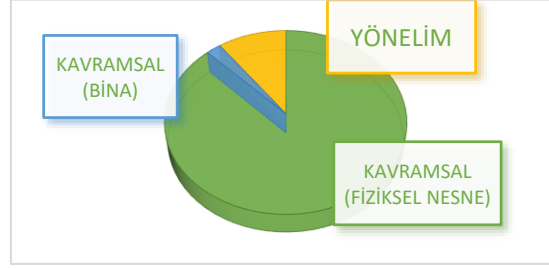
(46) Çocukluğumu, Almanya yıllarımı düşündükçe **moralimin sıfırlaştığı** bir akşam, kırık bir cam parçasıyla sağ koluma iki derin "faça" attım. [W-LH09C2A-0276-528]

(47)

Sonuç

Çalışmada Türkçe duygu kavramlaştırmasında önemli bir düğüm sözcük olan *moralin* metaforik alan oluşturma eğilimlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında TUD v3 aracılığıyla rastgele seçilen 1000 tanık tümce üzerinden metafor analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucu araştırma veri tabanı kapsamındaki tanık tümcelerin 895 tanesinde metaforik kullanım tespit edilmiştir. Kullanımlardan 874'ünün kavramsal metafor, 21'inin ise yönelim metaforu olduğu ve kavramsal metafor

kurulumlarının FİZİKSEL NESNE ile BİNA olarak iki farklı kaynak alanda yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Şekil 3'te araştırma konusu düğüm sözcüğün metaforik dağılımları yer almaktadır.



Şekil 3. Moral Düğüm Sözcüğünün Metaforik Dağılımları

Derlemedeki bağımlı dizin görünümünde karşılaşılan sıklığı en yüksek olan metafor, MORAL ZARAR GÖREBİLEN BİR NESNEDİR metaforudur. Söz konusu kurum doğrultusunda bozuk olma işlevsizlik ile olumsuz bir kodlama yapılırken bozuk olanı tamir etme-düzeltilme olumlu duyguları kodlama eğilimindedir: “morali boz-, morali düzel-, morali tuzla buz ol-, moralini kır-” dilsel örnekleri bu kapsamda değerlendirilmektedir. İkinci yüksek sıklığa sahip MORAL HAREKET EDEBİLEN BİR NESNEDİR metaforu kapsamında “moral ver-, moral al-, moral taşı-” gibi örneklerle karşılaşılmaktadır. Dilsel örneklerin “moral gittiği yere olumlu duygular götüren bir nesnedir” kavramlaştırması taşıdığı gözlemlenmektedir. MORAL BİTİMLİ BİR NESNEDİR metaforu ile kurulan “morali kalma-, moral bul-, moral depola-” örnekleri, moralin bitmemesi gereken, bittiğinde olumsuz duyguların ortaya çıktığı, gerektiğinde bulunması, toplanması, depolanması gereken bir nesne ile eşleştirildiğini ortaya koymaktadır. Bağımlı dizin görünümü kapsamında karşılaşılan diğer bir görünüm MORAL ÖDÜLDÜR metaforudur. Bu bağlamda, ödül kazanmak için nasıl bir başarı elde etmek gerekirse moral kazanmak için de belirli bir başarıya sahip olmak beklenir: Söz konusu metafora ilişkin “moral kazan-” dilsel örneği verilebilir. Fiziksel nesne kaynak alanı kapsamında son olarak MORAL İLAÇTIR metaforu ile karşılaşılmaktadır. “Moral takviyesi, moral dopingi, moral aşıla-” gibi dilsel örnekler incelendiğinde moralin iyileştirici gücünü vurgulayan bir kavramlaştırmadan söz etmek mümkündür. Araştırma konusu düğüm sözcüğün diğer bir kavramsal metafor görünüm olan MORAL BİNADIR kaynak alanı kapsamında hasar gören binanın işlevsizleşmesi ile moralin hasar görmesiyle olumsuz duygu ve yaşantıların ortaya çıkması eşleştirilmektedir. Bu doğrultuda “moral çöküntüsü”, “moral çöküşü”, “morali yıkıl-”, “moral yıkımı”, “morali sarsıl-” örnekleri karşımıza çıkmaktadır.

Moral düğüm sözcüğünün yönelim metaforları kurulumu kapsamında 98 örneğe ulaşılmıştır. Bu açıdan Lakoff ve Johnson'un (2003) “iyi olan yukarıda kötü olan aşağıdadır” kavramlaştırmasının moral düğüm sözcüğüyle tamamen eşleştiği görülmektedir. “Yüksek” ve “düşük” yönleri aracılığıyla kavramlaştırılan söz konusu düğüm sözcüğün olumlu kodlama görünümü olarak “morali yükselt-, morali en üst

düzye de ol-, morali tavan yap-"; olumsuz kodlama örneği olarak ise "morali iniŖe geç-, morali sıfır ol-, morali dibe vur-, morali iniŖe geç-" dilsel örneklere verilebilir.

Sonuç olarak bu araŖtırma ile *moral* düğüm sözcüğünün kavramsal metafor kurulumları açısından FİZİKSEL NESNE ve BİNA kaynak alanları kapsamında kodlandığı; yönelim metaforları doğrultusunda ise yüksek ve düşük yönleri ile kavramlaŖtırıldıđı ortaya konmuŖtur. Evans ve Green'in (2006) dilsel üretimlerin algılanan/kavramlaŖtırılan varlıklar ve olgular üzerine kurulduğu düşüncesinden yola çıkıldığında Türkçede, soyut bir yöne sahip olan *moralin* kavramsal çerçeve de "fiziksel olarak algılanan nesnelere" ve "yaŖam rutinine eŖlik eden binalar" ile; yönelimsel açıdan ise "yükselti" ile eŖleŖtirildiđini söylemek mümkündür. Bu kapsamda, bu alıŖma ile eŖitli deneyimlere kaynaklık eden dilsel metaforlar aracılığıyla, Türkçenin soyut evreninde *moral* düğüm sözcüğü çerçevesinde kurulan biliŖsel ve kültürel Ŗemalar ortaya konmuŖtur.

Kaynaklar

- Aksan, Y., Aksan, M., Koltuksuz, A., Sezer, T., Mersinli, Ü., Demirhan, U. U., Yılmaz, H., Atasoy, G., Öz, S., Yıldız, İ. ve Kurtoğlu, Ö. (2012). Construction of the Turkish National Corpus (TNC). Calzolari, N., Choukri, K., Declerck, T., Doğan, M. U., Maegaard, B., Miriani, J., Odiğk, J. ve Piperidis, S. (Yay. haz.) İçinde Proceedings of the Eight International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2012). İstanbul, Türkiye. <http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2012/papers.html>.
- Cruse, A. (2006). *A glossary of semantics and pragmatics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- ErkuŖ, A. (2009). *DavranıŖ bilimleri için bilimsel araŖtırma süreci*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Evans, V. ve Green, M. (2006). *Cognitive linguistics: an introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Evans, V. (2007). *A glossary of cognitive linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Evans, V. (2012). Cognitive linguistics. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*. 129–141.
- Glesne, C. (2013). *Nitel araŖtırmaya giriŖ*. (ev. A. Ersoy ve P. Yalınoğlu) Ankara: Anı Yayıncılık.
- Goatly, A. (1998). *The language of metaphors*. London: London and New York.
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: a practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.

- Lakoff, G. ve M. Johnson. (2003). *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press.
- Lee, David. (2005). *Cognitive linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Sharifian, F. (2009). On collective cognition and language. İçinde H. Pishwa (ed.), *Language and Social Cognition*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter. 163-182.
- Sharifian, F. (2011). Conceptualizations of cheshm 'eye' in Persian. İçinde Z. Maalej ve N. Yu (ed.), *Embodiment via Body Parts: Studies from Various Languages and Cultures*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 197-211.
- Tavşancıl, E. ve A. E. Aslan. (2001). *İçerik analizi ve uygulama örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

COVID-19 PANDEMİSİ VE ALINAN ÖNLEMLERİN VERGİ HUKUKU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Neslihan COŞKUN KARADAĞ¹

ÖZ

Covid-19 pandemisi tüm Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de insan ve toplum sağlığı yanında, ekonomik ve mali yaşamı olumsuz etkilemiştir. Bu süreci en az hasarla atlama gayreti ile hükümetler bir dizi önlemler almıştır. Bu önlemler içinde vergisel önlemler de bulunmaktadır. Türkiye’de Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Gelir İdaresi Başkanlığı, vergi kanunlarından aldığı yetki çerçevesinde beyan, bildirim (e-yükümlülükler dâhil) ve ödeme sürelerinin ertelenmesine yönelik düzenlemeler yapmıştır. Yapılan bu düzenlemelerin vergi hukukunda yer alan mücbir sebepler ve zor durum açısından değerlendirilmesi bu çalışmanın konusunu oluştururken, alınan önlemlerin yeterliliği tartışılmıştır. Vergi mükelleflerinin ertelenen ödeme sürelerinde ödeme sıkıntısı nedeniyle “çok zor durumda” kalmaları hâlinde başvurabilecekleri tecil müessesesi ve ilerleyen süreçte kabul edilecek potansiyel bir mali af ilave önlemler olarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Alınan Önlemler, Mücbir Sebep, Zor Durum, Çok Zor Durum, Mali Af

EVALUATION OF COVID -19 PANDEMIC AND MEASURES IN TERMS OF TAX LAW

ABSTRACT

Covid-19 pandemics in Turkey as well as all over the world, besides the human and community health, the economic and financial life was negatively affected. Governments had taken a series of measures in an effort to circumvent this process with minimal damage. These measures include tax measures. Treasury and Ministry of Finance and Revenue Administration in Turkey, declared under the authorization received from the tax laws, notifications (including e-liability) and had made arrangements for the postponement of the payment period. While evaluating these regulations in terms of force majeure and difficult situation in tax law was the subject of this study, the adequacy of the measures taken were discussed. Additional deferral institutions and a potential fiscal amnesty to be accepted in the future, had been considered as additional measures if taxpayers were in a "hardship" due to payment difficulties during their deferred payment periods.

Keywords: Covid-19, Measures Taken, Force Majeure, Difficult Situation, Hardship, Fiscal Amnesty

Giriş

2019 Aralık’ında Çin’in Hubei bölgesinin başkenti olan Vuhan’da ortaya çıkan virüs salgını küreselleşmenin etkisiyle artan mobilite nedeniyle kısa sürede bütün kıtalara yayılmış ve Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) yayılımını pandemi ilan etmiştir. Çin dışında Uzakdoğu ülkelerinin büyük kısmında, İran’da ve İtalya ve İspanya ağırlıklı olmak üzere Avrupa’da önüne geçilemez bir hal almış olan salgından ülkemiz de etkilenmiş, Sağlık Bakanlığı 11 Mart 2020 tarihinde ilk vaka açıklaması yapmıştır. Virüsün ilk görüldüğü 2019 Aralık ayından 2020 Mart ayına kadar geçen yaklaşık 4 aylık süreçte, birçok dünya ülkesi salgınla mücadele için hijyen kurallarına ilişkin önlemler dışında sınır kapılarını kapatma, sokağa çıkma yasağı, şehir, bölge, ev ve ülke geneli karantina gibi sosyal izolasyon uygulamalarına yer vermiştir.

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, ncoskun@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-0215-0486
Received/Geliş: 08/06/2020 Accepted/Kabul: 02/10/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Coşkun, N., “Covid-19 Pandemisi Ve Alınan Önlemlerin Vergi Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 400-413.

Alınan önlemleri Mayıs-Haziran dönemine kadar sürdürmüş, ülkeler salgınla mücadelede sağladıkları başarı ölçüsünde normalleşme sürecini başlatmıştır. En çok kronik hastalığı bulunan bireyler ile yaşlı bireyleri (60 yaş ve üstü) etkileyen virüsle mücadelede gösterilen çabalar, dördüncü ayın sonuna doğru virüsün doğduğu yer kabul edilen Vuhan'da sonuç vermiş, Çin kaynaklı yeni vaka olmadığı açıklaması yapılmıştır. Bu süreçte Türkiye virüsle mücadelede ciddi ve ivedi önlemler alarak salgını kontrol altına almış, 1 Haziran 2020 itibarıyla normalleşme sürecini başlatmıştır.

Virüsle mücadele kapsamında alınan ve "Evde Kal Türkiyem" sloganıyla yürütülen ve kısmi yasaklama içeren sosyal izolasyon tedbirleri, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hem yerel düzeyde, hem ülke genelinde, hem de uluslararası düzeyde ekonomik ilişkileri durma noktasına getirmiştir. Türkiye'de bu süreçten öncelikle etkilenen sektör ve iş kollarını korumak maksadıyla bir dizi ekonomik tedbirler paketi açıklanmıştır. Alınan önlemlerin bir boyutunu mükelleflerin vergi ödevlerini yerine getirme sürelerini erteleyen düzenlemeler oluşturmuştur. Virüsün yayılma hızı ve vaka sayına paralel olarak arttırılan bu önlemler hiç şüphesiz ekonomik faaliyetleri, dolayısıyla mükellefleri ve mükellefler adına işlem yapma görev ve sorumluluğu bulunan meslek mensuplarını doğrudan ve ciddi şekilde etkilemiştir. Hazine ve Maliye Bakanlığı Türkiye'de ilk vakanın açıklandığı tarihten itibaren derhal arka arkaya vergisel önlemleri açıklamaya başlamıştır. Sokağa çıkma yasağı kararı olan ve faaliyetleri geçici olarak durdurulan geniş bir mükellef grubu için mücbir sebep hâli ilan ederken, bunun dışında kalan mükellefler için 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun (VUK) yetki veren maddelerine dayanarak süre uzatımına gitmiştir.

Covid-19 pandemisinin vergi hukuku açısından iki boyutta değerlendirilmesi gerekir. Birincisi, hastalık yapıcı tehlikeli bir salgın olarak Covid-19, ikincisi ise bu süreçte salgının yayılım hızını düşürmek ve önlemek için hükümetlerin aldığı tedbirlerdir. Bu çalışmada Covid-19 ve bu salgınla mücadelede alınan önlemler; VUK md.13. ve 15.md. yer alan mücbir sebep, VUK md.17'de yer alan "zor durum" hâli ve 6183 Sayılı Kanununun 48. ve 48/A maddesinde düzenlenen borçların tecil koşulu olan "çok zor durum" kapsamında ele alınacak ve değerlendirilecektir.

Mücbir Sebepler ve Covid-19

VUK'un yaklaşık olarak dörtte biri mükelleflerin ödevlerine ayrılmış, bu ödevlerin yerine getirilmesi ise sürelerle sınırlandırılmıştır. Vergi ödevlerinin belirlenen sürelerde yerine getirilmemesi ise cezayı gerektiren fiil olarak tanımlanmıştır. Aynı kanunda, ödevin süresinde yerine getirilmesine engel olan bazı hallerin süreleri uzatacağı ve/veya durduracağı hüküm altına alınmıştır. Sayılan bu hallerden birisi mücbir sebeplerdir. VUK'da tanımlı yapılmayan mücbir sebepler hukuk literatüründe, *bir sorumluluğun yerine getirilmesini kısmen veya tamamen, geçici veya kalıcı surette engelleyen, bu niteliği dolayısıyla sorumluluğu kaldıran veya yerine getirilmesini ve vadesini geciktiren veya sorumluluğun niteliğini değiştiren kişinin önceden beklemediği ve tahmin edemeyeceği, beklese ve tahmin etse bile engelleyemeyeceği dıştan gelen olağanüstü nitelikte bir olay, olgu veya durumu* (Akarca, 2009) ifade etmektedir.

Mücbir sebepler VUK'un 13. maddesinde düzenlenmiş, 15. maddesinde de mücbir sebeplerin vergi ödevleri süresini uzatacağı hüküm altına alınmıştır. VUK 111. maddeye göre, uzayan süreler dâhilinde yerine getirilen ödevler süresinde yerine getirilmiş kabul edilerek, 373. maddede mücbir sebeplerden herhangi birinin meydana

geldiği açık ise veya belgelendirilerek ispat olunursa vergi cezasının kesilmeyeceğine hükmedilmiştir.

VUK'un 13. madde hükmü mücbir sebeplere örnekler vererek düzenleme yapmıştır. Buna göre;

“Madde 13 – Mücbir sebepler:

- 1. Vergi ödevlerinden her hangi birinin yerine getirilmesine engel olacak derecede ağır kaza, ağır hastalık ve tutukluluk;*
- 2. Vergi ödevlerinin yerine getirilmesine engel olacak yangın, yer sarsıntısı ve su basması gibi afetler;*
- 3. Kişinin iradesi dışında vukua gelen mecburi gaybubetler;*
- 4. Sahibinin iradesi dışındaki sebepler dolayısıyla defter ve vesikalarının elinden çıkmış bulunması;*
gibi hallerdir.”

Kanun hükmü “gibi hallerdir” ibaresi ile verilen örneklerdeki ortak hususları (öngörülme imkânsızlığı, önleyebilme imkânsızlığı (irade dışı olması), kusursuzluk ve gerçeklik) ihtiva eden benzer durumları mücbir sebep olarak kabul etmektedir (Detaylı bilgi için Coşkun Karadağ ve Organ, 2011).

VUK'un 15. maddesinde aşağıdaki hüküm yer almaktadır.

“Madde 15 – 13 üncü maddede yazılı mücbir sebeplerden her hangi birinin bulunması halinde bu sebep ortadan kalkıncaya kadar süreler işlemez. Bu takdirde tarh zamanaşımı işlemiyen süreler kadar uzar.

Bu hükmün uygulanması için mücbir sebebin malum olması veya ilgililer tarafından ispat veya tevsik edilmesi lazımdır.

Maliye Bakanlığı, mücbir sebep sayılan haller nedeniyle; bölge, il, ilçe, mahal veya afete maruz kalanlar itibarıyla mücbir sebep hali ilân etmeye ve bu sürede vergi ödevlerinden yerine getirilemeyecek olanları tespit etmeye yetkilidir. Bu yetki vergi türleri ve işyerleri itibarıyla; beyannamelerin toplulaştırılması, yeni beyanname verme süreleri belirlenmesi ve beyanname verme zorunluluğunun kaldırılması şeklinde de kullanılabilir.”

Bu hüküm ile gerek mükellefin şahsında meydana gelen ispatlanması gereken mücbir sebepler, gerekse herkesçe bilinen hallerde Hazine ve Maliye Bakanlığının yetkisi kapsamında tek yanlı olarak mücbir sebep ilanı ile süreler uzamaktadır.

Koronavirüsün oluşturduğu Covid-19 hastalığı ile bu hastalığın bulaşıcılığının ve yayılımının engellenmesi amacıyla mücadele kapsamında alınan önlemlerin ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü mücbir sebepler dolayısıyla uzayan süreler bazı hallerde “ağır hastalık”, bazı hallerde “mecburi gaybubet” nedeniyle gerçekleşecektir. Diğer yandan Hazine ve Maliye Bakanlığının bazı iş kolları için “malum olan hallerde” ilan ettiği mücbir sebep de süre uzamasına neden olacaktır.

Covid-19 Pandemisinin Kendisi Genel Mücbir Sebep Hâli midir?

Pandemi, Eski Yunanca'da tüm anlamına gelen “pan” ile insanlar anlamına gelen “demos” kelimelerinden türetilmiştir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pandemi>). Sınırları belirli bir alanda enfeksiyonun yayılması epidemi ya da salgın kelimesi ile ifade edilirken, ülkeler arasında yayılan, birden fazla ülkeyi etkisi altına alan yayılım ise pandemi ya da genel salgın olarak ifade edilmektedir (<http://tdk.gov.tr/icerik/basindan/dilimize-bulasanlar/>).

DSÖ'nün tanımlamasına göre üç koşulun varlığı hâlinde pandemi kabul edilmektedir. Birincisi, nüfusun daha önce maruz kalmadığı bir hastalığın ortaya çıkışı, ikincisi hastalığa sebep olan etmenin insanlara bulaşması ve tehlikeli bir hastalığa yol açması, üçüncüsü ise hastalık etmeninin insanlar arasında kolayca ve devamlı olarak yayılmasıdır. Bir hastalık ya da tıbbi durumun yaygın olması ve çok sayıda insanın ölümüne yol açması pandemi için yeterli koşul değildir, bulaşıcı olması gereklidir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pandemi>). 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla 114 ülkede 118.319 vakanın görülmesi ve 4.291 kişinin hayatını kaybetmesi (https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200311-sitrep-51-covid-19.pdf?sfvrsn=1ba62e57_10), ülkelerin aldığı önlemlerin yetersiz kalması, yayılma hızının yüksek olması ve ölüm vakalarının artma beklentisi dolayısıyla DSÖ 12 Mart 2020'de Covid-19'u pandemi olarak ilan etmiştir (<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports>).

Ülkemizde tehlikeli salgın hastalık konusu 1982 Anayasasının 119. maddesinde olağanüstü hal ilanı sebebi olarak ele alınmıştır. Bahsi geçen maddeye göre; *"Cumhurbaşkanı; savaş, savaşı gerektirecek bir durumun baş göstermesi, seferberlik, ..., tabii afet veya tehlikeli salgın hastalık ya da ağır ekonomik bunalımın ortaya çıkması hallerinde yurdun tamamında veya bir bölgesinde, süresi altı ayı geçmemek üzere olağanüstü hal ilan edebilir."* Benzer düzenlemeye, 25.10.1983 tarihli 2935 Sayılı Olağanüstü Hal Kanununun 1.maddesinde *"...a) Tabii afet, tehlikeli salgın hastalıklar veya ağır ekonomik bunalım, durumlarında olağanüstü hal ilan edilmesi ve usulleriyle olağanüstü hallerde uygulanacak hükümleri belirlemektir."* hükmü ile yer verilmiştir. Madde hükümlerinden görüldüğü gibi tehlikeli salgın hastalıklar olağanüstü hal sebebi olarak görülmektedir. Ancak dikkati çeken bir diğer husus, tehlikeli salgın hastalığın tabii afet olarak görülmemesidir. Nitekim Anayasamızda dâhil "tabii afet ve tehlikeli salgın hastalık" ibarelerinin aynı hüküm içinde ayrıca ifade edilmesi salgın hastalığın doğal afet olmadığı algı ve bilgisini oluşturmaktadır. Doğal afetler, doğa kaynaklı veya insan kaynaklı olabilir. Doğa kaynaklı *yavaş gelişen doğal afetler*; şiddetli soğuklar, kuraklık, kıtlık vb.dir. Doğa kaynaklı *ani gelişen doğal afetler* ise; deprem, seller, su taşkınları, toprak kaymaları, kaya düşmeleri, çığ, fırtınalar, hortumlar, volkanlar, yangınlar vb. dir. İnsan kaynaklı doğal afetler ise; nükleer, biyolojik, kimyasal kazalar, taşımacılık kazaları, endüstriyel kazalar, aşırı kalabalıktan meydana gelen kazalar, göçmenler ve yerlerinden edilenler vb. kabul edilmektedir (<https://www.afad.gov.tr/afadem/dogal-afetler>).

Covid-19 pandemisine yol açan virüsün laboratuvar ortamında üretilmiş bir virüs olduğu, biyolojik silah olarak kullanıldığı, dolayısıyla insan kaynaklı doğal afet olabileceği tartışmaları (<https://www.savunmasanayiidergilik.com/tr/HaberDergilik/20-trilyon-dolarlik-dava-Koronavirus-biyolojik-silah-mi>) bir yana bırakılırsa, "panedemi"nin VUK md. 13 son fıkrada belirtilen "ve gibi haller" kapsamında değerlendirilmesi mümkündür.

Türkiye'de ilk Covid-19 vakasının açıklandığı 11.3.2020 tarihinden sonra bazı vergisel önlemler arka arkaya açıklanmaya başlanmıştır. Alınan önlemlerin daha çok salgının doğrudan etkilediği sektörler için beyan, bildirim ve ödeme yükümlülüklerinin ertelenmesini içeren idari ve usule ilişkin önlemler olduğu görülmektedir. Süre ertelemesi VUK md.13 ile 15'e dayanan mücbir sebep ilanın yanında, VUK md.17, VUK md.28 ve VUK mükerrer md.242'ye dayanılarak yapılmıştır.

Hazine ve Maliye Bakanlığı VUK'un 15. maddesinden aldığı yetkiyle, "malum olan hal" olarak 24.3.2020 tarihli 31078 Mükerrer Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 518 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği mücbir sebep hali ilan etmiştir². Tebliğin 1.maddesinde "...Koronavirüs (COVID-19) salgınından ve bu kapsamda alınan tedbirlerden doğrudan etkilenen ve bu Tebliğle belirlenen mükelleflerin 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mücbir sebep hükümlerinden faydalandırılması..." cümlesinden anlaşılabilir ki, genel bir mücbir sebep ilanı değil bir grup mükellefi etkileyen kısmi için mücbir sebep ilanı söz konusudur. Bu kapsamda;

- Ticari, zirai ve mesleki kazanç yönünden gelir vergisi mükellefiyeti bulunan veya salgından doğrudan etkilenen ya da İçişleri Bakanlığınca alınan tedbirler kapsamında geçici süreliğine faaliyetlerine ara verilmesine karar verilen işyerlerinin bulunduğu sektörlerde faaliyette bulunan mükellefler itibarıyla mücbir sebep hali ilan edilmesi. 1/4/2020 ila 30/6/2020 (bu tarihler dâhil) tarihleri arasında mücbir sebep hâlinde olduğunun kabul edilmesi uygun bulunmuştur.
- 65 yaş ve üstünde olması veya kronik rahatsızlığı bulunması nedeniyle sokağa çıkma yasağı kapsamına giren mükellefler ve meslek mensupları ile beyanname/bildirimleri bu meslek mensuplarınca verilenler itibarıyla mücbir sebep hali ilan edilmesi. 22.3.2020 ila sokağa çıkma yasağının sona ereceği tarih (bu tarihler dâhil) arasında mücbir sebep halinde olduğunun kabul edilmesi uygun bulunmuştur.

Mücbir sebep hâlinde olduğu kabul edilen sürelere gelen beyan (KDV, Muhtasar), bildirim (Form Ba-Bs), ödeme, elektronik olarak sisteme yükleme (E-berat) işlemlerinin süreleri uzatılmıştır.

İlgili tebliğe göre, 65 yaş ve üstünde olunması nedeniyle beyanname/bildirim verme ve ödeme sürelerinin uzatılması, vergi dairelerince yapılacak tespitlere istinaden resen gerçekleştirilecek olup bu kapsamdaki süre uzatımına ilişkin herhangi bir başvuru alınmayacaktır. Ancak kronik rahatsızlık nedeniyle beyanname/bildirim verme ve ödeme sürelerinin uzatılması için bu rahatsızlığın sağlık kuruluşlarından alınacak muteber belgelerle ispat ve tevsik edilmesini şart koşmuştur. Bu kapsamda süre uzatımı işlemi, mükellefin kronik rahatsızlığı bulunduğu dair beyanını içeren İnteraktif Vergi Dairesi üzerinden vereceği yazılı başvurusuna istinaden yapılacak olup sağlık kuruluşundan alınan belgelerin sokağa çıkma yasağının sona ereceği günü takip eden 30 gün içerisinde bağlı olunan vergi dairesine ibraz edilmesi gerekmektedir.

İçişleri Bakanlığının 29.5.2020 tarihli ve "18 Yaş Altı ve 65 Yaş Üzeri Kişilerin Sokağa Çıkma Kısıtlaması" konulu Genelgesi ile daha önce sokağa çıkma kısıtlaması getirilen 65 yaş ve üzerindeki vatandaşlarımız arasındaki işletme sahibi, esnaf, tüccar, sanayici, serbest meslek sahipleri ile çalışanlardan durumlarını aktif sigortalılıklarını gösteren SGK hizmet belgesi, vergi kaydı, şirket yetki belgesi, oda ve birlik kimliğinden

² Benzer bir karar 2006 yılında yaşanan kuş gribi salgınında da alınmıştır. Gelir İdaresi Başkanlığının 26.01.2006 tarihli B.07.1.Gib.0.28/2810-13-986 Sayılı Kuş Gribi Hastalığı Nedeniyle Mücbir Sebep Haline İlişkin Genel Yazısı ile 2006 yılının Ocak ayı içerisinde ülkemiz genelinde yaygın biçimde ortaya çıkan kuş gribi hastalığı nedeniyle zarar gören kanatlı hayvan eti ve her türlü yumurta üreticisi mükellefler için vergi kanunlarının uygulanması bakımından mücbir sebep halinin 03 Ocak 2006 tarihinde başlayıp 03 Nisan 2006 tarihi sonuna kadar devam etmesi ve dolayısıyla bu sürenin mücbir sebep hâli nedeniyle işlemeyen süre olarak kabulü uygun görülmüştür.

biriyile belgeleyenlerin, sokağa çıkma kısıtlamasından muaf tutulacağı belirtilmiştir. Bu genelge ile sokağa çıkma kısıtlaması 1.6.2020 tarihinde biten mükelleflerin ve 518 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğinin 6.maddesi gereğince 1.6.2020 tarihini takip eden 15. gün olan 16.6.2020 günü sonuna kadar beyannamelerinin verilmesi ve bu beyanname ve bildirimlere istinaden tahakkuk eden vergilerin aynı sürede ödenmesi gerekmektedir (<https://gib.gov.tr/mucbir-sebep-hali-kapsamindaki-65-yas-ve-ustunde-olan-bazi-mukellefler-tarafindan-sokaga-cikma>).

Neticede; Türkiye'de pandemi için olağanüstü hal ilan edilmemiş, genel bir mücbir sebep ilanına gidilmemiş, Koronavirüs (COVID-19) salgınından ve bu kapsamda alınan tedbirlerden doğrudan etkilenen mükellefler için mücbir sebep hâli kabul edilmiştir. Bunun dışında ileride açıklanacağı üzere, 518 Nolu VUK Tebliği dışında kalan, mücbir sebep hâli kabul edilmeyen mükellefler ve vergisel yükümlülüklerle ilişkin VUK md.17, mükerrer md.28 ve mükerrer md.242 kapsamında süre uzatımına gidilmiştir.

Hastalık Olarak Covid-19 ve Mücbir Sebepler

Koronavirüsler, insanlarda hafif soğuk algınlığından, şiddetli hastalıklara kadar (Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS gibi) solunum yolu enfeksiyonlarına neden olduğu bilinen virüslerdir. Yeni Koronavirüs Hastalığına SAR-CoV-2 virüsü neden olmaktadır. Bazı hastalarda belirti vermediği bildirilmekle birlikte bunların oranı bilinmemektedir. En çok karşılaşılan belirtiler ateş, öksürük ve nefes darlığıdır. Şiddetli olgularda zatürre, ağır solunum yetmezliği, böbrek yetmezliği ve ölüm gelişebilmektedir. Hastalığın bulaşıcılık düzeyi yüksektir. Hasta bireylerin öksürmeleri aksırmaları ile ortama saçılan damlacıkların solunması ile veya bu damlacıklarla teması bulaş riskini arttırmaktadır. Vakaların yüzde 80'i hastalığı hafif geçirmekle birlikte, 60 yaş üstü bireyler ve kronik hastalığı bulunanlar daha fazla risk altındadır. Vakaların %20'si ise hastane koşullarında tedavi edilmektedir (<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir>, Erişim Tarihi:2.4.2020). Vaka ve ölüm sayısında bazı belirsizlikler olsa da, DSÖ verilerine göre 2 Haziran 2020 tarihi itibarıyla üye ülkelerde, toplam 6.194.533 vaka ve 376.320 ölüm gerçekleşmiştir (WHO, Coronavirus disease (COVID-19) Situation Report – 134). Türkiye'de ise Sağlık Bakanlığı verilerine göre, 2 Haziran itibarıyla vaka sayısı toplam 165.555, vefat sayısı 4.585, iyileşen hasta sayısı 129.921 olarak gerçekleşmiştir. Vaka ve ölüm oranlarında düşüş gerçekleşmekle birlikte, 633 yoğun bakım hastası ile 271 entübe hastanın tedavisi hastanelerin yoğun bakım servislerinde devam etmektedir (<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/>).

Bu veriler göstermektedir ki, her bireyin Covid-19'dan etkilenme ve belirti verme derecesi birbirinden farklıdır. Dolayısıyla Covid-19'a yakalanan bazı mükellefler için durum ağır hastalık olarak kabul edilmesi gerekirken, belirti vermeyen mükellefler için ağır hastalık tanımlaması doğru olmayacaktır. Ancak Covid-19 test sonucu pozitif çıkan fakat hastanede yatma gerekliliği bulunmayan, evde tedavi gören ve tedavisi süren mükelleflerin mücbir sebep karşısındaki durumu irdelenmesi gereken bir husustur. Bu mükelleflerin mücbir sebep hâlinin ağır hastalıkla ilişkilendirilmesi söz konusu değilken, zorunlu ev karantinası uygulaması ve bu sürecin testin negatif çıktığı tarihe kadar devam etmesi "mecburi bulunamama (gaybubet)" hâli olarak görülebilir.

Ağır hastalık dolayısıyla mücbir sebep olarak kabul edilip sürelerin uzaması için mücbir sebebin mükellefin şahsında gerçekleşmesi ve ödevleri yerine getirme süresi içinde vukua gelmesi gerekir. Covid-19 sürecini ağır hasta olarak geçiren vergi mükelleflerinin bu durumu VUK md.15 hükmü gereği ileri sürmesi ve hastane raporu ile ispatlaması zorunludur. Nitekim bir hastalığın “ağır hastalık” olarak nitelendirilmesi için “vergi ödevlerinden herhangi birinin yerine getirilmesine engel olacak nitelikte ve ağırlıkta olması gerekir” (Danıştay 7.D.E.1985/2957, T.7.10.1988; Danıştay 4. D. E. 1979/3082, T. 13.3.1980). Diğer yandan “hastane dışında geçen sürelerde de ağır hasta vasfında olduğu ve vergi ödevlerini yerine getiremeyecek halde olup hastaneye sık sık girip çıkması hastalığın ağır hastalık vasfında olduğu” yönünde Danıştayın daha önce verdiği kararlar mevcuttur (Danıştay 4.D. E.1988/907, T. T. 18.10.1990). Hastalığın ispatında ise, VUK’un 15. maddesinde belirtilen ispat için açıklayıcı bir hüküm bulunmasa da resmi sağlık kuruluşlarından alınan raporların esas alınacağı (Danıştay 4. D. E. 1991/2637, T. 20.11.1991) tabidir. Şüphe durumunda “raporda sözü edilen hastalığın anılan kanun hükmünde belirtilen vergi ödevlerini yerine getirmeye mani ağır hastalıklardan olup olmadığı hususunun ilgili tıp mercilerinden sorularak alınacak cevaba göre karar verilmesi” (Danıştay 4.D. E. 1991/2637, T. 20.11.1991) gerekmektedir. Danıştayın bu kararı, 5.12.1986 tarih ve 1986/9 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu İç Genelgesine göre idarenin, İl Sağlık Müdürlüklerinden veya raporu tanzim eden Hastane Başhekimliklerinden yazı ile görüş sormasını gerektiren düzenlemeyle paralellik arz etmektedir.

Covid-19 hastalığının bulaş riskini ortadan kaldırmak, pozitif ayakta ve yataklı hasta takibini yapabilmek için aldığı tedbirler mücbir sebep ispatında kolaylık sağlayacaktır. Ağır hastalık mücbir sebebiyle sürelerin uzaması; Hazine ve Maliye Bakanlığının bazı iş kolları için belirlediği mücbir sebep ilanı dışında kalan, 20 yaş üstü, 65 yaş altı ve kronik hastalığı bulunmayan mükellef grubunu (sokağa çıkma yasağı ilanı öncesi ve sonrası durumlar hariç) kapsayacaktır.

Alınan Önlemler Dolayısıyla “Gaybubet Hali” Olarak Mücbir Sebepler

2935 Sayılı Olağanüstü Hal Kanunu’nun 9. maddesinde, tabii afet ve tehlikeli salgın hastalıklar sebebiyle olağanüstü hal ilanında, olağanüstü hal ilanını gerektiren hususların göz önünde bulundurularak alınacak tedbirlerin neler olduğu sıralanmıştır. Ancak Türkiye’de olağanüstü hal ilan edilmemiş olması dolayısıyla alınan tedbirlerin yasal dayanağının bu kanun ve hüküm olmaktan çıkarmakla birlikte uygulanan tedbirlerin burada sıralanan türden olduğu gerçeğini değiştirmemiştir. Covid-19 tedbirlerinin yasal dayanağı 24.4.1930 tarihli 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu’nun 57 ve 72. maddesi ile 10.6.1949 tarihli 5442 sayılı İl İdaresi Kanununun 11/C maddesi olmuştur. 1593 sayılı Kanunun 57. maddesinde belirtilen türden salgın hastalığın baş göstermesi hâlinde, 72. maddede belirtilen tedbirlerin alınacağı, tedbirlere uymayanların ise aynı kanunun ceza hükümleri gereğince ve Türk Ceza Kanununun ilgili maddeleri uyarınca cezalandırılması hükme bağlanmıştır. Umumi Hıfzıssıhha Kanunu’nun 72. maddesinde belirtilen tedbirler (ev karantinası, seyahat sonrası muayene ve karantina, genel kullanım alanlarına giriş ve çıkışların engellenmesi ve boşaltılması) Bilim Kurulunun önerileri ile Sağlık Bakanlığı tarafından hayata geçirilirken, sokağa çıkma yasağı önlemleri İçişleri Bakanlığı Genelgesi ile 10.6.1949 tarihli 5442 sayılı İl İdaresi Kanununun 11/C maddesinin dayanak gösterilerek valilerce alınmıştır.

Birtakım tartışmaları da beraberinde getiren alınan önlemlerin detaylı analizi bu çalışmanın konusu olmadığından, vergi ödevlerinin yerine getirilmesine engel oluşturacağı düşünülen önlemler şu şekilde sıralanabilir: Ülke sınırlarının kapatılması, karantina uygulamaları, seyahat ve ulaşım kısıtlamaları, insanların toplu bulunduğu mekânların geçici olarak kapatılması, bazı işyerlerinin geçici olarak kapatılması, 30 Büyükşehir ve Zonguldak iline giriş-çıkış yasağının getirilmesi, sokağa çıkma yasağı uygulamaları vb. alınan tüm bu önlemlerin VUK md.13/3 de ifade olunan “3. kişinin iradesi dışında vukua gelen mecburi gaybubetler;” kapsamında değerlendirilmesi gerektiği kanaatini oluşturmaktadır.

Arapça kökenden gelen gaybubet, göz önünde bulunmama (<https://sozluk.gov.tr/>), yokluk, bulunamayıp anlamına gelmektedir. Kişinin kendisinin yokluğu da, vergilendirmeye ilişkin bilgi ve belgelerin yokluğu da aynı kapsamda ele alınabilmektedir (Selim, 2020, <http://www.muhasibetr.com/yazarlarimiz/erhanselim/023/>). Karantina uygulamaları, yetkili makamların gösterdiği veya kişinin ikamet ettiği ya da konakladığı fiziki bir mekânda bulunma zorunluluğu getiren dolayısıyla mükelleflerin mobilitesini ortadan kaldıran uygulamalardır. Karantina uygulaması, Türkiye genelinde tüm sağlık kurum ve kuruluşlarının doldurmak ve Sağlık Bakanlığına iletmek zorunda olduğu Vaka Bilgi Formu³ ve Covid-19 Temaslı İnceleme Formu ile tespit edilen Riskli Temasa Maruz Kalan Kişiler Listesi ile oldukça geniş çapta uygulama alanı bulmuştur. Karantina uygulaması hukuki açıdan benzerlik taşımaya da, netice açısından sokağa çıkma yasağı sonucunu doğurmuştur. Çünkü bu süreçte her ikisinde de amaç mobiliteyi ortadan kaldırarak, teması azaltmaktır. Aynı etkiler seyahat kısıtlaması, şehre giriş çıkış yasağı uygulanması gibi toplumsal temasın önlenmesi önlemlerinde de görülmektedir.

Tüm bu gerekçelerle, gerek yurtdışından gelenlerin yurtlarda veya evlerinde karantinaya alınması, gerekse riskli kişilerle temas dolayısıyla karantina uygulaması vergi ödevlerinin yerine getirilme süresine denk gelen mükelleflerin mücbir sebep dolayısıyla süre uzatma taleplerinin haklı gerekçelerini oluşturacaktır. Ancak bu durumun makbul belgelerle ispat ve tevsiki gerekmektedir. Sokağa çıkma yasağı bulunan mükellef grubunun 518 Sıra Nolu VUK Tebliği ile mücbir sebep kapsamına alındığı daha önce izah edilmişti.

Diğer yandan, vergisel ödevlerin elektronik ortamda yapılmasına imkân veren internet altyapısı, uygulamalar ve hukuki düzenlemeler belirli bir fiziki mekânda bulunma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. İnternet erişimini olan bir bilgisayar, notebook, tablet bilgisayar veya mobil telefonun varlığı mükellefleri vergi dairesi ile fiziki olarak temas kurma gereğini ortadan kaldırmaktadır. Bugün hemen hemen her vergisel işlemin İnternet Vergi Dairesi aracılığıyla yapılması mümkündür, hatta birçoğu zorunludur. Bu sebeple mecburi bulunamama halinin yeni düzende yeniden ele alınması ve değerlendirilmesi gerekir. Bu koşullarda, vergi ödevleri için gerekli bilgi ve belgelerin yokluğu, bulunmayışı, teknolojik cihazın bulunmayışı, internet altyapı ve bağlantısının olmaması mecburi gaybubet olarak değerlendirilmelidir.

Bu sebeplerle olsa gerek, 518 Sıra Nolu Tebliğ kapsamında bulunmayan mükelleflerin vergisel ödevlerine ilişkin süreleri yeni bir tebliğe dayanarak başka bir mücbir sebep ilanı ile değil, VUK md. 17, mükerrer md. 28, mükerrer md. 242’de yer alan yetki çerçevesinde Gelir İdaresi Başkanlığınca yayınlanan Sirkülerlerle uzatılmıştır.

³bk.: https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/formlar/COVID-19_VAKA_BILGI_FORMU_v2.2_1.pdf

Mücbir Sebepler Dışında Sürelerin Uzaması ve Covid-19

Covid-19 salgını dolayısıyla, VUK md. 13 ve 15. maddelerde düzenlenen mücbir sebepler dışında vergi ödevlerine ilişkin süreler Hazine ve Maliye Bakanlığına yetki veren VUK md.17, mükerrer md. 28 ve mükerrer md. 242’de yer alan hükümlere dayanarak uzatılmıştır. VUK md. 17 “Mühlet Verme” başlığını taşımaktadır ve ilgili hükümde “*Zor durumda bulunmaları hasebiyle vergi muamelelerine müteallik ödevleri süresi içinde yerine getiremeyecek olanlara, kanunî sürenin bir katını, kanunî sürenin bir aydan az olması halinde bir ayı geçmemek üzere, Maliye Bakanlığınca münasip bir mühlet yetkisini tamamen veya kısmen mahalline devredebileceği gibi bölgeler, iller, ilçeler veya sektörler ile iş kolları ya da mükellef grupları itibarıyla yazılı başvuru şartı aramaksızın da kullanabilir.*” denilmektedir. Zor durum mücbir sebeplerden farklı bir kavramdır. Bu sebeple mükellefin şahsında gerçekleşen, ödev ile yaşanan durum arasında illiyet bağı kurulabilen, öngörülemeyen, öngörülsede önüne geçilemeyen durumlar mücbir sebep olarak kabul edilirken, bunun dışında kalan mükellefi ödevin yerine getirilmesinde zorlayan haller zor durum kabul edilmelidir. Bu sebeple VUK’da mücbir sebepler ile zor durum sebebiyle mühlet verme ayrı maddelerde düzenlenmiştir. Diğer yandan zor durum ile mücbir sebebin süre uzatımına etkisi de aynı değildir. Zor durumda verilebilecek süre *kanunî sürenin bir katını* geçmeyecektir.

VUK mükerrer 28. maddesi, Hazine ve Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığına beyannamelerin verilme ve ödeme sürelerinin son gününü, kanunî süresinden itibaren bir ayı geçmeyecek şekilde yeniden belirleme yetkisini vermektedir. Dikkat edilirse idarenin süre verme konusunda yetkisi bir ayı geçmemek üzere belirlenmiştir.

VUK mükerrer 242. madde ise, elektronik ortamdaki kayıtlar ve elektronik cihazla belge düzenlemeye ilişkin usul ve esasları belirlemek için Hazine ve Maliye Bakanlığına yetki veren maddedir. Bu yetki kapsamında mükelleflerin e-yükümlülükleri ile ilgili gereken kolaylaştırıcı önlemleri almıştır.

Gelir İdaresi Başkanlığı bahsi geçen maddelere dayanarak yayınladığı 7 ayrı sirkülerler ile aşağıda sıralanan yükümlülüklerin süresini uzatmıştır.

- 17.03.2020 tarihli VUK-125 / 2020-4 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile VUK’un 17 ve mükerrer 28.maddelerinde yer alan yetkiye dayanılarak 31 Mart 2020 günü sonuna kadar verilmesi gereken 2019 takvim yılı *Yıllık Gelir Vergisi beyannamelerinin verilme süreleri* ile bu beyannameler üzerine *tahakkuk eden vergilerin ödeme süreleri* 30 Nisan 2020 Perşembe günü sonuna kadar uzatılmıştır.

- 17.04.2020 tarihli VUK-127/ 2020-6 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile VUK 17 ve mükerrer 28.maddelerinde yer alan yetkiye dayanılarak; 30 Nisan 2020 günü sonuna kadar verilmesi gereken 2019 hesap dönemine ait *kurumlar vergisi beyannamelerinin verilme süreleri* ile bu beyannameler üzerine *tahakkuk eden vergilerin ödeme sürelerinin* 1 Haziran 2020 Pazartesi günü sonuna kadar uzatılmıştır.

- 23.03.2020 tarihli VUK-126/ 2020-5 sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile VUK’un mükerrer 28.ve mükerrer 242. maddesindeki yetkiye dayanılarak;

- ✓ 26 Mart 2020 günü sonuna kadar verilmesi gereken *Katma Değer Vergisi Beyannamelerinin verilme süreleri ile bu beyannameler üzerine*

tahakkuk eden vergilerin ödeme süreleri 24 Nisan 2020 Cuma günü sonuna kadar uzatılmıştır.

✓ 31 Mart 2020 günü sonuna kadar verilmesi gereken 2020/Şubat dönemine ilişkin "*Form Ba*" ve "*Form Bs*" bildirimlerinin *verilme süresi* 30 Nisan 2020 Perşembe günü sonuna kadar uzatılmıştır.

✓ 31 Mart 2020 günü sonuna kadar oluşturulması ve imzalanması gereken *e-Defterlerin oluşturulma ve imzalanma süresi* ile aynı sürede Gelir İdaresi Başkanlığı Bilgi İşlem Sistemine yüklenmesi gereken "*Elektronik Defter Beratları*"nın *yüklenme süresi* 30 Nisan 2020 Perşembe günü sonuna kadar uzatılmıştır.

• 20.04.2020 tarihli VUK-128/2020-7 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile VUK'un mükerrer 242. maddesindeki yetkiye dayanılarak;

✓ 518 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğinde belirtilen mücbir sebepler kapsamında olmayan kurumlar vergisi mükelleflerinin 30 Nisan 2020 günü sonuna kadar *oluşturulması ve imzalanması gereken e-Defterlerin oluşturulma ve imzalanma süresi* ile aynı sürede Gelir İdaresi Başkanlığı Bilgi İşlem Sistemine yüklenmesi gereken "*Elektronik Defter Beratları*"nın *yüklenme süresi* 1 Haziran 2020 Pazartesi günü sonuna kadar uzatılmıştır.

✓ Ticari Kazançları Basit Usulde Tespit Edilen Mükelleflerin 30 Nisan 2020 günü sonuna kadar *Defter-Beyan Sistemine kaydedilmesi gereken 2020/Ocak-Şubat-Mart dönemine ilişkin alış ve giderler ile satış ve hasılatlara ilişkin kayıt süresi* 31 Temmuz 2020 Cuma günü sonuna kadar uzatılmıştır.

• 21.4.2020 tarihli VUK-129/ 2020-8 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile Vergi Usul Kanununun 17 ve mükerrer 28. maddelerindeki yetkiye dayanılarak, sokağa çıkma kısıtlaması uygulaması nedeniyle, 24 Nisan 2020 tarihine kadar verilmesi gereken 2020/Şubat ve 27 Nisan 2020 tarihine kadar verilmesi gereken 2020/Mart (vergilendirme dönemi üç aylık olan mükelleflerin 2020/Ocak-Şubat-Mart dönemi dâhil) dönemine ait *Katma Değer Vergisi Beyannamelerinin verilme süreleri ile bu beyannameler üzerine tahakkuk eden vergilerin ödeme süreleri* 28 Nisan 2020 Salı günü sonuna kadar uzatılmıştır.

• 12.5.2020 tarihli VUK-130/ 2020-9 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile VUK'un mükerrer 28. maddesindeki yetkiye dayanılarak, sokağa çıkma kısıtlaması uygulaması nedeniyle, 18 Mayıs 2020 günü sonuna kadar verilmesi gereken 2020 I. Geçici Vergi Dönemine (Ocak-Şubat-Mart) ait *Gelir ve Kurum Geçici Vergi Beyannamelerinin verilme süreleri* ile bu beyannameler üzerine *tahakkuk eden vergilerin ödeme süreleri* 28 Mayıs 2020 Perşembe günü sonuna kadar uzatılmıştır. Söz konusu uzatma, ilgili geçici vergi dönemi itibarıyla beyanname verme tarihi 18 Mayıs 2020 günü sonu olan özel hesap dönemine sahip mükellefleri de kapsayacaktır.

• 28.05.2020 tarihli VUK-131/2020-10 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri ile VUK'un mükerrer 242. maddesindeki yetkiye dayanılarak e-Defter uygulamasına dâhil olan ve 518 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğinde belirtilen mücbir sebepler kapsamında olmayan mükellefler tarafından, 31 Mayıs 2020 günü (bu günün hafta sonu olması nedeniyle 1 Haziran 2020 günü) sonuna kadar oluşturulması ve imzalanması gereken, aylık tercihte bulunan mükellefler için Şubat/2020 ile üç aylık tercihte bulunan

mükelleflerin Ocak-Şubat-Mart/2020 dönemleri *e-Defterlerinin oluşturulma ve imzalanma süresi* ile aynı sürede Gelir İdaresi Başkanlığı Bilgi İşlem Sistemine yüklenmesi gereken “*Elektronik Defter Beratları*”nın yüklenme süresi 19 Haziran 2020 Cuma günü sonuna kadar uzatılmıştır.

6183 Sayılı Kanununun 48 ve 48/A Maddelerinde Yer Alan “Çok Zor Durum” ve Covid- 19

Görüldüğü gibi Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Gelir İdaresi Başkanlığı VUK’un 13/ 15/ 17/Mükerrer 28. ve mükerrer 242. maddelerinde verilen yetki kapsamında, Covid-19 sürecinde, mükelleflerin, hem şekli/usule ilişkin ödevlerinden, hem de maddi vergi yükümlülüğünden kaynaklanacak sıkıntıları giderme amacına yönelik adımlar atmıştır. Bu bakımdan beyan, bildirim, ödeme, oluşturma, imzalama, elektronik sisteme yükleme gibi mükelleflerin yapması gereken yükümlülüklerin hemen hemen tamamını kolaylaştırıcı önlemler almıştır. Salgının yaşandığı dönemin vergi takvimi açısından yoğun bir dönem olması İdarenin işini güçleştirmiştir. Yıllık gelir vergisi, yıllık kurumlar vergisi ve geçici vergilerin beyan ve ödeme süreleri, aylık KDV, muhtasar beyan ve ödemeleri, basit usul mükelleflerin beyan ve ödemeleri ve e-yükümlülükler bu döneme rastlamaktadır. Dolayısıyla İdare bir grup mükellef için mücbir sebep hali ilan etmiş, mücbir sebep hali dışında kalan mükellefler için mükelleflerin şahsi başvurularına gerek kalmadan (sirkülerlerde yer alan gerekçeye göre “mükelleflerden gelen talepler doğrultusunda”) zor durum sebebiyle (VUK md.17) süre uzatımına gitmiştir.

Covid -19 pandemisinin tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de ekonomik yansımaları olumsuz olmuştur. Üreticilerin kapasite kullanım oranları, Mart-Nisan aylarında %70-80 seviyelerine, Mayıs ve Haziran aylarında %50-60 seviyelerine düşmüştür (<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2020/04/Covid-19-turkiyenin-degis-en-ticaret-dinamikleri-turquality.pdf>). Birçok ekonomik faaliyetin durdurulduğu, bazılarının durma noktasına geldiği, bir kısmının faaliyetine son verdiği, özellikle işsizlik oranının arttığı (alınan tüm önlemlere rağmen) bu dönem gelir kaynaklarını, dolayısıyla vergi tabanını ve vergi ödeme gücünü etkilemiştir. 18 Mart 2020 Tarihinde açıklanan 100 milyar TL lik Ekonomiye Destek Paketi ve daha sonra açıklanan paketler, “Biz Bize Yeteriz” kampanyası nakit sıkışıklığına kısmi çözüm sağlamıştır. Bu durum Covid-19 sürecinde üretilen mala talebin arttığı belirli faaliyet alanları için tersi etki oluşturmuştur.

Yukarıda sıralandığı şekliyle vergisel yükümlülüklerin gerçekleştirilme ve ödeme süreleri Nisan-Mayıs-Haziran-Temmuz dönemine kaydırılmıştır. İçinde bulunan bu aylar Covid-19 sürecini bittiği, toplumsal ve ekonomik hayatın normale döndüğü, kaybedilen gelirin telafi edildiği aylar değildir. Dolayısıyla ertelenen şekli yükümlülüklerin yerine getirilmesine imkan veren olumlu gidişler, vergi ödemesi konusunda aynı etkiyi yapmayabilecektir. Mükelleflerin nakit sıkışıklığı altında vadesinde vergi ödemelerini yapamamaları halinde gecikme zammı ile birlikte tahsil edilecek, vadesinde ödeme mükellefleri “çok zor durumda” bırakabilecektir.

Kamu alacaklarının tahsilini düzenleyen 6183 Sayılı Kanunda mükelleflere ödeme konusunda kolaylık sağlanması temel ilkelerden biridir (Coşkun Karadağ ve Karabuğa, 2019, s. 383). Bu amaçla, 6183 sayılı Kanununun 48 ve 48/A maddelerinde sırasıyla “tecil” ve “vergiye uyumlu mükelleflerin borçlarının tecili” başlığı altında borcun ertelenmesi/taksitlendirilerek ertelenmesi düzenlemesi yapılmıştır. İlgili madde hükümleri genel

hatları ile ifade edilecek olursa tecil; kamu alacaklarında maddi olarak çok zor durumda bulunan borçluların yazılı talebi üzerine, idarenin takdirine dayanarak, tecil faizi uygulanmak suretiyle kanunla belirlenen süreler çerçevesinde borcun ertelenmesi ve/veya taksitlendirilerek ertelenmesi imkanı vermektedir. Ancak tecilin yapılabilmesi mükellefin “çok zor durumda” olmasına bağlıdır ki, burada kastedilen finansal zorluktur. Çok zor durum hali esasen borçlunun borcunu ödemesi için en uygun zamanda olmadığını gösteren bir ölçüt mahiyetindedir (Coşkun Karadağ ve Karabuğa, 2019, s. 384). Vergi İdaresi tecil kararını bir takım ölçütlere göre belirlenen, likidite oranına veya nakit akım hızına göre vermektedir.

6183 Sayılı Kanunun sağladığı bu kolaylık mücbir sebepler, zor durum ve diğer yetki veren maddelere dayanarak ertelenen vadelerde yapılacak ödemeler konusunda mükellefleri rahatlatarak tamamlayıcı bir kolaylık olacaktır. Hatta etkilerini ileriki zamanlarda yaşayacağımız bu sürecin sonunda genel bir mali af beklentisi oluşması ve haklı gerekçelere dayandırılması kaçınılmaz görülmektedir.

Sonuç

Covid-19 pandemisi tüm Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de toplumsal ve ekonomik yaşamı bugüne kadar görülmemiş bir şekilde etkilemiş, pandemi öncesi alışkanlıklara dönülemeyeceği mesajını veren “yeni normal hayat” tabiri ile anlamlandırılan bir süreci başlatmıştır. Bu süreç özellikle kişilerin mobilitesini azaltmayı hatta durdurmayı hedefleyen önlemlerin alındığı bir süreç olarak yaşanmış ve yaşanmaktadır. Bu durum bazı faaliyetlerin, mesleklerin önemini azaltırken, bazılarının önemini artırarak yeni bir düzen ortaya çıkarmıştır. En çok rağbet gören iş yapma biçimleri bilişim teknolojileri kullanılarak yapılanlar olmuş, internet üzerinden alışveriş (market-gıda alışverişi birinci sırada olmak üzere), kredi kartı kullanımı oranları yükselmiştir. Fiziksel temasın yerini sanal temas olarak dijital çağa kocaman bir adım atılmıştır. Yeni dönemde beklenti girişimcilerin/mükelleflerin yatırımlarını her türlü olağanüstü gelişmelere göre tasarımları ve bilişim teknolojilerine dayalı üretim, pazarlama, dağıtım ağını oluşturmaları yönündedir.

Bu adaptasyon sağlanıncaya kadar, geçiş sürecinde ekonomik ve mali sıkıntı içinde olan mükelleflere gereken kolaylığın gösterilmesi önem arz etmektedir. Bu amaçla pandemiden etkilenen birçok Dünya ülkesi ekonomik tedbirlerin yanında vergisel önlemlere de başvurmuştur. Türkiye’de de ekonomik tedbirler yanında, vergisel önlemleri ivedilikle alınmıştır. Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Gelir İdaresi Başkanlığı 213 Sayılı Vergi Usul Kanununda kendisine verilmiş yetki çerçevesinde mücbir sebep hali ilan ederek, sokağa çıkma yasağı uygulanan ve faaliyeti durdurulan mükellef grubunun beyan, bildirim ve ödemelerine ilişkin ödevlerini ertelemiş, bu grup dışında kalan mükelleflerin e-yükümlülükler dahil beyan, bildirim ve ödeme sürelerini VUK md.17, mükerrer md. 28 ve mükerrer md. 242 kapsamında uzatmıştır.

Alınan bu önlemler mükelleflerin nakit sıkışıklığını geçici olarak gideren, usule ilişkin ödevlerini belli bir süre erteleyen önlemlerdir. Ertelenen süreler sonunda usule ilişkin ödevlerin mükelleflerce/meslek mensuplarınca yerine getirilmesi mümkündür ve kolaylık sağlama anlamında amacına ulaştığı söylenebilir. Ancak ekonomik etkilerinin devam ettiği düşünüldüğünde nakit sıkışıklığı devam eden mükellefler için ayrıca önlemlerin alınması kaçınılmaz görülmektedir.

Bu durumda olan mükelleflerin 6183 sayılı Kanunun 48 ve 48/A maddelerine dayanarak tecil talep etmesi mümkündür. Mükellefin ödeme süresi içinde tecil başvurusu ile birlikte, vergi idaresinin mükellefin “çok zor durumda” olduğunu tespit ettikten sonra, borcu tecil faizi ile birlikte 36 ay (md. 48) veya 60 aya kadar (md.48/A) taksitlendirilerek ertelenebilecektir. Mükelleflere ödeme kolaylığı sağlayan tecil başvuruları, Covid-19 dolayısıyla ertelenen ödeme süreleri içinde vergi idaresinin iş yükünü ve yoğunluğunu arttıracak görülmektedir.

Ertelene ve taksitlendirmeler dışında yapılacak daha kapsamlı düzenleme mali af çıkarılması olacaktır. Normal koşullarda başta adalet ilkesi açısından eleştirilen vergi aflarının varlığını haklı kılan nedenlerden biri ülkenin içinde bulunduğu ekonomik konjonktür ve mali krizlerdir. Covid-19 pandemisi insan ve toplum sağlığı yanında yukarıda ifade edildiği üzere genel ekonomik ve mali durumu da etkilemiştir. Bu durumdan etkilenen mükelleflerin işlem hacimlerinin daralması ve ödeme sıkıntısı içine düşmesi söz konusu iken, ödenemeyen vergi borçlarının cebren tahsili de uygun görülmez (Yurdadoğ ve Coşkun Karadağ, 2017, s. 136-137). Tüm bu faktörler dikkate alındığında, ekonomik ve mali krize neden olan Covid-19 sürecine bağlı bir mali af çıkarmak mükelleflere sağlanmış kolaylık olarak değerlendirilmelidir.

Kaynaklar

“ABD’li Avukatlar, Koronavirüs Salgınının Çin’de Üretilen Bir Biyolojik Silah Saldırısı Sonucu Ortaya Çıktığını İddia Etti”
<https://www.savunmasanayiidergilik.com/tr/HaberDergilik/20-trilyon-dolarlik-dava-Koronavirus-biyolojik-silah-mi>, Erişim Tarihi, 20.05.2020.

Akarca, A. ve Şafak M. (2009). “*Mücbir Sebepler Ve Vergileme*”.24.09.2009. (<http://www.ozdogrular.com/content/view/8365/177/>) Erişim Tarihi:17.04.2020.

Coşkun Karadağ, N., Karabuğa, F . (2019). Tecil Müessesesinin 6183 Sayılı Kanuna Hâkim Olan İlkeler Açısından Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (2), 375-387 . Doi: 10.35379/Cusosbil.620670.

Coşkun Karadağ, N., Organ. İ. (2011). “İdari Ve Yargısal Açıda Mücbir Sebepler ve Vergi Usul Kanunu’nda Yapılması Gereken Düzenlemeler”. *Vergi Dünyası Dergisi*. Sayı:357.

Develi, H. “Dilimize Bulaşanlar” (<http://tdk.gov.tr/icerik/basindan/dilimize-bulasanlar/>), Erişim Tarihi: 29.5.2020.

Gelir İdaresi Başkanlığı, “Mücbir Sebep Hali Kapsamındaki 65 Yaş ve Üstünde Olan Bazı Mükellefler Tarafından Sokağa Çıkma Kısıtlamasının Kaldırılmasına Bağlı Olarak Yerine Getirilmesi Gereken Beyan ve Ödeme Yükümlülüğüne İlişkin Duyuru” (<https://gib.gov.tr/mucbir-sebep-hali-kapsamindaki-65-yas-ve-ustunde-olan-bazi-mukellefler-tarafindan-sokaga-cikma>), Erişim Tarihi 2.6.2020.

Gelir İdaresi Başkanlığı, Vergi Usul Kanunu Sirküleri 125, 126, 127, 128, 129,130, 131. (<https://gib.gov.tr/gibmevzuat>), Erişim Tarihi: 1.6.2020.

KPMG, “Covid-19 ile Türkiye’nin değişen ticaret dinamikleri ve “Turquality” üzerindeki etkileri” (<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2020/04/Covid-19-turkiyenin-degisen-ticaret-dinamikleri-turquality.pdf>) Erişim Tarihi:27.5.2020.

Sağlık Bakanlığı, (https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/formlar/COVID-19_VAKA_BILGI_FORMU_v2.2_1.pdf), Erişim Tarihi:2.4.2020.

Sağlık Bakanlığı, (<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/>), Erişim Tarihi:2.4.2020.

Sağlık Bakanlığı, “Yeni Koronavirüs Hastalığı Nedir?” (<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir>), Erişim Tarihi:2.4.2020.

Selim, E. “Koronavirüs (Covid-19), Domuz Gribi, Kuş Gribi Gibi Salgın Hastalıklar Mücbir Sebep Sayılır mı?” (<http://www.muhasibetr.com/yazarlarimiz/erhanselim/023/>), Erişim tarihi: 20.3.2020.

WHO, (<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports>), Erişim Tarihi: 28.05.2020.

WHO, Coronavirus Disease (Covid-19) Situation Report – 134). (https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200602-covid-19-sitrep-134.pdf?sfvrsn=cc95e5d5_2), Erişim Tarihi:02.06.2020.

WHO, Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 51 (https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200311-sitrep-51-covid-19.pdf?sfvrsn=1ba62e57_10), Erişim Tarihi:02.06.2020.

Yurdadoğ, V., Coşkun Karadağ, N. (2017). Türkiye’de Yapılan Ampirik Çalışmalar Işığında Vergi Aflarının Değerlendirilmesi. *Avrasya İşletme ve İktisat Dergisi*, Sayı: 8, 134 – 164.

İlgili Danıştay Kararları, (<http://www.kazanci.com/>), Erişim Tarihi: 02.06.2020
İlgili Vergi Kanunları

5.12.1986 tarih ve 1986/9 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu İç Genelgesi

518 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Tebliği, (<https://www.gib.gov.tr/vergi-usul-kanunu-genel-tebliği-sıra-no-518>), Erişim Tarihi:27.3.2020.

<https://www.afad.gov.tr/afadem/dogal-afetler>, Erişim Tarihi:27.5.2020.
<https://sozluk.gov.tr/>

SAKLI MARKOV MODELİ KULLANILARAK SEÇMEN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

Sevim Gülin KIRAL¹
Selim GÜNDÜZ²

ÖZ

Demokratik ülkelerde bir siyasi partinin iktidara gelebilmesi için seçmenlerin büyük bir bölümünün ilgisini çekebilecek politikalar geliştirmesi gerekmektedir. Türkiye’de de seçmenlerin önemli bir kısmının gençlerden oluştuğu bilindiğine göre bu kitlenin talep ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve partilerin onlara da hitap edecek politikalar üretmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada da üniversite öğrencilerinin hangi sebeplerle siyasi parti tercihinde bulunduğu belirlenmesi amaçlanmaktadır. Adana ilinde yer alan üniversitelerde öğrenim gören üniversite öğrencileri özelinde gerçekleştirilen bu çalışmada, olasılıklı olmayan örneklem seçme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği ile belirlenen 1219 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen verilere Saklı Markov Analizi uygulanarak seçmenlerin siyasi parti tercihlerinin altında yatan gizli nedenler belirlenmiştir. Üniversite öğrencisi seçmenlerin tercihlerini etkileyen en önemli nedenlerin; parti liderinin imajı ve karizması, partinin sunduğu proje ve vaatler, parti kadrosunun güçlü ve güvenilir olması, aile ve yakın dostların siyasi eğilimleri olduğu tespit edilmiştir. Seçmenlerin tercihlerini etkileyen bu faktörlerin belirlenmesinin siyasal pazarlama açısından ilgi çekici olmasının yanı sıra siyasi partilere de yol göstereceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Saklı Markov Modeli, Markov Zincirleri, Seçmen Davranışı

DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING VOTER PREFERENCES USING THE HIDDEN MARKOV MODEL

ABSTRACT

In order for a political party to be in power in democratic countries, it is necessary to develop policies that may attract the majority of voters. It is known that a significant portion of the electorate in Turkey consists of young people. It is important to determine the demands and needs of this audience and to develop policies that will appeal to them. In this study, it is aimed to determine for what reasons university students prefer political parties. The study was carried out exclusively for university students studying at universities in Adana and a questionnaire was applied to 1219 people determined by sampling technique, which is one of the non-probabilistic sample selection methods. The hidden reasons underlying voters' political party preferences were identified by applying Hidden Markov Analysis to the obtained data. The most important reasons that affect the preferences of university student voters are; It was determined that the image and charisma of the party leader, the projects and promises of the party, the strong and reliable party staff, and the political tendencies of the family and close friends. It is thought that determining these factors affecting the voters' preferences will be important for political parties as well as political marketing.

Keywords: Hidden Markov Model, Markov Chains, Voter Behavior

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Sarıçam/Adana gulinkiral96@gmail.com, ORCID:0000-0003-3878-0332.

² Dr. Öğr. Üyesi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü Sarıçam/Adana, sgunduz@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5289-6089.

Received/Geliş: 26/06/2020 Accepted/Kabul: 02/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Kırıl, G., Gündüz, S. (2020), “Saklı Markov Modeli Kullanılarak Seçmen Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 414-428.

Giriş

Türk siyaset sisteminde çok partili hayata geçiş ile birlikte, toplumun belli kesimlerinde görüş ayrılıkları ve farklılıklar oluşmaya başlamıştır. Seçmenlerin oy verecekleri siyasi partiye karar verip fikirlerini özümsemesi fonksiyoneldir ve şekillenebilir. Bu nedenle, bir sonraki seçimde alacağı oy miktarını artırmak isteyen siyasi partiler, seçmenlerin nihai kararlarını vermeden önce ihtiyaç ve taleplerini tespit edip seçim stratejilerini bu yönde oluşturmalarıdır. Seçmenler karar alırken, kullanmış oldukları oylar ile birlikte aslında siyasi sistemin ve siyasal rejimin meşru olduğunu da kabul etmiş olurlar (Kalaycıoğlu, 1984, s. 251). Seçmenler siyasi partilere oy verirken pek çok faktörü göz önünde bulundururlar. Bunlar; parti liderinin imajı, siyasi partinin sahip olduğu ideoloji, siyasi partinin programı, kitle iletişim araçlarının kullanımı, siyasi partinin adayları, kamuoyu üzerine yapılan araştırmalar gibi sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve ideolojik etmenlerdir (Avcı, 2015, s. 145).

Seçmen davranışı ile ilgili teorik çalışmalar; sosyolojik yaklaşım, sosyo-psikolojik yaklaşım (partiyle özdeşleşme) ve ekonomik yaklaşım (rasyonel tercih) olmak üzere üç ana başlıkta toplanmaktadır (Akgün, 2007, s. 27; Harrop ve Miller, 1987, s. 130; Kalender, 2005, s. 39). Sosyolojik yaklaşım, seçmen davranışlarının toplumdaki sosyal bölünmüşlükten etkilenilerek oluştuğunu savunur. Sosyal bölünmüşlük de seçmenlerin dinsel, mesleki, etnik farklılıklarından kaynaklı olarak oluşur. Sosyo-Psikolojik yaklaşım diğer adıyla partiyle özdeşleşme yaklaşımı ise birey üzerine odaklanır. Seçmenlerin ailelerinin ve çevrelerinin etkisi altında kalarak küçük yaşlardan itibaren gerçekleşen siyasal sosyalleşme sürecinde kazandıkları siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimlerinin ilerleyen yaşlarda onların parti tercihi üzerinde son derece etkili olduğu (Akgün, 2007, s. 29) ve kişilerin o siyasi partiye karşı psikolojik bağlılık duyduğunu (Kalender, 2005, s. 46) iddia eder. Sosyo-psikolojik yaklaşım, sosyolojik yaklaşımı reddetmektedir (Özkan, 2004, s. 113). Ekonomik tercih yaklaşımının ise; seçmenlerin daha çok politik amaçlara odaklanması, sosyal çevreyi fazlaca dikkate almaması, politik bilgilere sahip olmak istemesi gibi özellikleri mevcuttur (Harrop ve Miller, 1987, s. 145). İşsizlik oranlarındaki artış ve düşüş, kişi başına düşen milli gelir miktarı ve enflasyon değerindeki oynamalar da seçmenlerin tercihlerinde oldukça etkilidir (Özsoy, 2009).

Günümüzde siyasi partilerin imajlarının oluşturulmasında görsel medya ve diğer iletişim araçları ile birlikte kitle iletişim araçlarının da büyük etkisi olduğu bilinmektedir. Kitle iletişim araçları, izleyici olan seçmen kitlesinin bilinç dünyasında siyasal imajlar oluşturarak siyasal parti için fikrin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Duverger'in (1984, s. 15) 'politika yapılması aslında bir savaş yapılmasıdır' penceresinden bakıldığında; yapılan savaşın en önemli silahının kitle iletişim araçları olduğu görülmektedir. Ayrıca seçmenlerin siyasi partiyi tercih ederken dikkat ettikleri faktörler içerisinde; parti liderinin verdiği sözleri tutması, bilgili olması ve bir ulusu yönetebilmek için ihtiyaç duyulan karakterlere sahip olması gibi nedenler de oldukça önemlidir. Seçmenlerin siyasi parti liderine güven ve saygı duyması ve duygusal bağlılık hissetmesi siyasi parti seçimlerini etkilemektedir. Avcı (2015) da bu bağlamda halk tarafından sevilen ve sayılan bir parti liderinin en önemli özelliklerinin; liderin ileri görüşlülüğü, seçmen üzerindeki inandırıcılığı, ahlaki karakterinin sağlamlığı, bilgi birikiminin, siyasi tecrübelerinin, diksiyonunun ve ikna kabiliyetinin yüksek olması gibi özellikler olduğunu ifade etmiştir. Siyasi parti yöneticilerinin, seçmenlerin kendilerinden yana tercih kullanmalarını sağlamak için siyaset pazarlaması ilkelerini uygulamaları gerekmektedir. Siyaset

pazarlaması genel olarak, herhangi bir ürün veya hizmet pazarlama sürecinde uygulanan tekniklerin yanı sıra, devletin, toplumun ve seçmenlerin henüz karşılanmamış olan istek ve ihtiyaçlarının belirlenip, bu istek/ihtiyaçlara cevap verecek siyasi parti programının oluşturulması ve seçmenlerinin ikna edilip oylarını bu partilerden yana kullanmalarının sağlanması anlamına gelmektedir (Çiftlikçi, 1996, s. 23).

Bu çalışmada kullanılacak olan Saklı Markov (SM) Modelleri, stokastik bir süreç olup Markov Modellerinin bir uzantısı şeklinde tanımlanmaktadır. Bu model 1960'lı yıllarda L.E. Baum ve Petrie öncülüğünde yapılan araştırmalarla geliştirilmiş ve "sonlu durumlu markov zincirlerinin olasılıksal fonksiyonları" olarak tanıtılmıştır. SM Modelleri, süreci gözlemlenemeyen bir dizi durum olarak modellenen stokastik bir modeldir. SM Modeli, zaman serisi olaylarını analiz etmek ve tahmin etmek için yaygın olarak kullanılan araçlardır. Bu metot, DNA dizi analizi (Cheung, 2004), konuşma sinyali tanıma (Xie vd, 2004), EKG analizi (Coast vd, 1990), trafik mühendisliği (Dainotti A.vd, 2008), metroloji (Zucchini W., Guttorp P,1991; Robertson vd, 2004), biyoloji (Leroux B. G. ve Puterman M. L., 1992), finans/ekonometri (MacDonald ve Zucchini,1997; Hamilton,1994; Kim ve Nelson,1999), yazılım güvenilirliği (Ruggeri ve Soyer, 2012; Landon vd, 2013), deprem problemleri (Ebel vd., 2007; Granat ve Donnellan, 2002) dâhil olmak üzere çeşitli zaman serilerini analiz etmek için başarıyla kullanılmıştır. Bu çalışmada da SM modeli gelecek seçimlerde seçmenlerin siyasi parti tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik kullanılmıştır. Ülkenin geleceğinde önem arz eden, eğitimi ve genç seçmen olarak tanımlanan üniversite öğrencilerinin siyasi tercihlerinin analizine yönelik literatürde yeterli çalışmanın olmadığı tespit edildiğinden, çalışma özel olarak bu hedef kitle üzerine gerçekleştirilmiştir.

Literatür Taraması

Literatürde, SM Modeli üzerine farklı alanlarda yapılmış pek çok çalışma olmasına rağmen, siyasi seçimlerde seçmenlerin oy kullanmalarına etki eden faktörleri belirlemek üzere yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak seçmen tercihlerini etkileyen faktörler üzerine yapılmış pek çok çalışma mevcut olup bazılarında aşağıda yer verilmiştir. Avcı (2015), 30 Mart 2014 Ankara Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı seçimleri ile ilgili yapmış olduğu çalışmada, siyasi partilerin kullanmış olduğu teknik ve iletişim araçlarının seçmenin parti tercihi üzerinde en etkili olanını tespit etmek amacıyla ampirik bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın sonucunda siyasi parti seçmenlerinin oy verme davranışlarını etkileyen faktörlerden en önemli olan faktörün siyasi parti lideri olduğu sonucuna ulaşılmış ve seçim sonuçlarını net bir şekilde etkilediği belirlenmiştir.

Seçim zamanında maksimum oy sayısına ulaşmak isteyen her siyasal partinin amacına ulaşabilmesi için seçmenlerin beklentilerini iyi analiz etmeleri, istek ve ihtiyaçlarına yönelik politikalar uygulamaları gerekmekte olduğu bilinmektedir. Aydın ve Özbek (2004) de maksimum sayıda oya ulaşmak isteyen siyasal partilerin seçmen odaklı olması gerektiğini vurgulamış ve özel olarak seçmenin oyunu etkileyen sebeplerden olan, aile bireylerinden etkilenme düzeylerinin, seçmenlerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmıştır. Araştırmanın sonucunda ise siyasal parti seçmenlerinin oy tercih etme davranışlarını ailelerinin etkileme düzeyinin cinsiyete, yaşa, eğitim düzeyine, çalışma durumlarına, medeni durumlarına, aile ile yaşayıp yaşamadıklarına bağlı olarak farklılık gösterdiği kurulan hipotezlerle kanıtlanmıştır.

Dağcı ve Toksarı (2016), yapmış oldukları çalışmada demokratik ülkelerde yer alan bütün siyasal partilerin tek başına iktidara gelebilmek adına çaba gösterdiklerini ifade etmiş ve AK Partinin güçlü marka olgusu ile seçmenler açısından marka değerini belirlemiştir. Kurtbaş (2015) ise çalışmasında seçmenlerin tercih ve kararlarını etkileyecek çok fazla faktör olduğunun üzerinde durmuş ve seçmenlere iki aşamalı bir anket uygulamıştır. Bu anketlerden elde edilen verilerle seçmenlerin siyasal partilere oy vermeden önceki ve oy verdikten sonraki davranışları gözlemlemiştir.

Eroğlu ve Bayraktar'ın 2009 yılında yapmış oldukları çalışmada siyasal pazarlama uygulamalarının sosyo-ekonomik özelliklerine göre seçmenlere olan etkileri üzerinde durulmuştur. Siyasal pazarlama faaliyetlerinin seçmenlerin oy kararında bir değişime sebep olmadığı gözlenmiştir. Yani seçmenin parti tercihinde siyasal pazarlama faaliyetlerinden daha çok parti ideolojisinin etkili olduğu saptanmıştır.

Turan ve Temizel (2015), seçmen tercihlerinde etkili bir faktör olduğu düşünülen din algısının, seçmenlerin oy verme davranışlarını ne derece etkilediğini araştırmıştır. Seçmenlerin siyasal değerlerine dinin etkisini incelemiş ve oy verme davranışlarındaki etkilerini tespit etmeye çalışmışlardır. Bu doğrultuda seçmenlerin kendilerini tanımlarken kullandıkları siyasal kimlikleri ile dinsel tutumları arasında ilişki incelenmiştir. Elde ettikleri verilerin analizleri incelendiğinde, seçmenlerin din algılarının kendilerini tanımladıkları siyasal kimlikleri ile vermiş oldukları siyasal tepkilerin büyük ölçüde aynı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla aslında seçmenler oy verecekleri siyasi partiye karar verirken, dinsel duyarlılıktan çok siyasal partinin sahip olduğu programını, liderin etkisini ve siyasi partinin kadrosunu dikkate almakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çavuşoğlu ve Pekkaya (2016), Türkiye'de, gelecekteki seçimlerin sonuçlarında gençlerin önemli etkiye sahip olduğunu düşünerek Bülent Ecevit Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin siyasal davranışlarına etki eden nedenleri analiz etmişlerdir. Anketlere verilen cevaplar incelendiğinde; yerel parti siyasi lider adayının orijinine ait nedenler etkili görülmezken (etnik kökeni, iktidar partisinden olması, aday ile aynı ilde olması vb.) seçmen davranışına ilişkin nedenlerin (projeleri, vaatlerinin yapılabilirliği, hizmet tecrübesi, adayın eğitim düzeyi vb.) oldukça büyük etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yöntem

Üniversite öğrencileri özelinde, seçmenlerin siyasi parti seçim tercihlerinin altında yatan gizli nedenlerin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, ilk olarak araştırmacılar tarafından detaylı bir literatür taraması ve gözlemler yapılarak anket formu hazırlanmıştır. T.C. Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 08.06.2020 tarihinde 09/7 sayılı etik kurul onam formu alınmıştır. Anket formları, olasılıklı olmayan örneklem seçim yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği ile Adana'daki üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerden seçilen 1219 seçmene uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, uygun istatistiksel programlar ile analiz edilmiş ve katılımcıların siyasi parti tercih nedenlerini etkileyen sebepler çeşitli algoritmalarla saklı Markov analizi ile çözümlenmiştir.

Saklı markov modelleri kullanılarak gizli durumların tespit edilebilmesi için öncelikle geçiş olasılık matrisi ve emisyon matrisinin oluşturulması gerekmektedir. Geçmişteki durum ve şimdiki durum biliniyorken sistemin gelecekteki durumunun koşullu olasılığı sistemin yalnızca şuan ki durumuna bağlı olup, geçmişteki durumlardan

bağımsız olması durumuna markoviyen özellik denilmektedir. Bir Markov zinciri markoviyen özelliğini sağlıyor ise Markov süreçleri olarak adlandırılmaktadır.

$$P(X_{t_n} = x_n | X_{t_{n-1}} = x_{n-1}, \dots, X_{t_1} = x_1) = P(X_{t_n} = x_n | X_{t_{n-1}} = x_{n-1}) \quad (1)$$

(1) bağlantısıyla verilen formül markoviyen özelliğinin göstergesidir. Bir sonraki adımda gerçekleşecek olan durumun yalnızca mevcut duruma bağlı olup geçmişte gerçekleşmiş olan durumlardan tamamıyla bağımsız olduğu varsayımına dayanmaktadır (Alp ve Öz, 2009, s. 40). Stokastik süreçte, rassal değişkenlerin almış olduğu özel değerlerin her biri, durum olarak adlandırılırken, durumlar arasında gerçekleşen değişimler geçiş olarak adlandırılmaktadır. Sistem; t anında i durumunda iken, t+1 anında j durumuna geçiyse, i 'den j 'ye geçiş olmakta ve p_{ij} ile gösterilip geçiş olasılığı olarak adlandırılmaktadır (Dağlıoğlu ve Kırıl, 2018, s. 64).

$$P(X_{t+1} = j | X_t = i) = p_{ij}, \quad i, j \in S \quad (2)$$

(2) bağlantısı ile verilen denklemde yer alan p_{ij} olasılıklarına tek adım geçiş olasılıkları denir. Eşitlikte verilen olasılıklar t'den bağımsızdır.

$$0 \leq p_{ij} \leq 1, \quad i, j \geq 0 \quad (3)$$

$$\sum_{j=0}^{\infty} p_{ij} = 1, \quad i = 0, 1, 2, \dots \quad (4)$$

Yukarıdaki eşitlikte tanımlanan p_{ij} 'lerin oluşturdukları matris markov zinciri geçiş olasılık matrisidir ve $P=[p_{ij}]$ şeklinde gösterilir. Durum uzayı sonlu olduğunda tek adım homojen geçiş matrisi ise,

$$P = [p_{ij}] = \begin{bmatrix} p_{00} & p_{01} & \dots & p_{0N} \\ p_{10} & p_{11} & \dots & p_{1N} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ p_{N0} & p_{N1} & \dots & p_{NN} \end{bmatrix} \quad (5)$$

şeklinde gösterilir (Taha, 2003).

Gizli değişkenlerin durumları göz önüne alındığında, gözlemlenen değişkenin belirli bir zamanda dağılımını düzenleyen bir dizi emisyon olasılığı vardır. Emisyon matrisleri dizinin belirli bir elemanını üretme olasılığını içeren emisyon olasılıklarından oluşmaktadır. SM Modelinde parametreleri öğrenme görevi, bir çıkış dizisi veya bu dizilerden oluşan bir dizi göz önüne alındığında, en iyi durum geçişi ve emisyon olasılıkları kümesini bulmak amaçlanmaktadır. Siyasi partilerin tercih edilmesinin altında yatan faktörler göz önüne alınarak emisyon matrisleri oluşturulmuştur. Emisyon olasılık matrisleri saklı durumlara bağlı olarak ortaya çıkan gözlemlerin durumlara göre gözlenme olasılıklarını içermektedir (Doğaner, 2015, s. 47).

SM Modelinin üç temel problemi vardır. Bu problemler gözlem olasılığının ne olacağı, saklı durum dizisinin tahmini ve model parametrelerinin yeniden yapılandırılmasının nasıl olacağı üzerinedir (Can ve Öz, 2009, s. 4).

Problem 1: SM Modelinde verilen gözlem dizisi ($O = O_1, O_2, \dots, O_t$) ve model parametresi $\lambda = (P, B, \pi)$ göz önüne alındığında, gözlem dizisinin olasılığı $P(O|\lambda)$ 'yi etkin bir şekilde nasıl hesaplanabilir? Blunsom (2004) Problemleri 'değerlendirme problemi' olarak adlandırmaktadır. Verilen bilgiler dâhilinde model tarafından gözlem dizisinin üretilme olasılığının nasıl hesaplanacağı ile ilgilidir. $O = O_1, O_2, \dots, O_t$ gözlem dizisinin olma olasılığını gösterir. Yani söz konusu model ve gözlemler dizisi için, gözlemlenen dizinin model tarafından üretilme olasılığının nasıl hesaplanacağı ile ilgilidir. Bir gözlem dizisinin gerçekleşme olasılığının bulunması olarak da adlandırılabilen problemin çözümü Forward algoritması ile birlikte kullanılmaktadır.

Değerlendirme probleminin çözümü m durumlu SM Modelinin $\mathcal{L}(\theta; Y^{(T)})$ olabilirlik fonksiyonunun değerini vermektedir. Elde edilen değer yorumlanarak, modelle gözlemlerin ne kadar uyduğu belirlenir. \mathcal{L} , olabilirlik değerinin hareketiyle gözlemlerin modelle uyumunun doğru orantılı olduğunu söyleyebiliriz. Olabilirlik değeri arttıkça, gözlemlerin modelle uyumu artmaktadır. Modelin saklı durum sayısına karar verilirken de modele en iyi uyuşan gözlemin seçilmesiyle problemin çözümü sağlanacaktır.

$$\begin{aligned} \mathcal{L}(\theta; Y^{(T)}) &= P(Y^T | \theta) \\ &= \sum_{\text{Tüm } X^{(T)}} P(Y^{(T)}, X^{(T)} | \theta) \\ &= \sum_{\text{Tüm } X^{(T)}} P(Y^{(T)} | X^{(T)}, \theta) P(X^{(T)} | \theta) \end{aligned} \quad (6)$$

$X^{(T)}$ durum dizisinin olasılığı;

$$P(X^{(T)} | \theta) = \pi_{x_1} \rho_{x_1 x_2} \rho_{x_2 x_3} \rho_{x_3 x_4} \dots \rho_{x_{T-2} x_{T-1}} \rho_{x_{T-1} x_T} \quad (7)$$

$X^{(T)}$ durum dizisi bilindiğinde ve gözlemlerin koşullu bağımsızlığı varsayımı altında $Y^{(T)}$ gözlem dizisinin olasılığı;

$$P(Y^{(T)} | X^{(T)}, \theta) = \prod_{t=1}^T P(Y_t | X_t, \theta) = b_{x_1}(Y_1) b_{x_2}(Y_2) b_{x_3}(Y_3) \dots b_{x_{T-1}}(Y_{T-1}) b_{x_T}(Y_T) \quad (8)$$

şeklinde hesaplanır. Eşitlikler ortak çözümlenerek;

$$\begin{aligned} \mathcal{L}(\theta; Y^{(T)}) &= \\ &= \sum_{\text{Tüm } X^{(T)}} \pi_{x_1} b_{x_1}(Y_1) \rho_{x_1 x_2} b_{x_2}(Y_2) \rho_{x_2 x_3} b_{x_3}(Y_3) \dots b_{x_{T-1}}(Y_{T-1}) \rho_{x_{T-1} x_T} b_{x_T}(Y_T) \end{aligned} \quad (9)$$

denklemi elde edilir. Sistemin başlangıçta π_{x_1} olasılığında ve X_1 durumunda bulunduğu varsayımındayken, $b_{x_1}(Y_1)$ olasılığı ile Y_1 gözlemi üretilebilir. Birinci zamandan ($t=1$), ikinci zamana ($t=2$) geçerken sistem $\rho_{x_1 x_2}$ geçiş olasılığına sahiptir ve X_1 durumundan X_2 durumuna geçer. X_2 durumuna geçtiğinde $b_{x_2}(Y_2)$ olasılığı ve Y_2 gözlemi üretilir.

İkinci zamandan ($t=2$), üçüncü zamana ($t=3$) geçerken sistem $\rho_{x_2x_3}$ geçiş olasılığına sahiptir ve X_2 durumundan X_3 durumuna geçer. X_3 durumuna geçtiğinde $b_{x_3}(Y_3)$ olasılığı ve Y_3 gözlemi üretilir. Bu döngü sistem $a_{x_{T-1}x_T}$ geçiş olasılığı ile X_{T-1} durumundan X_T durumuna geçerek $b_{x_T}(Y_T)$ olasılığı ile Y_T gözlemi üretilene kadar devam eder. Verilen formülizasyonla olabilirlik değerini doğrudan hesaplayabilmek için $(2T - 1)m^T$ tane çarpma ve $(m^T - 1)$ tane toplama işlemi yapılması gerekmektedir (Ergün ve Can, 2016, s. 53-54).

İleri Yön Algoritması

İleri yön algoritmasının değişkeni $\alpha_t(i) = P(O_1O_2 \dots O_t, q_t = S_i | \lambda)$ şeklinde tanımlanır. Verilen λ modeli için $\alpha_t(i)$ ileri yön değişkenini ifade ederken t anında S_i durumunda olan sistemin $O_1O_2 \dots O_t$ kısmi gözlem dizisinin olasılığını ifade etmektedir.

$$\alpha_1(i) = P(O_1, q_1 = S_i | \lambda) = P(O_1, q_1 = S_i, \lambda)P(q_1 = S_i | \lambda) \quad (10)$$

$$\alpha_1(i) = \pi_i b_i(O_1), \quad t = 1, 1 \leq i \leq N \quad (11)$$

$$\alpha_{t+1}(j) = [\sum_{i=1}^N \alpha_t(i) a_{ij}] b_j(O_{t+1}), \quad 1 \leq t \leq T - 1, 1 \leq j \leq N \quad (12)$$

$$P(O | \lambda) = \sum_{i=1}^N P(O, q_t = S_i | \lambda) = \sum_{i=1}^N \alpha_T(i) \quad (13)$$

şeklinde adımlar uygulanarak tümevarımsal bir yöntemle sonuca ulaşılır. İstenilen $P(O | \lambda)$ hesabını $\alpha_T(i) = P(O_1O_2 \dots O_T, q_T = S_i | \lambda)$ şeklinde İleri yön değişkenlerinin toplamı olarak verir (Can ve Öz, 2009: s4-5).

Geri Yön Algoritması

Sistemin $t + 1$ anından başlayarak son ana kadar olan kısmi gözlem dizilerinin olasılığı geri-yön değişkeni $\beta_t(i)$ olarak adlandırılır.

Problem 2: Netzer vd. (2008) ikinci problemi kodlama problemi olarak adlandırmışlardır. $\lambda = (P, B, \pi)$ göz önüne alındığında, gözlemi en iyi açıklayabilecek olan durumlar dizisi ($Q = q_1, q_2, \dots, q_t$) nasıl seçilebilir sorusunu yanıtlamaktadır. Yani modelin gizli kalan kısmını açığa çıkarmaya, çalışıldığı problemidir. Bir gözlem dizisi verildiğinde bu gözlem dizisini en yüksek elde etme olasılığına sahip durum dizisinin bulunması olarak özetlenen problemin çözümü Viterbi algoritması ile birlikte kullanılmaktadır.

Problem 3: Üçüncü problem literatürde genel olarak eğitim (öğrenme) problemi olarak geçmektedir. $\lambda = (P, B, \pi)$ model parametrelerinin, $P(O | \lambda)$ olasılığını maksimize edilebilmesi için nasıl ayarlanması gereklidir sorusuna yanıt aramaktadır. Yani problem de belli bir gözlem dizisinin nasıl meydana geldiğini en iyi biçimde tanımlayabilmek için model parametrelerinin optimize edilmeye çalışıldığı bir problem olmaktadır (Kıral, 2020; 35). Bir veri seti aracılığıyla model parametrelerinin elde edilmesi olarak özetlenebilen problemin çözümü Forward-Backward algoritması, Expectation Maximization ya da BaumWelch algoritması ile birlikte kullanılmaktadır.

pStates SM Modelinden yararlanılarak gözlemin üretilme olasılığının bulunması algoritmasıdır. Ortaya çıkabilecek tüm sıralı durumların olasılıkları toplanarak “İleri-Geri Yön Algoritması” hesaplanmaktadır. EstimatedStates ise Viterbi algoritmasının sonucunu vermektedir. Gözlem dizisinin olma olasılığına sebep olacak en muhtemel saklı durumu ortaya çıkarmayı amaçlayan algoritmadır. Viterbi algoritmasında tüm olasılıkların toplanması yerine, her durum sırasında vektörle en iyi örtüşeni seçilmektedir.

Bulgular

Çalışmaya katılan seçmenlere ilişkin Tablo 1’de sunulan veriler incelendiğinde katılımcıların %76,6’sının 20-23 yaş arasındaki gençlerden oluştuğu, kadınların oranının %55,6 olduğu ve katılımcıların %91,6’sının lisans öğrencisi olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışmaya katılan öğrencilerin siyasi eğilimlerinin dağılımları incelendiğinde milliyetçi-muhafazakâr görüşe sahip olanların (%30,4) çoğunlukta olduğu, bunu kendilerini solcu (%29) ve ulusalcı (%16,7) olarak tanımlayan öğrencilerin takip ettiği tespit edilmiştir. Siyasi düşüncenin üç ana kolda yoğunlaştığını ve bunların “Milliyetçi – Muhafazakâr, Solcu ve Ulusalcı” düşünce yapısına sahip olan seçmenler olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1: Seçmenlere İlişkin Veriler

Değişkenler	Gruplar	Yüzde	Değişkenler	Gruplar	Yüzde	
Yaş	20-23	76,6	Cinsiyet	Kadın	55,6	
	24-27	22,4		Erkek	44,4	
	28-31	0,7				
	31+	0,3				
Siyasi Eğilim	Solcu	29,0	Eğitim Seviyesi	Önlisans	7,5	
	Sağcı	5,0		Lisans	91,5	
	Radikal Solcu	2,9		Lisansüstü	1,0	
	Radikal Sağcı	0,6				
	Milliyetçi-Muhafazakar	30,4				
	Apolitik	0,6				
	Ulusalcı	16,6				
	Diğer	14,9				

Geçiş olasılıkları matrisi ve emisyon matrisleri; “24 Haziran 2018 genel seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?”, “24 Haziran 2018 genel seçiminde oy kullandığınız partiyi tercih etmenize sebep olan en önemli etmen neydi?”, “Bir sonraki genel seçimlerinde hangi partiye oy vermeyi düşünüyorsunuz?”, “Bir sonraki genel seçimde oy vermeyi düşündüğünüz partiyi tercih etmenize sebep olacak en önemli etmen nedir?” sorularına verilen yanıtlardan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Geçiş olasılıkları matrisi oluşturulurken “24 Haziran 2018 genel seçiminde oy kullandığınız partiyi tercih etmenize sebep olan en önemli etmen neydi?” ve “Bir sonraki genel seçimde oy vermeyi düşündüğünüz partiyi tercih etmenize sebep olacak en önemli

etmen nedir?” soruları dikkate alınmıştır. Siyasi partilerin tercih edilmesine sebep olan etmenler aşağıdaki şekilde numaralandırılmıştır.

- D1- Parti liderinin imajı ve karizması
- D2- Partinin sunduğu proje ve vaatler
- D3- Aile ve yakın dostlarının siyasi eğilimleri
- D4- İlimdeki partilerin göstermiş oldukları milletvekili adayları
- D5- Partinin ideolojisinin benim görüşüme yakın olması
- D6- Partinin kadrosunun güvenilir, saygın, istikrarlı ve güçlü olması
- D7- Dini bir aidiyet ve vazgeçilmez alışkanlıklar
- D8- Diğer
- D9- Oy kullanmadım/Fikrim yok

Di'ler durumları göstermektedir. Anket bulgularından elde edilmiş geçiş durumlarından yararlanılarak ve yöntem kısmında anlatılmış olan matematiksel eşitliklerden yararlanılarak Tablo 2 ve Tablo 3 oluşturulmuştur.

Tablo 2: Geçiş Sayısı Matrisi

Geçiş Sayısı	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	Toplam
D1	22	8	0	1	8	5	0	0	10	54
D2	1	102	4	4	20	22	0	0	22	175
D3	1	6	34	2	9	0	1	1	10	64
D4	0	1	1	7	12	8	0	0	4	33
D5	6	35	1	9	338	38	0	0	30	457
D6	2	10	1	2	16	89	1	0	5	126
D7	1	0	0	0	0	1	3	0	1	6
D8	0	1	0	0	1	0	0	0	1	3
D9	2	19	1	1	27	17	0	0	234	301

Geçiş sayısı matrisi satır toplamına oranlanarak da geçiş olasılık matrisi Tablo 3'teki gibi oluşturulmuştur.

Tablo 3: Geçiş Olasılık Matrisi

Geçiş Olasılıkları	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9
D1	0,41	0,15	0	0,02	0,15	0,09	0	0	0,19
D2	0,01	0,58	0,02	0,02	0,11	0,13	0	0	0,13
D3	0,02	0,09	0,53	0,03	0,14	0	0,02	0,02	0,16
D4	0	0,03	0,03	0,21	0,36	0,24	0	0	0,12
D5	0,01	0,08	0	0,02	0,74	0,08	0	0	0,07
D6	0,02	0,08	0	0,02	0,13	0,71	0	0	0,04
D7	0,17	0	0	0	0	0,17	0,50	0	0,17
D8	0	0,33	0	0	0,33	0	0	0	0,33
D9	0	0,06	0	0	0,09	0,06	0	0	0,78

Tablo 3 incelendiğinde köşegen üzerinde bulunan elemanların siyasi parti seçiminde etkili olan faktöre bağımlılık derecesini gösterdiği söylenebilir. Yani; “Parti liderinin imajı ve karizması (D1)” nedeniyle bir siyasi partiye oy veren bir seçmenin %41 olasılıkla bir sonraki seçimde tekrar aynı sebeple oyunu kullanacağı öngörülmektedir.

Emisyon matrisleri oluşturulurken, seçmenlere uygulanmış olan anket sonuçları üzerinden ilgilenilen sorular; seçmenin hangi partiyi tercih edeceği ve tercih etmesine sebep olacak en önemli etkenin ne olduğudur.

Tablo 4: Emisyon Matrisleri

Geçiş Sayısı	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7
D1	18	3	6	1	6	1	0
D2	36	114	17	2	11	2	0
D3	11	17	12	2	0	0	0
D4	4	17	2	0	2	1	0
D5	38	288	61	5	24	15	0
D6	46	87	15	1	27	4	0
D7	0	2	2	0	1	0	0
D8	1	0	0	0	0	0	0
D9	0	0	0	0	0	0	317

Tablo 4’te satırda yer alan elemanlar yani D_i ’ler modelin saklı durumlarını gösterirken, sütunda yer alan elemanlar yani V_i ’ler ise siyasi partileri ifade etmektedir. Tablo 4 oluşturulurken önce toplam D_i ’lere bakılıp daha sonra partilere göre dağılımları yerleştirilir. Tablo 4’ü yorumlamak için herhangi bir değişkeni seçelim, D5 yani “Partinin ideolojisinin benim görüşüme yakın olması” tercih sebebi göz önüne alındığında toplamda 431 seçmenin bu faktörden dolayı parti tercihi yaptığı görülmektedir. Ayrıca partilere göre dağılımına bakılmak istendiğinde, örnek olarak 3 numaralı parti (MHP) için bakıldığında 61 seçmenin oy kullanırken “Partinin ideolojisinin benim görüşüme yakın olması” ifadesine önem verdiği görülmektedir. Tablo 4’de de D5 satırı ile V3 sütunu kesiştirildiğinde 61 değerine ulaşılmaktadır. Tablo 4’teki tüm hücreler, satır toplamlarına oranlanarak olasılık matrisleri Tablo 5’teki gibi elde edilir.

Tablo 5: Emisyon Olasılık Matrisi

Olasılık matrisi $b_j(k)$	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7
D1	0,514	0,086	0,171	0,029	0,171	0,029	0
D2	0,198	0,626	0,093	0,011	0,060	0,011	0
D3	0,262	0,405	0,286	0,048	0	0	0
D4	0,154	0,654	0,077	0	0,077	0,038	0
D5	0,088	0,668	0,142	0,012	0,056	0,035	0
D6	0,256	0,483	0,083	0,006	0,15	0,022	0
D7	0	0,4	0,4	0	0,2	0	0
D8	1	0	0	0	0	0	0
D9	0	0	0	0	0	0	1

Geçiş olasılık matrisi ve emisyon matrisi oluşturulduktan sonra seçmen tercihlerini etkileyen nedenlerin altında yatan faktörler analiz edilmiştir. Analiz sonuçları incelendiğinde, Matlab programının çıktılarında birisi olan ve SM Modelinde yer alan saklı durumların sıralarının belirlenmesinde kullanılan pStates’de ileri yön (forward) algoritması sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6: Partilerin Tercih Edilme Olasılık Değerleri ve Saklı Durumlar

	Gözlem	Olasılık (%)	Saklı Durum
AK Parti	V1	27.84	D1
CHP	V2	28.36	D5
MHP	V3	11.38	D5
HDP	V4	1.55	D5
İYİ Parti	V5	10.24	D5
Diğer	V6	2.12	D1
Oy kullanmadım	V7	18.51	

Tablo 6’da İleri-Geri Yön Algoritması kullanılarak yapılan hesaplamaların sonucuna bakıldığında AK Parti ve CHP tercih olasılıklarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerden elde edilen verilere göre CHP’nin tercih edilme olasılığı 28.36% ile en yüksek olasılığa sahip iken AK Parti’nin tercih edilme olasılığı 27.84%’dür. Diğer partilerin yüzdeleri ise sırasıyla MHP 11.38%, İYİ Parti 10.24%, diğer partiler 2.21%, HDP 1.55% ve oy kullanmayanlar 18.51% olarak hesaplanmıştır.

Viterbi algoritması ile elde edilen tabloda siyasi partilerin tercih edilmesinin altında yatan saklı durumlar da görülmektedir. En yüksek olasılığa sahip olan CHP’nin tercih edilmesinin altında yatan saklı durum “Partinin ideolojisinin benim görüşüme yakın olması (D5)”dır. MHP, İYİ Parti ve HDP’nin tercih edilmesinin altında yatan neden de aynıdır. AK Parti ve diğer partilerin tercih edilmesinin altında yatan saklı neden ise “Parti liderinin imajı ve karizması (D1)”olarak belirlenmiştir. Tablo 6’da yer alan saklı durumlar aynı zamanda siyasi partilerin iki dönem üst üste tercih edilmesinin altında yatan saklı durumu da göstermektedir.

Sonuç

Türkiye nüfusunun, yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında büyük bir kısmının gençlerden oluştuğu görülmektedir. Yapılan çalışmada Türkiye, eğitim nitelikleri giderek artan genç nüfusun oluşturduğu bir ülke olarak düşünüldüğünden, seçmenlerin siyasi parti tercihine etki eden gizli faktörleri tespit etmek için üniversiteli seçmenler üzerinde uygulama yapılmıştır. Gençlerin yoğun olduğu bir siyasi pazarda Adana'daki üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin sayısı toplam seçmenler içerisinde çok büyük bir sayıya karşılık gelmese de hedeflenen seçmen grubu içerisinde hatırı sayılır bir potansiyele sahiptir. Bu gençlerden oluşan grubun siyasi parti tercihinin altında yatan faktörlerin belirlenmesinin, hem siyasi pratik hem de siyasi pazarlama teorisi bakımından ilgi çekici olacağı düşünülmektedir.

Markov analizi kullanılarak yapılan tahminlemeler ile birlikte belirsizliğin ortadan kalktığı bilinmektedir. Ancak çalışmada incelenmek istenilen, siyasi partilerin tercih nedenlerinin altında yatan saklı durumların bulunması olduğundan SM Modelinin kullanılması tercih edilmiştir. 1219 seçmen ile birlikte gerçekleştirilen bu çalışmanın bulguları incelendiğinde; Adana ilinde öğrenim görüp çalışmaya katılan öğrencilerin %28,36'sının parti tercihi CHP iken, AK Parti'yi tercih eden seçmenlerin yüzdesi de %27,84 olarak hesaplanmıştır. Siyasi partilerin tercih edilmesinin altında yatan faktörler incelendiğinde ise; AK Parti ve diğer partiler seçimlerde "Parti liderinin imajı ve karizması (D1)" nedeniyle; CHP, MHP, HDP ve İYİ Parti ise "Partinin ideolojisinin benim görüşüme yakın olması (D5)" nedeniyle önemli ölçüde tercih edildikleri sonucuna ulaşılmıştır. O halde üniversiteli seçmen nezdinde AK Parti ve diğer partilerin lider partisi olduğu; CHP, MHP, HDP ve İYİ Partinin ise parti ideolojilerinin tercih edilmede diğer etmenlerden daha önemli olduğu yorumu yapılabilir. Yapılan bu araştırmanın sonuçlarından yola çıkılarak siyasi partilerin, seçmen gruplarının önem verdikleri faktörleri göz önünde bulundurarak politikalarında değişiklikler yapıp, strateji belirlemelerinin önemli etkiler yaratabileceği söylenebilir. Çalışmadan elde edilen bulguların hem siyasi partiler hem de siyasi pazarlama açısından dikkat çekici olduğu düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Akgün, B. (2007), *Türkiye'de Seçmen Davranışı, Partiler ve Siyasal Sistem*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Alp, S. ve Öz, E. (2009). Markov zinciri yöntemi ile taşınabilir bilgisayar tercihlerinin analizi. *Akademik İncelemeler*, 4(2), 37-54.
- Avcı, K. (2015). 2014 Yerel Ankara Yerel Seçimlerinde Parti Lideri Faktörünün Seçmenin Oy Verme Kararına Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(1), 145-179.
- Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 144-167.
- Blunsom, P., (2004). Hidden Markov Models. Lecture notes, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.123.1016verep=rep1&type=pdf>, Erişim (07.01.2020), s.1-7.

- Can, T. ve Öz, E. 2009. "Saklı Markov Modelleri Kullanılarak Türkiye'de Dolar Kurundaki Değişimin Tahmin Edilmesi." *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38 (1): 1-23.
- Cheung, L. W. K. 2004. Use of runs statistics for pattern recognition in genomic dna sequences, *Journal of Computational Biology*, 11(1): 107-124.
- Coast, D. A., Stern, R., Cano, G. ve Brillier, S. 1990. An approach to cardiac arhythmia analysis using hidden markov models, *IEEE Transactions on Biomedical Engineering*, 37(9): 826-836.
- Çavuşoğlu, H., ve Pekmaya, M. (2016). Yerel Seçimlerde Genç Seçmenlerin Siyasal Davranışlarına İlişkin Bir İnceleme: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 17-40.
- Çiftlikçi, Ahmet, Siyaset Pazarlaması ve Siyasi Partilerin Malatya'daki Uygulamaları, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.
- Dağlıoğlu, C., ve Kırıl, G. Ekonomik Yatırım Araçları Getirilerinin Saklı Markov Modeli ile Tahmin Edilmesi: Türkiye Örneği. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 4(1), 61-75.
- Dainotti A., Pescapé A., Rossi P. S., Palmieri F., ve Ventre G., (2008). Internet Traffic Modelling by Means of Hidden Markov Models, *Computer Networks*, 52(14), 2645-2662.
- Doğaner, A. (2015). Enformasyon Sistemlerinde Saklı Markov Modeli Ve Bayes Tabanlı Sınıflandırıcılar İle Bilgi Modellerinin Geliştirilmesi (2015), Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstatistik Anabilim Dalı, *Doktora Tezi*.
- Duverger, M. (1984). *Politikaya Giriş*, çev. Tiryakioğlu. İstanbul: Varlık Yay.
- Ebel J. E., Chambers D. W., Kafka A. L. ve Baglivo J. A., (2007), Non-Poissonian Earthquake Clustering and the Hidden Markov Model as Bases for Earthquake Forecasting in California, *Seismological Research Letters*, 78 (1), 57-65.
- Ergün, G., Can, C.E. (2016). Saklı Markov Modelinin Farklı Dağılımlar İçin İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ankara.
- Eroğlu, A. H., ve Bayraktar, S. (2009). Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercihleri Üzerine Etkileri-İzmir İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 187-207.
- Forney, G. D. (1973). The Viterbi Algorithm. *Proceedings of the IEEE*, 61(3), 268-278.

- Granat R. ve Donnellan A., (2002). A Hidden Markov Model Based Tool for Geophysical Data Exploration, *Pure and Applied Geophysics*, 159 (10), 2271-2283.
- Hamilton J. D., (1994), *Time Series Analysis*. New Jersey, USA: Princeton University Press.
- Harrop, M. ve W. L. Miller (1987). *Election and Voters A Comparative Introduction*, London: Mcmillan.
- Kalaycıoğlu, E. (1984). *Çağdaş Siyasal Bilim: Teori, Olgu Ve Süreçler*. İstanbul: Osman Aykaç matbaası.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İktisat Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kim C.J. ve Nelson, C.R., (1999). *State-Space Models with Regime Switching: Classical and Gibbs Sampling Approaches with Applications*. USA: MIT Press.
- Kurtbaş, İ. (2015). Seçmen Psikolojisine Dair Psiko-Politik Bir Tahlil “Politik Psikoloji Ekseninde Deneysel Bir Çalışma”. *Journal of Administrative Sciences and Policy Studies*, 3(2), 91-11.
- Landon J., Özekici S. ve Soyer R., (2013). A Markov Modulated Poisson Model for Software Reability, *European Journal of Operational Research*, 229, 404-410.
- Leroux B. G. ve Puterman M. L., (1992). Maximum Penalized-Likelihood Estimation for Independent and Markov-Dependent Mixture Models, *Biometrics*, 48(2), 545-558.
- MacDonald I. L. ve Zucchini W., (1997). *Hidden Markov Models and Other Models for Discrete-Valued Time Series*, Chapman ve Hall/CRC Monographs on Statistics & Applied Probability, London, UK.
- Netzer, O., Lattin, J. M., ve Srinivasan, V. (2008). A hidden Markov model of customer relationship dynamics. *Marketing Science*, 27(2), 185-204.
- Özkan, A. (2004), *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Rabiner, Lawrence R., (1989). A Tutorial on Hidden Markov Models and Selected Applications in Speech Recognition. *Proceedings of the IEEE*, 77(2), 257-286.
- Robertson A. W., Kirshner S. ve Smyth P., (2004). Downscaling of Daily Rainfall Occurrence over Northeast Brazil Using a Hidden Markov Model, *Journal of Climate*, 17, 4407-4424.

- Ruggeri A.F. ve Soyer R., (2012). A Bayesian Hidden Markov Model for Imperfect Debugging, *Reability Engineering and System Safety*, 103, 11-21.
- Semerci, Z., (2006). Saklı Markov Modellerinde Üç Temel Problemin İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Taha, Hamdy A. (2003). *Operations Research*. 7th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Toksarı, M., ve Dağcı, A. (2016). Seçmen Nezdinde AK Partinin Marka Değeri. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 147-156.
- Turan, E., ve Temizel, M., (2015). Din ve Siyaset İlişkisi Bağlamında Oy Verme Davranışı: Niğde Bölgesinde Bir Araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 86-99.
- Xie, H., Andrae, P., Zhang, M. ve Warren, P., (2004). Learning models for english speech recognition, *Proceedings of the 27th conference on Australasian computer science*, ACSC 2004, Darlinghurst, Australia, pp. 323-329.
- Zucchini W. ve Guttorp P.,(1991). A Hidden Markov Model for Space-Time Precipitation. *Water Resources Research*, 27(8), 1917-1923.

Etik Kurul Raporu: T.C. Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 08.06.2020 tarihinde 09/7 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ DÜNYA, MİLLİYETÇİLİK VE İŞÇİ SINIFI

Cahit ASLAN¹

ÖZ

Toplumsal tabakalaşma olgusu, ilk insan toplumlarından beri tekâmül geçirerek günümüze kadar gelmiştir. Yine insani bir olgu olan milliyetçilik sanayi devrimi ve modernleşmeyle beraber ortaya çıkmıştır. İki yüz yıllık geçmişi olmasına rağmen o da tekâmül geçirmiştir. Pek doğal olarak Batı toplumlarına ait bir olgu olmasına rağmen tüm dünyada zaman içerisinde var olmuştur. Her toplum kendi toplumsal ve tarihsel özgün koşullarına bağlı olarak kendi milliyetçiliklerini yaşamaktadır. Bu olgu gelişme-alan yazını içerisinde de tartışılmaktadır. Öte yandan sanayi toplumunun olgunlaştırdığı işçi sınıfının varlığı da söz konusudur. Batı toplumlarında işçi sınıfının sınıf mücadelesinin refahın bölüşümünde ve demokrasinin gelişiminde olumlu sonuçları olmuştur. Fakat gelişme-alan yazınında gelişmekte olan ülkeler olarak tarif edilen üçüncü dünya ülkelerinin işçi sınıfının varlığı ve onun mücadele tarzı ülkelerin kendi özgün koşulları tarafından şekillenmekte ve Batı toplumlarındaki gibi bir sonuç meydana çıkartmamıştır. Onların bu şekillenme sürecine en büyük etkilerinden birini yine kendi özgün milliyetçilik anlayışları yapmaktadır. Bu sürecin nasıl geliştiğini ve şekillendiğini anlamak ve en başından kavramsal tartışmaları yapmayı gerektirmektedir. İşte bu makale hem milliyetçilik anlayışını hem de işçi sınıfının niteliğini birbirleriyle ilişki içerisinde tartışmaktadır. Fakat bu tartışmalar üçüncü dünya ülkesindeki özgün koşulları göz önünde bulundurarak yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Milliyetçilik, Etnisite, İşçi Sınıfı, Hemşehricilik

THIRD WORLD, NATIONALISM AND WORKING CLASS

ABSTRACT

The phenomenon of social stratification has survived since the earliest human societies until today. Nationalism, which is also a human phenomenon, has emerged together with the industrial revolution and modernization. Although it has two hundred years of history, it has also evolved. Although it naturally belongs to Western societies, it has existed all over the world in time. Each society experiences their own nationalism depending on their social and historical conditions. This phenomenon is also discussed in the development literature. On the other hand, the existence of the working class matured by the industrial society is also in question. In Western societies, the class struggle of the working class has had positive consequences in the distribution of welfare and the development of democracy. But in the development literature, the existence of the working class of the third world countries described as developing countries and its struggle styles are shaped by the unique conditions of that countries and do not produce a result like in Western societies. One of their greatest influences on this formation process is again their own understanding of nationalism. It requires understanding how this process has evolved and shaped and having conceptual discussions from the very beginning. This article discusses both the understanding of nationalism and the quality of the working class in relation to each other. However, these discussions are made taking into account the unique conditions in the third world country..

Keywords: Nationalism, Ethnicity, Working Class, Nepotism

Giriş

Toplumsal yapılanma ve toplumsal katmanlaşma sorunsalı genellikle iki düzlemde ele alınmaktadır. Bu ele alınış aynı zamanda toplumbilimcinin eğilimini de göstermektedir.

¹Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, Eğ. Fak. Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, aslan@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9793-4285

Received/Geliş: 24/06/2020 Accepted/Kabul: 02/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Aslan, C. (2020), "Üçüncü Dünya, Milliyetçilik ve İşçi Sınıfı", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 429- 440.

Bunlardan birincisi “toplum, gözlemcinin seçtiği ölçütlere göre değil, ama gerçekte işlediği şekliyle nasıl örgütlenmiştir ve toplumun gelişimini yöneten güçler nelerdir?” sorusunun yanıtına göre yapılar açıklanmaktadır. Burada yapay kategoriler değil, gerçeklik içinde birleşmiş ve karşıt gruplar değerlendirilir ve bu bağlamda insanların yaşam biçimini (bilinçli ya da bilinçsiz) dikkate almaya çalışır. İkincisi ise, katmanlaşma açısından yapılan çözümlerde toplum, gözlemcinin seçtiği şekilde düzenlenmiş katmanlara ya da sınıflara bölünür ve toplumsal hiyerarşi ya da hiyerarşinin çeşitli basamakları, eşitsizlikten hareketle tanımlanır. Dolayısıyla toplum içinde birleşmiş gruplar değil, ama yapay kategoriler, bir takım toplaşmaları ya da birey topluluklarını ayırt eder. Oysa yapay kategoriler ile mükemmel birleşmiş gruplar arasında çok sayıda ara durum vardır. Diğer taraftan sosyoloji, geniş ölçüde, basitleştirmelerden ve kestirmelerden hareket eder (Beneton, 1991, s. 8-9). Onun için gözlemci diğer bilimsel yaklaşımların varlığını ve kendilerinden bir şeyler öğrenebileceği aktörlerin varlığını kabul etse de kendi görüşünü tercih etmek zorundadır. Gözlemcinin dünya görüşünü ve çalışmasının deneklerinin görüşünü ayırması zor bir görevdir; farklı tanımlar veya kesinlik dereceleri olsa bile bilginin ve halkın aynı sınıf terminolojisini kullandığı Batı’da tek bir şekil alır; batının sınıf terminolojisinin şehir göçmenleri kültürüne yabancı olduğu Üçüncü Dünya durumlarında ise başka bir şekil alır. Bu yüzden sınıf analizi odağı farklı seviyelere dayanabilir. Bu da ilişkiler modelini vurgulayan bir özet yapısal seviyede veya deneysel olarak gözlenmiş sosyal kategoriler seviyesinde gerçekleşir. Buradan da sınıflar ekonomik/üretim veya sosyal/tüketim terimleriyle tanımlanabilir, bu iki sınıf formunun birbiriyle uyumlu olduğu kabul varsayılırsa o zaman aralarındaki ilişki de açıklanmalıdır. “Bu durumda bir kişi kaç tane sınıf bulabilir? Ve aralarındaki ilişki nedir? Karşılıklı mı (dichotomous), hiyerarşik mi, yoksa fonksiyonel mi?” (Lloyd, 1982, s. 16-17) sorularının yanıtları bulunmak zorundadır.

Daniel Bell’in (1999) belirttiği gibi, sınıf ve etnikliğin grup dayanışması duygusunun iki egemen biçimi olduğu açıktır ve şu soruyu sorabiliriz: Hangi koşullarda biri ya da diğeri eylem açısından daha belirgin hâle gelir veya hangi koşullarda bu ikisi iç içe geçer? (Parkin, 1990, s. 643). Yanıtlar kısaca milliyetçilikten sınıfsallığa doğru bir skala takip eder. Gerçi “iktisadi açıdan az gelişmiş ülkelerin yöneticileri, fakir sınıfların daha iyi bir hayat tarzı taleplerini tatmin edemeyince bu talepleri şiddetli bir milliyetçiliğe doğru saptırırlar” (Laroque, 1969, s. 8). Öyle ki, “devlet kendi resmi ırkçılığını oluşturmada sivil ırkçılık üzerine ilgiyi bile çekebilir” (Worsley, 1984, s. 246). Onun için, egemenlik ve sınıfsal ilişkiyi göz ardı eden her türlü açıklama, kişiyi skalanın herhangi bir yönüne, fakat ters bir yönüne götürür. Bu süreci anlamak için skalanın yönlerine bakmak lazım. Bu makalenin amacı da budur: Yani Batı dışı üçüncü dünya milliyetçiliği ile işçi sınıfı arasındaki ilişkiyi göstermektir. Bunun için milliyetçilik ve işçi sınıfı terimleri önce ayrı ayrı sonra birlikte değerlendirilecektir.

Milliyetçilik Üzerine

E. J. Hobsbawm’a göre milliyetçilik ilk çıktığı dönemden günümüze kadar yeni anlam ve siyasal bütünlükle tanımlanmaktadır. Yani milliyetçilik ideolojisi bir evrim geçirmiştir (Hobsbawm, 1995). Şöyle ki:

İlk milliyetçilik düşüncesi ulusal birlik ve genişleme temaları etrafında gelişen liberal döneme damgasını vuran Avrupa’dır. Bu dönemde olsun veya daha sonra, başarıya ulaşan milliyetçilik hareketi, var olan devletlerin biriyle veya uzunca geçmiş olan

birisiyle tarihsel bir geçmişi belirlenmiş ve yazılı bir dile sahip entelektüel elitin varlığıyla nihayet yayılmacılığını ispat edip, sınırlarını da çizmiştir. Bu hâliyle millet olma, toplulukların iradesi dışında ama onların ulaşabilecekleri bir nesnel aşamadır.

1880-1914 döneminde ise, milliyetçi hareket daha önceki dönemde olduğu gibi belli bir süreci tanımlamaktan ziyade, kendi kaderini tayin hakkı etrafında dönmüştür. Özellikle etnik ve dilsel öğeler milliyetçi ideolojilerin en başat unsurları olmuştur. Onun için 1870'lerde ortalıklarda görülmeyen birçok yeni milliyetçi hareketler hızla ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu şekildeki gelişmenin en büyük nedeni, modernleşmenin tehdidi altındaki geleneksel burjuvazinin yükselişi ve büyük güçlerdir.

1918-1950 arası ise çok uluslu imparatorlukların dağılması ve 1917 Bolşevik devriminin yayılabileceği korkusundan dolayı kapitalist dünyanın milliyetçi hareketlere daha sıcak bakmasıyla milliyetçilik yeni boyut kazandı. Özellikle milliyetçilik var olan ulus devletlere karşı hareketler olarak ortaya çıktı. Milliyetçilik artık birleştirici değil ayrılıkçıydı. Özellikle bu dönem ulusal kimlik edinme sürecinde sinema, basın, radyo gibi kitle iletişim araçlarından tutun da spora kadar birçok şeyin kullanılması etkili olmuştur.

1945-1970 arası ise milliyetçilik bir önceki gibi etnik, dilsel, kültüre, tarihsel miras gibi temalar etrafında oluşturulan bir ideoloji değildir; tam tersine sömürgecilığe karşı mücadele, devrim ve karşı devrimlerin mücadelesinin bir ürünüdür. Özellikle milliyetçilik bu ana temayı güçlendiren veya zayıflatan bir şey olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise, milliyetçilik artık hiçbir biçimde tarihsel gelişmenin vektörü olmadığı dönemdir. Çünkü ulusal ekonomiler gücünü yitirmiştir. Çok-uluslu şirketler belirgin bir şekilde dünya ekonomisinin temel iktisadi birimi olmuşlardır. Global kentleşme söz konusudur. Dünya Bankası, IMF vb.'lerin güçleri artarak çoğalmıştır. Onun için iktisadi ve yönetsel olarak ulusal birim içinde görece dışarıda kalmak günümüz milliyetçiliğinin en önemli nedenlerinden biridir.

Çağlar Keyder'in de belirttiği gibi milliyetçiliğin dünya ideolojisi olarak ortaya çıkması süreci diye nitelendirdiğimiz dönem aynı zamanda dünya ekonomisinin liberalizm dönemidir. Oysa günümüze doğru gelindikçe, milliyetçiliği, sadece elitlerin bir aldatmacası ve halka empoze ettikleri bir öğreti olarak ele alınırsa önemli bir boyutu da unutulmuş olur. Milliyetçilik aynı zamanda aşağıdan gelen bir talebe yanıt verir. Yeni oluşan bir dünyaya anlam kazandırmak, yıkılan toplumsal dengeler hakkında yeni bir kimlik bulmak. 1970'lerden beri ise, ulusal kalkınmacılık dünya kapitalist gelişmesine ters düşmeye başladı. Artık devletin kendini meşrulaştırması için milliyetçilik yetmiyor, hatta ulusal kalkınmacılığın iflası ile beraber, yukarıdan dayatılmış bir milliyetçilik 'aşırı' bir ideoloji olarak ters tepkilere yol açabilir (Keyder, 1993, s. 56-63). Bu yüzden günümüzde "bir yandan ulus-devletin bir siyasal örgütlenme modeli olarak meşruluğu aşınma sürecine girmişken, diğer yanda etnik ve/veya dinsel temelli milliyetçilik dalgasının siyasal etkileri dünya ölçeğinde de artarak hissedilmektedir (Köker, 1996, s. 11). Gerçi burada ulus devletin izdüşümüne denk düşen "etnisite bölünmez bir şey değildir: Milliyetçilikten hem daha geniş hem de daha dardır ve farklı düzeylerde, farklı formlarda yer alır. Pan-Arabizm ve Pan-Afrikanizm gibi ırksal ve kültürel kimlikler ulus devletin üstüne çıkarken, farklı etnik gruplar ulus-devlet sınırları içerisinde birlikte varlıklarını sürdürürler. De Vos ve Romanucci-Ross'un haklı olarak söylediği gibi etnisite, "Nereliyiz?", "Nasıl Farklıyız?" ve "Ne yapmalıyız?" gibi sorulara yanıt arar. Bu soruları yanıtlamak bireyi zaman ve mekân içerisine yerleştirir, fakat yanıtlar farklı düzeyde çeşitlilik gösterebilir" (Worsley, 1984, s. 247). Antony Giddens'in belirttiği

üzere, sınıf ilişkilerinin iç yapılaşmasının birbirleriyle ilişkili üç kaynağı vardır: Üretici girişiminde iş bölümü, girişimde otorite ilişkileri ve ‘dağıtıcı gruplar’ın etkisi; yani paylaşım. Etnik ve kültürel olarak homojen toplumlarda sınıf yapılaşmasının derecesi, bu tespit edilen yapılaşma kaynakları arasındaki karşılıklı ilişkilerle belirlenecektir. Çoğunluğu değilse bile birçok kapitalist toplum bu çerçevede homojen değildir. Geleneksel olarak sınıf kuramında ırksal ya da dinsel bölünmeler, sınıfların uyumlu birliklilikler olarak oluşmasının önünde bir ‘engel’ yığın olarak görülmüştür. Etnik ya da kültürel bölünmelerin sınıfların oluşumunu sulandırdığı veya engellediği düşüncesi de Weber’in (2012) sınıf ve statü grubunu ayırması sonucunda çok açık bir şekilde inşa edilmiştir (Giddens, 1999, s. 136-141)

Daha önce belirtildiği üzere milliyetçilik ve onun egemen biçimi olan ‘milli devlet’ sınıfsal dönüşümlerle tanımlanmaktaydı. Oysa “aynı zamanda milliyetçilik etnisitenin bir şeklidir, fakat özel bir şeklidir. Milliyetçilik, belli bir etnik kimliğin belli bir devlete bağlanarak kurumlaştırılmasıdır. Bu durum, milliyetçiliğin tarihi çalışmalarını yapan en kıdemli üyesi olan Hans Kohn’a göre çok açıktır. Hans Kohn (2005), milliyetçiliğin, var olan ya da arzulanan milli-devlet üzerindeki artan çoğunluğun en yüce sadakatini bir merkezde topladığını yazmıştı. Etnik gruplar, tehlikeden korunmak gibi özel menfaatler dışında, birlikte hareket etmezler. Bu menfaatler, kendi devletini (veya devletin bir kısmını) elde etmek durumun da kaldığı zaman, grup millet haline dönüşür. Başarılı olanlar ulus olur; başarısız olanlar da ‘milletler’ -‘devletsiz uluslar’- olarak kalırlar. Milliyetçilik, bireyin kendi devletini elde etmesi veya muhafaza etmesi için geliştirilen ideolojiler, aktiviteler ve hareketlere işaret eder. Antropologlar (özellikle milliyetsiz toplumlar veya Wolf’un daha pozitif terimiyle soy emirli toplumlarla ilgili olanlar ya da Clastres’in (1991) “Devlete Karşı Toplum” eserinde bahsettiği ilkel toplumlardaki durum) bu yüzden sık sık biçimci bir şekilde etnisitenin milli şekillerinin, çeşit olarak diğer hükümet veya grup şekillerine bağlı olanlardan daha farklı olmadığı sonucuna vardı. Yeni etnik kimlikler, geniş bir şekilde belirlenmiş, sadece daha eski olan kimlikler değildir. Kimliklerin yeni yapı olmadıkları yerde yeni şekillerdeki yeni ihtiyaçları karşılamak için daha eski kategorilerin değiştirilmesini gerektirirler. Eğer burada, milliyetçilik dediğimiz o özel etnisite türü -devlet düzeyinde kurumlaşmış etnisite- üzerinde konsantre olunursa, diğer etnisite modları ve seviyelerinin var olmadığını veya önemli olmadıklarını söylemek doğru olmaz.

Tarihi olarak içerisinde devlet ve devletin seçmen etnik grupları arasındaki ilişkide üç temel yol bulunmaktadır. Bunlar farklı çağlarda ortaya çıkarlar ve bu yüzden de hem devletin hem de toplumun farklı kavramlarını temsil ederler. Her nasılsa eski olanlar; basit bir şekilde ortadan kaybolmadılar, fakat var olmaya devam ettiler şimdi de yeni olanlarla aynı zamanda varlıklarını sürdürmektedirler. Bu bağlamda “Milliyetçiliğin Üç Modu”ndan bahsedebiliriz (Worsley, 1985, s. 248-251):

İlki hegemonik; kanuni olarak bir etnik kimliğin tanımlanmasıdır: Milli kültür, baskın sınıfın ve bölgesinin kültürüdür. Tek düzeliğe bağlı olan ikincisi, liberal değerler tarafından bilgilendirilir; daha eski kimliklerin şimdi geçişli olduğunu farz eder ve fiziksel tür, dil ve kültürün yeni sentezi veya hepsinin yeni sentezinin kendi yerinde zuhur ettiğini farz eder. Bu yeni millet bir kere kendi devletini kurduktan sonra, baskı artık varlığını sürdürmez. Toplum, etnik ya da başka türlü vatandaşlardan oluştuğu için, vatandaşı sahte (suni) olarak, bir bütün olan siyasi toplumdan ayıran ve her bireysel vatandaşın rasyonel kararının serbest uygulamasını engelleyen hiçbir grup bulunmaz

veya hiçbir grup olmamalıdır. Üçüncü mod çoğulcudur (pluralist); vatandaşlığın ikincil milliyetin esas kimliğine ek olarak bazen bir azınlığın statüsü formunda devlet tarafından tanınmayı gerektirir. Bu mod, sadece etnik yönden birleşmiş ulus devletlerinin bütün serilerinin vücuda getirildiği 20. yüzyılda ortaya çıktı. Burada millet kavramı elbette ki farklı şekillerde kullanılmaktadır. Evans-Pritchard (1999) ‘millet’ kavramını ihtiyaç duyduklarında politik olarak hep birlikte hareket edebilen, fakat uzun süreli özelleşmiş devlet kuruluşlarının eksikliğini duyan Nuer veya Shilluk gibi geniş kültürel topluluklara işaret etmek için kullandı. Bu bağlamda, bağımsızlıkta, Somali problemi üzerine Lewis (2002), ‘devleti millet değil milleti devlet yapmak’ diye yazmıştı. ‘Millet terimi’ sadece modern, merkezileşmiş devlet ile ortaya çıkan ve bu yüzden kendi üst birleşmelerine ihtiyaç olursa, kendi baskıları gibi daha eski etnik kimliklerle çok fazla devamlılık gerektirmeyen etnisite modu ile sınırlamak, anlamaya vesile olması açısından daha faydalı olacaktır. Böylece millet inşası, devlet teşekkülü ile elde edileceği iddia edilebilir. Bunlara da “Devlet Ulus” diyebiliriz (bk.: Güzel, 1995).

Ücretli İşçilikten Proletaryaya

Acaba hızlı şehir gelişimi ve halka yönelik hizmet ve üretime dayanan endüstrideki artan ücretli hizmet ile beraber işçi sınıfı mı yaratıldı? Bu ve benzeri soruları yönelterek 19. yüzyıl Avrupa’ında ortaya çıkan Üçüncü Dünya kavramlarına başvuruyoruz. Fakat bu kavramlar yer ve mekânâ göre belli mi? Alınan yanıtlara bakılırsa sınıf analizi, bu yüzden sadece Batı kültürünün endüstri öncesi evreleri için değil, büyük oranda farklı kültürler için de uygundur.

Batılı bilginler, çoğunlukla Marksist inancında olanlar, Üçüncü Dünya toplumlarını analizlerinde giderek artan bir şekilde sınıf terimlerini kullanmaktadırlar. Bir bireyi proletarya üyesi olarak kategorize ederken, belli davranış modlarını hemen yakıştırırız; bir proletaryanın tarihte belli bir rol oynadığını farz ederiz. Fakat benzeri terimleri zayıf veya uygunsuz delillere göre ayırırsak, bizim çıkarımlarımız engellenebilir. Doğrusu sınıf, öylesine karmaşık bir fenomendir ki kavram kurallarına göre mükemmel bir çıkarımda bulunmak imkânsızdır. Sınıf terimleri içerisinde bir durum analizini kabul edersek, verilen hedeflere yönelik belli bir tavır içerisinde davranmalıyız. Basit bir örnek verecek olursak, eğer Üçüncü Dünya büyük şehir fakirleri kendilerini proletarya olarak görürse, kolektif organizasyonda kendi çabalarını yeniden iki katına çıkarırlar; eğer yabancı veya uluslararası çalışan-sınıf akımları tarafından proletarya olarak görülürse, devrimsel mücadelelerini yürütmeleri için onlara yardım teklif edeceklerdir (Lloyd, 1982, s. 11-12).

Eğer Üçüncü Dünya’nın Batı ile olan benzeşmelerini araştırmak durumunda kalırsak, bugün Üçüncü Dünya’da olduğu gibi emek gücünün nispeten küçük bir oranının endüstriyel hizmette olduğu 19. yüzyılın ilk on yılları ile veya hizmetin halka ait bürokrasilerde veya büyük şirketlerde bulunmak zorunda olduğu ve iş gücünün çok önemli bir oranının halka ait hizmet sektöründe kullanıldığı günümüzle karşılaştırma yapmak zorundayız. Kırsal bölgelerin bu sosyal ve ekonomik değişimler tarafından nüfuz edilmesi sonucu -çok iyi bilinir- göçmenlerin şehirlere olan akınları ile son bulur. Parasız ve yeteneksiz bir şekilde şehre geldikleri için, kendilerini bekleyen bir işi bulamazlar. Pek çoğunun, informal sektörlerdeki serbest çalışan esnaf, tüccar veya 2. dereceden profesyonellerin olduğu ve hem zenginler hem de fakirlere hizmet ve mal tedarik eden mevkileri sömürmekten başka alternatifi yoktur. Bu sektörü marjinal olarak tanımlarken,

pek çok kişi artan yatırımla daha fazla ücretli hizmet sağladıkça bu sektörün de bozulacağını farz etti. Başkaları da son zamanlarda, bu sektörün gerçekte ucuz hizmet ve mal sağlayarak para açığını kapatan formal sektöre (büyük oranda kapitalist endüstrinin ve devlet bürokrasilerinin) bağımlı olduğunu iddia ediyor. ‘Şehir fakirleri’ genel olarak, nispeten zengin işçileri, işi yolunda bağımsız esnafları, gelip geçici olarak işe alınmış fakir işçileri ve seyyar, 2. dereceden tüccarları içine alan şehir popülasyonunun üç-çeyreğini kapsarlar. Kırsal kesimlerde köylüler; varlıklarına, tuttukları araziye ve işçilere iş vermelerine göre ayrılırlar. Burada, 19. yüzyıl veya 20. yüzyıl Batı uluslarındaki net bir şekilde farklı olan bir tabaka tabaka oluşum modeli söz konusudur. Batı kavramlarına başvurmanın doğasında olan tehlikeler ve ardından Batılı formlar ile uyumu farz etme açıkça ortada olacaktır. Fakat bu, belki de süreç içerisindeki kavramları niteleyen Üçüncü Dünya tabakalaşmasının karakteristiklerini keşfetmekle, Batılı kavramları kullanamayız anlamına gelmez (Lloyd, 1982, s. 13-14).

İlk önce, mevcut yer alan ekonomik ve sosyal değişimlere bakalım: İmalat endüstrisindeki gelişim, artan şehirleşme ve bu fenomenlerin pek çok doğal sonuçlarıdır. Bu süreç, örneğin sömürüye dayanarak açıklama girişimi, bazı teorilerin Üçüncü Dünya’daki sınıf oluşumunun özelliklerini vurgularken, bazı teorilerin de sınıf oluşumunu ihmal ettiklerini gösterir. Üretim organizasyonuna baktığımız zaman endüstri ve sivil hizmetlerdeki ücretli çalışanlar Batılı kategorilere girerler. Şehir fakirlerinin büyük bir kısmını oluşturan küçük dereceli esnaflar, tüccarlar ve profesyoneller kural dışıdır. Genellikle kendi üretim araçlarına sahiptirler; aile bireylerini, çırakları veya ustaları sömürürler; küçük-burjuva diyebileceğimiz istekleri vardır; büyük dereceli kapitalist veya ‘formal’ sektörlerle olan bağlantıları çeşitli şekiller alır; fakat üretimleri nispeten az olduğu için onlardan alınan vergi de azdır. Bu yüzden ‘formal’ sektördeki ücretli çalışanlar sömürülürken, bu insanların üretimlerinin engellendiği tartışılmakta; bu insanlar Godfrey (1980), Cardoso (1974) ve Frank (1976) gibi bazı Latin Amerika hakkında yazan yazarlara göre, marjinalleştirilmişlerdir. Peki, bu gibi insanlar sınıf terimleriyle nasıl kategorize edilir?

Üçüncü Dünya şehir fakirlerinin devingenliğini iki özellik karakterize eder (Lloyd, 1982, s. 16-20): Biri, pek çoğunun köy kökenli oluşudur. Başlangıçta, geleneksel kırsal değerlere doğru sosyalle edilirler ve bir gelişim olarak şehir yaşamına olan başarılı adaptasyonlarını görürler. İkinci olarak, hem formal hem de informal sektörlerin önemli hacmi ile bireylerin bunlar arasındaki hareketleri kayda değer. Tipik bir şehre göç etmiş olan, sabit geliri bir iş bulmadan önce, rastgele bir esnaf için çalışabilir, fakat sonra hak ettiği ücrette bir işe yerleşmek ister. Göçmen, nispeten refah içinde yaşatacak bir kendi işi olsun ister ve çocuklarının eğitimi ile ilgili olarak da onların memur ve öğretmen sınıfına girmesini ister. Fakat yukarıya doğru devingenlik bazıları için mümkün olsa da durumla ilgili sınırlamalar pek çok isteğin gerçekleşmemesine sebep olur. İnfomal sektörlerin bu belirsiz ekonomik durumu, diğer sosyal ilişkilerine dikkat etme eğilimi içinde fakat elbette ki, bunalar ücret elde edenlerle eşit derecede ilgilidir: Birincisi aile bireyi: Sıklıkla kendi gelirini yükseltme için iki ya da daha çok aktivite içinde olan bir adam mevcuttur; karısı ve çocukları işinde ona yardım edilebilir, fakat aynı şekilde, bireyin işsizliğine karşı bir garanti sağlayan çeşitli gelir kaynaklarını işgal de edebilir. İkinci olarak, göçmen, geldiği köyündeki ailesiyle şehirdeki köylüleri arasındaki yakın bağ sürekli olarak vurgulanır. Böyle bir ilişkinin sürekliliğini duygusal terimlerle açıklayanlar olabilir, fakat bir önemli fonksiyon da ekonomik güvenlidir. Bu bağların

gücü, etnik bilinci ortaya çıkaran politikacılar tarafından ustalıkla idare edilebilirler. Burada etnisite ve sınıf, sosyal gruplaşmanın birbirine uymayan formları olarak görülmekte, fakat bizler kavramsal uyumsuzluk ve sınıfsal veya etnik amaçlara yönelik aktivitelere harcanacak sınırlı miktardaki zaman ve paradan kaynaklanan uyumsuzluğu birbirinden ayırt etmeliyiz. Üçüncü önemli sosyal gruplaşma da ikamete ait olanlardı. Gecekondu bölgelerinde (şehrin iç kısmındaki gecekondu bölgesinde olmasa da) aktif semt organizasyonları sık sık kayıt edilmektedir.

Sosyal Oluşumların Niteliği

Modern şehirde, her ne kadar mesleki kategoriler genellikle bir arada bulunmasalar da insanlar çok çeşitli boş vakitlere sahiptirler. Bir diğer sosyal ilişkiler tavır oluşturmada veya toplumu anlama seviyelerinde önemli olabilir. Bir birey tecrübe ettiği istismar ve bağımlılık derecesini beğenmeyebilir ve bu yüzden tarif edilen sınıf çıkarlarından habersiz kalabilir. Üçüncü dünya şehirlerinde benzeri etnik kimlikler çok güçlü olabilir. Fakat Üçüncü Dünya şehirlerindeki belirtilmiş olan etnik bölünmeler ortadan kaybolma sürecinde değiller. Şimdi aldığı form, çağdaş şehirleşmenin bir sonucudur. Aynı zamanda sosyal kimliğe katkısı olan ikamete ilişkin toplumların şeklini belirleyen aynı şehirleşme sürecidir. Benzer gruplar, daha açık tanımlanan sosyal sınıflardan uzak olma eğilimindedirler; onlar için, Parkin'in terimleriyle kapanışı mecbur etmek çok kolay. Yani kendi içlerinde birtakım sosyal iletişim ağları oluştururlar (bk.: Ayata 1996a; 1996b; Akkaya 1985).

Sosyal İletişim Ağlarının Oluşması

Şehir fakirleri arasındaki tipik olanları kırsal kesimlerden gelen göçmenlerdir. Bir ayakları kırdaki olduğu için kırsal köylüler olarak anılırlar. Fakat azimle korunan kırsal bağ sadece bir hissi bağ değildir; bu, şehir durumunda meydana getirdiği güvenlik ile ilgili olarak gözlenmelidir. Şehir yoksullarının büyük çoğunluğu için en büyük problem emniyetsizliktir. İnşaat işçileri veya geçici vasıfsız işçiler gibi düzensiz işlerde çalışanlar sürekli olarak yeni iş arayışı içindedirler. Daha sabit ücretli işlerde çalışanlar için, diğerlerinde olduğu gibi, hastalık korkusu veya benzeri kriz her zaman mevcuttur. Toprağı olanlar için, şehirde kısa bir dönemlik işçilik, ev ili ilgili ekonomiye acil nakit gelir sağlamada bir yol olarak görülür. Ev sahibi, yeni gelene içinde yaşayacağı uzun süreli bir yer ve iş bulmasında ona yiyecek, içecek ve barınma tedarik edecek bir zorunluluğun olduğunu hatırlatır. Göçmen, hızlı bir şekilde şehirdeki yakın akrabaları ve kendi yöresinin diğer üyelerinden oluşan, kurulu bir iletişim ağı (networks) içine çekilir. Fakat göçmen, kırsal kesimdekilerle olan ilişkisini koparmaz (bk.: Ayata, 1996a; Akkaya 1989).

Önemli olan bir konu da, göçmenin yokluğu esnasında kasabası veya köyünde statüsünün korunmasının derecesidir. Köyde arazinin mevcudiyeti, şehir göçmeninin güvenliğindeki en önemli unsurlarından biridir. Bu yüzden köy, kişinin temel güvenlik yeri- şehirdeki başarısızlık sonucu ve emeklilik sonucu dönülebilecek bir yer- bireyin yaşlandığında dönüp, öleceği yer olarak da görülür. Fakat aynı zamanda göçmen hem kırsal bölgede hem de şehirde kendi memleketinden birine yönelir. Güvenlik ihtiyacı, daha fakir olan şehir göçmenini akrabalarıyla ve diğer yurttaşlarıyla artan bir bağlılık içerisine girmeye zorlar (bk.: Akkaya 1989; Ayata 1996a). Başka bir sosyal grup onu kabul etmeyeceği için ve devlet yok denecek kadar az yardım sağladığı için kendini

yurttaşlardan uzak tutmak göçmenin işine gelmez. Şehir topluluğu içerisinde, kendini kapsül içine konmuş gibi hisseder. Terazinin diğer ucunda ise, daha iyi bir eğitim almış, sağlam ve nispeten iyi maaşlı bir işi olan göçmen ise akrabasına belli zorunluluklarca empoze edilen sınırlamalardan kendisini kurtarabilir. Köye dönmekle daha az ilgilidir, güvenlik için hemşehrilerine daha az bağımlıdır. İki grup insan arasındaki etkileşimdeki aşırı uyum genellikle açıktır, fakat fakir esnaf veya işçi başarılı hemşehrilerine yaklaşma hakkı olduğunu ve başarılı hemşehrilerinin kendisine yardım etme zorunluluğunun bulunduğunu düşünür- başarılı hemşehriliğinin çoğu kez kabul ettiği bir zorunluluktur (Ayata 1996a; Akkaya 1985). Bunun gibi koruma ilişkileri elbette ki akrabalık ve hemşehricilikle sınırlı değildir. Örneğin Latin Amerika'nın Roma Katolik ülkelerinde, ebeveyn ve çocuğunun müşterek vaftiz-ebeveyni arasında, vaftiz-ebeveynlik daha güçlü bağ olmasını sağlar. Türkiye'de de kirvelik kurumu bu durumun varlığına işaret eder (bk.: Kolukırık ve Saraç, 2010). Fakat genellikle ilişki yukarıda anlatılan himayenin bağlarını güçlendiren asimetrik bir ilişkidir. Burada çoğunlukla, üç fonksiyonla karşılaşılır (Lloyd, 1982, s. 74-85):

Birincisi, yaşanan yerdeki koşullara ilişkin dernekler-örgütler kurmak şeklindedir. Benzeri oluşumlar gerekli olan hizmeti sağlaması beklenen hükümetin rızasına bağlıdır ve bu yüzden, cemiyet içerisindeki aktivitenin seviyesi, devletin kendi kendine yeten topluluk gelişimini ilerletmesi derecesine bağlıdır. İkinci olarak örgüt, stres içinde olanlara yardım hazırlığını somut hale getirebilir. Üçüncü olarak; örgüt, dış dünyaya ortak bir sözcü (başkan) sunabilir. Üyeler belli bir ekonomik faaliyetler üzerinde bir tekele sahip olabilirler -özel bir hüner veya özel bir maldaki ticaret- işte örgüt bu menfaatleri korumak için hareket eder. Bazen, örgütün maddi yardımı aracılığıyla üyeleri işe burnunu sokabilir ve onları meselenin dışına çıkarmayı ümit edebilir. Başka şartlarda ve çevrede, örgüt, lisans ve tercihli muameleyi elde etmek için hükümet görevlileri ile pazarlık ederler. Üyeler, mücadelelerinin cemiyet içerisinde düzeltilmesi gerektiği ve sapmanın kendileri tarafından kontrol edilmesi gerektiği konusunda genellikle endişelidirler. Doğrusu polis, üyeler arası çatışma veya suçlu terk edilmiş çocuklar problemlerini cemiyet liderlerine havale eder. Genelde, en güçlü cemiyetlere sahip olanlar, kabileye ait sosyal yapısı olan etnik gruplardır. Çok bağımlı bir konumda bulunan ve kendilerine yönelik ayrımcılıktan korkan göçmenler baskın etnik grubun üyelerine göre daha fazla organize olma eğilimi içerisindedirler. Bilindiği üzere, kişisel sosyal iletişim ağlarının gelişimi aracılığıyla etnik kimliğin meydana çıkmasını hızlandırmaktadır ve hemşehriler etnik cemiyetlerini yaratmaktadır.

Marksistler, içerisinde tüm aktivite alanlarının, üretim ilişkileri arasında sınıflandırıldığı, sınıf bilinçliliğinin bir düzeyinin var olduğunu farz ederler, benzeri bir düzeyi gerçek dünyada bulmak zordur- fakat etnik bilinçlilik bu düzeye daha yakın bir şekilde yaşanabilir. Etnik sadakat, sınıf ilgisinden daha güçlü bir his olma eğilimindedir. Gerçi etnik kimliğin zihinde uyanması farklı durumlarda ortaya çıkar. Örneğin, 'etnikler', kültürel yönden homojen, baskın toplulukla tezat oluşturan azınlıklar, belki en son göç edenlerden (Pakistanlılar ve Britanya'daki Batı Hindistanlılar, Türkler, Portekizliler, Fransa ve Almanya'daki Cezayirli gibi) oluşur. Burada entnisite bağımlılık deneyimini kuvvetlendirebilir. Kaldı ki, etnik gruplar arasındaki rekabet sınıf mücadelesine önem vermez. Ayrıca etniklik ikamete ilişkin bir homojenlik de sağlar. Bir etnik grubun üyeleri arasında olduğu gibi, komşular arasında aynı türden ilişkiler gelişebilir. Fakat benzeri bir cemiyetin üyeliği hiçbir etnik cemiyeti olmayan ve bir ticari

birliğe ait olmayan 2. derecedeki tüccar veya esnafa açık olan organize olmuş aktivitenin tek şeklidir. 19. yy. Avrupa'sının endüstri kasabaları büyüdükçe, halka ait ve kişiye ait girişimciler tarafından göçmenlere barınacak yer tedarik edildi. Caddeler boyunca aynı tip evler inşa edildi, sakinleri nispeten dar bir gelir alanının içerisine çekildi ve sonuçta benzer bir yaşam stiline tadını çıkardılar. Üçüncü Dünya şehrinde, yoksulların yeni barınaklarının çoğu göçmenlerin kendileri tarafından inşa edildi ve sonuçlardan biri dizaynının büyük bir heterojenliği ve kalitesi oldu. Bu sebeple komşular, içerisinde zengin ve fakirin yakın bir şekilde sıralandığı ortaçağ şehrinde olan komşular gibi oldu. Hükümetler, büyük oranda barınak sağlayamayacak kadar fakirler veya her nasılsa kaynaklarını farklı bir yere tahsis etmeyi tercih ederler. Fakirler için yok denecek kadar az şey yapılır. Çünkü şehrin iç kısmındaki yeni gelmiş göçmen ikametgâhı genellikle avantajlıdır; burada günlük iş elde edilebilir. Bu yüzden illegal bir şekilde ve genellikle muazzam bir şekilde toprağı işgal ettiler. Öyle ki birçok üçüncü dünya ülkesinde “getto” olarak tanımlanan olgu Türkiye’de “gecekondu” olarak tanımlandı (Kongar 1996). Mal sahipleri ve polis bu göçlere bazı güç gösterileri ile karşı koyarlar, fakat pek çok olayda, doğrusu bu barınma problemi için en basit çözüm olduğundan otoriteler işgali kabul ederler. Her bir olaydaki şehre ait gelişme modu mahallede sosyal heterojenliğe yol açar. İlk olayda, iyi ve kötü kalitedeki evler yan yana sıralansın diye arazi, ayırım yapmaksızın zengin ve fakir alıcıya satılmıştır. Böylece zengin tüccar fakir işçinin yanında, yetenekli esnaf da hala ‘dükkân üzerinde’ yaşamaktadır. Bu yüzden, şehrin fakirleri ve çok fakir olan insanlar arasındaki daha zengin olanlar yan yana yaşarlar, tabakalar halinde tertip edilmiş ikametgâha ait bölgelere ayrılmamışlardır. Karşılıklı yardım, himaye, iyi anne-babalık bağları onlar arasında gelişir. İçten evlilik kolaylaştırılır. Fakat birey daha yoğun kıskançlık ve beğenmeyiş duygularını da bulabilir. Fakirler zenginlerin başarısını kıskanırlar, zenginler kendi başarıları ile ilgilidirler ve komşularına, orta tabakaya -her yerde tanıdık olan- tembellik, zayıf ahlaki karakterler ve benzeri şeylerden kaynaklanan başarısızlıklarını görürler. Şehrin kenar mahallelerinin iç kısmında çok az topluluk organizasyonları bulunur. Bu tür alanlar şehrin belediyeye ait yönetimine genellikle yabancı gelir. Bazı üçüncü dünya ideologları, rekabete olduğunda kendi kendine yetmeyi, yoksulluğun ortak deneyiminde ortaya çıkan sınıf bilinçliliğinin gelişimine engel olması açısından övmekteler. Fakat kendi kendine yetmenin liberal hükümet politikaları ve toplum gelişimi bir düzeyde belirir, kendi kulübelerinden oluşturdukları kasabalarında yaşayan şehir fakirleri ve zengin, dış mahallelerde yaşayan zenginler arasındaki farkı elde etme eğilimindedirler.

Sonuç ve Tartışma

Yukarıda anlatıldığı üzere Üçüncü Dünya şehirleri, endüstriyel batı şehirlerinden hem kalite hem miktar yönünden farklılık gösterir. Ne hemşehri bölgeleri ne gecekondu bölgeleri ne de benzerleri tahmin edilen modernleşme süreci içerisinde Üçüncü Dünyada ortadan yok olacak gibi görünmüyor. Doğrusu bunlar, gerçekleşmekte olan gelişimin özel modunun direkt bir sonucudur. Şehirdeki ücretli hizmetin çoğu sıradan bir niteliğe sahiptir. Kısa dönemli hizmet ve çalışan nüfusun büyük bir bölümü çok küçük teşebbüsler ile meşguldürler veya informal sektördeki serbest hizmetle meşguldürler. Gelir belirsizliklerinin sebep olduğu güvensizliğe, devlet sosyal güvenlikte hiçbir korumanın bulunmadığı hastalık ve ölüm güvensizliği eklenir. Her nasılsa koruma, hem şehir çevresindeki hem de göç ettiği ana yurttaki akraba ve yurtaşlardan elde edilir. Bunun

ötesinde, devletin hazırladığı ucuz barınma ve şehre ait hizmetler asgari düzeydedir, göçmen temel ihtiyaçlarını kendi bireysel çabaları ve hemşehri ilişkileri vasıtasıyla karşılamaya çalışır. İşe, etnisite ve ikamete dayanan organize olmuş aktivite tarafsızca taksim edilenden farklıdır. Bir birey ticari bir birliğe ait olabilir, fakat etnik veya ikamete ait bir cemiyete değil. Mesleki kategoriler, algılanan sosyal bölgeler için kaideleri tedarik etmezler. Diğer bir etnik ve ikamete ait cemiyetlerin niteliği de şehrin fakirlerinin arasında meydana çıkarttıkları rekabettir. İnsanlar meslek edinmede kendi akrabalarına yardım ederler; tüccarlar belli mallarda yurttaşları için bir benzer-tekül rezerve etmeye çalışırlar; ikamete ait topluluklar, yeni bir okul veya borularla gelen su sağlayan eksik hükümet yardımının paylaşımını kazanmak için çalışırlar. Üçüncü Dünya şehrinde radikal eğilim elementi yok olma içerisindedir; bunun yerine, her düzeyde övülmekte olan kendine yetme ideolojisinden biri bulunur. Zengin ve yoksular arasındaki tezatlığın etnik sahanın hem içerisinde hem de dışında yardım ilişkileri tarafından sesi kısılır.

Kısaca, sınıfsal farklılıkların algılanışı ile etnik farklılıkların algılanışı farklı olabilmektedir. Eğer etnik farklılaşma sosyal farklılaşmayı da içine almışsa, sosyal bir eşitsizlik etnik farklılaşmadan kaynaklanan bir eşitsizlik olarak ele alınırsa burada bir yeniden çözümlemeyi gerektirir.

Her ülkenin etnik hareketi kendi bünyesine göre gelişmektedir. Bu nedenle dışarıdan aktarılan bir bilgi Türkiye'deki etnik ilişkileri çözümlemeyebilir. Sınıfsal yapıyı düşünmeyen, göz ardı eden her türlü etnik davranışlara ait kuramsal çözümleme de eksiktir. Sınıf çatışmasının paralelinde etnik çatışmalar çözülüyor demektir. Dilsel, dinsel grupların patlak vermesiyle tablo daha da karmaşıklaşır. Eskiden etnik yapıdaki insanlar eylemleri bir savunma durum için yaparlardı. Kültürünü korumakla yetinirken, artık ödül sistemini kendi etnik kökenindeki insanlara siyasi olarak sağlamayı amaçlamaktadır. Bu durum ağırlığını devam ettirirse zamanla etnik gruplar sınıfsal çelişkinin yerine geçmekle kalmaz sınıfsal bilinçle hareket ettiğinde peşinde sürükleyemediği kitleleri etnik bilinçle hareket ettiğinde sürükleyebilir. Fakat yine de sınıfsal gruplar toplumu değiştirmeye etkide bulunurken etnik tabakalaşma veya gruplaşma ne kadar gerçekleşirse gerçekleşsin hiçbir zaman toplumsal sistemi değiştiremez. Sosyal eşitsizlik ve kurumlar aynı şekilde devam eder. Etnik gruplar istedikleri kadar en üst davranış seviyesine ulaşınlar hiçbir toplumsal sistemi dönüştüremezler. Toplumsal sistemleri dönüştürmek sınıf kökenli eylemlerle olur. Bu yüzden etnik siyaset çoğunlukla tabakalaşmadan ziyade milliyetçilik kavramı içinde daha anlaşılırdır. Şunu da kabul etmemiz lazım ki, etnikliğin sosyal bir eşitsizlik olarak algılanması bir grubun özel eğilimlerinin bir yansıması değildir. Etnisite çok eski bir yaşam tarzıdır; fakat etnik kökenli sosyal hareketler sınıfsal dokulu yeni bir oluşumdur.

Ayrıca şunu da ekleyebiliriz: Giriş kısmında toplumsal katmanlaşma sorunsalına kategorik ve yapısal iki farklı bakış açısının var olduğundan bahsetmiştik. Şu halde, kategorik olarak ücretliler kategorisinde olan bir birey veya birey topluşmaları, ait olduğu etnisitenin etkisiyle hareket ettiği sürece veya Batı'da olduğu gibi bir proleterya bilincinin oluşumunu engelleyecek olan milliyetçi hareketler malzeme bulabildiği sürece bir işçi sınıfı içerisinde değerlendiremeyiz.

Kaynaklar

Akkaya, T. (1985). *Göç ve değişim*. İstanbul, İ.Ü. Ed. Fak. Yay. No: 2753.

- Akkaya, T. (1989). Mahallesiyle muhtarıyla İstanbul. *Hürriyet Gazetesi* (16-17-18 Mart).
- Ayata, S. ve Güneş A. (1996a). *Konut, komşuluk ve kent kültürü*. Ankara: T.C. Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Konut Araştırmaları Dizisi: 10.
- Ayata S. ve Güneş, A. (1996b). *Kültürel kimlik, Türkiye’de etnik kimlik ve etnik gruplar*. Toplum ve Göç, 2. Ulusal Sosyoloji Kongre Tebliğleri, Ankara: Sosyoloji Derneği Yayınları No: 5.
- Bell, D. (1999). *The coming of Post-Industrial society*. New York: Basic Books.
- Beneton, P. (1991). *Toplumsal sınıflar*. Çev: Hüsnü Dilli, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bottomore, T. ve R. Nispet (1990). *Sosyolojik çözümlemenin tarihi*. Der: Mete Tunçay ve Aydın Uğur, İstanbul: V Yayınları.
- Cardoso, F. H. (1974), *Dependency and development in Latin America*. New Left Review, N. 74, pp. 83-95.
- Clastres, P. (1991). *Devlete karşı toplum*. Çev.: M. Sert ve N. Demirtaş. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Evans-pritchard, E. (1999). *İlkelerde din* (çev.: Hüsen Portakal). İstanbul: Öteki Yayınevi.
- Frank, A. G. (1976). *Capitalism and underdevelopment in Latin America*. New York: Montly Review.
- Giddens, A. (1999). *İleri toplumların sınıf yapısı*. Çev: Ömer Baldık, İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Godfrey, M. (1980). *Is Dependency Dead?; Bulletin*. Institute of Development Studies, Sessess.
- Güzel, Ş. (1995). *Devlet ulus*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Hobsbawm, E. J. (1995). *Milletler ve milliyetçilik*. Çev: Osman Akınhay, 2. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keyder, Ç. (1993). *Ulusal Kalkınmacılığın İflası*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Khon, HANS (2005). *The idea of nationalism: a study in its origins and background*. New York: Routledge.

- Kolukırık, S. ve İ. H. SARAÇ (2010). Farklı dini gruplarda kirvelik geleneği: sanal akrabalığın dönüşümü üzerine bir araştırma. *ZfWT (Zeitschrift für die Welt der Türken-Journal of World of Turks)* Vol. 2, No. 1, ss. 217-232.
- Köker, L. (1996). *Charles Taylor: kimlik/farklılık sorununa sahici demokratik çözüm arayışı, çokkültürlülük*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Laroque, P. (1969). *Sosyal sınıflar*. Çev: Yaşar Gürbüz. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Lewis, I. M. (2002). *A modern history of the Somali: nation and state in the horn of Africa*. 4. Edition, Ohio University Press: Eastern African Studies.
- Lloyd, P. (1982). *Third world Proletariat?*. London: George Allen & Unwin Ltd.
- Parkin, F. (1990). *Toplumsal tabakalaşma*. Çev: Fatmagül Berktaş, Bottomore'nin "Sosyolojik Çözümleme Tarihi" içinde, İstanbul: V Yayınları.
- Weber, M (2012). *Ekonomi toplumu*. (çev.: Latif Boyacı). İstanbul: Yarı Yayınları.
- Wolf, E. R. (1982). *In Europe and the people without history*. Berkeley: Univ. of California Pres.
- Worsley, P. (1984). *The Three Worlds*. London: George Weidenfeld and Nicolson Ltd.

INDUSTRY 4.0 REVOLUTION AND ITS IMPACTS ON LABOR MARKETS

Ali Eren ALPER¹
F. Özlem ALPER²

ABSTRACT

All the Industrial Revolutions in the historical process affected the labor markets and changed the qualifications sought in human capital. However, the possible impacts of the new mode of production, which was put forward in Germany in 2011 and named as the Industrial 4.0 Revolution, especially in the labor markets would be much larger than previous industrial revolutions. This study aims to determine the impacts of the Industry 4.0 Revolution on labor markets on a theoretical basis. The main finding of the study is that the Industrial 4.0 Revolution would lead to major changes in the qualifications required for employment. As a result of the rapid change in the Internet of Things, artificial intelligence, robotics technologies, and algorithms; the future workforce would have to be individuals with multidisciplinary education. These changes would affect not only unqualified employees but also skilled employees such as designers, engineers, and lawyers.

Keywords: Industry 4.0, Labor Market, Industrial Revolutions

ENDÜSTRİ 4.0 DEVRİMİ VE EMEK PİYASALARINA ETKİSİ

ÖZ

Tarihsel süreçte yaşanan tüm Sanayi Devrimleri emek piyasalarına etki ederek, beşeri sermayede aranan niteliklerin değişmesine sebep olmuştur ancak 2011 yılında Almanya’da ortaya atılan ve Endüstri 4.0 Devrimi olarak isimlendirilen, yeni üretim tarzının ekonomik hayatta ve özellikle de emek piyasalarında yaratacağı olası etkiler ilk üç devrimden çok daha büyük olacaktır. Bu çalışma Endüstri 4.0 Devrimin emek piyasalarına etkilerini teorik temelde tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen temel bulgu Endüstri 4.0 devriminin istihdam için aranan niteliklerde büyük değişimlere sebep olacağıdır. Nesnelerin interneti, yapay zeka, robotik teknolojiler ve algoritmalarındaki hızlı değişim sonucunda gelecekteki işgücünün multidisipliner eğitim almış bireyler olması gerekecektir. Bu değişimler sadece vasıfsız çalışanları değil, tasarımcı, mühendis, avukat gibi vasıflı çalışanları da etkileyecektir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Emek Piyasası, Endüstriyel Devrimler

Introduction

The first substantial change in mankind’s lifestyle took place throughout its transition from hunting and gathering to agriculture approximately 10,000 years ago. The agricultural revolution was followed by the First Industrial Revolution that began in the second half of the 18th century. The First Industrial Revolution lasted during the period from 1760 to 1840 which was marked by the invention of the steam engine and the construction of railroads. Along with the Second Industrial Revolution that began at the beginning of the 20th century, the mass production style was formed by the implementation of electricity and assembly lines. The Third Industrial Revolution began

¹ Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, alierenalper@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0008-1202.

² Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, ozknozlem@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7829-8551.

Received/Geliş: 01/06/2020 Accepted/Kabul: 09/10/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Alper, A. E., Alper, F.Ö. (2020), “Industry 4.0 Revolution And Its Impacts On Labor Markets”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 441- 460.

in the 1960s and brought about the development of semiconductors, personal computers and the Internet towards the end of the century. The Fourth Industrial Revolution was first coined at the 2011 Hannover Fair and is rising over digitalization, but it would indeed have a much wider scope and impact. Breakthroughs in that intertwined physical, biological and digital fields ranging from gene sequencing to renewable energy, from nanotechnology to quantum computing technologies tend to occur simultaneously.

The question of how to shape and steer the new technology revolution; namely, Industry 4.0, poses the most intense and important of the many diverse and surprising challenges faced as of today. The speed and breadth of this new revolution are still not fully understood. The interconnectedness of technological improvements such as billions of mobile devices, computers with increased processing and storage capabilities, easier access to information, artificial intelligence, the Internet of things, autonomous carriers, three-dimensional printers, nanotechnology, and quantum computers in many areas, especially production processes, has changed our lifestyle. We are witnessing deep changes that affect all sectors in economical aspects. New business models are emerging, local institutions are collapsing or undergoing major changes, whereas production, consumption, transportation systems are being reshaped (Schwab, 2016).

The Industry 4.0 revolution differs from the other previous revolutions since it requires harmonization in many disciplines and discoveries in many different fields. Nowadays, digital manufacturing technologies and the biological world can interact with each other. Our personal computers would soon become an integral part of our personal ecosystem. Three physical, digital and biological trends would emerge along with the Fourth Industrial Revolution. Physical trends include autonomous vehicles, three-dimensional printers, advanced robotic applications, and new materials. The most important of digital trends is the Internet of things that would bridge the gap between physical and digital applications. The Internet of things stands for a technology within which connected technologies and various platforms are made possible between objects and people. In the biological field, especially genetic innovations would come to the fore.

In the following sections of the study, firstly the economic outlook before the Industrial Revolution is explained briefly, then the impacts of the first, the second, the third, and the fourth Industrial Revolutions on labor markets are determined and the study is completed with the conclusion section.

Economic Life During Pre-Industrial Revolution Era

Prior to the 1800s, per capita income varied from society to society and from period to period. Nonetheless, it was not possible to speak of an upward trend in any of the societies. For instance, lucky members of relatively wealthy societies, such as 18th-century England or the Netherlands, had material lifestyles equivalent of the Stone Age. But the large masses of people in East and South Asia, especially in China and Japan, were probably living under considerably poorer conditions than the Stone Age conditions. There was no improvement in the quality of life in other observable dimensions. The average life expectancy in the year 1800 was not any longer in comparison to hunter-gatherer societies, it was ranging merely between 30-35 years. Furthermore, hunter-gatherer societies were egalitarian. Material consumption did not change much among society members. Nevertheless, inequality in agricultural economies that dominated the

world as of 1800 was widespread. While only a few people had tremendous wealth, millions could barely feed themselves. In short, even according to the most basic criteria of material life, the average welfare level plunged drastically since the Stone Age until the year 1800 (Clark, 2007).

The Neolithic Revolution stands for the great economic transformation of the pre-industrial period. The transition from hunter-gatherer societies to economies based on human-grown plants and domesticated animals is still disputable as to the extent to which such transition affected living standards. Diamond (1987) even claimed that people were forced to choose between limiting the population and increasing food production and that societies chose to increase food production, which pushed mankind into war and hunger.

The slow pace of technological progress accounts for the material life conditions which have not improved for hundreds of years. As long as technology advances slowly, there is no possibility of permanent improvement of material conditions. It is certain that the economy of human societies before the year 1800 was nothing but an organic (natural) economy. The factors that determine the living conditions of animals and humans are of the same type. This is called *the Malthusian Trap* (Malthus, 1798).

In the Malthusian economy before the year 1800, economic policy was turned on its head. The vice of today were the virtues of that time; whereas today's virtues were the vice of that time. War, violence, disorder, bad harvest, the collapse of public service infrastructures, poor sanitation, which are indicative of failed modern states, were the friends of human beings before 1800 according to the Malthusian economy. They reduced population pressures and promoted material living conditions. Today's policies, on the other hand, led to population growth at that time, impoverishing societies.

The Industrial Revolutions

The stagnancy of the pre-industrial world, which constitutes a major part of human history, ceased to exist with an unprecedented event in European society between the years 1760-1900. This was the Industrial Revolution, a rapid economic growth triggered by a steady increase in the yield of production for the first time, which was made possible by advances in knowledge.

As a result of the industrial revolutions that began with James Watt's discovery of steam power and its use in machines, totally four industrial revolutions have taken place throughout the historical process. In the First Industrial Revolution, the transition from the agricultural economy to the industrial economy was realized; in the Second Industrial Revolution, the transition to petroleum and electricity as the primary sources of energy was realized; in the Third Industrial Revolution, computers began to be utilized, and in the Fourth Industrial Revolution, cyber-physical systems and smart technologies are being adapted to the industrial process.

The First Industrial Revolution

As Wrigley (1990) asserted, the Industrial Revolution represented the beginning of the transition from a largely organic production system to the increasingly inorganic systems of the modern world. In the world before the 1800s, the main portions of food, energy, clothing, and construction materials were produced using organic methods in the agricultural sector. The Industrial Revolution, with its dependence on coal and iron, was

the first step towards an economy that was increasingly dependent on the removal of energy and mineral stocks from the ground, and less dependent on the production through plants and animals.

The organic production system has three important characteristics. The first is that, in the long run, all outputs drawn from the system must be offset by equivalent inputs. This situation posed a constraint on potential output (Clark, 1992). The second characteristic is that, in contrast to inorganic systems in which the lowest possible increase in productivity is zero, the yield increase is negative in organic systems unless the invention is made. The third and final feature of organic production systems is that it is quite difficult to conduct experiments to develop better production methods. Especially in the agriculture and livestock sectors, the main difficulty of performing such experiments is that the production periods are longer and sometimes it takes years in the case of animals (Palumbi, 2001).

The Industrial Revolution emerged only thousands of years after the emergence of institutionally stable economies because, in the past years, institutions themselves interacted with and changed the human culture. Living in stable societies for thousands of years under stringent Malthusian pressures that rewarded effort, accumulation and constrained fertility encouraged the development of a number of cultural forms that facilitated modern economic growth (Clark, 2013).

Various historians, economic historians, economic theorists have incorporated the Industrial Revolution into three basic types of growth theory (Clark, 2013);

Exogenous growth theories; a feature outside the economy (such as the legal institutions of a society or the relative scarcity of different inputs of production) has changed. This change has led to an increase in production techniques by potential innovators within economies. North and Weingast (1989) argued that the arrival of constitutional monarchy in the United Kingdom as of 1689 was a fundamental political innovation that welcomed modern economic development. Mokyr (2005) claimed that the Enlightenment era in Europe was one of the main stimuli of the Industrial Revolution.

Multiple equilibrium theories; a shock (such as illness, war, the discovery of new countries) occurred and steered the economy from a bad, stable balance to a good, dynamic balance of the modern world.

Endogenous growth theories; a feature within the economic system evolved during the long pre-industrial period and eventually created the necessary prerequisites for modern economic development. Thus, the Industrial Revolution was a process that coincided with the first human appearance and it was only a matter of time before the economic preconditions for rapid technological progress were realized. According to the thinkers defending this theory, the main difference of the British economy in 1760 from other economies in the same period is the evolution in the size and characteristics of the population (Kremer, 1993).

The industrial revolution is the most important development of humankind within the last three centuries. Nonetheless, it is not only a historical period. It continues to reshape the contemporary world. Even the oldest industrial societies, for instance, are still trying to adapt to their impact on family relations and the environment. Emerging industrial countries, such as the People's Republic of China, changed the structure in accordance with their own characteristics and repeated the original process of the First

Industrial Revolution. The First Industrial Revolution began about two hundred years ago and changed the world. It changed people's lives by focusing on changing new methods and organizational structures of goods and services (Stearns, 2013).

The Industrial Revolution is unique in the world's history in such a way that sudden and rapid increase in productivity has never been seen in any previous economy. The productivity in any competitive economy, or in any sector of the economy, can be calculated with a very simple formula: The ratio of the average cost per unit of production inputs to the average output price per unit. Productive economies produce more output per input unit. The production efficiency calculated according to this formula is entering a rapid increase process around 1790 for the first time. From the 1790s to 1860s, the productivity growth rate was still only 0.5 percent per year. Although this rate of increase was considerably less than the rate of increase in productivity in the modern era, it was an unprecedented period of a continuous increase in productivity.

There are two main notions of the First Industrial Revolution. The first notion involves the traditional view of Ashton and Landes. According to this view, the Industrial Revolution caused major changes in the British economy and society. This traditional view was challenged by a new perspective of Crafts and Knick Harley. In the opinion of Crafts and Knick Harley, the First Industrial Revolution was a much narrower phenomenon since technical changes have occurred in certain industries, such as the cotton and iron industries. The remaining lines of business were plunged into premodern backwardness (Temin, 1997). The technological change of the first Industrial Revolution took place mainly between the years 1760-1830. This period was called "the Industrial Revolution" in Ashton (1948).

According to Crafts (1996), there are three main features that stand out in this period;

- Overall economic growth has been slow but steady, reaching its peak point in the mid-19th century.
- Despite the rapid developments in the cotton and iron industry, industrial output growth has posed rather stable growth.
- Finally, total factor productivity growth has been very slow at first and has never been able to capture the total factor growth rates captured in the 20th century.

Table 1. Resources of the Industrial Revolution 1760-1860

Sectors	Productivity Growth Rate (%)	Share in National Income (%)	Contribution to Productivity Growth Rate (%)
Whole textiles	-	0.11	0.24
Cotton	2.4	0.06	0.18
Woolen	1.1	0.04	0.05
Iron and steel	1.4	0.01	0.02
Coal mining	0.2	0.02	0.00
Transportation	1.2	0.08	0.09
Agriculture	0.3	0.30	0.07

Source: Clark, 2013, p. 255

Table 1 indicates the overall productivity growth rates between 1760 and 1860, as well as the contributions of the major sectors through which known inventions have been made. As can be seen in the right-hand column of Table 1, the increase in productivity in textiles constitutes the largest part of the productivity increase over the course of a century. Coal and iron have small additional contributions. Other major contributors include transportation and agriculture.

The textile was the leading sector in the First Industrial Revolution. Efficiency in transforming raw cotton into clothing increased fourteenfold from the 1760s to the 1860s, meaning a growth rate of 2.4 percent per year, higher than productivity growth rates in most modern economies. In the 1860s, the output of the economy was approximately 27 percent higher than the output level that would have been without those inventions, only by courtesy of the inventions in the textile sector (Clark, 2013).

The revolutionary nature of economic change in this period underlies the rapid structural changes in employment and, with great success, the prevention of real income levels from declining despite increasing population pressure (Crafts, 1996).

The meaning of the Industrial Revolution is not only the acceleration of economic growth but also the acceleration of economic growth due to and through economic and social transformation. The pioneering entrepreneurs focused their attention on qualitatively new production techniques (machines, factory systems, etc.).

Although the First Industrial Revolution is identified with Britain, it cannot be explained only in British circumstances. Because this country is part of a wider economy, which can be called the European economy or the world economy of European maritime countries. Britain was part of an extensive network of economic relations, including several 'developed' regions, some with or without the potential for industrialization, regions with 'dependent economies', as well as certain parts of foreign economies that have not yet had significant relations with Europe. These dependent economies are partly comprised of the former colonies (such as those in the Americas) or commercial and sovereignty points (such as in Asia), and partly of economically specialized regions (such as some parts of Eastern Europe) to meet the needs of 'developed' regions. The 'developed' countries and the dependent countries were interconnected by a certain division of labor in economic activities: On the one hand a relatively urbanized region, on the other hand, regions producing and largely exporting agricultural products. These relationships - trade, international payments, capital transfers, migration and so on - can be expressed as a system of economic circulation. Although the 'European economy' experienced significant economic downturns and turmoils particularly during the 14th, 15th and 17th Centuries, they have shown obvious signs of enlargement and dynamic development for several centuries. Attributing the Industrial Revolution to various developments only in European economies would not be appropriate. Overseas discoveries of the 15th and 16th centuries and the 'scientific revolution' in the 17th century are very crucial events in shaping the infrastructure of the Industrial Revolution. We can talk about a few important events that triggered the Industrial Revolution. The first of these events, supported by the systematic and even intensive assistance of the state, provided the spark and became the 'driving sector' of the industry along with cotton weaving. Secondly, exports also led to significant improvements in maritime

transportation. Thirdly, the domestic market provided a broad basis for a widespread industrial economy and (through the urbanization process) encouraged major innovations in domestic road transport; furthermore, it formed a solid foundation for the coal industry and some important technological innovations. And consequently, the state provided systematic support for traders and manufacturers, as well as technical inventions and crucial incentives for the development of the investment goods industry.

The human impacts of the First Industrial Revolution were also large. The labor force in industrial society differs in many aspects from its pre-industrial form. Firstly, it is a labor force with an overwhelming majority, with no significant sources of income other than the monetary wage earned for work. On the other hand, the labor force of the pre-industrial period was largely composed of families with the land they rented, craft workshops or wages which supported the direct ownership of the means of production. Besides, employees whose only relationship with the employer is monetary in essence should be distinguished from ‘servants’ pre-industrial dependent people who have more complex and unequal human and social relationships with their master. The Industrial Revolution introduced the concepts of ‘worker’ and ‘master’ in rapidly increasing numbers to benefit the expanding middle class. Secondly, the industrial labor force, and especially the laborforce in mechanized plants, imposes a regularity, routine and monotonicity, unlike the pre-industrial working order, in which occupations in a rational division of labor have not been applied, contingent upon changes in seasons or weather conditions. Thirdly, the industrial-era laborforce took place in an increasingly large urban environment. Fourthly, the pre-industrial experience, tradition, logic, and morality were not sufficient for the type of behavior required by a capitalist economy. This contradiction between the moral economics of the past and the logic of capitalist economics that emerged after the Industrial Revolution was particularly evident in the social security domain. The traditional view that still exists in all classes of rural society and in the internal relations between the working class groups claimed that an individual has the right to earn the wage to provide for his livelihood and to be cared for by the society in which he/she dwells. The view of middle-class liberal economists was that people should accept such jobs offered by the market wherever they are and that a sensible person should take measures through individual or voluntary collective savings and insurance (Hobsbawn, 2003).

The Second Industrial Revolution

Although some characteristic events of the Second Industrial Revolution can be dated to the 1850s, which was called the Industrial Revolution, it is usually dated between 1870 and 1914. After the year 1825, innovative and revolutionary inventions began to slow down. However, in the last thirty years of the 19th century, innovative inventions began to gain momentum again.

The first stage of the British industrialization had reached its limits towards the middle of the 19th century. A new phase of industrialization in this period was about to take over and provide a more solid foundation for investment goods industries based on coal, iron, and steel for economic development. The crisis period of textile-based industrialization was a period of charge for coal, iron, and steel as well as railway construction. There were two connected reasons for this development. The first was

industrialization, which provided a fast-growing market for investment goods that could not be imported in large quantities from another location outside the United Kingdom in other countries of the world and yet could not be produced in sufficient quantities within the country. The second reason was not related to the increase in demand. This was due to the increasing pressure from the enormous accumulation of capital for lucrative investments.

The fashion of the weaving mills of the 1800s began to be outdated in the 1840s. By the year 1850, the railways had reached a level of performance that could not be significantly improved until steam power was abandoned in the mid-20th century. The organization and methods, as well as the use of new and science-based technology of the railways, were unprecedented. There are three crucial impacts of these changes on the direction of the British economy. Firstly, it was the revolution in the heavy industrial sectors that provided the economy with abundant iron and, more importantly, steel for the first time. The tremendous increase in iron production was also due to non-revolutionary innovations. These innovations have led the sector's production capacity level far above the actual output, thus created constant pressure to lower the price of iron, which was subject to major fluctuations for other reasons. The second important change in the British economy throughout this period was the remarkable improvement of employment in all areas besides the mass labor force shift from low-wage jobs to high-wage occupations. Such a shift in employment was due to the developments in the employment of skilled labor in the fields such as investment goods industries, engineering, machinery, and shipbuilding. The third and final development was the remarkable increase in the export of the British capital. Capital issuance had reached such great value so that interest and dividend revenues from foreign investments allowed a drastic increase in investments in these countries without requiring further capital exports.

Along with the Second Industrial Revolution, once the development of steam power as one of the reasons for the dawn of the First Industrial Revolution was completed, and the electricity was discovered by Michael Faraday. The discovery of electrical energy involves a crucial invention that would change the world's history. In this regard, the introduction of electricity in factories for heating as well as lighting purposes significantly reduced the risk of fire (Collin, 1989).

With the Second Industrial Revolution, the United Kingdom entered a period of full industrialization. Its economy was no longer in a dangerous equilibrium on a narrow platform comprised of several sectors. It was broadly based on the foundation of the production of investment goods, facilitating the expansion of modern technology and business organization into a wide range of sectors.

There are two fundamental differences between the First Industrial Revolution and the Second Industrial Revolution. The first of these differences involves the disparities among the countries which participated in both Industrial Revolutions. The First Industrial Revolution involved only a single country (the United Kingdom), whereas other countries also appeared on the world stage beside the United Kingdom by the Second Industrial Revolution. Some of those countries were not of Western society. Although not of the Western world, Japan and Russia are the leading countries that have begun to attain the economic power on a global scale along with the Second Industrial Revolution. The industrial revolutions in Japan and Russia have had various impacts on

emerging economies, some of which were under the British influence (such as Canada). Industrialization was initiated in both countries by the 1870s and they were among the ten most industrialized nations in the World as of the 1950s (Stearn, 2013).

The second main difference was related to technological development. Technology means knowledge. Kuznets (1965) stated that modern economic growth depends upon the growth of useful information. The First Industrial Revolution had a very limited scientific base. In the first revolution, the chemical industry without the development of chemistry, the iron industry without the development of metallurgical science, and the machinery industry without the development of thermodynamic science were created (Mokyr, 1998).

Revolutionary and innovative technological improvements played a critical role in the First and the Second Industrial Revolutions, although there was a fundamental difference between technological innovations that took place in those two periods. The adaptation of steam power to industry and the development of the iron industry were revolutions that had profound impacts on the production processes at macro levels. Nevertheless, the introduction of electrical energy, the fundamental innovations of the Second Industrial Revolution, the development of material technologies, the rapid technological leaps in the chemical and pharmaceutical industries had been increasing the effectiveness of research and development activities by influencing micro-based activities rather than inflicting a major impacts on the production processes (Mokyr, 1998).

The Third Industrial Revolution

Until the year 1974, the world bore witness to two Industrial Revolutions. In the first one, which began in the third quarter of the 18th century, a process was experienced with machines substituting steam engines, spinning wheels, and hand tools. In the Second Industrial Revolution; electricity, internal combustion engines, chemicals based on science, efficient steel casting took place. There are fundamental differences as well as fundamental similarities between the two Industrial Revolutions. The most important of these differences mentioned in Table 2 is that scientific knowledge plays a guiding role in the establishment and direction of technological development following the year 1850.

As Mokyr (1990) pointed out, we witness a period of rapid and unprecedented technological change in both revolutions. A number of major inventions have laid the framework for the growth of micro-inventions in agriculture, industry, and communications.

Table 2. Main Characteristics of Industrial Revolutions

	1st Industrial Revolution	2nd Industrial Revolution	3rd Industrial Revolution

Dominant technology and raw material	The steam engine, power loom, iron processing	Electricity, chemistry, combustion engine, assembly line, synthetic materials	ICT, microelectronics, new materials, renewable raw materials, cleaner technology, biotechnology, recycling.
Dominant energy source	Coal	Coal, oil, nuclear power	Renewable energies, energy efficiency
Transport/communication	Railway, telegraphy	Car, airplane, radio, TV	High-speed railway systems, internet, mobile communication
Society/state	Freedom of trade, constitutional state	Mass production, mass society, parliamentary democracy, the welfare state	Civil society, globalization, global governance
Core countries	UK	USA, Japan, Germany	European Union, USA, China, Japan

Source: Jänicke and Jacob (2009)

Since the key factor behind the industrial society is the distribution and production of energy, information technologies mean the same for the Third Industrial Revolution, whatever new sources of energy meant for the previous industrial revolutions ranging from the steam engine to electricity, from fossil fuels to nuclear energy.

The distinctive feature of today's technological revolution involves the irrelevance of the origin of knowledge and information. It is essential to apply the generated information and knowledge to information processing and transmitting devices and to establish a link between the use of innovation and innovation through which they both feed on. After all, the spread of technology while being adopted and redefined by its users increases technological power. New information technologies are not only instruments to be applied, but also processes to be developed (Dizard, 1982; Forester, 1985; Hall and Preston, 1988).

Historically, there is another feature that has marked the information technology revolution compared to its predecessors. This feature is that the technological revolution is realized only in a few societies. Compared to other parts of the planet, it is usually experienced in an isolated space and in a relatively limited geographical area (Mokyr, 1990).

The revolution in information technologies has risen over a number of fundamental revolutionary improvements. The first of these improvements is micro-engineering. The scientific and industrial pioneers of electronic-based information technologies began to be encountered before the 1940s (Mazlish, 1993). Nevertheless, major technological breakthroughs in electronics took place during and after the Second

World War. Nonetheless, these new information technologies became widespread only in the 1970s, after which the synergistic developments accelerated and converged within the framework of a new paradigm (Castells, 2003).

The second important circumstance that led to the Third Industrial Revolution was the invention of the Internet. The emergence and development of the Internet in the 1970s is the product of a unique combination of military strategy, a great collaboration of science and technological entrepreneurship (Abbate, 1999; Naughton, 1999). The third crucial phenomenon is the acceleration in network technologies and computerization. In the late 1990s, the communication power of the Internet, along with new developments in the field of telecommunications and computers, led to another technological shift towards the spread of computerization through interconnected computing devices that emerged in a wide variety of formats. In this new technological system, the power of computers stems from their ability to being connected to a communication network.

According to Anderson (2012), the Third Industrial Revolution is a combination of digital production and personal production. There are two aspects to this production. Firstly, digital tools and types of equipment are used more and more for both designing and production purposes. This increases the possibility of sharing and collaborating designs over long distances. Secondly, it enables the production plans to be sent directly to machines in direct digital production industries, enabling a wider production source to be activated than the individual production mode. In this regard, scale advantages are utilized.

According to Rifkin (2011), direct digital production is not a cause but a consequence of the Third Industrial Revolution. The revolution was triggered by the change in the communication infrastructure. The Third Industrial Revolution changed fossil fuel-based organizations in the economic, social and political life of the society. Society is on the verge of a transition from hierarchical power to lateral power. According to Rifkin (2011), society is also evolving towards a society in which green buildings, green production, electric vehicles can be formed and everyone can be their own producer.

Peer-produced commons are other impacts of the Third Industrial Revolution in the production processes besides digital production. The concept involves a community of thousands of volunteers collaborating in a complex economic project. As Benkler (2002) stated, peer-produced commons involve a third type of production model that differs from markets that are adjusted in accordance with price signals or firms established with hierarchical command and control mechanisms. Peer-produced commons are of a system built on lateral relationships. According to Benkler (2002), peer-production is backed by four important features of the internet-based economy. The first of these features is that information is a non-competitive commodity. The use of information by one person does not prevent another person from using the same information at the same time. The second important feature is that information can be produced at very low costs. Many materials are used in the production of physical goods. Direct digital production has reduced costs to a great extent. The third important feature is related to the human factor. Today, the contribution of human capital to production is in the form of the emergence of increasingly creative ideas. The last feature involves information exchange

and communication. This feature is key to the coordination of the production process and has become a cheap and effective tool by courtesy of the presence of the Internet.

The Fourth Industrial Revolution

Industrial revolutions have been important turning points in history since the 18th century. Each new revolution changes the way of doing business and the foundation of life and determines the level of development of countries. The most recent revolution brought about by rapid technological developments, namely, Industry 4.0, will influence the whole world due to its economic and social benefits.

The industrial sector is at the center of economic growth for many countries. Over the last two decades, production lines have shifted from developed countries to rapidly growing economies such as China and India due to low labor costs. In many European countries, the share of industry in the gross domestic product (GDP) declined by 10 - 15 percent. The total industrial production index values for 27 countries in Europe increased from 550 to 620 between the years 2006 and 2011, whereas China increased the production index values from 170 to 580 within the same period, then the western world began to take precautions. Germany, which has come to the fore with its conducted studies, has emphasized that China can be prevented if the speed of product launch to the market is increased, flexible production model can be applied and efficiency would be increased with an integrated system proposal. In order to speed up the outlet to markets, it is stated that time-saving computer simulations, product differentiation, and withdrawal of labor (muscle) factor that increases the production costs are required. When muscle power is withdrawn from production, costs and manufacturing errors would decrease; hence productivity would increase. With this integrated system proposal, the Fourth Industrial Revolution was realized (MTSO, 2017).

The concept of "Industry 4.0", which is based on the high technology and innovation used for the first time in 2011 at the Hannover Messe Fair, the world's largest fair in Germany, is attracting more attention. The German expert team at the fair reported the dawning of a new era of the industrial revolution, then the German government transformed these ideas into a strategy of the state. With this strategy, Germany's objective is to become the smart factory of the world by preventing a large portion of the information and communication technologies and production chain from shifting towards the mentioned countries.

The Fourth Industrial Revolution is a way of describing a series of both ongoing and upcoming transformations in systems that surround our environment. This revolution is as important in human development as the First, Second and the Third Industrial Revolutions, and is again driven by the increasing interaction of a number of extraordinary technologies. The high technologies driving the Fourth Industrial Revolution are based on the information and systems of the previous industrial revolutions, especially the digital possibilities of the Third Industrial Revolution. Although digital technologies with computer hardware, software, and networks at their core are not newly emerged, they are becoming more integrated and more advanced as opposed to the Third Industrial Revolution.

The Fourth Industrial Revolution, nevertheless, is not only concerned with smart and connected machinery and systems. Its scope is much wider and deeper. It is a series

of breakthrough waves ranging from gene sequencing to nanotechnologies, from renewable energy to quantum computers. What distinguishes the Fourth Industrial Revolution from the previous industrial revolutions is that it is the fusion of these technologies and their interaction across physical, digital and biological fields.

According to Schwab (2018), the most important and comprehensive opportunity presented by the Fourth Industrial Revolution is to look beyond technologies as either simple instruments or inevitable forces, finding ways to the greatest number of people the ability to affirmatively influence their families, their organizations or their communities by affecting and directing the systems that surround our environment.

However, there are two main factors that could limit the potential effectiveness and consistency of the Fourth Industrial Revolution. The first of these is that the necessary leadership levels and understanding of change in all sectors in comparison to the need to rethink our economic, social and political systems to meet the Fourth Industrial Revolution are low. Secondly, the world suffers from a lack of coherent, positive, and common narrative that reveals the opportunities and threats of the Fourth Industrial Revolution (Schwab, 2016).

In order to fully realize the benefits of the new technologies that emerged with the Fourth Industrial Revolution, the world must face three difficult tasks as quickly as possible. The first task is to ensure a fair distribution of the benefits of the revolution. The wealth and prosperity of the previous three revolutions were unevenly distributed, and this continues to this day. From the 1970s onwards, although inequality between countries has declined considerably due to the rapid development of nations with rising markets, inequality within countries is boosting. The second task is to manage the externalities of the Fourth Industrial Revolution within the context of the risks and damages it poses. In previous industrial revolutions, little efforts were made to protect fragile societies, the natural environment and future generations from unwanted consequences, the cost of change, second-order impacts, or the consequences of deliberate abuse of new opportunities. Upon considering the uncertainty about the power of the new revolution's technologies and their long-term impacts on complex social and environmental systems, the magnitude of the problem with externalities and undesirable consequences can be more easily understood. The third task is to ensure that the last revolution is human-led and human-centric (Schwab, 2018).

Technological Changes Created by the Fourth Industrial Revolution

The concept of Industry 4.0 is defined as the integration of each part of the supply chains in the production phase beyond automation within itself, and the interaction of machinery with suppliers and customers (intelligent production) (Kabaklarlı, 2016). It is possible to summarize the technological changes resulting from the Fourth Industrial Revolution under four headlines including expanding digital technologies, rearranging the physical world, changing mankind and integrating the environment.

Expanding Digital Technologies

The digital revolution, which is also known as the Third Industrial Revolution, has enabled us to create a world interconnected with general computing, software development, personal computers as well as widespread digital infrastructure and the Internet. Today, researchers and entrepreneurs are making efforts that would increase our

opportunities and expectations in computing. The most important of these studies are new data processing technologies, blockchain technologies and the Internet of Things.

Rearranging the Physical World

Within the Fourth Industrial Revolution, technologies that benefit from increased bandwidth, the expansion of cloud services, and the increased speed and power of graphic processing techniques are entering industrial production, urban transport infrastructure, and interactive devices. The most important of these technologies are artificial intelligence and robotics, advanced materials, additive manufacturing, and multidimensional printers.

Changing the Mankind

The lines between technologies and assets are now becoming quite vague. The main reason for this is more about the possibility of new technologies becoming literally part of our daily lives. Technologies have already begun to affect the way we comprehend ourselves and how we think of each other. Some of the technologies to be developed as a result of the Fourth Industrial Revolution would function within our structure and change the way we interact with the world.

Integrating the Environment

The Fourth Industrial Revolution will be based on technologies that provide opportunities for infrastructure development, operating global systems and opening new paths to the future. Energy production, storage, and transportation facilities, especially based on sustainable materials and practices, are ready to reduce the dependency on fossil fuels and to distribute low-cost electricity for people and technologies. Although geoengineering is still highly theoretical, it forces us to think about what it takes to manage the climate and how we can best face the global risk of boosting atmospheric temperatures.

Impact of the Fourth Industrial Revolution on Labor Markets

In addition to its geopolitical and environmental impacts, technological revolutions can also influence the social landscape by changing the skills required to be considered successful. Since the first industrial revolution, there had been a gradual change in the definition of labor. The first wave of change was on craftsmanship. While the craftsmen acquired their production skills during a long apprenticeship period, they were responsible for all processes from the beginning to the end of the production, from the discovery of raw materials, the purchase, the training of apprentices and journeymen, to marketing and sales. Along with the industrialization process experienced with the development of technology, the craftsmanship left its place to the workers in a wider production process and a technical division has been experienced in the production processes. The planning and implementation of the work were separated by the Taylorist methods and the worker was separated from all kinds of skills and mental activities and became disqualified. Although it turned the workers into machinery extensions, the Fordist production style was developed since Taylorist methods caused the workers to waste time as a result of the commuting among the machines. In the Fordist production style, machinery and workers were relocated to minimize waste of time. The improving technology was included in the production processes along with the post-Fordist production style, and there had been an increase in the qualifications required in the labor

force. With the Industry 4.0 revolution, there has been an unprecedented increase in the qualifications required of employees.

According to Brynjolfsson and McAfee (2014), there are three major economic mechanisms to explain technological unemployment: inelastic demand, rapid change, and severe unemployment. If technology leads to more efficient use of the labor force, there is no need to reduce the demand for the labor force. Decreasing costs would also lower product prices. Cheap products increase demand. This leads to an increase in demand for the labor force. The condition of whether or not this cycle is experienced in real life is that the demand is elastic. Nonetheless, the demand for some goods and services is not elastic. Therefore, lower prices do not affect their demand. Not only on the basis of product categories but also the sectors within the economy as a whole can face inelastic demand. Employment declined, as productivity increased over time in the agricultural and manufacturing sectors. Decreasing prices and the increase in the quality of the products did not lead to a rise in demand high enough to offset the improvements in productivity. The second explanation, namely; rapid change and inadequate adaptation, was an issue that was particularly noted by Keynes. At the core of this fear is the inability to adapt to the pace of technological change of our skills, organizations, and institutions. If a business type ceases to exist due to technology or the need for a particular skill category is completely finalized, these workers need to acquire new skills and find new jobs. This, indeed, takes time, and those workers may become unemployed during this time. The third argument about technological unemployment is closely associated with the second explanation, namely, inadequate adaptation. There is a lower level of wages that people would earn from their efforts. This is a factor that can lead to unemployment at a minimum level. If the employer and the employee fail to find a lucrative area that requires the knowledge and skills of that worker, the worker may be unemployed for a long time. Severe unemployment occurs if such unemployment resulting from inadequate adaptation becomes permanent.

According to Leonhard (2018), the upcoming conflict between the mankind and the machine would be intensified and exponentially increased through the integrated impacts of the ten major shifts, namely; digitalization, mobilization, screenification, disintermediation, transformation, intelligization, automation, virtualization, anticipation, and robotization.

In light of these shifts, one thing is certain: New technologies will dramatically change the nature of working in all sectors and professions. The main uncertainty involves the extent to which automation would replace the workforce.

In order to comprehend the impacts of technological developments on employment, we need to understand two opposite impacts. Firstly, as technology-induced deterioration and automation substitute labor for capital and force workers to become unemployed or use their skills elsewhere, a devastating impact occurs. Secondly, such devastating impact is accompanied by an improving effect, and the demand for new products and services is increasing, triggering the emergence of new professions, jobs, and even sectors. Here, the net impact of the Fourth Industrial Revolution on labor markets can vary depending on which of the two opposite impacts is greater.

The main objectives of the Western economies with the new mode of production are to reverse the ongoing downward trend in production as well as employment and to

provide the emerging sectors with employment opportunities. As a matter of fact, in the non-financial sectors in Europe, the total employment rate decreased from 27% in 2007 to 22% in 2009 (EFFRA, 2013, p. 110). Under the leadership of Germany, which is the locomotive power of European countries, the main aim of the new production style is to create new job opportunities that would mitigate the increasing unemployment by substituting the cheap labor-based production style known as Asian production style with smart production style. In the road map prepared by Europe for the year 2020, it is planned to realize the production of the future in a multisectoral and multidimensional manner in an economic, social and environmentally-sustainable manner. New production style will be effective in many manufacturing sectors such as automotive, microelectronics, telecommunications, textile/clothing, health products, household appliances, electrotechnical equipment, machinery, etc. The adaptation of these sectors to the new mode of production depends on the development of the forward and backward-connected sectors. In this regard, Europe relies on high-tech and high-skilled manufacturing systems and processes and engineering services in terms of more advanced materials, biomaterials, raw materials, nanotechnology, etc. (EFFRA, 2013, p. 110). In this context, since the new production style would allow all sectors to develop at the same time, it will provide employment opportunities for Europe and will have an impact on reducing unemployment.

The impact of the required qualifications of the technology and Industry 4.0 revolution in the laborforce is often concentrated on the axis of qualitative discussions. As a result of the changes in production processes, human capital is another crucial issue as much as smart machines, production facilities, and value chains. All employees such as technicians, researchers, process operators should be interconnected with appropriate practices for their occupations. Managers need dynamic, real-time dashboards that indicate the current situation, trend and potential hazards associated with the production process. Therefore, the labor force of the future should be comprised of individuals with computer and mechanical engineering skills. Because, once the Industry 4.0 Revolution has been fully implemented, employees would try to operate among multidisciplinary units.

The new forms of automation that evolve as a result of the rapid change in robotics and artificial intelligence technologies are not only substituting factory workers but also accountants, lawyers, and other self-employed professionals. This change may lead to an interaction that may result in the accumulation of wealth in the hands of the capital owners and intellectual property owners. Beyond the economic challenges of this process of change, there are also challenges against the role of work in attributing meaning to the lives of individuals, families, and communities. Changes in the roles of productive society members require us to rethink the paradigms that reshape the relationships among the individuals, society and economic activity.

In order for the labor markets to support this transformation, they need to be able to supply human capital with adequate qualifications to replace low-skilled labor. For this purpose, the basic task of the education system is to train the human capital needed by the economy. This is the main reason why advanced industrial societies are called knowledge economics, referring to the fact that knowledge is the fundamental value-creating concept. As stated by Kumar (2013), according to information society theorists,

a new class of knowledge workers is emerging, whose work requires a long learning period, and is determined by high levels of technical qualification and theoretical knowledge. According to Drucker (1994), education would play a critical role in the training of knowledge workers.

Today, upon considering education equal to earning and status, it is presumed that obtaining a highly lucrative job depends on a quality investment in education. The origin of this view is the Human Capital Theory (HCT). Expenditures for education in HCT are considered within the scope of investment expenditures.

Education systems need to be able to keep up with this transformation and change within the scope of the needs of the information economy society. Within the framework of such transformation, education systems in countries that wish to have a modern economy are expected to have the following characteristics (Yazıcı & Düzakaya, 2016);

- Education policies should be compatible with the change in information technologies,
- Training programs should not be limited due to rapid technological developments,
- Research-based education systems should be adopted instead of memorization-based education system,
- The number of individuals learning to learn should be increased,
- Multi-dimensional mental development should be targeted in the education system (visual, rhythmic, etc.)

Conclusion

In almost every economy, with the help of technology, labor is replaced by capital. This has been going on for many years. Ginning machines, which emerged in the middle of the 19th century, unemployed thirty percent of the labor force in the agriculture sector.

Industrialization continued uninterrupted throughout the 20th century. Since the year 2011, the world has been talking about a new industrial revolution, first described by the Germans at the Hannover Fair and described as the Industry 4.0 Revolution. With this new industrial revolution, it is aimed to boost the level of computerization in the manufacturing industry and thus, to equip production with advanced technology. Thus, it is planned to achieve maximum flexibility in production, to accelerate production and, most importantly, to minimize the errors that may arise from the human factor during production, that is, to reduce the need for the human labor force as much as possible.

The Industrial 4.0 Revolution would certainly pose significant impacts on economic units. While changing the consumption habits and preferences of the households, the changes in the production processes based on the changing preferences and consumption habits of the firms would be necessitated. This would influence international competitiveness and cause changes in the overall economic structure. It will also make it compulsory for governments, as other economic units, to develop economic policies in line with the developing and changing process. In this context, the first years of a period in which significant changes and developments take place in the economic policies of countries are being experienced.

As a result of the study, it is possible to draw three main conclusions pertaining to the Fourth Industrial Revolution. The first of these results is a tremendous advance by

courtesy of digital technologies. Hardware, software, and computer networks are at the heart of this progress. Although these technologies have entered into our lives with the Third Industrial Revolution, the full potential of these technologies, that is, the level of maturity required to make major and fundamental changes in society and economy has just been reached. The second conclusion is that such a great movement of change and transformation, which is the seminal work of digital technology, would provide humanity with great benefits. Because human beings can promote the diversity and quantity of consumption. Consequently, digitalization would beget some problems. The negativities in the labor market would lead to those problems. In parallel with the increase in computing power, companies may need fewer employees.

References

- Abbate, J. (1999). *Inventing the Internet (inside technology)*. Editorial The MIT Press, Cambridge.
- Anderson, Chris (2012). *Makers. The New Industrial Revolution*. New York: Crown Publishing Group.
- Ashton, T. S. (1948). Some Statistics of the Industrial Revolution in Britain 1. *The Manchester School*, 16(2), 214-234.
- Benkler, Y. (2002). Coase's Penguin, or, Linux and" The Nature of the Firm". *Yale Law Journal*, 369-446.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum Ve Kültür Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, ISBN: 975-6176-16-4.
- Clark, G. (1992). The economics of exhaustion, the Postan thesis, and the agricultural revolution. *The Journal of Economic History*, 52(1), 61-84.
- Clark, G., & Demircioğlu, E. (2013). *Fukaralığa veda: Dünyanın kısa iktisadi tarihi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Collin, C. (1989). *Science, Technology and Everyday Life, 1870-1950*. Routledge.
- Crafts, N. F. (1996). The first industrial revolution: A guided tour for growth economists. *The American Economic Review*, 197-201.
- Diamond, J. (1987). The Worst Mistake in the History of the Human Race. *Discover Magazine*, May: 64-66.

- Dizard, W. P. (1982). *The coming information age: An overview of technology, economics, and politics*. New York: Longman.
- Drucker, P. F. (1994). *Kapitalist ötesi toplum* (Çev. B. Çorakçı). İstanbul: İnkılâp Yayınları.
- Düzkaya, H. (2016). Endüstri devriminde dördüncü dalga ve eğitim: Türkiye dördüncü dalga endüstri devrimine hazır mı?. *Eğitim Ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori Ve Uygulama*, 7(13), 49-88.
- European Factories of the Future Research Association. (2013). *Factories of the future: Multi-annual roadmap for the contractual PPP under Horizon 2020*. Publications office of the European Union: Brussels, Belgium.
- Forester, T. (Ed.). (1985). *The information technology revolution*. MIT Press.
- Hall, P. G., & Preston, P. (1988). *Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovation, 1846-2003*. Routledge.
- Hobsbawm, E. J. (2003). *Sanayi ve İmparatorluk*, çev. A. Ersoy, Dost Kitabevi, Ankara.
- Jänicke, M., & Jacob, K. (2009). A Third Industrial Revolution? Solutions to the crisis of resource-intensive growth. *Solutions to the Crisis of Resource-Intensive Growth*.
- Kabaklarlı, E. (2016), *Endüstri 4.0 ve Dijital Ekonomi; Dünya ve Türkiye Ekonomisi İçin Fırsatlar, Etkiler ve Tehditler*, 1. Basım, Nobel Bilimsel Eserler, Ankara.
- Kremer, M. (1993). The O-ring theory of economic development. *The Quarterly Journal of Economics*, 108(3), 551-575.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma : Çağdaş Dünyanın yeni kuramları*, Dost Kitabevi (Çev: Mehmet Küçük), ISBN: 978-9-7575-0181-7.
- Kuznets, S. (1965). *Towards a Theory of Economic Growth "in Economic Growth and Structure*. New York: W. W. Norton.
- Leonhard, G. (2018). *Teknolojiye Karşı İnsanlık*. İstanbul: Siyah Kitap.
- Malthus, T. R. (1872). *An Essay on the Principle of Population*.
- Mazlish, B. (1993). *The fourth discontinuity: the co-evolution of humans and machines*. Yale University Press.
- Mokyr, J. (1990). *The lever of riches: Technological creativity and economic progress*. Oxford University Press, New York.

- Mokyr, J. (1998). The second industrial revolution, 1870-1914. *Storia dell'economia Mondiale*.
- Mokyr, J. (2005). The intellectual origins of modern economic growth. *The Journal of Economic History*, 65(2), 285-351.
- MTSO Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (2017), <<http://www.mtso.org.tr/tr/haberler/turkiye-avrasya-nin-endustri-4-0-merkezi-olabilir>>, 04.11.2019.
- Naughton, J. (1999). *A Brief History of the Internet: The Organs of the Internet*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- North, D. C., & Weingast, B. R. (1989). Constitutions and commitment: the evolution of institutions governing public choice in seventeenth-century England. *The journal of economic history*, 49(4), 803-832.
- Palumbi, S. R. (2001). Humans as the world's greatest evolutionary force. *Science*, 293(5536), 1786-1790.
- Rifkin, J. (2011). *The third industrial revolution: how lateral power is transforming energy, the economy, and the world*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schwab, K. (2016). *Dördüncü sanayi devrimi*. Optimist Yayın Grubu.
- Schwab, K. (2018). *Dördüncü Sanayi Devrimini Şekillendirmek*. Optimist Yayın Grubu.
- Stearns, P. N. (2013). *The industrial revolution in world history*. Westview Press.
- Temin, P. (1997). Two views of the British industrial revolution. *The Journal of Economic History*, 57(1), 63-82.
- Wrigley, E. A. (1990). *Continuity, chance and change: The character of the industrial revolution in England*. Cambridge University Press.

DÖNGÜSEL EKONOMİYE GEÇİŞTE ENDÜSTRİYEL SİMBİYOZUN MALİYETLER ÜZERİNE ETKİSİ

Elif N. DEMİRCİOĞLU¹
Demet EVER²

ÖZ

Endüstriyel ekolojinin işletmeler arası çalışma alanı olan endüstriyel simbiyoz, birbirine yakın konumdaki işletmeler arasında malzeme, su, enerji, yan ürünler ve atıkların değişimine odaklanmakta olup, bu durum işletmelere maliyetleri azaltmak ve çevresel performansı arttırmak yoluyla rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Bu döngüsel sistem sayesinde işletmelerin birbirleriyle sürekli etkileşim hâlinde olabilmemesinin yanı sıra maliyetlerde önemli tasarruflar sağlanabilecektir. Endüstriyel simbiyoz ile malzeme tüketimi ve atık israfı azaltılarak endüstriyel sistemlerin kaynaklarının verimliliği artırılabilir, bu da büyük ekonomik ve çevresel faydalar sağlamaktadır. Bu nedenle döngüsel ekonominin geliştirilmesinde endüstriyel simbiyoz sisteminin kullanılması önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, döngüsel ekonominin güçlendirilmesini sağlayan endüstriyel simbiyozun, maliyetler üzerindeki etkilerini ve yarattığı faydaları ortaya koymaktır. Bu kapsamda yapılan bu teorik çalışma ile öncelikle endüstriyel simbiyoz kavramı ve kullanılan yöntemler açıklanmış, daha sonra döngüsel ekonomide endüstriyel simbiyozun önemi açıklanarak, dünyada ve Türkiye’de endüstriyel simbiyoz örneklerinin yarattığı faydalar ve maliyet avantajları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Döngüsel Ekonomi, Endüstriyel Simbiyoz, Çevre ve Üretim Maliyetleri

THE EFFECT OF INDUSTRIAL SYMBIOSIS ON ENVIRONMENTAL COSTS IN TRANSITION TO CIRCULAR ECONOMY

ABSTRACT

Industrial symbiosis, a business to business subfield of industrial ecology, concentrates on exchanging of material, water, energy, by-product and waste between companies which are located close to each other and by this way companies can increase their competitive advantages by reducing production cost and increasing environmental performance. By means of this circular system, companies can have significant cost savings as well as they can interact with each other continuously. With industrial symbiosis, it is possible to increase the efficiency of resources and energy of industrial systems by reducing material consumption and waste, which provides great economic and environmental benefits. Therefore, the use of the industrial symbiosis system provides important advantages in the development of the circular economy. Accordingly the aim of this study is to expose the benefits and cost effect of industrial symbiosis which ensures the strengthening of the circular economy. Within this context, through this theoretical study first industrial symbiosis concept and its methods has been explained, then the importance of industrial symbiosis on circular economy has been stated and benefits and cost savings of the industrial symbiosis examples on the World and Turkey have been exposed.

Keywords: Circular Economy, Industrial Symbiosis, Environmental and Production Cost

¹Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, elunal@cu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9711-2081

²Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü,
dever@student.cu.edu.tr ORCID: 0000-0002-9790-3569

Received/Geliş: 10/08/2020 Accepted/Kabul: 09/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Demircioğlu, E.N., Ever, D. (2020), “Döngüsel Ekonomiye Geçişte Endüstriyel Simbiyozun Maliyetler Üzerine Etkisi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 461-473.

Giriş

18. yüzyılın ortalarındaki ilk sanayi devriminden bu yana, sanayi faaliyetleri üretkenliği arttırmış ve insanların refah seviyesini yükseltmiştir (Zhao, Zhao, ve Guo, 2017, s. 2262). Ancak bunun yanı sıra aşırı endüstriyel üretim; su ve toprak kaynaklarının tükenmesi, sera gazlarında artış, biyolojik çeşitliliklerin azaltılması gibi birçok çevresel ekolojik sorunları da beraberinde getirmiştir (Neves, Godina, Azevedo ve Matias, 2020, s. 2; Zhao vd., 2017, s. 2262). Bu doğrultuda yeni bir kavram olan *Endüstriyel Ekoloji* (Industrial Ecology, IE); çevreye duyarlı üretim ve tüketimin geliştirilmesi için, endüstriyel kalkınmayı, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ile dengelemeyi amaçlamakta olup, toplum, ekonomi ve çevre arasındaki ilişkiyi sağlayarak, doğal kaynakların korunması, enerji kullanımı ve geri dönüşüm gibi konulara odaklanmaktadır (Berkel, Willems ve Lafleur, 1997, s. 11; Özkan, vd., 2018, s. 85). Görüldüğü üzere, endüstriyel ekoloji, ürünlerin ve süreçlerin endüstriyel tasarımına ve sürdürülebilir üretim stratejilerinin uygulanmasına yeni bir yaklaşım olup, çevresel sorunlara odaklanmaktadır (Jelinski, Graedel, Laudise, McCall ve Patel, 1992, s. 793; Mirata ve Emtairah, 2005, s. 994). Bu yönüyle endüstriyel ekolojinin amacı; atıkları kullanmak ve kaliteli hizmetler sunmak için endüstriyel gelişme ile enerji ve malzeme gibi doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını dengelemektir (Berkel, vd., 1997, s. 51). Son zamanlarda sanayi dünyasında, tekil endüstri sanayisinden birbiriyle daha çok iletişim hâlinde olan ve bütünsel bir yaklaşımı destekleyen çoğul endüstri yaklaşımına doğru hızlı bir ilerleme görülmektedir (Özkan, Günkaya, Özdemir ve Banar, 2018, s. 84). Öyle ki birçok sanayi kolları birbirine yakın ve bağlantılı bir şekilde kurulmaktadır (Chertow, 2000, s. 313). İşletmeler arasındaki birçok bağlantı nedeniyle, bir sanayi bölgesi artık bir endüstriyel ekosisteme dönüşmekte, bu sinerjik bağlantılar da endüstriyel simbiyoz olarak nitelendirilebilmektedir (Giurco, Bossilkov, Patterson, ve Kazaglis, 2011, s. 868). Chertow (2000) tarafından '*Endüstriyel Simbiyoz*' (Industrial Symbiosis), endüstriyel ekoloji ilkelerinin belki de en iyi bilinen uygulaması olarak nitelendirilmiş olup, birbirine yakın konumdaki işletmeler arasında malzeme, su, enerji, yan ürünler ve üretim süreci atıklarının değişimi olarak tanımlanmıştır (Giurco vd., 2011, s. 868; Chertow, 2000, s. 313). Ayrıca yeni kurulacak olan işletmeler ve mevcuttaki işletmeler için de uygulanabilir bir sistemdir (Özkan, vd., 2018, s. 87).

Endüstriyel simbiyoz sisteminin kurulması, döngüsel ekonominin geliştirilmesinde faydalı olmaktadır (Wen ve Meng, 2015, s. 218). Öyle ki endüstriyel simbiyoz, endüstriyel ekolojinin gerçekleştirilmesi ve döngüsel ekonominin uygulanması için giderek daha önemli hâle gelen stratejik bir araç olarak kabul edilmektedir (Mortensen ve Kornov, 2019, s. 56). Bu doğrultuda endüstriyel simbiyoz uygulamalarının ekonomik gelişmelere fayda sağladığı gibi ağır sanayide, su ve arazi tasarrufları, atık kullanımı ve sera gazı azaltımlarıyla ilişkili kirliliğin giderilmesi gibi birçok konuda avantaj sağladığı görülmektedir (Chertow, 2007, s. 13). Endüstriyel simbiyoz, atık, enerji ve su için işletmeler arası değişimleri teşvik etmenin faydalarına odaklanmakta ve çevresel sorunları çözebilmek için endüstriyel faaliyetlerin mekânsal yakınlığından faydalanmaktadır (Giurco vd., 2011, s. 868; Mirata ve Emtairah, 2005, s. 994). Endüstriyel simbiyoz ile bir işletmenin atıklarının bir diğersinin girdisine dönüşmesiyle, üretim maliyetlerinin azaltılması ve çevresel performansın artırılması yoluyla, işletmelerin rekabet avantajları arttırılabilmektedir (Yuan ve Shi, 2009, s. 1295).

Bu çalışma ile döngüsel ekonomiye geçişte endüstriyel simbiyozun, işletmenin maliyetlerini nasıl etkilediği ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle endüstriyel simbiyoz kavramı açıklanmış, ardından endüstriyel simbiyoz uygulamalarında kullanılan yöntemler ortaya konmuştur. Daha sonra döngüsel ekonomiye geçişte endüstriyel simbiyozun önemi ve işletmelere sağladığı maliyet avantajları dünyadaki ve Türkiye'deki örnekler incelenerek açıklanmıştır.

1. Endüstriyel Simbiyoz

Endüstriyel ekoloji kavramı daha önce de belirtildiği üzere, bir endüstriyel sistemin kendisini çevreleyen sistemlerden bağımsız olarak değil, bu sistemlerle birarada olması gerektiğini ifade etmekte olup, Tablo 1'de görüldüğü gibi işletme düzeyinde, işletmeler arası düzeyde ve bölgesel/küresel düzeyde olmak üzere üç düzeyde incelenebilmektedir (Chertow, 2000, s. 314). Endüstriyel simbiyoz ise endüstriyel ekolojinin, işletmeler arası düzeyde gerçekleştiği bir boyutu olup, farklı işletmeler arasında değişimleri içermektedir (Chertow, 2000, s. 314).

Tablo 1. Endüstriyel Ekoloji Düzeyleri

Endüstriyel Ekoloji		
İşletme	İşletmeler Arası	Bölgesel/ Küresel
<ul style="list-style-type: none">• Çevreye Uygun Tasarım• Çevre Kirliliğini Önleme• Yeşil Muhasebe	<ul style="list-style-type: none">• Endüstriyel Simbiyoz (Eko-Endüstriyel Parklar)• Ürün Yaşam Döngüleri• Endüstriyel Sektör Girişimleri	<ul style="list-style-type: none">• Bütçeler• Malzeme ve Enerji Akışı Çalışmaları

Kaynak: Chertow, 2000, s. 315.

Endüstriyel simbiyoz kavramını tanımlamadan önce, simbiyoz kelimesinin anlamını açıklamak yararlı olacaktır. Simbiyoz ifadesi, doğadaki biyolojik simbiyotik ilişkiler kavramı üzerine kurulu olup, içerisindeki en az iki farklı türün tek bir organizma gibi birbirleriyle yardımlaşarak, karşılıklı fayda sağlayacak şekilde malzeme, enerji veya bilgi alışverişinde bulunarak bir arada yaşamaları anlamına gelmektedir (Chertow, 2000, s.314; Subaşı ve Demirer, 2014; Özkan, vd., 2018, s.86). Bu yönüyle simbiyoz kavramı farklı iki canlının birbirinden karşılıklı faydalandığı ortak yaşama şekli olarak nitelendirilebilmektedir. Kısaca simbiyoz kelimesi karşılıklı fayda amaçlayan fiziksel değişimi ortaya koymaktadır (Lambert ve Boons, 2002, s. 474). Bu doğrultuda simbiyoz kavramı “ortak yaşam” olarak ifade edilmekte olup, endüstriyel simbiyoz kavramı ise “endüstriyel ortak yaşam” olarak nitelendirilmektedir (Özkan, vd., 2018, s. 86).

Endüstriyel ekolojiye dayanarak endüstriyel simbiyoz kavramı ortaya çıkmış olup, bu kavram ilk olarak Lowe ve Evans tarafından 1995 yılında ortaya atılmıştır (Lambert ve Boons, 2002, s. 472). Endüstriyel simbiyoz kavramı, coğrafik olarak birbirine yakın olan, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler arasında; malzeme, su, enerji, yan ürünler ve üretim süreci atıklarının fiziksel olarak değişimini teşvik eden bir yaklaşım olarak tanımlanabilmektedir (Chertow, 2000, s. 313; Chertow, 2007, s. 12; Lambert ve Boons, 2002, s. 474; Giurco vd., 2011, s. 868; Boons, Spekkink ve Mouzakitis, 2011, s.

905). Öyle ki işletmeler birlikte çalışarak, tek başlarına çalışarak elde edebilecekleri bireysel faydaların toplamından, daha büyük fayda sağlayabileceklerdir (Chertow, 2000, s. 314). Bu tür işbirliği işletmeler arası sosyal ilişkilerin gelişmesine de katkı sağlayabilmektedir (Chertow, 2000, s. 314). Chertow 2007 yılında yaptığı çalışmasında endüstriyel simbiyoz modelini; kendi kendine organize olan model ile planlanan model olmak üzere ikiye ayırmıştır. Kendi kendine organize olan endüstriyel simbiyoz modelinde merkezi bir kurum tarafından herhangi bir planlama yapılmadan, işletmelerin maliyet azaltma, gelir artırma veya iş genişletme gibi amaçlarını yerine getirmek üzere kaynak alışverişinde bulunma kararlarından doğmaktadır (Chertow, 2007, s. 21; Genç, 2020, s. 5). İlk aşamalarda, işletmelerin endüstriyel simbiyozla dâhil olma bilinci yoktur, ancak bu zamanla gelişebilir (Chertow, 2007, s. 21). Planlanan endüstriyel simbiyoz modelinde ise bilinçli bir şekilde farklı sektörlerden işletmeler belirlenip bir araya getirilerek kaynak alışverişinde bulunulması sağlanmaktadır (Chertow, 2007, s. 21). Endüstriyel simbiyozun bazı uygulamaları eko endüstriyel parklarda geliştirilmiş olup, bu eko endüstriyel parklar, endüstriyel simbiyoz kavramının somut gerçekleri olarak görülmektedir (Chertow, 2007, s. 21; Genç, 2020, s. 5). Eko endüstriyel park, ortak bir alan üzerinde faaliyet gösteren işletmeler topluluğu olarak tanımlanabilmekte olup, bu işletmeler çevre ve kaynak problemlerini yönetmede işbirliği yaparak sürdürülebilirlik performansını arttırmaya çalışmaktadır (Genç, 2020, s. 6). Söz konusu bu eko-endüstriyel parklar, endüstriyel parkların çevreye duyarlı versiyonu olup, mal ve hizmetlerin üretim süreçlerine doğa perspektifinden bakmakta ve kaynakları koruyarak, geri dönüştürerek doğal bir sistemi oluşturabilmek için her türlü çabayı göstermektedir (Chertow, 2000, s. 314; Zhao vd., 2017, s. 2262; Ehrenfeld ve Gertler, 1997, s. 68; Genç, 2020, s. 5). Endüstriyel simbiyoz sayesinde çevresel sorunlar azaltılarak, enerji ve kaynak verimliliği sağlanmaktadır (Chopra ve Khanna, 2014, s. 87; Jacobsen, 2006, s. 241). Ayrıca kaynak paylaşımı maliyetleri azaltabilmekte ve dolayısıyla işletme kârını arttırabilmektedir (Chertow, 2007, s. 13).

2. Endüstriyel Simbiyoz Uygulamalarında Kullanılan Yöntemler

Endüstriyel simbiyoz uygulamalarında kullanılan birçok yöntem ve analiz teknikleri bulunmaktadır. Bunlardan literatürde en çok kullanılanları girdi çıktı analizi, malzeme ve madde akış analizi, ürün yaşam döngüsü analizi, çok kriterli karar verme yöntemleridir (Özkan, 2018, s. 88-91; Bailey, Allen ve Bras, 2004, s. 47).

2.1. Girdi Çıktı Analizi

Girdi-çıkıtı analizi, endüstrideki çevresel konularla ilgili faaliyetleri içine alan bir yaklaşımdır (Bailey, vd., 2004, s. 47). Bailey ve arkadaşları (2004), girdi çıktı yöntemini “ekolojik girdi çıktı analizi” veya “girdi-çıkıtı akış analizi” olarak da adlandırmıştır. Girdi-çıkıtı tablosu ile girdilerin kaynağı ve çıktıların neye sebep olduğu açık bir şekilde ortaya konulmaktadır (Kayacan, 2007, s. 4). Çevresel performansın izlenmesini ve çevresel maliyetlerin takip edilmesini sağlayan çevresel muhasebe uygulamalarında ilk adım malzeme ve enerji kullanımına ilişkin girdi-çıkıtı analiz modelinin geliştirilmelisi olmaktadır (Memiş, 2009, s. 91.93).

2.2. Malzeme ve Madde Akış Analizi

Malzeme akışları, endüstriyel sistemlerde finansal akışlar kadar önemlidir (Bailey vd., 2004, s. 47). Bu kapsamda malzeme akış analizi (material flow analysis), endüstriyel

simbiyoz uygulamalarında fayda sağlamak ve sıklıkla kullanılan bir yöntem olmaktadır (Özkan, vd., 2018, s. 89). Malzeme akış analizi, ekonomi, çevre yönetimi, kaynak yönetimi ve atık yönetimi gibi çeşitli alanlarda temel bir araç olarak kullanılmaktadır (Brunner ve Rechberger, 2016, s. 13). Malzeme akış analizi genellikle malzeme akış muhasebesi ile eşanlamli olarak kullanılabilir (Bringezu ve Moriguchi, 2002, s. 79). Öyle ki Özçelik, 2017 yılında yaptığı çalışmasında malzeme akış maliyet muhasebesi olarak nitelendirmiş olup, bir işletmede hem fiziksel hem de parasal olarak malzeme akışlarını ve stokları izleyen ve malzeme eşitliğini temel olarak ürün maliyetleri ile kayıpların maliyetlerini ayrı ayrı hasaplamayı sağlayan bir araç olarak tanımlamıştır. Bu yöntem ile malzeme ve enerjinin verimli kullanılması yoluyla çevresel sorunları ve maliyetleri azaltmak amaçlanmakta olup, bu yönüyle bu yöntemin çevre muhasebesinin önemli araçlarından biri olduğu söylenebilmektedir (Özçelik, 2017, s. 928). Diğer taraftan malzeme akış analizinin bir dalı olarak madde akış analizi ise (substance flow analysis) belirli bir madde veya sınırlı bir madde grubu ile ilgili bir yönetim stratejisi için ilgili bilgi sağlamayı amaçlamaktadır (Wen ve Meng, 2015, s. 212; Van der Voet, 2002, s. 91). İki yöntem arasındaki fark, malzeme akış analizinin tüketici veya yatırım gibi ekonomik terimlere odaklanarak, ekonomik bir sistemdeki mal akışlarının ve stoklarının analiziyle ilgilenmesi, madde akış analizinin ise genel bir yönetim stratejisi ile ilgili bilgileri sağlamak amacıyla, kimyasal bileşikler ve elementler gibi belirli maddelerin akışlarını ve stoklarını incelemesidir (Karakaş, 2014, s. 14).

2.3. Yaşam Döngüsü Analizi

Bir ürünün yaşam döngüsü boyunca çevresel yükünün hesaplandığı yaşam döngüsü analizi, girdi-çıkı tekniklerini genişletmeye odaklanmakta olup, bu yöntem bir endüstriyel simbiyoz durumunda çeşitli sinerjik değişimlerin çevresel etkilerini tahmin etmek ve karşılaştırmak için bir karar verme aracı olarak kullanılmaktadır (Chopra ve Khanna, 2014, s. 87; Bailey, vd., 2004, s. 51). Hammaddelerin elde edilmesinden, üretim, dağıtım ve tüketici tarafından kullanımı ve kullanımı sonrasında atık olarak bertaraf edilmesine kadar yaşam döngüsünün çeşitli aşamalarında ortaya çıkan çevresel etkileri tespit etmek, raporlamak ve yönetmek gibi amaçları bakımından endüstriyel ekolojinin uygulanması için de gerekli bir araç olmaktadır (Özkan, vd., 2018, s. 89).

2.4. Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri

Çok kriterli karar verme yöntemleri birden çok alternatifin ve bunlara ait birden çok kriterin bulunduğu durumlarda, istenilen amaca yönelik en iyi sonuca ulaşabilmek için, karar almayı kolaylaştıran yöntemlerdir (Demircioğlu ve Coşkun, 2018, s. 184). Araştırmacı, bu yöntemde ilk olarak hedefleri doğrultusunda ölçütler belirlemekte, sonra da alternatiflerin ölçütlere uygun olup olmadığını saptamaktadır (Özkan, vd., 2018, s. 90). Zhao ve arkadaşları (2017), endüstriyel simbiyoz uygulamalarında çok kriterli karar verme modelini kullanarak döngüsel ekonomi için eko-endüstriyel parkların kapsamlı faydalarının değerlendirilmesi ve sıralanmasında büyük bir potansiyel sunduklarını belirtmişlerdir. Söz konusu bu yöntemin endüstriyel simbiyoz uygulamalarında kullanılması ile ilgili çalışmalar henüz çok yeni ve sınırlı sayıda olup, bu yöntemin, işletmeler tarafından endüstriyel simbiyoz çalışmalarına dâhil edilerek öncelik verilmesi, çalışmaların seçimi ve fayda maliyet analizi, risk analizi gibi araçlarla desteklenerek endüstriyel simbiyoz uygulamalarını geliştireceği öngörülmektedir (Özkan, vd., 2018, s. 91).

3. Döngüsel Ekonomi ve Endüstriyel Simbiyozun Sağladığı Maliyet Avantajları

Endüstriyel simbiyoz ile amaç birbirine yakın konumdaki işletmelerin birbirleriyle sürekli iletişim ve etkileşim hâlinde olmasını sağlamak olup, bu yönüyle döngüsel sistemler olarak algılanmaktadır (Subaşı ve Demirer, 2014; Özkan, vd., 2018, s. 86). Bu doğrultuda endüstriyel simbiyozun son zamanlarda ülkemizde tartışılmaya başlanan döngüsel ekonominin temelini oluşturduğu söylenebilmektedir (Subaşı ve Demirer, 2014). Döngüsel ekonomi modeli, endüstriyel gelişme ve çevre arasındaki ilişki ile merkezi olarak ilgilenen ekolojik modernleşme teorisine çok yakındır (Geng, Zhu, Doberstein ve Fujita, 2009, s. 997). Endüstriyel simbiyoz ise, endüstriyel ekolojinin gerçekleştirilmesi ve döngüsel ekonominin uygulanması için önemli hâle gelen stratejik bir araçtır (Mortensen ve Kornov, 2019, s. 56). Endüstriyel ekolojinin bir alt alanı olan endüstriyel simbiyoz, döngüsel ekonominin geliştirilmesi için önemli bir yol olmaktadır (Wen ve Meng, 2015, s. 212). Zira endüstriyel simbiyozun bir işletmenin atıklarını bir diğerinin girdisine dönüştürmesi yoluyla üretim maliyetleri azaltılabilmekte, çevresel performansın artırılması sağlanabilmekte ve bunların sonucunda işletmelerin rekabet avantajlarını arttırması mümkün olabilmektedir (Yuan ve Shi, 2009, s. 1295). Döngüsel ekonomi, kullanılan kaynakların uzun süre korunmasını sağlamak, onları sıklıkla kullanabilmek ve oluşabilecek atık seviyesini en aza indirmeyi amaçlamaktadır ki bu doğrultuda döngüsel ekonomi doğadan esinlenerek oluşan bir yaklaşım olarak nitelendirilebilmektedir (Koçan, Gültekin ve Baştuğ, 2019, s. 538). Öyle ki, doğadaki her canlının atığını başka bir canlı kullanmakta ve bu döngü bu şekilde sürekli devam etmekte olup, bu durumun endüstriyel üretimdeki karşılığı ise *Döngüsel Ekonomi* olarak ifade edilmektedir (Koçan, vd., 2019, s. 538). Döngüsel ekonomi aynı zamanda bölgesel rekabet gücüne ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmayı amaçlamaktadır (Geng, vd., 2009, s. 997). Endüstriyel simbiyoz ve döngüsel ekonominin topluma ve bir bütün olarak ekonomiye faydalı olacağı vurgulanmaktadır (Andersen, 2007, s. 137). Öyle ki ekonomik büyüme, çevresel bozulma ve kaynak yetersizliği arasındaki artan karmaşa, döngüsel ekonomi ve sürdürülebilir kalkınmayı başarmanın etkili bir yoludur ve bu doğrultuda eko endüstriyel parklar döngüsel ekonomi alanında kritik bir araştırma konusu hâline gelmiştir (Zhao vd., 2017, s. 2262).

Avrupa Birliği'nde "Döngüsel Ekonomi Paketi" kaynak-verimli, yeşil ve rekabetçi düşük-karbon ekonomisine geçiş hedefi doğrultusunda Aralık 2015'te hazırlanmış ve 2018'de kabul edilmiştir (Veral, 2018, s. 485). Veral (2018) yaptığı bu çalışmasında, döngüsel ekonomiye geçilmesi sonucu yaşanan gelişmeleri incelemiş, döngüsel ekonomi alanında yapılan çalışmaların "2030 Sürdürülebilir Kalkınma" hedeflerini uygulamaya yönelik bir adım olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle bu alandaki çalışmaların Türkiye'deki çalışmalar ve uygulamalar açısından faydalı olacağı öngörülmektedir. Veral (2018, s. 468-469) çalışmasında, döngüsel ekonominin yararlarını şu şekilde sıralamıştır;

- Kullanılan hammaddeler ve enerji bağımlılığı azaltılarak rekabet gücünü arttırmakta ve tasarruf sağlamaktadır.
- Kaynak çıkarımı ve atıkların bertaraf edilmesi ile çevresel sorunların azaltılması sağlanmaktadır.

- Sera gazı emisyonlarının azaltılmasını sağlayarak hem iklim değişikliğiyle mücadeleye hem de sera gazı emisyonundan kaynaklı maliyetlerin azaltılmasına katkı sağlamaktadır.
- Tedarik güvenliği artırılmakta ve maliyetlerin kontrol altında tutulmasını sağlamaktadır.
- İstihdam ve yeni iş fırsatları yaratmaktadır.

Endüstriyel simbiyoz modelinin ilk örneği Danimarka'daki, Kalundborg eko-endüstriyel parkında gerçekleştirilmiş olup, Kalundborg eko-endüstriyel parkı, bu türde yapılan ilk ve en kapsamlı çalışmadır (Chertow, 2000, s. 315-316). Kalundborg, 1960'lı yıllardan beri sürekli izlenen ve analiz edilen bir eko-endüstriyel park olup, Kalundborg'daki bu modelde; bir petrol rafinerisi, enerji santrali, alçıpan tesisi, ilaç fabrikası birincil ortaklar olarak sözleşme çerçevesinde atık, su ve enerji değişim ağı oluşturarak bir endüstriyel simbiyoz örneği oluşturmuşlardır (Chertow, 2000, s. 315-316). Kalundborg endüstriyel simbiyozunda yeraltı suyu, yüzey suyu, atık suyu, buhar ve elektrik paylaşılmış ve ayrıca ham madde hâline gelen çeşitli atıklar değiştirilmiştir (Chertow, 2000, s. 315-316). Bu modelle şehirde su tüketimi toplu olarak % 25 azaltılmış ve 5.000 ev için bölgesel ısı sağlanmış olup, bu nitelikteki işbirliği ile çevresel ve ekonomik verimlilik önemli ölçüde artmış, aynı zamanda bu endüstriler için personel, ekipman ve bilgi paylaşımını içeren faydalar da sağlanmıştır (Chertow, 2000, s. 315-316). Kalundborg bölgesinde, atıkların diğer endüstrilere ham madde olarak tedarik edilmesi yoluyla ek gelir yaratılabilmiş, atık bertaraf maliyetlerinden ve vergilerden tasarruf sağlanabilmiş olup, aynı zamanda malzemelerin geri dönüştürülmüş atıklarla değiştirilmesi maliyetlerin düşmesine neden olmuştur (Desrochers, 2011, s. 30). Zhao vd., (2017, s. 2263), yaptıkları çalışmada, Kalundborg eko-endüstriyel parkları ve yerel topluluk için endüstriyel simbiyoz ile; kömür, yakıt ve su gibi enerji tüketiminde çarpıcı azalma; sülfür dioksit (SO₂) ve karbondioksit (CO₂) emisyonlarında önemli derecede azalma; diğer işlemler için kükürt ve uçucu kül içeren geleneksel atık ürünlerin ham maddeye dönüştürülmesi gibi avantajlar sağlandığını ortaya koymuşlardır.

Başka bir endüstriyel simbiyoz örneği olan Çin'de kömür-kimyasal endüstriyel simbiyoz modellemesi ile, emisyonların azaltılması ve kaynakların yüksek katma değerli kullanımı sağlanmıştır (Chopra ve Khanna, 2014, s. 87). Geng ve arkadaşları, 2009 yılında yaptıkları çalışmada, Çin'in döngüsel ekonomi politikasının, Çin'in endüstriyel simbiyoz gelişimi üzerindeki ana etki faktörlerinden biri olduğunu ortaya koymuşlardır. Yuan ve Shi (2009), Güneybatı Çin'deki büyük bir devlete ait eritme tesisinde endüstriyel simbiyoz sistemini kurarak, farklı üretim sistemleri arasındaki iç ilişkilerin yeniden yapılanmasının uygulanması üzerine bir vaka çalışması gerçekleştirmiştir. Yapılan bu çalışma, üretim maliyetlerini düşürerek ve çevresel performansı artırarak işletmelerin rekabet avantajını etkin bir şekilde geliştirebileceğini göstermiştir. Wen ve Meng, (2015) ise, döngüsel ekonominin güçlendirilebilmesi için endüstriyel ekoloji ortamında endüstriyel simbiyoz sisteminin kurulması gerektiğini ileri sürmüş ve bu durumu destekleyen çalışmaları ile madde akışı analizine dayalı olarak kaynak verimliliğini ölçmüşlerdir. Bu doğrultuda Wen ve Meng, Çin'deki ilk Ulusal Döngüsel Ekonomi bölgelerinden biri olan ve Çevre Koruma Bakanlığı tarafından "Ulusal Pilot Eko-endüstriyel Parkları" olarak kabul edilen bir bölgede bir vaka çalışması yapmışlar ve kaynak verimliliğini ve çevre standartlarını geliştirmek yoluyla döngüsel ekonomiye

katkı sağlamayı amaçlamışlardır. Sonuçta kaynak verimliliğinin sağlanması yoluyla aynı ekonomik çıktı ile daha az kaynak tüketimi gerçekleştirilmiş, işletmeler arasındaki fiziksel malzeme, enerji, su ve yan ürün alışverişini güçlendirdiğini tespit etmişlerdir (Wen ve Meng, 2015, s. 218).

Türkiye’de endüstriyel simbiyoz alanında yapılan en önemli çalışma ise “İskenderun Körfezi Endüstriyel Simbiyoz Projesi” olup, söz konusu bu çalışma 2011-2014 yılları arasında yapılmış, “Bakü Tiflis Ceyhan Petrol Boru Hattı Şirketi (BTC)” tarafından desteklenerek gündeme gelmiş ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) tarafından gerçekleştirilmiştir (Yıldız, 2019, s. 42, BEBKA, 2020). Projenin ilk aşaması ise 2008-2009 yıllarında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından Adana Sanayi Odası (ADASO) koordinatörlüğünde yürütülmüştür (Yıldız, 2019, s. 43). Yapılan bu proje endüstriyel simbiyozun hem ulusal hem de bölgesel ölçekte geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için önem arz etmektedir (Yıldız, 2019, s. 42). İskenderun Körfezi Endüstriyel Simbiyoz Projesi kapsamında farklı sektörlerde faaliyet gösteren çok sayıda firma arasında iş birliği yapılması sağlanmıştır (Yıldız, 2019, s. 42). Bu projede, meyve posasından hayvan yemi üretimi, tarımsal ve hayvansal atıklardan biyogaz ve enerji üretimi, pamuk tohumu atığından (lint atığı) biyoremediasyon ürünü üretimi, atık yağdan elektrik üretimi, ömrünü tamamlamış lastiklerden granül üretimi, hurda akülerden kurşun geri kazanımı ve demir çelik üretiminden kaynaklanan cürufun yol yapımında kullanılması üzerine sekiz örnek proje ile endüstriyel simbiyoz çalışmaları gerçekleştirilmiştir (Özkan, 2019, s. 93). Yapılan çalışmaya çevresel kazanımlar açısından bakıldığında endüstriyel simbiyoz uygulaması ile İskenderun Körfezinde; yıllık 327.250 ton atık kazanımı sağlanmış, yıllık toplam 33.581.000 kWh enerji tasarrufu elde edilmiş, yıllık 36.700 ton karbondioksit (CO₂) azaltımı sağlanmış, yıllık su tasarrufu 6500 m³ olarak gerçekleşmiş, arazi kazancının 45.000 m² ve yıllık doğal kaynak ikamesinin 276.250 ton olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Yıldız, 2019, s. 46; Özkan, 2017, s. 93). Sosyal kazanımları açısından ele alındığında; 27 adet kurum ve kuruluşun katılımı sağlanmış, 21 kişilik yeni istihdam yaratılmış, 10 adet yeni ürün geliştirilmiş ve 5 üniversite tarafından da destek alınmıştır. Ayrıca 19 Kalkınma Ajansı endüstriyel simbiyozla yönelik stratejileri 2014-2023 dönemini kapsayacak şekilde hazırlanan bölge planlarına dâhil etmişlerdir (Yıldız, 2019, s. 47). Ekonomik kazanımları açısından ele alındığında ise; yatırım maliyeti 6.965.000 ABD Doları, yıllık 6.370.546 ABD Doları tutarında net kazanç öngörülmüş ve yatırımların geri ödeme süresi ise, 1,1 yıl olarak tespit edilmiştir (Yıldız, 2019, s. 47).

Bölgesel düzeyde yapılan ve yapılmakta olan çalışmalar incelendiğinde “Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı, (BEBKA)” tarafından “TR41 Endüstriyel Simbiyoz Programı” yürütülmekte ve endüstriyel simbiyoz ile ilgili pilot projeler geliştirilmektedir. “Dicle Kalkınma Ajansı” ise “TRC3 Bölgesi için Endüstriyel Simbiyoz Projesi” tasarlanmış ve bölgedeki endüstriyel simbiyoz olanaklarının araştırılması ve uygulamalarının yaygınlaştırılmasını amaçlanmıştır. “Trakya Kalkınma Ajansı” ise “TR21 Trakya Bölgesi Endüstriyel Simbiyoz Potansiyeli Araştırması Projesi” ve “Ahiler Kalkınma Ajansı” tarafından “TR71 Bölgesi Aksaray Organize Sanayi Bölgesi”nde endüstriyel simbiyoz uygulamalarına yönelik potansiyelin olup olmadığına yönelik tespit çalışmaları tamamlanmıştır. Antalya Organize Sanayi Bölgesi’nde (OSB), “Endüstriyel Simbiyoz ve Eko-Verimlilik Projesi” yürütülmüştür. (s. 49). Türkiye’de 2007-2015 yılları arasındaki dönemde, hem yerel hem de bölgesel düzeyde atık yönetimi ile ilgili

birçok çalışmalar ve yönetmelikler bulunmaktadır. Çevre Şehircilik Bakanlığı tarafından “Ulusal Atık Yönetimi ve Eylem Planı” hazırlanarak AB’deki yeni yaklaşımlara paralel olarak sıfır atık (döngüsel ekonomi) oluşumuna yönelik atıkların yeniden ekonomiye kazandırılması, geri kazanım ve dönüşüm gibi alanlarda daha ileri adımlar atılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu doğrultuda Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, sıfır atık konusunun yaygınlaşmasına yönelik 2018 yılında bir pilot uygulama başlamış ve bu pilot uygulama ile Ankara’daki kamu binalarında sıfır atık yaklaşımının uygulanması, sıfır atığın yaygınlaştırılması hedeflenmektedir (TCKB, 2020, s. 56).

Endüstriyel simbiyoz ile atıklar alternatif ham madde olarak kullanılabilmekte olup, bu durum çevresel ve ekonomik açıdan fayda sağlamaktadır (Kılıç ve Tüylü, 2019, s. 107). Öyle ki Özsoy (2018), endüstriyel simbiyoz sayesinde üretimin çevresel yükü azaltılabileceği ve üretim maliyetlerini de düşürülebileceğini öngören bir çalışma yapmıştır. Kılıç ve Tüylü ise, 2019 yılında Türkiye’de bir döküm fabrikasında yapılan araştırma sonucunda endüstriyel simbiyoz ile atıktan maksimum fayda sağlandığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu doğrultuda atık döküm kumlarının alternatif ham madde olarak hazır beton üretiminde kullanılması neticesinde, hem atık bertaraf maliyetlerinin azaltılabileceği, hem de ekonomik kazanç elde edilebileceği kanıtlanmıştır. Azak, Kaman ve Göncü, 2019 yılında yapmış olduğu çalışmada inşaat sektöründe atığın geri dönüştürülerek kullanımı ile endüstriyel simbiyoz sağlamayı ve söz konusu bu atıkların çevresel etkilerini incelemeyi amaçlayan bir çalışma yapmıştır. Çalışmada gerçekleştirilen geri dönüşümün ekonomiye olan katkıları göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir. Çalışma sonuçlarına göre atığın 2017 yılı bertaraf maliyeti ton başına 180 TL olup, yıllık bertaraf edilen atıkların miktarı yaklaşık 698 ton olmakta ve maliyetler üzerinden incelendiğinde ise yalnızca atıkların bertaraf edilmesi için 125.000 TL maliyete katlandıkları tespit edilmiştir. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde Türkiye’de bu çalışmanın uygulamaya geçmesi hâlinde 52.650.000 TL kazanç getireceği öngörülmüştür.

Yapılan çalışmalar doğrultusunda özetlemek gerekirse, endüstriyel simbiyozun faydaları; sosyal, çevresel ve ekonomik olmak üzere üç kategoride sınıflandırılarak aşağıda belirtilmiştir (Mirata ve Emtairah, 2005, s. 994);

Çevresel faydalar;

- Kaynak kullanım verimliliğinin artırılması,
- Yenilenemeyen kaynakların kullanımının azalması ve
- Kirletici emisyonlarının azaltılması ile bağlantılı çevresel faydalar;

Ekonomik faydalar;

- Kaynak girdilerindeki azalmalar,
- Üretim maliyetlerinde ve atık yönetim maliyetlerindeki düşüşler,
- Daha yüksek yan ürün ve atık akış değerleri nedeniyle ek gelir elde edilmesinden kaynaklanan ekonomik faydalar;

Sosyal faydalar;

- Dış taraflarla olan ilişkilerin iyileştirilmesi,
- Yeşil bir görüntünün geliştirilmesi,
- Yeni ürünler ve yeni pazarlar
- Yeni istihdam yaratarak
- Mevcut işlerin kalitesini yükselterek ve

- Daha temiz, daha güvenli, doğal ve çalışma ortamı yaratarak fayda sağlamaktadır.

Sonuç

Günümüzde kaynakların verimli kullanılması ile, doğrusal (al – kullan – at) ekonomiden dögüsel ekonomiye doğru bir geçiş yaşanmaktadır (TCKB, 2020, s. 58). Bu doğrultuda, endüstriyel simbiyoz yaklaşımı dögüsel ekonomi uygulamalarının güçlendirilmesinde oldukça önemli olmaktadır. Dögüsel ekonomi sistemlerinde, endüstriyel simbiyoz olarak adlandırılan, farklı üretim/sanayi süreçlerinin bir arada ele alındığı ve bir endüstriyel sürecin veya işletmenin atıklarının başka bir endüstriyel sürecin veya işletmenin girdisi (hammadde) olarak kullanıldığı yöntemlerden faydalanılmaktadır (TCKB, 2020, s. 58). Ayrıca bu durum Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 gibi sanayi ortamında “dijitalleşme” yaklaşımı açısından da önem arz etmektedir (TCKB, 2020, s. 91). Dögüsel ekonomiye bir çözüm olarak görülen endüstriyel simbiyoz uygulamalarının Türkiye’de yaygınlaşmasının işletmelere ve tüm topluma katkı sağlayacağı muhakkaktır. Endüstriyel simbiyoz ile işletmeler arası malzeme, su, enerji, atık değişimi yoluyla hem girdi maliyetlerinin hem de çevresel maliyetlerin azaltılmaya çalışılması suretiyle işletmelerin maliyetleri azaltılıp, karı arttırılabilecek ve ayrıca işletme yöneticilerinin doğru stratejik kararlar almasında fayda sağlanacaktır.

Kaynaklar

- Andersen, M. S. (2007). An introductory note on the environmental economics of the circular economy. *Sustainability Science*, 2(1), 133-140.
- Azak, D., Över Kaman, D., & Göncü, S. (2019). Çimento harcı içerisinde kullanılan atık döküm kumunun çevresel risklerinin ve harç mekanik özelliklerine olan etkilerinin değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 1000(1000), 1-10.
- Bailey, R., Allen, J. K., ve Bras, B. (2004). Applying Ecological Input-Output Flow Analysis to Material Flows in Industrial Systems: Part I: Tracing Flows. *Journal of Industrial Ecology*, 8(1-2), 45-68.
- Berkel, V. R., Willems, E., ve Lafleur, M. (1997). Development of an industrial ecology toolbox for the introduction of industrial ecology in enterprises—I. *Journal of cleaner production*, 5(1-2), 11-25.
- Berkel, V. R., Willems, E., ve Lafleur, M. (1997). The relationship between cleaner production and industrial ecology. *Journal of Industrial Ecology*, 1(1), 51-66.
- Boons, F., Spekkink, W., ve Mouzakitis, Y. (2011). The dynamics of industrial symbiosis: a proposal for a conceptual framework based upon a comprehensive literature review. *Journal of Cleaner Production*, 19(9-10), 905-911.

- Bringezu, S., ve Moriguchi, Y. (2002). Material flow analysis. Ayres, R. U., ve Ayres, L. (Eds.), *A Handbook Of Industrial Ecology* (pp.79-90). USA: Edward Elgar Publishing.
- Brunner, P. H., ve Rechberger, H. (2016). *Practical handbook of material flow analysis* (Vol.1).Erişim:https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=LSiVFMTgvLgC&oi=fnd&pg=PP1&ots=LFJTfnlBs5&sig=qb5sAEIqZ2Mw09TkVJGIQuAzcY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, Erişim Tarihi: 09.04.2020.
- Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA), Endüstriyel Simbiyoz Programı Erişim:https://www.bebka.org.tr/admin/datas/sayfas/files/EndustriyelSimbiyozBrosur_son.pdf, Erişim Tarihi: Ağustos 2020.
- Chertow, M. R. (2000). Industrial symbiosis: literature and taxonomy. *Annual Review of Energy and the Environment*, 25(1), 313-337.
- Chertow, M. R. (2007). “Uncovering” industrial symbiosis. *Journal of Industrial Ecology*, 11(1), 11-30.
- Chopra, S. S., ve Khanna, V. (2014). Understanding resilience in industrial symbiosis networks: Insights from network analysis. *Journal of Environmental Management*, 141, 86-94.
- Demircioğlu, M. ve Coşkun, İ.T. (2018). Critic-Moosra yöntemi ve UPS seçimi üzerine bir uygulama *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27 (1), 183-195.
- Desrochers, P. (2001). Şehirler ve endüstriyel ortak yaşam: Bazı tarihsel perspektifler ve politika sonuçları. *Endüstriyel Ekoloji Dergisi*, 5(4), 29-44.
- Ehrenfeld, J., ve Gertler, N. (1997). Industrial ecology in practice: the evolution of interdependence at Kalundborg. *Journal of Industrial Ecology*, 1(1), 67-79.
- Genç, O. (2020). *Doğadan ilham alan sürdürülebilir eko-endüstriyel park gelişimi ve tasarımı*. Doktora Tezi, İskenderun Teknik Üniversitesi / Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, Hatay.
- Geng, Y., Zhu, Q., Doberstein, B., ve Fujita, T. (2009). Implementing China’s circular economy concept at the regional level: A review of progress in Dalian, China. *Waste Management*, 29(2), 996-1002.
- Giurco, D., Bossilkov, A., Patterson, J., ve Kazaglis, A. (2011). Developing industrial water reuse synergies in Port Melbourne: cost effectiveness, barriers and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 19(8), 867-876.
- Jacobsen, N. B. (2006). Industrial symbiosis in Kalundborg, Denmark: a quantitative assessment of economic and environmental aspects. *Journal of Industrial Ecology*, 10(1-2), 239-255.

- Jelinski, L. W., Graedel, T. E., Laudise, R. A., McCall, D. W., ve Patel, C. K. (1992). Industrial ecology: concepts and approaches. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 89(3), 793-797.
- Karakaş, C. (2014). *Substance flow analysis of nonylphenol and nonylphenol ethoxylates in Turkey* (Master's thesis, Middle East Technical University).
- Kayacan, B. (2007). Ulusal Ekonomide Ormancılık Sektörü: Tanımsal Girdi-Çıktı Analizi Bulgular. *Verimlilik Dergisi*, 2007(1), 147-176.
- Kılıç, M. Y., ve Tüylü, M. (2019). Bursa'daki atık döküm kumlarının endüstriyel simbiyoz ile hazır beton üretiminde ham madde olarak kullanımı. *Uludağ University Journal of The Faculty of Engineering*, 24(1), 99-110.
- Koçan, A., Gültekin, D. G., ve Baştuğ, (2019). M. Yeni Ekonomi Ve İş Modelleri: Döngüsel Ekonomi Ve Paylaşım Ekosistemleri. *Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi 7-8-9. November 2019-Gaziantep*, 529-548.
- Lambert, A. J. D., ve Boons, F. A. (2002). Eco-industrial parks: stimulating sustainable development in mixed industrial parks. *Technovation*, 22(8), 471-484.
- Memiş, M. Ü. (2009). İşletme Yönetim Aracı Olarak Çevresel Muhasebe. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 89-106.
- Mirata, M., ve Emtairah, T. (2005). Industrial symbiosis networks and the contribution to environmental innovation: The case of the Landskrona industrial symbiosis programme. *Journal of Cleaner Production*, 13(10-11), 993-1002.
- Mortensen, L., ve Kornov, L. (2019). Critical factors for industrial symbiosis emergence process. *Journal of Cleaner Production*, 212, 56-69.
- Neves, A., Godina, R., Azevedo, S. G., ve Matias, J. C. (2020). A comprehensive review of industrial symbiosis. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119113.1-44.
- Özçelik, F. (2017). Çevre yönetim muhasebesi uygulamaları için yeni bir yaklaşım malzeme akış maliyet muhasebesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(4), 927-948.
- Özkan, A., Günkaya, Z., Özdemir, A., ve Banar, M. (2018). Sanayide temiz üretim ve döngüsel ekonomiye geçişte endüstriyel simbiyoz yaklaşımı: bir değerlendirme. *Anadolu University of Sciences & Technology-B: Theoretical Sciences*, 6(1).
- Özsoy, T. (2018). Endüstriyel Ekolojiyi Anlamak Adına Endüstriyel Ortakyaşarlık Örneklerinin İncelenmesi. *Artıbilim: Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 22-34.

- Subaşı, E. D. ve Demirer, G.N. (2014). Bir kaynak verimliliği aracı olarak endüstriyel simbiyoz. EKOIQ arşiv, Erişim: <http://ekoIQ.com/2014/12/20/bir-kaynak-verimliliği-araci-olarak-endustriyel-simbiyoz/> Erişim Tarihi: 12.04.2020.
- TCKB, (2020), T.C. Kalkınma Bakanlığı onbirinci kalkınma planı, (2019-2023), Erişim: <http://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>, Erişim Tarihi: 30.04.2020
- Veral, E. S. (2018), Döngüsel ekonomiye geçiş doğrultusunda yeni tedbirler ve AB üye ülkelerinin stratejileri. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 17(2), 463-488.
- Voet, Ester van der, (2002). Substance flow analysis methodology. Ayres, R. U., ve Ayres, L. (Eds.), *A Handbook of Industrial Ecology* (pp. 91-101). USA; Edward Elgar Publishing.
- Wen, Z., ve Meng, X. (2015). Quantitative assessment of industrial symbiosis for the promotion of circular economy: a case study of the printed circuit boards industry in China's Suzhou New District. *Journal of Cleaner Production*, 90, 211-219.
- Yıldız, Ö. (2019). *Bölgesel Kalkınmada Endüstriyel Simbiyoz Uygulamaları: Bursa Eskişehir Bilecik Bölgesi Örneği*. Yüksek lisans tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Yuan, Z., ve Shi, L. (2009). Improving enterprise competitive advantage with industrial symbiosis: case study of a smeltery in China. *Journal of Cleaner Production*, 17(14), 1295-1302.
- Zhao, H., Zhao, H., ve Guo, S. (2017). Evaluating the comprehensive benefit of eco-industrial parks by employing multi-criteria decision making approach for circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2262-2276.

LOCAL FOOD AS A PULL UP FACTOR OF DESTINATIONS: A STUDY ON THE VISITORS OF A RESTAURANT SERVING HATAY'S ROOTED FOOD-BEVERAGES IN ISTANBUL

Beril DÖNMEZ^{1*}
Aykut Göktuğ SOYLU²
Hülya TAŞTAN³
Adem YETİM⁴

ABSTRACT

Different tourism activities enable experiencing different cultures. Local food, assumed one of these activities, is an important part of whole tourism experiences as much as local culture. The main purpose of this study made in this respect is to analyze motivations of local food consumption of local visitors eating in the restaurants offering Hatay's rooted local food and to establish whether the motivations of local food consumption are a pull up factor of destination. The research is important in terms of identifying consumers' local food consumption motivations and revealing the role of these motivation factors in participating in the local tourism movement. Within the scope of the study, the data were collected by a questionnaire form "Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist" adapted from Akdağ, Akgündüz, Güler and Benli (2015) from Canizares and Guzman (2012). Carried out with 364 people in total by convenience sampling method and statistical tests were started with 364 people as a result of missing value analysis. The study has been subjected to factor analysis and multilinear regression analysis, which are one of the descriptive statistics techniques. Considering the findings of the study, it has been identified that there are respectively six factors affecting local food motivations, named as "sensory charm", "pursuit of thrills", "cultural experience", "the expectation of socialization", "the expectation of prestige" and "the expectation of being healthy". In addition, "pursuit of thrills" factor has been detected to become effective on general food and drink customer satisfaction, local food and drink image and the intention of visiting a specific destination.

Keywords: Destination, Local Food-Beverage, Gastronomy

DESTİNASYON ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK YEREL YİYECEKLER: İSTANBUL İLİNDE HATAY'A ÖZGÜ YİYECEK-İÇECEK SUNAN RESTORAN ZİYARETÇİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

ÖZ

Farklı turizm faaliyetleri farklı kültürlerin deneyimlenebilmesini olanaklı kılmaktadır. Bu faaliyetlerden biri olarak görülen yerel yiyecek ve içecekler toplam turizm deneyiminin olduğu gibi yerel kültürün de önemli bir parçasıdır. Bu bağlamda yapılan çalışmanın temel amacı, Hatay'a dair yöresel yiyecek içecek sunan restoranlarda yemek yiyen ziyaretçilerin yerel yiyecek tüketme motivasyonlarını incelemek ve yerel yiyecek tüketim motivasyonlarının destinasyon çekicilik unsuru olup olmadığını tespit etmektir. Araştırma, tüketicilerin

^{1*} Dr. Öğr. Üyesi Beril DÖNMEZ anısına

² Arş. Gör. Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, soyluaykut93@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7402-2291

³ Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0003-1190-2758

⁴ Öğr. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0002-6343-0126

Received/Geliş: 10/08/2020 Accepted/Kabul: 09/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Dönmez, B., Soylu, A.G., Taştan, H., Yetim, A. (2020), "Local Food As A Pull Up Factor Of Destinations: A Study On The Visitors Of A Restaurant Serving Hatay's Rooted Food-Beverages In Istanbul", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 474- 491.

yerel yemek tüketim motivasyonlarını tespit etmek ve bu motivasyon faktörlerinin yerel turizm hareketlerine katılmadaki rolünü ortaya koymak açısından önem göstermektedir. Çalışma kapsamında veriler Akdağ, Akgündüz, Güler ve Benli (2015) tarafından Canizares ve Guzman (2012)'dan uyarlanan "Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist" adlı anket formu ile toplanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle toplamda 364 kişiye ulaşılmış ve kayıp veri analizi sonucunda istatistik testlere 364 kişi ile başlanmıştır. Veriler tanımlayıcı istatistik tekniklerden açıklayıcı faktör analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularından hareketle yerel yiyecek motivasyonlarını etkileyen sırasıyla "duyusal çekicilik", "heyecan arayışı", "kültürel deneyim", "sosyalleşme beklentisi", "prestij beklentisi" ve "sağlık beklentisi" olmak üzere altı faktör olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca "heyecan arayışı" faktörünün genel yiyecek içecek memnuniyeti, yerel yiyecek içecek imajı ve destinasyonu ziyaret niyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Yerel Yiyecek İçecek, Gastronomi

Introduction

Today tourism is one of the most developed industries. As a result of this fast change, differentiations in tourism products and destinations have been occurring. Thus, the need for new and different tourism alternatives and different products is increasing day-by-day (Lordkipanidze et. al., 2004). Cuisine is considered as an attraction factor which separates a destination from others (Selwood, 2003). Starting from this point of view, it can be stated that one of the most important reasons of tourists to prefer a destination is local food and drink. Thus, local cuisines have started to become a significant part of whole tourism experience (Au and Law, 2002). The aim of the study made in this respects is to analyze the motivations of local food consumption of local visitors eating in the restaurants offering Hatay's rooted local food and to establish whether the motivations of local food consumption is a pull up factor of a destination.

Conceptual Environment

Eating is considered as an important part of tourism marketing as well as being a part of general tourism experience. Tourists are generally tend to eat outside but eating itself also causes a strong impulse to travel. For many people, eating outside gives an opportunity to comfort and to escape from daily routine as well. Eating may also be considered as a window to other cultural identities explaining ones' origin, and as a pleasuring experience. On the other hand it can be in the center of travelling experience for tourists. A destination separates itself from others with its one or a few prominent characteristics such as its cultural and historical values, art events, sports events, entertainment and shopping opportunities, and it cuisine. In this respect, a destination's having a deep history of cuisine has become more important in recent years (Selwood, 2003; Cömert, 2004).

Local cuisine culture may be shown as one of the pull up factors owned by destinations. In this context, local cuisine draws attention as a factor increasingly becoming important in the tourism movement (Rand et. al., 2003). That is because local food play a significant role in the process of generating tourism potential to a specific destination and individuals can afford even long travels to experience local food. In Western Europe high profile tourists' travelling to Toscano region of Italy to wine tasting with goat cheese, wine and gourmet tours to Portofino & Cinque Terre regions of Italy, cooking holidays in Tuscany and wine tasting tours of Bordoux are good examples for this (İnceöz, 2009; Yergaliyeva, 2011; Aslan et. al., 2014). When considered from this

point of view, it is clear that local food has an important potential in enhancing visitors' experiences, branding of destinations, and contribution to the competitive marketing of destinations (Rand et. al., 2003).

The fact that local food and drinks' becoming a motivation factor and a pull up element for tourists in selecting a destination has been supported in many studies (Kim, et. al., 2009; Mak et. al., 2012; Kim et. al., 2013; Akdağ et. al., 2015; Bayrakçı and Akdağ, 2016; Gürbaşkan Akyüz, 2019). For example, Kim, Eves and Scarles tried to identify the relation between the characteristics of tourists who attend food events and their satisfaction and loyalty. They established the nine-factor local food theory by the data collected by interviewing technique. According to the study "pursuit of thrills", "alienation from routine", "health concerns", "knowledge acquisition", "authentic experience", "association", "prestige", "sensesory charm", and "physical environment" have been determined as factors affecting local food consumption. In addition to this, they have concluded that local food consumption increases sense of satisfaction of tourists and they see eating not as a way to eat their fill but as an important part of their holiday experience. As a result of the study they made to determine the underlying factors of tourists' food consumption, Mark et. al. (2012) have found five factors affecting tourists' food consumption. These factors are identified as cultural/religious effects, socio-demographic factors, personal characteristics regarding eating, exposure effect/previous experiences and motivational factors. In addition to this, it was stated that motivational factors play an important role in tourists' food consumption Kim et. al. (2013). By looking the local food consumption model established by Kim et. al. (2009), they analyzed the correlations among the basic factors in the model. As a result of the study, they have discovered five factors affecting local food consumption which are cultural experience, interpersonal relationships, thrill, health concerns and sensorial properties. In addition, it has been concluded that demographical variables are effective on motivational factors.

Method

The aim of this study is to analyze motivations of local food consumption of local visitors eating in the restaurants offering Hatay's rooted local food and to establish whether the motivations of local food consumption is a pull up factor of destination. The scope of the study is confined to local food consumption motivations and pull-up factors of destinations.

Thanks to its special geological location, Hatay historically has become a settlement to many civilizations having various belief systems. Hatay, where many different societies can still live together in peace, has been announced "Peace City" by UNESCO with this characteristics of it. At the same time, Hatay has been affected by the cuisines of different societies and this interaction has played a significant role in Hatay's having a rich culture of cusine. Because of these reasons, UNESCO announced Hatay as the 26th Gastronomy City of The World in 2017. In this context, three hypotheses and 18 research questions have been created based on the previous studies in the literature. In the research questions, motivation factors were examined separately. While creating hypotheses, the works of Rand et. al. (2003), Kim et. al. (2011), Tao (2012), Bayrakçı and Akdağ (2016), Şengül and Türkay (2018) and Gürbaşkan Akyüz (2019) were used.

H1: Local food consumption motivations of local tourists have a significant effect on food and beverage satisfaction.

H2: The local food consumption motivations of local tourists have a significant effect on their motivation to visit Hatay.

H3: Local food consumption motivations of local tourists have a significant effect on local food and beverage image perceptions.

The research questions examined within the scope of the research include motivation factors; its effect on food and beverage satisfaction, its effect on motivation to visit Hatay and its effect on local food and beverage image perceptions. These questions are;

- Does sensory charm have an impact on overall food and beverage satisfaction?
- Does the pursuit of thrills have an impact on overall food and beverage satisfaction?
- Does cultural experience have an impact on overall food and beverage satisfaction?
- Does the expectation of socialization have an impact on overall food and beverage satisfaction?
- Does the expectation of prestige have an impact on overall food and beverage satisfaction?
- Does expectation of being healthy have an impact on overall food and beverage satisfaction?
- Does sensory charm have an impact on motivation to visit Hatay?
- Does the pursuit of thrills have an impact on the motivation to visit Hatay?
- Does cultural experience have an impact on motivation to visit Hatay?
- Does the expectation of socialization have an impact on the motivation to visit Hatay?
- Does the expectation of prestige have an impact on motivation to visit Hatay?
- Does expectation of being healthy have an impact on motivation to visit Hatay?
- Does sensory charm have an impact on local food and beverage image perception?
- Does the pursuit of thrills have an impact on local food and beverage image perception?
- Does cultural experience have an impact on local food and beverage image perception?
- Does the expectation of socialization have an impact on local food and beverage image perception?
- Does the expectation of prestige have an impact on local food and beverage image perception?
- Does expectation of being healthy have an impact on local food and beverage image perception?

In the research, both single and correlational screening model have been used. The single screening model is designed to describe the structures related with the interested notion separately while separately represented variables in the correlational screening model are designed as to be made a correlational analysis on (Karasar, 2012). The population of the research consists of visitors of restaurants serving Hatay's rooted food-drink in Istanbul. Since there has not been a statistics regarding number of visitors in the restaurants from where the data has been collected, the population has been assumed over 10.000 and the infinite sample size formula ($n = \frac{p \cdot q \cdot z^2}{\alpha/2}$) 454 has been used in the determination of sample size (Ural and Kılıç, 2006). Sample size has been 384 people and it has been identified considering the rate maximizing variant as (p: 0, 50), at the 5 %

statistical inference level with 5% sampling error. Nevertheless the number of observations has remained as 364 because of time limitation.

In the scope of the study, it has been applied to the questionnaire form which was used in the study titled as “Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist” adapted from Akdağ et. al. (2015) from Canizares and Guzman (2012).

The questionnaire was carried out with visitors face to face in 1st of February 2017 – 1st of March 2017. The visitors were chosen with the convenience sampling method. Questionnaire forms were collected from 364 participants in total. Since there has not been found any missing or mistaken form, all 364 form were received to be analysed. “Travelling motivation” parameter in the questionnaire was subjected to a reliability analysis. It has been referred to the Cronbach Alpha Statistics to test internal reliability of travelling motivation parameter consisting of 12 (twelve) items. As a result of the analysis, Cronbach Alpha Statistics has been identified as 0,924 Akdağ et. al. (2015). According to Hair, Black et. al. (2010), 0,70 was maximum rate value. Scales over this rate are reliable.

Findings

364 (three hundred and sixty four) local tourists attending to the study have been asked some questions with a personal information form to determine what their demographical characteristics. Descriptive analysis results regarding the sample group have been discovered. 364 (three hundred and sixty four) local tourists have been analysed. 194 (53,3%) of them were at or under the age of 29. 88 (24,2%) of them were between the ages of 30-39. 38 (10,4%) of them were between the ages of 40-49. 28 (7,7%) of them were between the ages of 50-59 and 16 (4,4%) of them were at or over the age of 60. 182 (50%) of the participants were female and the rest 182 (50 %) were male. When their marital status has been checked, it was seen that 168 (46,2%) of them were single and the rest 196 (54,8 %) were married.

13 (3,6%) of these local tourists were graduated from primary school, 23 (6,3%) of them were graduated from secondary school, 148 (40,7%) of them were graduated from high school, 56 (15,4%) of them were with license (4 years) degree, 23 (6,3%) of them were with master degree and 17 (4,7%) of them were with doctoral degree.

The income groups of local visitors were as following. 32 (8,8%) of them were minimum wage workers. 36 (9,9%) of them were paid between 1.301 – 1.500 TL, 66 (18,1%) of them were paid between 1.501 – 2.000 TL. 38 (10,4%) of them were paid between 2.001 – 2.500 TL, 52 (14,3%) of them were paid between 2.501 – 3.000 TL, 61 (16,8%) of them were paid between 3.001 – 3.500 TL, 16 (4,4%) of them were paid between 3.501 – 4.000 TL, 27 (7,4%) of them were paid between 4.001 – 4.500 TL and 36 (9,9%) of them had an income 4.501 TL and over. The results of the numerical and percentage distribution of participants’ demographic features are shown in Table 1.

Table 1. Numerical and Percentage Distribution of Participants According to Demographic Features

Variable	Frequency (n)	Percentage (%)	Variable	Frequency (n)	Percentage (%)
Gender			Age		
Female	182	50,0	29 and under	194	53,3
Male	182	50,0	30 – 39	88	24,2
Total	364	100,0	40 – 49	38	10,4
Marital Status			50 – 59	28	7,7
Single	168	46,2	60 and over	16	4,4
Married	196	54,8	Total	364	100,0
Total	364	100,0	Income (TL)		
Education Status			Minimum Wage	32	8,8
Primary school	13	3,6	1.301 – 1.500	36	9,9
Secondary school	23	6,3	1.501 – 2.000	66	18,1
High school	148	40,7	2.001 – 2.500	38	10,4
Associate degree	84	23,1	2.501 – 3.000	52	14,3
Licence degree	56	15,4	3.001 – 3.500	61	16,8
Master degree	23	6,3	3.501 – 4.000	16	4,4
Doctoral degree	17	4,7	4.001 – 4.500	27	7,4
Total	364	100,0	4.501 and over	36	9,9
			Total	364	100,0

After the analysis of numerical and percental distribution of descriptive statistics, outliers were checked with multivariable analysis made to identify whether there were observations which could not be controlled, which produced by other variables and did not belong to the variance in data set (Çokluk et. al, 2012). According to the results of analysis, it was found that t distribution of observations is lower than critical t value $t=2,326$ (number of item: 53), ($t_{max}=2,266$) at %1 mean score, in other words it was discovered that data set was without outliers (Coşkun et. al., 2007).

With the aim of determining whether the variables in data set complied with multivariate statistical analysis such as factor analysis (Şencan, 2005), multivariate-

normal distribution test was made to the satisfaction variables in the data set such as local food consumption motivation, motivation of visiting Hatay, local food-drink image perception and general food-drink satisfaction.

Coefficient of correlation found in variables was 994 and critical coefficient of correlation was 962 at 0,005 mean score, having 54 degrees of freedom. Since the calculated coefficient of correlation was higher than critical coefficient of correlation, it could be stated that multivariant normal distribution requirement was fulfilled (Kalaycı, 2016). With the aim of testing construct validity of Local Food Consumption Motivation Scale, which was used as an independent variant in the study and determining its compliance with internal structure known in conceptual field up to now, it was benefitted from explanatory factor analysis (Çokluk et. al., 2012). The results of the explanatory factor analysis regarding to the local food consumption motivation is shown in the Table 2.

Tablo 2. Factor Analysis Results Regarding Local Food Consumption Motivation

Local Food Consumption Motivation	Eigenvalues	Factor Loading	Eigenvalue	Explained variance	Average	Alpha
1st Factor : Sensory Charm (5 Items)			3,647	14,589	3,9867	,910
It is important that the taste of local food I eat to be good	,775	,758				
Local food eaten in its homeland becomes different from the one eaten in other places	,738	,744				
It is important the appearance of local food I eat to be good	,776	,724				
It is important the consistency of local food I eat to be good	,755	,707				
It is important the smell of local food I eat to be good	,778	,672				
2nd Factor: Pursuit Of Thrills (4 Items)			3,437	13,750	3,7402	,903
Local food tasting is exciting	,805	,808				
Local food experience in its original place thrills me.	,793	,788				

I expect local food experience to be exciting	,797	,773				
Local food experience enjoys me	,724	,736				
3rd Factor: Cultural Experience (6 Items)			3,255	13,020	3,8755	,904
Local food experience enables me to discover new things about local culture	,749	,746				
Local food experience enables me to learn how local food taste	,698	,715				
The local food offered by local people gives me an opportunity to understand their local culture	,741	,651				
Local food experience provides an authentic and unique experience when eaten in its original place	,769	,647				
It is important to taste local food in its original place	,677	,504				
It is a special experience to taste local food served in its traditional way	,670	,489				
4th Factor: Expectation Of Socialization (3 Items)			2,940	11,759	3,7381	,833
Local food enhance relationships by bringing friends and families together	,767	,737				
Local food shared with friends and family gives me an opportunity to spend time enjoying.	,712	,704				
Local food experience enables me to meet people having similar interests	,702	,684				
5th Factor: Expectation Of Prestige (4 Items)			2,870	11,479	3,6593	,875
I would like to give local food advices to people who want to travel	,778	,736				
Local food experience enriches me intellectually.	,758	,717				

I enjoy taking local food photos to show my friends	,704	,670				
I become happy from mentioning my local food experiences to everybody.	,724	,548				
6th Factor: Expectation Of Being Healthy (3 Items)			2,387	9,549	3,6969	,798
Local food is healthy.	,787	,796				
Local food is nutritious.	,746	,728				
Local food contains many fresh ingredients grown in a local place	,614	,585				
Varimax Rotation Principal Component Analysis – Described Total Variance: % 74,146 KMO Sample Adequacy: ,953 – Bartlett Sphericity Test: χ^2 : 6626,717 s.d.: 300 p<0.001 General Avergae: 3,8036 – Alpha for Whole Sample: ,960 Possible Answers: (1) Strongly Disagree (2) Disagree (3) Neither Agree Nor Disagree (4) Agree (5) Strongly Agree						

When Table 2 is analyzed, it can be seen that the factor analysis results made to Local Food Consumption Motivation Scale do not support seven-factor structure as in 31-item scale used by Kim and Eves (2012). The items “Tasting local food distresses me”, “local food tasting moves me away from crowd and noise”, “local food tasting prevents me from being ordinary” which establish the escape from daily routine factor have been omitted from the analysis since they are positioned under an irrelevant factor. In addition, the items “local food experience gives me an opportunity to improve my knowledge about different cultures”, “local food experience helps me to understand how different people live” and “local food experience enables me to understand things which normally I cannot see” are under the cultural experience factor. These items have been omitted as well since they are positioned under an irrelevant factor. Results have shown that 25 items explaining local food consumption motivation are grouped under six factors and they explain 74,146% of total variance.

The first factor contributes to the explained variance at the rate of 14,589 % and it is represented by five items. Sub-items of this factor contain statements such as “It is important that the taste of local food I eat to be good”.

The second factor contributes to the explained variance at the rate of 13,750 % and it is represented by four items. Sub-items of this factor contain statements such as “Local food tasting is exciting”. When sub-items are analysed, it can be seen that they are related with “sensory charm”.

The third factor contributes to the explained variance at the rate of 13,020 % and it is represented by six items. Sub-items of this factor contain statements such as “Local food experience enables me to discover new things about local culture”. When sub-items are analysed, it can be seen that they are related with “cultural experience”.

The fourth factor contributes to the explained variance at the rate of 11,759 % and it is represented by six items. Sub-items of this factor contain statements such as “Local

food enhance relationships by bringing friends and families together”. When sub-items are analysed, it can be seen that they are related with “expectation of socialization”.

The fifth factor contributes to the explained variance at the rate of 11,479 % and it is represented by five items. Sub-items of this factor contain statements such as “I would like to give local food advices to people who want to travel”. When sub-items are analysed, it can be seen that they are related with “expectation of prestige”.

The sixth factor contributes to the explained variance at the rate of 9,549 % and it is represented by three items. Sub-items of this factor contain statements such as “Local food is healthy”. When sub-items are analysed, it can be seen that they are related with “the expectation of being healthy”. The average of the first factor (sensory charm) is 3,9867, the average of the second factor (pursuit of thrills) is 3,7402, the average of the third factor (cultural experience) is 3,8755, the average of the fourth factor (the expectation of socialization) is 3,7381, the average of the fifth factor (the expectation of prestige) is 3,6593. Finally, the average of the sixth factor (the expectation of being healthy) is 3,69695. Participants of the research have given the highest average to sensory charm, the first factor with 3,9867 and the lowest average to the expectation of prestige which is the fifth factor with 3,6593 (5 is the highest value and 1 is the lowest value).

As local food consumption motivations, which are sensory charm, pursuit of thrills, cultural experience, the expectation of socialization, the expectation of prestige and the expectation of being healthy to be independent variables and general food-drink satisfaction to be a dependent variable, a multilinear regression analysis has been made. This analysis has been made to test linear correlations between variables, to research in what scale local food consumption motivation sub-factors can explain the change in general food-drink satisfaction, and to express the correlation between the variables mathematically. The answer of the first research questions is being looked for with this regression analysis. The findings obtained from the analysis are shown in the Table 3.

Table 3. The Effect of Local Food- Drink Motivation Sub-Factors on General Food-Drink Satisfaction

Model	Unstandardised Coefficients		Standardised Coefficients	t	Mean Score	Tolerance	V.I.F.
	B	Std. Error	Beta				
(Invariant)	2,710	,237		11,412	,000		
Sensory Charm	,113	,082	,110	1,382	,168	,402	2,487
Pursuit of Thrills	,207	,069	,221	3,010	,003**	,469	2,130
Cultural Experience	-,110	,095	-,104	-1,151	,250	,310	3,223
The Expectation of Socialization	,002	,078	,002	,026	,979	,404	2,475
The Expectation of Prestige	,152	,077	,165	1,984	,048**	,366	2,730
The Expectation of Being Healthy	-,077	,076	-,076	-1,022	,307	,456	2,193
Dependent Variable: General Food-Drink Satisfaciton							
R: 0,305; R ² :0,093; Corrected R ² : 0,078; for Model F: 6,103; p=0,000; s.d.: 6; D-W: 1,928							

When the results of multilinear regression analysis have been analysed, it is seen that the model is significant (F=6,103; p<0,05). VIF values have been found 2,130 as lowest and 2,730 as highest and it can be said that there is no multicollinearity problem (VIF<10).

D-W value is 1,928. This finding is a sign of auto correlation absence. T statistics are significant for pursuit of thrills (t=3,010; p<0,05) and the expectation of prestige (t=1,984; p<0,05), and they are not significant for sensory charm (t=1,382; p>0,05), cultural experience (t=-1,151; p>0,05), the expectation of socialization (t=,026; p>0,05) and the expectation of being healthy (t=-1,022; p>0,05).

It can be said that only the correlations between general food-drink satisfaction and the subfactors “pursuit of thrills” and “the expectation of prestige” of general food consumption motivation are statistically significant (p<0,05). There is a positive correlation (R=0,305) among variants. R² value that is independent variants’ (“pursuit of thrills” and “the expectation of prestige”) explaining dependent variant value is calculated as 0,093. This result shows that 9.3 % of the change in general food-drink satisfaction is explained with pursuit of thrills and the expectation of prestige, which are the subfactors of local food consumption motivation. There is no effect of sensory charm, cultural experience, the expectation of socialization and the expectation of being healthy on explaining general food-drink satisfaction.

1 unit of increase in pursuit of thrills increases general food-drink satisfaction 0,207 unit. On the other hand 1 unit of increase in the expectation of prestige increases general food-drink satisfaction 0,512 unit. Regarding the data collected, Multilinear

regression model can be established as $Y=2,710+0,207X1+0,152X2$ while $a=2,710$; $b=0,207$ and $c=0,152$ ($Y=a+bX1+cX2+dX3+\dots$).

As local food consumption motivations, which are sensory charm, pursuit of thrills, cultural experience, the expectation of socialization, the expectation of prestige and the expectation of being healthy to be independent variables and the motivation of visiting Hatay to be a dependent variable, a multilinear regression analysis has been made. This analysis has been made to test linear correlations between variables, to research in what scale local food consumption motivation sub-factors can explain the change in the motivation of visiting Hatay, and to express the correlation between the variables mathematically. The answer of the second research question is being looked for with this regression analysis. The findings obtained from the analysis are shown in the Table 4.

Table 4. The Effect of Local Food- Drink Motivation Sub-Factors on the Motivation of Visiting Hatay

Model	Unstandardised Coefficients		Standardised Coefficients	t	Mean Score	Tolerance	V.I.F.
	B	Std. Errors	Beta				
(Invariant)	3,435	,192		17,848	,000		
Sensory Charm	,040	,067	,049	,602	,548	,402	2,487
Pursuit of Thrills	,252	,056	,337	4,522	,000**	,469	2,130
Cultural Experience	-,056	,077	-,067	-,730	,466	,310	3,223
The Expectation of Socialization	-,002	,063	-,002	-,028	,978	,404	2,475
The Expectation of Prestige	-,038	,062	-,052	-,616	,538	,366	2,730
The Expectation of Being Healthy	-,083	,061	-,103	-1,358	,175	,456	2,193
Dependent Variable: The Motivation of Visiting Hatay							
R: 0,260; R ² :0,068; Corrected R ² : 0,052; for Model F: 4,325; p=0,000; s.d.: 6; D-W: 1,527							

When the results of multilinear regression analysis have been analysed, it is seen that the model is significant $F=4,325$; $p<0,05$. VIF values have been found 2,130 as lowest and 2,730 as highest and it can be said that there is no multicollinearity problem ($VIF<10$). D-W value is 1,527. This finding is a sign of auto correlation absence. T statistics are significant for pursuit of thrills ($t=4,522$; $p<0,05$) and they are not significant for sensory charm ($t=,602$; $p>0,05$), cultural experience ($t=-,730$; $p>0,05$), the expectation of

socialization ($t=-,028$; $p>0,05$), the expectation of pretige ($t=-,616$; $p>0,05$) and the expectation of being healthy ($t=-1,358$; $p>0,05$).

It can be said that only the correlations between the motivation of visiting Hatay and the subfactors “pursuit of thrills” of general food consumption motivation is statistically significant ($p<0,05$). There is a positive correlation ($R=0,260$) among variants. R^2 value that is independent variants (“pursuit of thrills”) explaining dependent variant value is calculated as 0,068. This result shows that 6.8 % of the change in the motivation of visiting Hatay is explained with pursuit of thrills, which is the subfactor of local food consumption motivation. There is no effect of sensory charm, cultural experience, the expectation of socialization, the expectation of prestige and the expectation of being healthy on explaining the motivation of visiting Hatay.

1 unit of increase in pursuit of thrills increases the motivation of visiting Hatay 0,252 unit. Regarding the data collected, Multilinear regression model can be established as $Y=3,435+0,252X1$ while $a=3,435$; $b=0,252$ ($Y=a+bX1+cX2+dX3+\dots$).

As local food consumption motivations, which are sensory charm, pursuit of thrills, cultural experience, the expectation of socialization, the expectation of prestige and the expectation of being healthy to be independent variables and local food-drink perception of image to be a dependent variable, a multilinear regression analysis has been made. This analysis has been made to test linear correlations between variables, to research in what scale local food consumption motivation sub-factors can explain the change in local food-drink perception of image, and to express the correlation between the variables mathematically. The answer of the third research question is being looked for with this regressional analysis. The findings obtained from the analysis are shown in the Table 5.

When the results of multilinear regressional analysis have been analysed, it is seen that the model is significant ($F=8,799$; $p<0,05$). VIF values have been found 2,130 as lowest and 2,730 as highest and it can be said that there is no multicollinearity problem ($VIF<10$). D-W value is 1,599. This finding is a sign of auto correlation absence. T statistics are significant for pursuit of thrills ($t=3,443$; $p<0,05$) and the expectation of pretige($t=2,826$; $p<0,05$) and they are not significant for sensory charm ($t=-,856$; $p>0,05$), cultural experience ($t=-,948$; $p>0,05$), the expectation of socialization ($t=1,349$; $p>0,05$) and the expectation of health($t=-,840$; $p>0,05$)

It can be said that only the correlations between local food-drink perception of image and the subfactors “pursuit of thrills” and “ the expectation of prestige” of general food consumption motivation is statistically significant ($p<0,05$). There is a positive correlation ($R=0,359$) among variants. R^2 value that is independent variants (“pursuit of thrills and the expectation of prestige”) explaining dependent variant value is calculated as 0,129. This result shows that 11,4 % of the change in local food-drink perception of image is explained with pursuit of thrills and the expectation of prestige, which are the subfactors of local food consumption motivation. There is no effect of sensory charm, cultural experience, the expectation of socialization and the expectation of being healthy on explaining local food-drink perception of image.

Table 5. The Effect of Local Food- Drink Motivation Sub-Factors on Local Food-Drink Perception of Image

Model	Unstandardised Coefficients		Standardised Coefficients	t	Mean Score	Tolerance	V.I.F.
	B	Std. Error	Beta				
(Invariant)	2,840	,202		14,092	,000		
Sensory Charm	-,060	,070	-,067	-,856	,393	,402	2,487
Pursuit of Thrills	,201	,058	,248	3,443	,001**	,469	2,130
Cultural Experience	-,076	,081	-,084	-,948	,344	,310	3,223
The Expectation of Socialization	,092	,066	,107	1,379	,169	,404	2,475
The Expectation of Prestige	,184	,065	,231	2,826	,005**	,366	2,730
The Expectation of Being Healthy	-,054	,064	-,061	-,840	,402	,456	2,193
Dependent Variable: General Food-Drink Perception of Image							
R: 0,359; R ² :0,129; Corrected R ² : 0,114; for Model F: 8,799; p=0,000; s.d.: 6; D-W: 1,599							

1 unit of increase in pursuit of thrills increases local food-drink perception of image 0,201 unit. On the other hand 1 unit of increase in the expectation of prestige increases local food-drink perception of image 0,184 unit. Regarding the data collected, Multilinear regression model can be established as $Y=2,840+0,201X_1+0,184X_2$ while $a=2,840$; $b=0,20$ and $c=0,184$ ($Y=a+bX_1+cX_2+dX_3+\dots$).

Results and Suggestions

The aim of the study made is to analyze motivations of local food consumption of local visitors eating in the restaurants offering Hatay's rooted local food and to establish whether the motivations of local food consumption is a pull up factor of destination. Considering the findings of the study, it has been identified that local food consumption motivations are classified under six factors. These factors are determined as "sensory charm", "pursit of thrills", "cultural experience", "the expectation of socialization", "the expectation of prestige" and "the expectation of being healthy". Local food consumption motivations were stated as cultural experience, thrill, interpersonal relationships, sensory charm and health concern in the study made by Kim and Eves (2012). Thus in this study the expectation of prestige factor is presented that is different from the factors presented in the study of Kim and Eves (2012).

Within the scope of research, it has been determined that the most effective factor on local food consumption of visitors is "Sensory Charm". In this respect the study supports the results of the study made by Kim and Eves (2012). It is seen that the second

most effective factor of the study is “Pursuit of Thrills”. Bayrakçı and Akdağ determined that the most effective factor on local food consumption of local tourists visiting Gaziantep was pursuit of thrills in the study they made in 2016. According to Urry (2002), pursuit of thrills is one of the physical motivations of tourists. In addition to this, it can be said that excitement, joy and relief of discovering new tastes is an important motivation factor. The third most effective factor affecting local food consumption is “Cultural Experience”. Local food appears as one of the most important tools in societies’ promotion of their culture (Fields, 2002). In the study they made to discover local food consumption motivations of local tourists visiting Beypazarı, Kodaş and Özel (2016) discovered that the tourists were affected most by cultural factors in local food consumption. For this reason it can be said that cultural experience is an important motivation factor in local food consumption. “Social Interaction” is the fourth most effective factor affecting local food consumption. Visitors can prefer local food because of the reasons such as communication with different people, enhancement of communication with friends and family, sharing local food consumption experience with other as well as consuming local food. Also in several studies (Fields, 2002; Kim and Eves, 2012) the importance of social interaction on local food consumption motivations has been mentioned. “The Expectation of Prestige” is the fifth factor and “the Expectation of Being Healthy” is the sixth factor establishing local food-drink consumption motivation. The expectation of prestige defines the experiences gained during and after local food consumption, sharing these experiences and their return as an intellectual background. Satisfaction with local food consumption also shows up in visitors thanks to new knowledge and new experiences obtained. In this way, the expectation of prestige comes forward as another factor affecting local food consumption of visitors. “The expectation of Being Healthy” factor represents that local food is healthy in its ingredients and the way it is cooked and it is nutritional in terms of nutrition characteristics. It can be said that local food consumers possibly have such an expectation by the nature of local food. Thus Semerci determined that statements related with health expectations were collected within the factor of “Pursuit of Thrills” in his study (2018).

It has been determined that “pursuit of thrills” and “the expectation of prestige” factors are effective on general food-drink satisfaction as a result of the multilinear regression analysis which is made on the affects of general food consumption motivation sub factors on general food-drink satisfaction. In parallel with increasing competitiveness in these days, it is inevitable for destinations to become distinctive. For this reason an elaborate presentation of local cuisine to tourists, which is a part of the charm of a destination, gains importance. Against the risks (Au and Law, 2002) such as local food’s losing their natural and local characteristics, local food-drink blended with indigenous ingredients and culture, can be an important pull up factor for tourists expecting innovation and distinction. Considering the money expended for food-drink during tourism activities, it can be said that there is a necessity for destinations’ marketing experts to focus on promotion and marketing related with indigenous products. In addition to this, because of the increase in social media usage, it can be said that tourists sharing the destinations they visit on social media create a tourism potential. When it is considered from this aspect, local food is one of the best way to meet visitors’ satisfaction. Pursuit of thrills factor to be effective on analysed three study variants shows that tourists desire to have new and different experiences in the destinations they visit. It can be stated

that visitors may desire to visit and experience a destination on site to discover new characteristics of it thanks to the satisfaction they feel as result of new tastes and flavours. Local food must be seen as a “culture to taste” and must be used as an important pull up factor by tourism marketing experts in the promotion and marketing activities of a destination. So that a substantial data regarding the destination can be given to potential tourists and pursuit of thrills and the expectation of prestige of tourists can be increased. In addition to this to make this study in different destinations or restaurants offering local food-drink in the destination itself can provide an opportunity to have more different and more accurate comments. In addition, it is foreseen that since the usage of different scales in the scope of the study will enhance the discovery of more various findings, it will enrich the scientific literature.

References

- Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O., & Benli, S. (2015). Bir seyahat motivasyon aracı olarak gastronomi: Hatay'ı ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motivasyonları, yiyecek-içecek deneyimleri ve seyahat memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, (s. 448-464). Konya.
- Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfakın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.
- Au, N. and Law, R. (2002). Categorical Classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 819-833.
- Bayrakçı, S. and Akdağ, G.. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve hatay mutfakı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve Lisrel uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. A.-M. Hjalager, & G. Richards içinde, *Tourism and Gastronomy* (s. 36-50). London and New York: Routledge.
- Gürbaşkan Akyüz, B. (2019). Factors that influence local food consumption motivation and its effects on travel intentions. *Anatolia*, 1-10.

- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7. b.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- İnceöz, S. (2009). Turistlerin Seyahat motivasyonunun belirlenmesinde Türk mutfağına yönelik durum değerlendirmesi. *III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Antalya.
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423-431.
- Kim, Y. H., Kim, M., Goh, B. K., & Antun, J. M. (2011). The role of money: the impact on food tourists' satisfaction and intention to revisit food events. *Journal of Culinary Science and Technology*, 9, 85-98.
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489.
- Kodaş, D., & Özel, Ç. H. (2016). Yerli ziyaretçilerin yerel yiyecek tüketim güdülerinin belirlenmesi: Beypazarı örneği*. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 83-96.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13, 787-798.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 928-936.
- Rand, G. E., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Selwood, J. (2003). The lure of food: food as an attraction in destination marketing. *Prairie Perspectives*, 142-161.
- Semerci, H. (2018). Bodrum'a gelen uluslararası ziyaretçilerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörlerinin değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi. İzmir.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara.

- Tao, Z. (2012). A study on the effect of food tourism motivation on tourist satisfaction and behavioral intention. *Tourism Tribune*, 27, 10.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2. b.). London: SAGE Publications.
- Yergaliyeva, A. (2011). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yerel Mutfağın Yeri (Uralsk Bölgesi'ndeki Restoran Üzerine Bir Araştırma). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi. Balıkesir.

PIYASA BAŞARISIZLIĞI ÖRNEĞİ OLARAK OBEZİTE VE KAMUSAL ÇÖZÜMLER

İsmail GÜNEŞ¹
Melek AKDOĞAN GEDİK²

ÖZ

Gelişmişlik düzeyi farklılıklarına bakmaksızın obezite oranları hızla artarak ülkelerin en önemli sağlık sorunlarından bir tanesi haline gelmiştir. Obezite yüksek düzeyde kişisel, sosyal ve iktisadi maliyetlere sahiptir. Obeziteye bağlı sağlık sorunları ve gelişen hastalıklardan dolayı dünyada milyonlarca insan yaşamını yitirmektedir. İnsanların tüketim ve satın alma davranışını etkileyen piyasadaki pazarlama etkinlikleri bireylerin sağlıkları açısından en uygun seçimleri yapmalarını zorlaştırmaktadır. Devletler sosyal politikaların yanında maliye politikalarıyla da obeziteye neden olan gıda ürünlerine ek vergiler koyarak obezitenin önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Tıbbi araştırmalar, obezitenin birincil nedeninin kalori alımı olduğunu ve bu tür gıdaların piyasalarda alınıp satıldığını, bu nedenle de obezitenin bir piyasa başarısızlığı vakasını temsil ettiğini iddia etmektedir. Çalışmamızda obezite bağlamında piyasa başarısızlıklarını düzeltmek için piyasa koşullarının nasıl düzenlenebileceğine ilişkin mevcut uygulamalar ve önerilere yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Obezite, Maliye Politikası, Obezite Vergisi

OBESITY AS AN EXAMPLE OF MARKET FAILURE AND PUBLIC SOLUTIONS

ABSTRACT

Obesity, which is one of the most important health problems in developed and developing countries, tends to incline day by day. Obesity has high level personal, social and economic costs. Millions of people in the World lose their lives due to health problems depending on obesity and other developing diseases. Marketing activities which affect the consumption and purchasing behaviours of people so as to achieve higher company profits make it difficult for individuals to make the most appropriate choices for their health. States develop some social policies in addition to imposing additional taxes on food products in their fiscal policies to prevent obesity. Medical research claims that the main cause of obesity is caloric intake and these kinds of foods are bought and sold in the markets, so obesity represents a case of market failure. In our study, current practices and some recommendations on how market conditions can be organized in order to correct market failures about obesity will be mentioned.

Keywords: Obesity , Fiscal Policy, Obesity Tax

Giriş

Obezite günümüzde gelişmişlik farkına bakmaksızın pek çok ülkenin en büyük sağlık sorunu haline gelmiş bulunup, obezite ve obeziteye bağlı olarak dünyada milyonlarca insan hayatını kaybetmektedir. 1990 yılında küresel ölümlerin % 4.5'i obeziteye bağlı ölümlerken bu oran 2017'de % 8'e yükselmiştir. Yüksek gelirli ülkelerin çoğunda, yetişkinlerin yaklaşık üçte ikisi aşırı kilolu veya obez statüsünde yer almaktadır (Hannah

¹ Dr. Öğr. Üyesi Çukurova Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü ismailgunes@gmail.com, ORCID:/0000-0001-9048-9433

² Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü makdogan@cu.edu.tr ,ORCID:0000-0001-6470- 5796
Received/Geliş: 03/07/2019 Accepted/Kabul: 30/09/2020, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı: Güneş, İ., Akdoğan gedik, M. (2020). "Piyasa Başarısızlığı Örneği Olarak Obezite Ve Kamusal Çözümler", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s. 492-506

R., 2017). Dünyadaki yetişkin nüfusun neredeyse yarısının 2030 yılına kadar aşırı kilolu veya obez olacağı öngörülmektedir (Dobbs vd 2014,s.17).

Vergiler geçmişten günümüze kadar kamusal ihtiyaçların finansmanında kullanılmıştır. Vergiler küreselleşen dünyamızda devletler tarafından artık gelir sağlama fonksiyonunun yanı sıra caydırıcılık ve özendirmek amacıyla kullanılarak bir maliye politikası aracı olma özelliği daha belirgin bir hal almaktadır. Kamu maliyesi yazınında piyasa başarısızlığı olarak bilinen durumlarda da kamusal düzenleyici politikalar ve bu kapsamda vergiler ve benzeri kamusal araçlar kullanılmaktadır. Obezite de bu anlamda bir tür piyasa başarısızlığı olması nedeniyle vergi ve vergi dışı kamusal politikalara konu olmaktadır. Bu çerçevede hükümetler obeziteye neden olan gıdalar üzerinden alınan vergi miktarını arttırmaktadır. Bu miktarın artmasının sebebi, diğer insanlara yaydığı negatif dışsallıkların içselleştirilmesidir. Obezite vergileri devletin kullandığı maliye politikasının içinde yer alan kamusal müdahale araçlarından biridir. Bu verginin amacı fiyatlar yoluyla obeziteye neden olan yarı mamul ve mamullerin fiyatını artırarak halkın sağlıklı beslenmeye yönlendirilmesini amaçlarken, diğer taraftan da piyasada bu tür ürünler üreten üreticileri daha yüksek miktarda vergilendirerek bu tür ürünlerin üretilmesinin sınırlandırılmasını sağlayarak caydırıcılık yönü de ortaya çıkmaktadır.

1. Obezite Kavramı ve Obeziteye Sebepiyet Veren Unsurlar

1.1. Obezite Kavramı

Kilo alımı sonucunda aşırı kilolu olmaya veya obeziteye yol açar. Obezite aynı zamanda bir enerji dengesi ile de belirlenir. Yaşamı sürdürmek ve günlük aktiviteleri gerçekleştirmek için harcadığımız enerjiden daha fazla enerji tükettiğimizde (aldığımızda) tipik olarak kilo kalori cinsinden ölçülür ve kilo alırız. Buna enerji fazlası denir. Harcadığımızdan daha az enerji tükettiğimizde, kilo veririz bu ise bir enerji açığıdır (Hill, vd. 2012,s.127). Obezite, sağlığa zarar verici miktarda normal sınırların üzerinde aşırı yağ birikimi olarak tanımlanmaktadır. Obezite, Dünya Sağlık Örgütü tarafından sağlığa zarar verecek miktarda bedende fazlaca yağ toplanması olarak ifade edilmektedir.

1.2. Obeziteye Sebepiyet Veren Unsurlar

Obezite ile birçok değişken arasında etkileşim olsa da obezitenin altında yatan nedenler genel hatlarıyla üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar; kalori ve besin alımını etkileyen faktörler, egzersiz seviyeleri veya yoğunluğu ve genetik faktörlerdir. Son dönemlerde çevresel etkilerin genetik faktörlerden daha belirleyici olduğu yönünde sonuçlar söz konusudur. Bilimsel çalışmalar obezitenin baskın nedeni olarak egzersiz eksikliğinden ziyade “aşırı beslenmeye” işaret etmektedir. (Blair ve Brodney 1999;s.647, Donnelly vd.,2003,s.27, Ledikwe vd., 2005, s.907) Ancak obezitenin temel itici faktörü zayıf beslenmedir (Luke ve Cooper 2013,s.2; Malhotra vd. 2015,s.967).

Yiyecek ve içecekler tüm dünyada serbest piyasa koşullarında alınıp satılmaktadır. Enerji yoğun gıdaların fiyatı düşerken daha az besleyici gıdaların fiyatları artmıştır. Kadınların işgücüne katılımındaki artışlar; televizyon izleme oranlarındaki artışlar; fiziksel güç harcama ihtiyacını azaltan teknolojik değişiklikler ve obezite tedavisini iyileştiren tıbbi teknoloji ile ilgili sağlık sorunları yaygınlaştırmıştır. (Finkelstein ve Strombotne, 2010,s.1523).Piyasa güçleri, uzun vadeli tercihler yerine kısa vadeli tercihleri, aşırı tüketim ve az aktiflik içeren davranışları büyük ölçüde desteklemektedir.

Bu özellikle çocuklar için geçerlidir. Bu nedenle, piyasalar çocukluk obezitesinde olduğu gibi, insanların seçimlerini belirlemenin ana mekanizması olarak, daha da kötüleştiiren sonuçlara neden olabilmektedir. Bu ciddi bir piyasa başarısızlığıdır (Moodie, vd.. 2006, s.137).

Obeziteye neden olan diğer unsurlar arasında; genetik özellikler, yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi ve yaşam şekli gibi faktörler yer almaktadır (Gökpınar vd 2015, s.581) Bunun yanı sıra, kentleşme oranındaki hızlı artış, iktisadi büyüme ve beslenme davranışlarındaki dönüşüm, gıda tüketim tarzındaki değişim, çalışma hayatında gözlenen farklılıklar, bilgisayar başında harcanan sürenin artması, iletişim, eğlence ve tatil davranışlarının değişimi, çevrimiçi ve çevrimdışı oyunlar ve akıllı telefon ve tabletler ile kişinin fazla zaman geçirmesi, fiziksel hareketlerde yaşanan azalma, artan araç kullanımı, yürüyen merdivenler/bantlar ve asansörler, gıda tüketim davranışlarının farklılaşmasında hane dışı gıda tüketiminin artması, genetiği ile oynanmış gıdalar ve ürün farklılıkları, tatlandırıcı ve katkı maddeli içeceklerin ve yüksek miktarda yağ içeren ürünlerin tüketiminin çoğalması, ayaküstü olarak ifade edilen zincir lokantalarca sunulan hazır ve çabuk tüketilen yağlı, kalorisi yüksek gıdalar, kalorili ürünlerin sağlıklı ürünlere göre daha ucuza satın alınabilmesi ve bu tip ürünlere erişim kolaylıkları obezitenin nedenleri arasında sıralanabilir (Özden, 2016,s 191,Çukur ve Erdem, 2017,s.126).

2. Obezite ve Piyasa Başarısızlığı

Neo klasik iktisadi yaklaşımın temelinde, kaynak dağılımının piyasalarda fiyat mekanizması yoluyla gerçekleşmesi yatmaktadır. Bunun tamamının ya da bir kısmının olmadığı durumlarda piyasalarda aksamalar meydana gelebilir. Musgrave ve Musgrave (1989, s.6-13) kamu sektörünün modern fonksiyonlarını kaynak dağılımı, gelir dağılımı ve ekonomide istikrarı sağlamak şeklinde üç grupta ele almıştır. Piyasa sürecinde ortaya çıkabilecek olası aksaklıklar ve başarısızlıklar bu üç temel fonksiyon üzerinde olumsuz etkiler yaratır. Bu durum kamunun ekonomiye müdahalesinin önemli gerekçelerinden bir tanesini oluşturur. Piyasanın başarısız olduğu durumlara baktığımızda ise bu konuda Musgrave ve Stiglitz'in yaklaşımları esas alınarak incelenebilir. Buna göre piyasalar, kamusal mallar, dışsallıklar ve doğal tekeller durumunda aksaklığa uğrayabilir. Stiglitz ise bunlara “eksik piyasalar” ve mükemmel olmayan bilgi ya da diğer deyişle “asimetrik enformasyon” kavramını eklemiştir.

Refah iktisatçılarının yaklaşımı ile piyasa başarısızlığı durumu, piyasaların Pareto etkin olmadığı, kamu malları, dışsallıklar, tekel ya da oligopol piyasalar nedeniyle rekabetin olmaması, asimetrik bilgi, eksik piyasalar, ekonomik istikrarsızlık ve makro ekonomik göstergelerin olumsuz olduğu durumda kamunun ekonomiye müdahalesinin gerekçelerini oluşturmaktadır (Stiglitz, 2000, s.77-85, Kirmanoğlu, 2011,s.104, Musgrave ve Musgrave, 1989,s.6-13).

İktisatçıların rasyonel birey ve tam bilgi sahibi olma varsayımları çoğu kez gerçekleşmemekte ve piyasa başarısızlığına yol açmaktadır. Nobel ödüllü iktisatçı Daniel Kahneman, günlük kararlarımızın çoğunun, anında, çok düşünmeden alındığını savunmaktadır. Kahneman'a göre içinde yaşadığımız ortamın ne yediğimiz ve ne kadar hareket ettiğimiz üzerinde büyük etkisi vardır. Kişisel seçimlerimiz sınırlı seçimlerdir ve tamamen rasyonel değildir (Veerman, 2018). 1978 Yılında Nobel iktisat ödülü alan Herbert Simona göre insanların fayda maksimizasyonu ile hareket ettiklerini varsayan

“homo economicus” klasik iktisat teorisinin aksine insanların, sınırlı rasyonelliğine sahip olduğunu vurgulamaktadır. Belirsizlik altında insanlar kendine kestirme yol yaratarak karar vermeye çalışmaktadırlar. Daniel Kahneman ve Amos Tversky insanların belirsizlik altında kullandığı kestirme yolların zihnimizin farkında olmadan düştüğü yanılgılar ve önyargılar olduğunu deneysel çalışmalarla ortaya koyarak 2002 yılı Nobel İktisat Ödülü’nü kazanmışlardır. 2017 Nobel İktisat ödülünün sahibi olan Richard Thaler ise yanılgılarımızı yönlendirme ve yönetme konusunu ele alarak yanılığın noktalarını bilen kişilerin daha rasyonel kararlar verebileceğini öne sürmüşlerdir (Özen, 2018,s.38).

Çok yakın zamana kadar, obezite iktisadi bir sorun olarak değerlendirilmeyordu. Daha çok estetik ve tıbbi sonuçlar taşıyan özel gıda seçimlerinden kaynaklanan bireysel bir sorun olarak kabul edilmekteydi. Bununla birlikte, obezite günümüzde dünya ölçeğinde önemli sorunlardan biri haline gelerek, tüm toplumlara ve özel bireylere büyük tıbbi maliyetler yüklemektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde, aşırı kilolu ve obez bireylere sunulan sağlık hizmetleri, normal kilolu insanlara sunulan sağlık hizmetlerinden ortalama % 37 daha fazladır ve her bir Amerikalının yıllık tıbbi faturalarına ortalama 732 dolar eklenmektedir Finkelstein, Fiebelkorn ve Wang’ın 2004 yılında yaptığı araştırmaya göre, obezitenin sosyal sonuçları da ciddidir. Birçok çalışma, obezitenin özellikle kadınlar için kişisel ve çalışma ilişkilerini, aynı zamanda ücretlerini olumsuz etkilediğini göstermiştir. Bu tür maliyetlerin varlığı ve gıda piyasası bilgilerinin bireysel davranışları değiştirmek için kullanılabilme olasılığı göz önüne alındığında, iktisatçıların obeziteyi azaltmak için politika seçenekleri sunmaları önem arz etmektedir (Loureiro ve Nayga,2004, s.33).

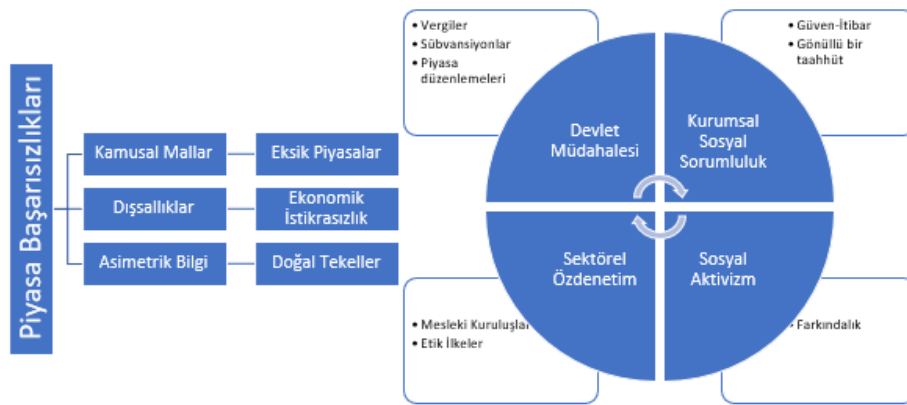
Bugün obezite salgınının, küresel ekonomiye maliyetinin GSYİH’nın yaklaşık %3’ü düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Bireyler açısından ne yiyeceklerine karar vermek ayrıcalıklı bir alan gibi görünürken, iktisatçıların açısından piyasa başarısızlığını ifade etmektedir. Obezite, dengesiz beslenme sonucunda yoksul hane halklarını görece olarak daha varlıklı komşularına göre daha fazla etkilemektedir.

Tüketime dayalı büyümeyi teşvik eden iktisadi öncelikler ve politikalar ile pazar ve ticaretin serbestleştirilmesini teşvik eden düzenleyici politikalar birçok fayda sağlamıştır, ancak bu durumun günümüzde genel olarak aşırı tüketim krizlerine katkıda bulunduğu görülmektedir. Obezite bu krizlerden sadece bir tanesidir. Özel sektör temelde bireyin biyolojik güdülerini, arzularını ve zayıflıklarını yönlendirmede her zamankinden daha etkili hale gelmektedir. Obezite ile ilgili sağlık ve gelişmeyi iyileştirmeye yönelik çözümler mevcut piyasaların ana hedefi değildir. Refah için geniş tanımlanmış sürdürülebilir iktisadi politikalara dayanan yeni bir çerçeveye ihtiyaç vardır (Swinburn vd., 2011, s.807).

Golan ve Kucher , piyasa başarısızlığının kanıtı olmadan, aşırı kilo ve obeziteyi azaltmaya yönelik gıda politikası da dahil olmak üzere herhangi bir hükümet politikasının yarardan çok zarar verme tehlikesi olduğuna dikkat çekmektedir. Üç soruya yanıt arayarak piyasa başarısızlığı olup olmadığını incelemektedirler. Piyasalar tüketicilerin istediği gıda talebine karşılık veriyor mu? İkinci olarak tüketiciler gıda seçimleri yapmak için yeterli bilgiye sahip mi? Son olarak, bireysel gıda tüketim tercihleri toplumsal olarak optimal düzeyde midir? sorularının yanıtları aranmıştır. Kuchler ve Golan genel itibariyle piyasa başarısızlıklarının varlığını kabul etmekle beraber maliye politikalarının etkin olduğu konusunda çekinceler ortaya koymuşlardır (Kuchler vd,s.5).

3. Obezite ile Mücadelede Kamu Politikaları

Obezite salgınının başta ABD olmak üzere diğer ülkelerde yaygınlaşması ve maliyetlerinin artması ile beraber obezite ile en iyi şekilde nasıl mücadele edilir sorusu tartışılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda piyasaların ve hükümetin doğru rolü ne olmalıdır? Piyasalar ve hükümetler bu rollerini yeterli düzeyde yerine getirmekte midir? tartışmaları yapılmaktadır. Michigan Üniversitesi İşletme Fakültesi Profesörü Aneel Karnani başkanlığında yürütülen araştırma sonuçlarında obezite bir piyasa başarısızlığı olarak tanımlanmaktadır (Karnani, 2015).



Şekil-1: Piyasa Başarısızlıkları ve Obezite ile Mücadelede Kamusal Çözümler

Devlet, obezite sorununun çözülmesi konusunda farklı kamu politikası araçlarını uygulamaya koyabilir. Obezite oranlarını azaltmak için, piyasa başarısızlığına özgü politikalar Şekil-1 de de görüleceği üzere dört ana grupta toplanabilir. Bu politikaların en başında piyasa düzenleyici politikalar yer almaktadır. Bu politikalar kısıtlamadan başlayarak yasaklamaya kadar geniş bir yelpazede uygulanabilir. Düzenlemeler; obeziteye neden olan ürünlerin satıldığı, tüketildiği ve ilan edildiği yerlere sınırlamalar koymak ve ürünlerin üzerine açık bir sağlık uyarısı taşıması sağlanarak bilgi asimetrisini ortadan kaldırmak için kullanılabilir. Çocuk ve gençlerin sağlıklı beslenme alışkanlıkları kazanmaları için yapılacak düzenlemeler, kantinlere verilen talimatlar, doğrudan yasak ve sınırlandırmalar getirilmesi buna örnek olarak verilebilir.

Günümüzde dünyadaki ülkeler kapsamında obezite ile mücadelede obeziteye sebebiyet veren tüketimin düşürülmesi çerçevesinde uygulanan birincil devlet politikaları, obeziteye sebebiyet veren ürünlerin tüketimin engellenmesi, yüksek enerji içeren ürünler üstündeki vergilerin artırılması, reklam ve promosyon yasakları, eğitim ve bilgilendirmelerdir. Politikalar içinde en güçlü iki ana uygulama ise obezite vergileri ile reklam ve promosyon yasaklarıdır (Novak ve Brownell, 2012,s.2347,Saruç, 2015, s.96-104). Obeziteye neden olan fazla şekerli, tuzlu, yağlı besinlerin tüketimini önlemek amacıyla bu besinlerin ambalajları üzerine sebep oldukları rahatsızlıkların yazılması,

bilinçlendirmenin yaygınlaştırılması, bu tür ürünlerin özellikle ergenlik çağındaki gençler tarafından tüketiminin azalmasında önemli bir etki yaratabilir (Beyaz ve Koç, 2009,s.27).

İnsanları obezitenin ölümcül etkileri, bireye ve topluma verdikleri zarar konusunda eğitmek, obezite vakalarının önlenmesine ve daha sağlıklı bir yaşam tarzının teşvik edilmesine neden olacaktır. Reklam veya halk sağlığı kampanyaları, insanları sağlıklı yiyecekleri daha az tüketmeye ve daha fazla egzersiz yapmaya ikna etmeye çalışacak ve bu nedenle caydırıcı olacaktır. Bilgi eksikliğinden kaynaklanan piyasa başarısızlığı, daha sağlıklı gıdaların tanımlanmasına yardımcı olmak için gıdalar ve menülerdeki beslenme etiketleri ile de çözülebilir. Bununla birlikte, araştırmalar çoğu tüketicinin beslenme etiketlerine çok az dikkat ettiğini göstermektedir. Çocukların yetişkinlerden daha yaygın olarak rasyonel olmayan tercihlerde buldukları bilinmektedir.

Yiyecek ve içecek endüstrileri, gençlere yönelik abur cuburların pazarlanmasında büyük miktarlar harcamaktadırlar. Avrupa'daki gıda ve içecek endüstrisi yılda yaklaşık 7 milyar € gıda reklamcılığına harcamaktadır. Benzer şekilde, ABD'de bu rakam yılda 10 milyar \$ 'dır. Bu harcamaların büyük bir kısmı doğrudan çocuklara ve ergenlere yönelik reklamlarla ilgilidir. Televizyonun yanı sıra internet, mobil cihazlar ve sosyal medyadaki viral reklamlar, çocuklara yiyecek ve içecek ürünlerini tanıtmak için başlıca stratejiler haline gelmektedir. Bu pazarlama teknikleri gençlerde sağlıklı beslenmeleri teşvik etme riski taşımaktadır (Serse 2016,s.6, WHO,2013). Sağlıksız gıda ürünlerinin reklamlarının çocuklarda ve gençlerde obezite oranlarının artmasına neden olabileceğine dair kanıtlar, televizyonda gıda reklamcılığının sınırlandırılmasının çocukların beslenmesi üzerinde faydalı bir etkisi olabileceğini ortaya koymaktadır (Serse, 2016,s.7).

Kurumsal sosyal sorumluluk konusuna karşı artan ilgiye, girişimcilerden gelecek vaat eden bazı sonuçlara rağmen, kurumsal sosyal sorumluluğun tüm sektörlerin katılım göstermediği sürece önemli bir rol oynaması zor görülmektedir. Endüstriyel özdenetim de ise temel beklenti obezitenin halk sağlığı üzerindeki artan etkisinin kamu yararı gözetilerek sektördeki kuruluşlar ve meslek örgütlerince düzenlenmesidir. Değişimi gerçekleştirmede sosyal aktivizm güçlü bir araç olarak kullanılabilir. Ancak obezitede ana sorun olarak kişisel sorumluluğun ön plana çıkarılması sosyal aktivizmin etkisini düşürmüştür.

Karnani, McFerran ve Mukhopadhyay (2015) araştırmalarında bu bileşenlerden kurumsal sosyal sorumluluk, özdenetim ve sosyal aktivizm konusunun büyük ölçüde başarısız olduğu tespitini yapmaktadırlar. Bazı kamusal müdahalelerin umut vaat ettiği ancak bunların popüler olmadığı ve birçoğunun siyasi irade ve karar almayı gerektirdiği ifade edilmiştir. Yiyecek ve içecek endüstrisinin tüm ülkelerde güçlü bir yapısının olduğunu söyleyebiliriz. Endüstrinin kendi özdenetiminin çocuklara yönelik pazarlama, reklam etkinliklerinde etkisiz kaldığını ve sağlıksız gıda satışlarının devam ettiği görülmektedir (Karnani, vd. 2015,s.467). Bunlar kamu müdahalesinin gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. İsveç, Norveç, Quebec ve İngiltere'de yapılan çocuklara yönelik gıda reklamcılığını yasaklamak veya ciddi şekilde kısıtlama getirmek yönündeki kamusal müdahaleler sonrasında ayaküstü tüketiminin azaldığı görülmüştür. Özellikle reklam üzerine konulan kısıtlamaların tüketici talebi üzerinde belirgin etkileri bulunmaktadır. Obeziteye mücadelede kullanılan kamu politikası araçları arasında iktisadi olarak en önemlisi vergilendirme, Vergilendirme, tüketici fiyatında dikkate

alınmayan negatif dışsallıklar sorununu ele almak için kullanılabilir. Obeziteye neden olan ürünlere yönelik ek vergi, şekerli gıda örneğinde olduğu gibi bu ürünlerin maliyetini artırır. Bu, tüketicinin ödediği fiyatın obezitenin bireysel ve toplumsal maliyetlerini yansıtmasını sağlar.

3.1. Obezite İle Mücadelede Vergilendirme

Obezite vergisi; bir bütün olarak toplum için olumsuz sonuçlar doğuran yasal piyasa faaliyetlerine uygulanan bir Pigovian vergi türü olarak ifade edilmektedir (Eroğlu, 2018,s.112). Literatürde yapılmış diğerlerinden farklı bir ifade de ise; öncelikle, vergi yükünü artırarak, obezite ve sağlık sorunlarına neden olan ürünlerin alım maliyetlerini artıran düzenlemelerin tamamı obezite vergileri kapsamında değerlendirilmektedir (Özden, 2016,s.199).

Obezite oranlarının yüksek olduğu ülkelerde, obezite ile mücadele araçları içinde vergiler giderek daha fazla önem kazanmıştır (Ayas ve Saruç, 2017,s.70). Obeziteyi engellemek amacıyla obeziteye neden olan yağ ve şeker gibi ürün üzerinden ek bir vergi alınmakta veya obez olan kişiler üzerine ek bir vergi konulmaktadır (Alemanno ve Carreno, 2013,s .103).

Şekerli içeceklerin vergilendirilmesi sadece sağlığı değil aynı zamanda verimliliği de etkilemesi beklenmektedir. Obeziteyle mücadele kapsamında yapılan müdahalelerin uzun vadeli başarısı üzerine yapılan çalışmalar bunu doğrulamaktadır. Sadece diyet ve egzersiz müdahalelerinin bitiminden bir yıl sonra, kilo kaybının yaklaşık yarısı geri kazanılmıştır (Curioni ve Lourenco, 2005,s.1169). Tüm ağırlığın yaklaşık 5.5 yıl içinde geri dönmesi muhtemel görünmektedir. .Bu tür çalışmalara katılanların iyi motive ve mükemmel bir şekilde bilgilendirilmiş olmaları, fikirlerini kalıcı olarak değiştirmelerinin sürekli ve kalıcı şekilde sorunu çözecek gerekli davranışların sürdürülemediği görülmektedir (Dansinger, vd.2007, s.47).

Obezite konusunu sadece bireysel sorumluluk alanı ve sonuçlarını da bireysel bir bedel olarak ele almamak gerekir. Yüksek obezite oranları, insanların obeziteyi sağlıklı yiyecek seçenekleri ve tercih ettikleri düşük fiziksel aktivite seviyeleri için kabul edilebilir bir fiyat olarak kabul etmeyi seçtiği bilinçli bir değiş tokuşun sonucu değildir. Kısmi olarak bireysel sorumluluklar olmakla beraber obezite bu davranışlara yol açan ortamların bir sonucudur. Bir çözüm olarak “kişisel seçim” konusunda ısrar etmek, daha sağlıklı yemeyi ve daha aktif olmayı kolaylaştıran destekleyici ortamı yaratmadıkça sınırlı bir başarı elde edecektir. Sağlıksız yiyecek tüketimini uyarıcı, teşvik eden ve fiziksel aktiviteyi caydırıcı bir ortamda, birçok insan sağlıklı kilo almak ve korumak için gerekli davranışları uzun süre devam ettiremez. Bu ise kamu sektörünün müdahil olması ve sağlıksız gıdaların vergilendirilmesi, sağlıklı ürünlerin sübvansede edilmesi gibi uygulamalar ve diğer düzenlemelerle sağlıklı ortamların teşvik edilmesi ile genel refah üzerinde olumlu etkiler yaratacaktır (Veerman,2018).

3.2. Farklı Ülkelerdeki Obezite Vergisi Uygulamaları

Son yıllarda obezite ile mücadelede vergi araçlarından yaralanan devlet sayısı hızla artmaktadır. Ülkeler, kamuoyunda farkındalık yaratarak daha sağlıklı bir toplum idealine ulaşmaya çalışmaktadır. Vergi araçlarının uygulanma biçimi hükümetler arası farklılık ve çeşitlilik göstermektedir. Bazı ülkeler, hesaplama açısından uygulanabilirliği kolay olan advalorem (değer esaslı) vergiler uygulamayı tercih etmektedirler. Bu tür vergilemede

gıdalara belirli bir oranda Katma Değer Vergisi veya İşlem Vergisi uygulanabilir. Spesifik vergilerde ise verginin konusuna esas teşkil eden besinlere vergi uygulanmaktadır. Ancak vergiye konu olması düşünülen ürün /ürünlerin daha etkin bir biçimde vergilendirilmesi mümkünken, hesaplanması ve uygulanması zaman alacağından maliyetlidir (Doğan ve Kabayel, 2017,s.68).

Norveç 1981, Samoa 1984, Avustralya 2000, Fransız Polenazyası 2002, Finlandiya ve Macaristan 2011, Fransa 2012, Bangladeş 2014, Dominik 2015, Belçika ve Fiji Adaları 2016, Portekiz ve G.Afrika 2017, İrlanda ve Birleşik Krallık 2018 yılından bu yana meşrubatlar, unlu mamuller, bisküvi, şekerleme, enerji içecekleri, tatlandırıcılar, meşrubatlar gibi ürünlere spesifik veya advolorem vergiler uygulanmaktadır. .

Çalışmamızın bu bölümünde ise Amerika, Fransa, İngiltere, Macaristan, Belçika, Finlandiya örnekleri incelenecektir. 1960'ların son yılları ile 2000'li yılların başında, şekerli içeceklerin tüketimi artmıştır. Bunun üzerine Amerika'da yerel anlamda eyaletler vergi uygulamalarına başlamışlardır. Amerika'da uygulanmakta olan obezite vergileri gözlemlendiğinde her eyalette birbirinden farklı uygulamalar olmakla beraber yapılan referandumlar sonrası genellikle şekerli içeceklerden vergi alınmasına karar verilmiştir (Prentice ve Baertelein, 2016).

California/Berkeley kentinde 2015 yılından bu yana şekerli ve tatlandırıcı içeceklerde ons başına 0.01\$ vergi uygulanmaktadır. Vergi uygulaması sonrası şekerli ve tatlandırıcı içeceklerin tüketimi yıllık % 21 oranında düşmüştür. Gazoz ve spor içecekleri tüketimi mukayese edilen kentlere göre daha yavaş azalırken, su tüketimi Berkeley'de %63 artış göstermiştir. Berkeley'deki market satışları esas alındığında ise şekerli ve tatlandırıcı içeceklerin satışlarındaki düşüş ilk yılda % 10 olmuştur (Paarlberg, vd., 2017, s. 2). Arkansas, Washington ve Batı Virginia alkolsüz içecekler için özel vergiler uygulanmaktadır. Minnesota; satış vergisini şeker, sakız ve dondurma üstünden almakta ve Teksas şeker vergisi uygulamaktadır (Peker&Kılıçer, 2017, s.100). Maryland'da ise lokantaların şekerli içecekler satmak amacıyla alkolsüz içecekler satmasını yasaklamış uymayanlara 500 dolarlık bir para cezası uygulamıştır. Kaliforniya'da galon başına sodaya 0.21 dolarlık bir vergi koymuş ve katkılı sodaya galon başına 2 dolarlık bir vergi uygulamıştır (Eroğlu, 201,s.120).

Fransa'da ise 2011 yılında şekerli içecekler, 2012'de ise suni tatlandırıcılara vergi uygulamaya başlamıştır. İhraç ürünleri, bebek mamaları, devam sütleri, hastalar için yapılmış ürünler vergiden muaf tutulmuştur. Verginin mükellefi, bu bazda içecekleri üreten veya ithal eden üreticiler olmuştur (Gergerlioğlu, 2016,s.155). Verginin uygulanması, özellikle şekerli içecek üreten firmalar tarafından tepkiyle karşılanmıştır. (Alemanno veCarreno, 2013,s.105).

İngiltere'de ise artan obezite oranları obezite vergilerini gündeme getirmiştir. İngiltere 2018'den itibaren şeker vergisinin uygulanması kararını almıştır. Yüz mililitrede beş gramdan çok şeker kullanan firmalar vergilenmektedir. Sekiz gramdan çok şeker kullanılması halinde daha yüksek oranda vergi alınmaktadır (Parkinson, 2016,s.1).

Danimarka, 2011 yılında bir ilke imza atarak doymuş yağlar üzerinden obezite vergisi almaya başlamıştır. Vergi diğer ülkelerden farklı olarak doymuş yağ içeren margarin, et, tereyağı, gibi ürünlere uygulanmıştır. Kamuoyundan gelen tepkiler sonucunda vergi sadece on beş ay yürürlükte kalabilmiştir (Petkantchin, 2013, s.1). Vergi sonrası Danimarkalılar alışveriş amacıyla başta İsveç olmak üzere komşu ülkelere gitmeye

başlamışlardır. Danimarka içindeki satışların düşmesi perakendecilerin tepkilerini daha da arttırmış ve Danimarka Gıda ve Tarım Konseyine göre 1300 kişi bu nedenle işini kaybetmiştir. Bunun sonucunda 2012 yılında vergi yürürlükten kaldırılmıştır (Eroğlu, 2018,s.118).

Macaristan'da 2011 yılında "Macaristan Toplum Sağlığı" adıyla bir vergisel yükümlülük uygulamaya konulmuştur. Verginin gerekçesi olarak üreticilerin sağlıklı besinler üretmesi, tüketicilerin ise sağlıklı ürünler tüketmesinin sağlanması ve teşvik edilmesidir. Özellikle aşırı miktarda tuz, şeker ve kafein içeren gıdalar vergilendirilirken ana besin maddeleri kapsama dahil edilmemiştir (Cavagnora, 2015, s.1356). Vergi uygulaması neticesinde işlenmiş ürün tüketimi % 3,4 azalırken işlenmemiş sağlıklı ürün tüketimi % 1,1 artmıştır. Vergiden düşük gelirli gruplar daha çok etkilenmiştir. Vergi uygulamasından beklenenin üstünde gelir elde edilmesi sonucu oluşan fonlar ise kamu sağlığı ve sağlık çalışanları fonlarına aktarılmıştır (OECD, 2014,s.6).

2012-2015 yılları arasında Belçika'da obezite oranının yüzde %13,8'den %18'e yükselmesi sonrası dikkatler obezite konusuna yoğunlaşmış ve obeziteyle mücadele için 2016 yılında şekerli içecek vergisi litre başına üç sent olarak yürürlüğe girmiştir (Eroğlu, 2018:100). Ancak diyet ve şekerli içeceklerin de vergi kapsamına alınması hükümetin vergiyi obeziteyle mücadele için değil gelir elde etmek için koyduğu eleştirilerin yapılmasına neden olmuştur (Boyle, 2015,s.1).

Finlandiya 1940'lı yıllardan bu yana şekerli içeceklere 4.5 cent vergi koyması nedeniyle diğer ülkelerden farklılık göstermektedir. 2011 yılında bu miktarı 7.5 cente çıkaran Finlandiya hükümeti kakao, dondurma, çikolata ve şekerlemeleri de kapsama dahil etmiştir.

Şeker tüketimini azaltmayı hedefleyen verginin kilo/litre bazında 0,75 Euro olarak alınmasına karar verilmiştir. Fiyatlarda 2 yılda % 7,3 oranında artış kaydedilmiştir. Tüketimde ise ilk yıl % 0,7, ikinci yıl % 3,1 ve 2013 yılında ise %0,9 oranında azalma olmuştur (Cornelsen ve Carreido, 2015). Avrupa Birliğinin şekerlemeler ve dondurma üzerinden alınan verginin adaleti bozucu biçimde üreticileri daha avantajlı duruma getirdiğini bildirmesi üzerine Finlandiya hükümeti bu vergileri 2017 yılının başından itibaren kaldırmıştır (Gray, 201,s.1).

Türkiye'de Avrupa'dakine benzer bir obezite vergisi bulunmamaktadır. Türkiye'de Sağlık Bakanlığına bağlı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu'nca obezite ile mücadelede kamu politikaları geliştirmeyi amaçlayan bir program yapılmıştır. Program içeriğinde erdemsiz mal niteliğine sahip ürünlerin tüketimini azaltmak amacıyla vergilerden yararlanılması yer almaktadır (Doğan ve Kabayel, 2017,s.69).

Türkiye obezite ile mücadelede, "Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı Eylem Planı (2014-2018) yıllarında uygulamıştır. Ancak obezite ile mücadelede herhangi bir vergileme politikası oluşturulamamıştır (Akar, 2015:42). Türk Vergi Sisteminde mevcutta uygulanan vergilerin birkaçı asıl olarak obezite ile mücadele çerçevesinde düzenlenmemiş olsalar dahi, bu amaca hizmet ettikleri değerlendirilmektedir. Özel Tüketim Vergisi Yasasının 12/3'üncü maddesi ikaz edince hazırlanan (III) sayılı listenin (A) cetveline göre, 03.01.2018 tarihi itibarıyla "kolalı gazozlar" %25, "malttan üretilen biralar" % 63 nispetinde vergilendirilmekte, alkol ürünleri de içerdikleri alkol oranının türüne göre değişik oranlarda maktu vergilere tabi

olmaktadır.³ Türk Vergi Sistemi'nde obeziteyle mücadeleye konu olabilecek en önemli düzenlemenin 7061 Sayılı Kanun'un 75'inci maddesiyle Özel Tüketim Vergisi Yasasında yapılmış değişiklik olduğunu söyleyebiliriz. Yasanın madde gerekçesinde halk sağlığı noktası olmamasına karşın söz konusu düzenlemenin bu ürünlerin tüketimi dolayısıyla obezite ve obeziteyle ilgili hastalıkların azaltılması konusunda bir etkisinin olacağı düşünülmektedir (Sandalcı ve Tuncer, 2018,s.751).

Sonuç

Obezite gelişmişlik farkına bakmaksızın tüm ülkelerde en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Başlangıçta sadece bir sağlık sorunu ve bireysel sorumluluk olarak ele alınan konuya yaklaşım tarzı zaman içerisinde değişimlere uğramıştır. Obezitenin altında yatan nedenlerin öncelikle genetik olduğu algısı yapılan bilimsel çalışmalar sonrasında değişime uğramıştır. Kısa vadede kalori ve besin alımını etkileyen faktörler ve egzersiz seviyeleri, genetik faktörlerin önüne geçmiştir.

Kamu maliyesi yazınında piyasa başarısızlığı olarak bilinen ve piyasaların optimum durumdan uzaklaşmasını ifade eden durum obezite içinde geçerlidir. Piyasa başarısızlığı olarak obezite ile mücadelede yakın zamanlara kadar iktisadi bir sorun olarak görülmemektedir. Obezitenin dünya ölçeğinde önemli sorun haline gelmesi, tüm toplumlara ve bireylere tıbbi maliyetler yüklemiştir. Böylece obezitenin, sağlık sonuçlarının yanına iktisadi ve sosyal sonuçlar da eklenmiştir. Obezite ile mücadelede vergi politikasının kullanılmasının temel nedeni obezitenin neden olduğu negatif dışsallıkların içselleştirilmesidir. Obezitenin küresel bir sorun haline alması sonrasında günümüzde pek çok ülke obeziteye dair vergi veya sosyal planlamalar yapmak durumunda kalmıştır.

Devlet, obezite sorununun çözümlenmesi hususunda farklı kamu politikası araçlarını uygulamaya koymuşlardır. Piyasa düzenlemeleri, kısıtlamalar ve yasaklamaların yanı sıra obeziteye neden olan gıdalar üzerinden vergi alma yoluna gidilmiştir. Bu politikalardan düzenleyici politikalar obeziteye neden olan ürünlerin satıldığı, tüketildiği ve ilan edildiği yerlere sınırlamalar koymak bilgi asimetrisini ortadan kaldırmak için kullanılmaktadır.

Obeziteye neden olan tüketimin düşürülmesi çerçevesinde ürünlerin tüketimin engellenmesi, vergilerin artırılması, reklam ve özendirme yasakları, eğitim ve bilgilendirme yapılmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk konusuna karşı artan ilgiye, girişimlerden gelecek vaat eden bazı sonuçlara rağmen, kurumsal sosyal sorumluluğun tüm sektör katılım göstermediği sürece önemli bir rol oynaması zor görülmektedir. Endüstri Özdenetiminden de beklenen sonuçlar henüz alınmamıştır. Bu nedenle obeziteyle mücadelede kullanılan kamu politikası araçları arasında iktisadi olarak en önemlisi vergilendirmedir. Obezite vergisi; bir bütün olarak toplum için olumsuz sonuçlar doğuran yasal piyasa faaliyetlerine uygulanan bir Pigovian vergi türüdür. Bu verginin amacı fiyatlar yoluyla obeziteye neden olan yarı mamul ve mamullerin fiyatını artırarak halkın sağlıklı beslenmeye yönlendirilmesini amaçlarken, diğer taraftan da piyasada bu tür ürünler üreten üreticilerin daha yüksek miktarda vergilendirerek bu tür ürünlerin üretilmesinin sınırlandırılması sağlayarak caydırıcılık yönü de ortaya çıkmaktadır.

³ 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu

Son yıllarda obezite ile mücadelede vergi araçlarından yaralanan devlet sayısı hızla artmaktadır. Bugün obezitenin küresel ekonomiye maliyetinin GSYİH'nın yaklaşık %3'ü düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Ülkeler, kamuoyunda farkındalık yaratarak daha sağlıklı bir toplum idealine ulaşmaya çalışmaktadır. Şekerli içeceklerin vergilendirilmesi sadece sağlığı değil verimliliği de artırması beklenmektedir. Obeziteyle mücadele kapsamında yapılan müdahalelerin uzun vadeli başarısı üzerine yapılan çalışmalar bunu doğrulamaktadır. Ülkemizde henüz Obezite vergisi mevcut olmamakla beraber önümüzdeki yıllarda büyük olasılıkla ülkemiz bu yeni vergi ile tanışacaktır.

Kaynaklar

- 3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu
- 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu
- Akar, S. (2015). Obezite ile mücadelede vergilendirme: Türkiye'de mümkün mü? *Journal of Life Economics Dergisi*, 2 (4), 29-46.
- Akkaya, Ş. ve Gergerlioğlu, U. (2017). Obezite vergilerine ilişkin tutumların analizi: İstanbul Örneği. *Marmara İktisat Dergisi*, 1 (2), 119-154.
- Alemanno, A. ve Carreno I. (2011). Fat taxes in the European union between fiscal austerity and the fight against obesity. *European Journal of Risk Regulation*, Issue 4, <http://ssrn.com/abstract=1945804> Erişim Tarihi: 21/04/2020
- Alpert, P. T. (2009). Obesity: A worldwide epidemic. *Home Health Care Management & Practice* Volume 21(6), 442-444.
- Ayas , I, S, Tolga. (2017). Obezite vergisi uygulamaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 69-82.
- Ayyıldız, Y. ve Demirli, Y. (2015). Obezite vergisine ilişkin halkın düşünceleri: türkiye'de bir alan araştırması. *Business and Economics Research Journal Dergisi*, 6 (2), 59-78.
- Beyaz, B. ve Koç, A. (2009). Obezite ekonomisi: güncel durum ve ekonomik analizler. *EconAnadolu. Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*. Eskişehir. 17-19 Haziran.
- Blair. S. N. and Brodney S. (1999). Effects of physical inactivity and obesity on morbidity and mortality: current evidence and research. *Issues. Med. Sci. Sports Exerc.*, Vol. 31, No. 11, Suppl., pp. S646-S662.
- Boyle, R. (2015). Belgium's new sugar tax is half-baked, Admits Health Minister. <http://www.xpats.com/Belgiums-New-Sugar-Tax-Talf-Baked-Admits-Healthminister> Erişim Tarihi: 05/04/2020

- Cavagnaro, S. (2015). *Taxation, Fat Tax*. In K. Albala (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Food Issues* (pp.1353- 1356). US, SAGE.
- Cornelsen, L. ve Carreido, A. (2015). Health-related taxes on foods and beverages, <http://foodresearch.org.uk/wp-content/uploads/2015/05/Food-and-beverages-taxes-final-20-May-2015.pdf> Erişim Tarihi: 02/04/2020
- Çukur, A. ve Erdem, A. İ. (2017). Obezite vergilerinin obezite ile mücadelede yeri: türkiye için bir değerlendirme. *Sayıştay Dergisi*, 106, 121-146.
- Curioni, C. C. ve Lourenco, P. M. (2005). Long-term weight loss after diet and exercise: a systematic review. *International Journal of Obesity*, 29 (10), 1168-1174.
- Dansinger, M. L., Tatsioni, A., Wong, J. B., Chung, M., & Balk, E. M. (2007). Meta-analysis: the effect of dietary counseling for weight loss. *Annals of Internal Medicine*, 147(1), 41-50.
- Dobbs, R, Sawers, C., Thompson, F., Manyika, J., Woetzel, J., Child, P., McKenna, S., & Spatharou A. (2014). *Overcoming obesity: an initial economic analysis. discussion paper, McKinsey Global Institute*, November.
- Doğan, A. ve Kabayel M. (2017). Dünya uygulamaları perspektifinde obezite vergilerinin uygulanabilirliği, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (5), 64-71.
- Donnelly, J.E., Jakicic, J.M, Pronk, N, Kirk E.P, Jocabson D. (2003). Is resistance training effective for weight management? *Evidence Based Preventive Medicine* 1 (1), 21-29.
- Engber, D. (2009). Let them drink water! What a fat tax really means for America. *Slate Journal*, Retrieved 2009-09-22, 11- 48.
- Eroğlu, O. ve Koyuncu, C. (2018). Obezite vergisi ve Türk vergi sisteminde obeziteye yönelik uygulamalar. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 178-194.
- Finkelstein, E. A ve K. L. Strombotne (2010). The economics of obesity. *American Journal of Clinical Nutrition*, 91 (5),1520-1524.
- Gergerlioğlu, U. (2014). Bireysel ve toplumsal maliyetler perspektifinden obezite vergilemesinin iktisadi etkilerinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 132, 135-141.
- Gergerlioğlu, U. (2016). Bazı Oecd ülkeleri bağlamında obezite vergilerinin

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 492-506

değerlendirilmesi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 149-167.

Gökpınar , R., D, A, Utkuseven, A. (2015), Obezite ile mücadelede bir kamu politikası aracı olarak vergilerin değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 22(2), 581-602.

Gray, N. (2015) Finland set to scrap tax on sweets and ice cream, <http://www.foodnavigator.com/Policy/Finland-set-to-scrap-tax-on-sweets-and-ice-cream> Erişim Tarihi: 28/04/2020

Hannah R. (2017) Obezite. Our World InData.org'da çevrimiçi olarak yayınlanmıştır. Alındı: "<https://ourworldindata.org/obesity>" [Çevrimiçi Kaynak]

Hill, J. O., Wyatt, H. R., ve Peters, J. C. (2012). Energy balance and obesity. *Circulation*, 126(1), 126-132. <https://www.ahajournals.org/doi/full/10.1161/circulationaha.111.087213>

Karnani, A. (2015). Combating obesity as a market failure. Erişim: <https://michiganross.umich.edu/rtia-articles/combating-obesity-market-failure> Erişim Tarihi:07.05.2020

Karnani, A., McFerran, B., & Mukhopadhyay, A. (2015). Correcting market failures to address the obesity crisis. *Academy of Management Proceedings*.

Karnani, A., McFerran, B., & Mukhopadhyay, A. (2016). The obesity crisis as market failure: an analysis of systemic causes and corrective mechanisms. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(3), 445-470.

Kılıçer, E. ve Peker, İ. (2018). Şekerli ve tatlandırıcı içecek vergisini uygulayan ülke örnekleri ve türkiye değerlendirmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, Ocak-Şubat Sayısı, 91-105.

Kirmanoğlu, H. (2011). *Kamu ekonomisi analizi*. 3. Baskı, İstanbul: Beta.

Kuchler, F. and Golan, E. (2004). Is there a role for government in reducing the prevalence of overweight and obesity? *Choices The magazine of food, farm and resource issues*, Fall: 2014 <https://www.choicesmagazine.org/2004-3/obesity/2004-3-03.pdf>

Ledikwe, J. Julia A. Ello-Martin, Barbara J. Rolls (2005). Portion sizes and obesity epidemic. *The Journal of Nutrition*, 135(4), 905–909.

Loureiro, M. L. ve Nayga Jr, R. M. (2004). Economics, Policy, and Obesity. *Choices: The Magazine of Food, Farm, and Resource Issues*, 19(3), 1-2 <https://www.choicesmagazine.org/2004-3/obesity/2004-3-01.pdf>

- Luke A, Cooper RS. (2013) Physical Activity Does Not Influence Obesity Risk: Time to Clarify the Public Health Message. *Int J Epidemiol* ;42, 1831–1836.
- Malhotra A, N.T, Phinney S.(2015) “It is Time to Bust the Myth of Physical Inactivity and Obesity: you Cannot Outrun a Bad Diet”. *Br J Sports Med.*;49: pp.967–968.
- Moodie, R.B.Swinburn,J.Richardson,.B.Somani (2006) Childhood Obesity—a sign of Commercial Success, But a Market Failure *Int J Pediatr Obes*,1(2006), pp.133-138.
- Musgrave, R. A. ve Musgrave P.B, 1989, *Public Finance in Theory and Practice*, New York, McGraw-Hill.
- Novak, N. L., & Brownell, K. D. (2012). Role of Policy and Government in the Obesity Epidemic, *Circulation*, 126(19), 2345-2352.
- Novick, J., (2008). A Solution to Obesity?, National Health Association. http://www.jeffnovick.com/RD/Blog/Entries/2008/4/1_Test_2.html, Erişim Tarihi:19/04/2020
- OECD, (2014). Obesity Update, OECD Publishing, Paris June<http://www.oecd.org/health/Obesity-Update2014.pdf> Erişim Tarihi: 23/04/2020
- Özden, E..(2016) Türk Vergi Sisteminin Obeziteyle Mücadeleye Katkı Sağlamaya Yönelik İşlevselleştirilmesi *Bartın İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:7 Sayı:14, Sayfa:189-220.
- Özen A. (2018) *Davranışsal Ekonomi*, The Deloitte Times, Haziran 2018 Sh. 36-44.
- Paarlberg, Robert, Mozaffarian, Dariush ve Micha, Renata (2017). Viewpoint: Can U.S. local soda taxes continue to spread? *Food Policy*, 71 : pp.1–7.
- Parkinson, J. (2016) Sugar Tax: What is the UK's Most Sugary Drink? <http://www.bbc.com/news/magazine35831125> Erişim Tarihi: 30/04/2020
- Petkantchin, V. (2013). Institut Economique Molinary, IEM's Economic Note, May. http://www.institutmolinari.org/IMG/pdf/note0513_en.pdf Erişim Tarihi:05/04/2020
- Prentice, C. ve Baertelein L. (2016.) Soda Taxes Spread after Votes in Four U.S. Cities, <http://www.reuters.com/article/us-usa-election-soda-tax-idUSKBN1341FL> Erişim Tarihi: 13/05/2020

- Sandalcı, U., Tuncer G. (2018) Obezite Vergisi Teorisine İlişkin Bir İnceleme *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:3 Sayı:4(2018), Sayfa:742-764.
- Serve, V. (2016) Tackling Child And Adolescent Obesity: An Economical Challenge. The ECOG's eBook on Child and Adolescent Obesity, In M.L. Frelut (Ed.) <https://ebook.ecog-obesity.eu/wp-content/uploads/2016/10/ECOG-Obesity-eBook-Tackling-Child-And-Adolescent-Obesity-An-Economical-Challenge.pdf> Erişim Tarihi:07.05.2020
- Swinburn, B. A., Sacks, G., Hall, K. D., McPherson, K., Finegood, D. T., Moodie, M. L., & Gortmaker, S. L. (2011). The Global Obesity pandemic: Shaped by Global Drivers and Local Environments. *The Lancet*, 378(9793), pp.804-814.
- Stiglitz, J E.,(2000), *Economics of the Public Sector*, New York, W.W. Norton & Company.
- Veerman, L.(2018) Obesity is a Market Failure and Personal Responsibility Will Not Solve it Alone, The Conversation <https://theconversation.com/obesity-is-a-market-failure-and-personal-responsibility-will-not-solve-it-alone-10103> Erişim Tarihi 27.04.2020
- World Health Organization. (2013). Marketing of Foods High in Fat, Salt and Sugar to Children: update 2012-2013. *Copenhagen, Denmark: WHO Regional Office for Europe*.
- World Health Organization, <https://www.who.int/>
- Yolal Eroğlu, M.(2018) Pigovian Vergilemenin Bir Örneği Olarak Obezite Vergisi ve Çeşitli Ülke Uygulamaları Açısından Değerlendirilmesi, *Vergi Sorunları Dergisi*, Sayı:360, Sf.110-123.

FAMILY INVOLVEMENT IN MATHEMATICS EDUCATION

Yasemin DERİNGÖL¹

ABSTRACT

In this study, it has been aimed at investigating the parent involvement in mathematics education. This study is a quantitative study designed as a survey method in order to determine the family involvement in mathematics education. The sample of the study included the parents of 209 students selected by simple random sampling method in the 2018-2019 school year. "Personal Information Form" and "The Questionnaire of Parents' Involvement in Mathematics Education" were used as data collection tools. Necessary statistical analyses were performed by using SPSS 16.0. The percentage-frequency were used for the assessment of data. In this study, it was achieved to the conclusion that the attitudes, interests and involvement of parents in mathematics are positive when examining the involvement of families in mathematics education.

Keywords: Mathematics, Mathematics Education, Family Involvement

AİLELERİN MATEMATİK ÖĞRETİMİNE KATILIMLARI

ÖZ

Bu çalışmada velilerinin matematik öğretimine katılımlarını incelemek amaçlanmıştır. Bu araştırma ailelerin matematik öğretimlerine katılımlarını belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilmiş olan tarama modelinde nicel bir araştırmadır. Araştırmanın örneklemini 2018-2019 Eğitim-Öğretim yılında basit rastgele örnekleme yöntemi ile seçilen toplam 209 öğrenci velisi oluşturmaktadır. Araştırmada ölçme araçları olarak "Kişisel Bilgi Formu" ve "Velilerinin Matematik Öğretimine Katılımları Anketi" kullanılmıştır ve gerekli istatistiksel çözümleri SPSS 16.0 kullanılarak yapılmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde ise yüzde-frekans kullanılmıştır. Ailelerin matematik öğretimine katılımlarının incelendiğinde bu araştırmada, velilerin matematiğe karşı tutumları, ilgileri ve katılımlarının olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Matematik, Matematik Eğitimi, Aile Katılımı

Introduction

Families should involve in the education of their children since they are one of the most important elements of the education and training process (Hacısalihoglu-Karadeniz, Aksu & Topal, 2012). The family involvement aiming at increasing the success of the children includes gaining many abilities from families' learning the abilities special to the subject to developing suitable relationships within family (Keceli-Kaysili, 2008). Families are responsible for ensuring their children's becoming more successful in mathematics as they are in other courses. Their showing positive attitude towards mathematics is the leading one of these responsibilities. This positive attitude of the families also affects the attitudes of their children to this course positively (Yenilmez, 2006). Children are introduced to mathematics in a very early period and since the child's having mathematical concepts and skills directly begins with the informal education that s/he

¹Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, dyasemin@istanbul.edu.tr , ORCID:0000-0003-3030-7049.

Received/Geliş: 03/07/2019 Accepted/Kabul: 30/09/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Deringöl, Y. (2020). "Family Involvement in Mathematics Education", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s. 507-523

receives in the family, the rising of child's success rate of mathematics in advancing training and education process is directly proportional to the awareness level of the family. In this regard, it has been achieved as a result by many researches that there is a strong and positive relationship between the family involvement in education and the mathematics achievement of their children (Ayril, et. al., 2012; Akay, 2012; Cai, Moyer, & Wang, 1999; Dinç, 2017; Erbay, 2013; Peressini, 1998).

When examining the related literature, it is seen that many investigations have been carried out in terms of family involvement in mathematics education (Akay, 2012; Ayril, et. al, 2012; Cai, Moyer, & Wang, 1999; Cai, 2003; Erbay, 2013; Karaca ve Gür, 2004; Kutluca & Aydın, 2010; Nyabuto & Njoroge, 2014; Peressini, 1998; Şahin-Doğruer, 2014; Yenilmez, 2006; Yenilmez, Özer, & Yıldız, 2006). However, none of these researches consisted of talented students and students with normal intelligence level as their samples. Based on this gap in the field, this study aimed to examine the participation of parents with children in primary and middle school in mathematics teaching. Following questions have been sought answer within the context of this purpose:

1. What are the attitudes, interests and involvement status of families in the mathematics education process according to the grade of their children?
2. What are the attitudes, interests and involvement status of families in the mathematics education process according to whether their children are identified as talented?
3. What are the attitudes, interests and involvement status of parents in the mathematics education process according to their being mother and father?

Method

This study is a quantitative study designed as a survey method in order to determine the family involvement in mathematics education. The survey method aims at “describing any case as it is that occurred in the past or is still exist” as stated by Karasar (2005).

Sample

The sample of the study included the parents of 209 students selected by simple random sampling method in the 2018-2019 school year. The sample consisted of the parents of students receiving education in two state schools in Istanbul. One group of these students were in normal intelligence level while the other group of students were taking education in a Centre for the Arts & Sciences. Centre for the Arts & Sciences are located in Turkey and the special education programs are implemented in these places and they are prepared towards targeted goals in accordance with developmental characteristics, needs for education and performances of talented individuals by basing on the program followed by them and include the support education services to be given to these individuals. Identification of students to be enrolled in Centre for the Arts & Sciences is done as individual and group scans. Students are diagnosed as skilled in the areas of general mental ability and visual arts and music talent through tests (Directives of Centre for the Arts & Sciences, 2016). The distribution of parents in the study group is given below.

Table 1. The distribution of parents

	Primary School	Middle School	Total
--	----------------	---------------	-------

	n	%	n	%	n	%
Normal	90	69.8	39	30.2	129	61.7
Talented	58	72.5	22	27.5	80	38.3
Total	148	70.8	61	29.2	209	100.0

The sample consists of totally 209 students' parents of which 129 (61,7%) have children with normal intelligence level and 80 (38.3%) have talented children. While the children of 148 (70.8%) parents are primary school students, the children of 61 (29.2%) parents are enrolled in middle school. In addition, 124 (%59.3) of these parents are mother and the rest that is 85 (40.7%) of these parents are father.

Data Collection Tools

“Personal Information Form” and “The Questionnaire of Parents’ Involvement in Mathematics Education” were used as data collection tools. The first of these data collection tools is the “Personal Information Form” developed by the researcher. This form involves the information about the grades in which children receive education and whether they are children with normal intelligence level or talented children and whether the parents, who participated in this study, are mother or father. The second data collection tool used in this study is “The Questionnaire of Parents’ Involvement in Mathematics Education” developed by Karaca and Gur (2004). This questionnaire contains totally 27 items of which 13 are negative and 14 are positive and students’ parents express ‘their interests, attitudes and expectations in terms of involving in the process of mathematics education’. While the items of 1, 3, 4, 6 and 7 assess the attitudes of parents towards mathematics, the items of 5, 8, 12, 19, 21, 23, 25 and 26 provide information about their interests concerning mathematics and finally 2nd, 9th, 10th, 11th, 13th, 14th, 15th, 16th, 17th, 18th, 20th, 23rd, 24th and 27th items give insight about their wish to involve in the course of mathematics. In the research, the expectations, attitudes and attitudes of parents who have questionnaire about the participation in mathematics education process were handled separately according to the research questions.

Data Analysis

The data entry of forms filled out by parents in order to determine the involvement of families in mathematics education was made in line with the general purpose of the research and necessary statistical analyses were performed by using SPSS 16.0. The percentage-frequency were used for the assessment of data.

Findings

Findings are given below, taking into consideration the expectations, attitudes of parents of the questionnaire, which are questionnaire sections, and their participation in mathematics education process, according to the research questions. The findings obtained in line with the variables regarding the involvement of parents in mathematics education are provided below. The findings related to the first sub-problem are given in Table 2, 3 and 4.

Table 2. The Attitudes of Parents towards Mathematics in accordance with the Grades

Expressions of Attitudes	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Primary School	Middle School	Primary School	Middle School	Primary School	Middle School
	%	%	%	%	%	%
Mathematics is a difficult lesson to learn	32.4	29.5	10.8	21.3	56.8	49.2
I didn't like math lesson	31.8	19.7	9.5	8.2	58.8	72.1
Mathematics is an important lesson for my child to learn.	77.0	88.5	0.7	1.6	22.3	9.8
Mathematics lesson is one of the lessons I have difficulty.	34.5	26.2	18.2	23.0	47.3	50.8
I enjoy dealing with math related questions.	58.1	55.7	15.5	24.6	26.4	19.7

When looking at the percentages of parents to participate in the survey statements, primary school parents said that 'mathematics is an easy lesson to learn' (56.8%; 49.2%) and 'they enjoy tackling mathematics questions' (58.1%; 55.7%). When the answers of the middle school parents are examined; They were more likely than primary school parents to say that they liked 'mathematics lesson' (58.8%; 72.1%), 'that their children are an important lesson to learn' (77%; 88.5%) and 'that they do not have difficulty in mathematics lesson' (47.3%; 50.8%).

Table 3. The Interests of Parents towards Mathematics in accordance with the Grades that Their Children are Enrolled

Expressions of Interests	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Primary School	Middle School	Primary School	Middle School	Primary School	Middle School
	%	%	%	%	%	%
I can't help the child because I don't know enough about	24.3	14.8	14.9	19.7	60.8	65.6

her/his homework on mathematics.						
I have a hard time answering questions on some topics in math class.	38.5	19.7	22.3	37.7	39.2	42.6
It is enough for me that my child has a passing grade in mathematics.	24.3	14.8	12.2	11.5	63.5	73.8
I am satisfied with my child's math teacher.	48.0	49.2	25.7	32.8	26.4	18.0
I get frequent information about my child's condition by talking with the math teacher	51.4	39.3	15.5	21.3	33.1	39.3
I find it difficult to find different resources (test book, supplementary textbook, exam booklets, etc.) for my child apart from the textbook.	25.7	14.8	9.5	11.5	64.9	73.8
In case of problems we cannot solve, I consult your teacher.	50.7	52.5	14.2	23.0	35.1	24.6
I don't find the homework given by the teacher enough.	24.3	24.6	23.0	32.8	52.7	42.6

When looking at the percentages of parents' participation in the survey statements, primary school parents said that they had a higher rate of 'getting information about their children' (51.4%; 39.3%) and 'teachers found their homework sufficient' (52.7%; 42.6%). The statements that middle school students' parents attend at a higher rate than primary school students' parents are as follows in Table 3: 'They can help their children with their math homework' (60.8%; 65.6%), 'they do not have difficulty in answering the questions' (39.2%; 42.6%), 'their children are not satisfied with passing grades' (63.5%; 73.8%), 'It is observed that they are' (48%; 49.2%), 'they have no problem finding different resources for their children' (64.9%; 73.8%), 'they consult teachers in problems they cannot solve' (50.7%; 52.5%).

Table 4. The Involvement of Parents in Mathematics Education in accordance with the Grades that Their Children are Enrolled

Interest Expressions	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Primary School	Middle School	Primary School	Middle School	Primary School	Middle
	%	%	%	%	%	%
My child does not have difficulty learning math	55.4	59.0	20.3	19.7	24.3	21.3

We repeat the topic he/she saw in mathematics class with my child day by day	43.9	18.0	27.7	42.6	28.4	39.3
I find the teacher to teach enough.	39.2	27.9	34.5	37.7	26.4	34.4
I can't answer my child's questions because I'm tired, she does it herself/himself	26.4	21.3	19.6	21.3	54.1	57.4
My child has a problem (s) in mathematics.	45.9	54.1	18.9	24.6	35.1	21.3
My child does not need to ask me about the problems he/she had in mathematics	18.2	19.7	17.6	18.0	64.2	62.3
I find it difficult to solve the questions in my child's textbooks.	24.3	11.5	13.5	23.0	62.2	65.6
I have a hard time explaining my child how to solve math problems.	23.6	9.8	23.0	39.3	53.4	50.8
My child consults with someone who is interested in math for their homework.	38.5	55.7	12.2	11.5	49.3	32.8
He/she does her math homework with her friends.	27.0	23.0	14.2	24.6	58.8	52.5
There are resources to use at home, no need to ask me	23.0	18.0	23.0	18.0	54.1	63.9
Apart from the problems they solve at school, I also make them solve problems from different sources at home.	60.8	67.2	13.5	23.0	25.7	9.8
I'm willing to help my child but I don't know how to help	27.7	9.8	19.6	34.4	52.7	55.7
I don't have time to work with my child.	18.2	18.0	20.9	21.3	60.8	60.7

According to their participation in mathematics education, primary school parents had a higher rate of 'asking their children about the problems they had in mathematics' (64.2%; 62.3%), 'having difficulty in explaining the solutions of the problems' (53.4%; 50.8%), 'homework was not done with their friends' (%58.8; 52.5%) and finally 'they had time to work with their children' (60.8%; 60.7%). The statements that middle school parents attend at a higher rate than primary school parents are as follows: 'Their children do not have difficulty in learning mathematics' (55.4%; 59%), 'even though they are tired, their children can answer their questions' (54.1%; 57.4%), 'their children have difficulties' (45.9%; 54.1%), 'they did not have difficulty in solving the questions' (62.2%; 65.5%), 'they were asked about their knowledge in homework' (54.1%; 63.9%), 'the problems were solved from different sources' (60.8%; 67.2%) and 'they know how to help their

children' (52.7% 55.7%). When the examinations are made according to the highest percentages in the percentages, it is seen that the parents of primary school students (42.9%) are unstable in this regard as in Table 4, while the parents of the primary school students participate in their 'daily repetitions with their children' (43.9%). Again, while elementary school parents say that they 'find what teachers teach enough' (39.2%), middle school parents (37.7%) are also undecided. While middle school parents stated that 'someone was consulted for their math homework' (55.7%), primary school parents did not agree (49.3%).

The findings related to the second sub-problem are provided in Tables 5, 6 and 7

Table 5. The Attitudes of Parents towards Mathematics According to the Intelligence Level of Their Children

Expressions of Attitudes	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Normal Intelligence	Talented Children	Normal Intelligence	Talented Children	Normal Intelligence	Talented Children
	%	%	%	%	%	%
Mathematics is a difficult lesson to learn	34.9	26.3	14.7	12.5	50.4	61.3
I didn't like math lesson	32.6	21.3	7.8	11.3	59.7	67.5
Mathematics is an important lesson for my child to learn.	72.9	92.5	0.8	1.3	26.4	6.3
Mathematics lesson is one of the lessons I have difficulty.	31.8	32.5	21.7	16.3	46.5	51.3
I enjoy dealing with math related questions.	55.0	61.3	20.2	15.0	24.8	23.8

When parents' responses to attitude expressions towards mathematics are examined, parents of talented children have a higher percentage of participation in all expressions than parents of children with normal intelligence. Accordingly, parents of talented children stated that 'mathematics is an easy lesson to learn' (50.4%; 61.3%), 'they love mathematics lessons' (59.7%; 67.5%), 'an important lesson for their children to learn' (72.9%; 92.5) stated that 'they did not have difficulty in mathematics lessons' (46.5%; 51.3%) and that 'they enjoyed dealing with questions related to mathematics' (55%; 61.3%), as seen in Table 5.

Table 6. The Interests of Parents towards Mathematics According to the Intelligence Level of Their Children

Expressions of Interests	I Agree	Neutral	I do not Agree
--------------------------	---------	---------	----------------

Their Interest Towards Mathematics Course	Normal Intelligence	Talented Children	Normal Intelligence	Talented Children	Normal Intelligence	Talented Children
	%	%	%	%	%	%
I can't help the child because I don't know enough about her/his homework on mathematics.	25.6	15.0	15.5	17.5	58.9	67.5
I have a hard time answering questions on some topics in math class.	31.0	36.3	26.4	27.5	42.6	36.3
It is enough for me that my child has a passing grade in mathematics.	23.3	18.8	11.6	12.5	65.1	68.8
I am satisfied with my child's math teacher.	46.5	51.3	27.9	27.5	25.6	21.3
I get frequent information about my child's condition by talking with the math teacher	40.3	60.0	17.1	17.5	42.6	22.5
I find it difficult to find different resources (test book, supplementary textbook, exam booklets, etc.) for my child apart from the textbook.	25.6	17.5	11.6	7.5	62.8	75.0
In case of problems we cannot solve, I consult your teacher.	55.0	45.0	16.3	17.5	28.7	37.5
I don't find the homework given by the teacher enough.	27.1	20.0	26.4	25.0	46.5	55.0

When the interests of parents of talented children and normal intelligence levels of parents were examined; parents of talented children 'can help their children with their math homework' (58.9%; 67.5%), 'it is not enough for their children to get a passing grade' (65.1%; 68.8%), 'their children are satisfied with their mathematics teachers' (46.5%; 51.3%), As seen in Table 6, they agree with the statements that 'they do not have difficulty in finding different resources for their children' (62.8%; 75%) and 'teachers find their homework sufficient' (46.5%; 55%), as seen in Table 6. On the other hand, parents with normal intelligence level participated in the statements that 'they did not have difficulty in answering the questions' (42.6%; 36.3%) and 'they consult the teachers in the problems they could not solve' (55%; 45%) than the parents of talented children. Parents of talented children stated that 'they get continuous information about their children' (60%) whereas parents with normal intelligence stated that 'they do not always get information about their children' (42.6%).

Table 7. The Involvement of Parents in Mathematics Education According to Intelligence Levels of Their Children

Interest Expressions	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Normal Intelligence	Talented Children	Normal Intelligence	Talented Children	Normal Intelligence	Talented Children
	%	%	%	%	%	%
My child does not have difficulty learning math	51.2	65.0	22.5	16.3	26.4	18.8
We repeat the topic he/she saw in mathematics class with my child day by day	40.3	30.0	33.3	30.0	26.4	40.0
I find the teacher to teach enough.	41.9	26.3	38.8	30.0	19.4	43.8
I can't answer my child's questions because I'm tired, she does it herself/himself	24.0	26.3	22.5	16.3	53.5	57.5
My child has a problem (s) in mathematics.	50.4	45.0	20.2	21.3	29.5	33.8
My child does not need to ask me about the problems he/she had in mathematics	22.5	12.5	15.5	21.3	62.0	66.3
I find it difficult to solve the questions in my child's textbooks.	20.2	21.3	15.5	17.5	64.3	61.3
I have a hard time explaining my child how to solve math problems.	15.5	26.3	28.7	26.3	55.8	47.5
My child consults with someone who is interested in math for their homework.	51.2	31.3	10.1	15.0	38.8	53.8
He/she does her math homework with her friends.	35.7	10.0	16.3	18.8	48.1	71.3
There are resources to use at home, no need to ask me	20.2	23.8	23.3	18.8	56.6	57.5
Apart from the problems they solve at school, I also make them solve problems from different sources at home.	59.7	67.5	17.8	13.8	22.5	18.8
I'm willing to help my child but I don't know how to help	24.8	18.8	20.9	28.8	54.3	52.5

I don't have time to work with my child.	24.0	8.8	20.2	22.5	55.8	68.8
--	------	-----	------	------	------	------

When the participation of parents of talented children and normal intelligence levels in mathematics education is examined; parents of children with normal intelligence level participated in higher rates than those of parents of talented children: parents of talented children 'their children do not have difficulty in learning mathematics' (51.2%; 65%), 'they can answer their children's questions even if they are tired' (53.5%; 57.5%), where their children ask about the problems they have difficulty in mathematics' (62%; 66.3%), 'mathematics no one was consulted for their homework' (38.8%; 53.8%), 'Homework is not done with friends' (48.1%; 71.3%), 'Asking for knowledge in homework' (56.6%; 57.5%), 'Problems are solved from different sources' (59.7%; 67.5%) and 'that they have time to work with their children' (55.8%; 68.8%) are higher participants than the parents' answers of the children with normal intelligence level. On the other hand, parents of children with normal intelligence level participated in higher rates than those of parents of talented children: 'Their children have difficulties' (50.4%; 45%), 'their children do not have difficulty in solving the questions in their textbooks' (64.3%; 61.3%), 'they do not have difficulty in explaining the solutions of the problems' (55.8%; 47.5%) and 'they know how to help their children'. (54.3%; 52.5%). Parents of talented children 'normal repetitions with their children' (40.0%) and 'parents who do not find what they teach enough' (43.8%) parents of children with normal intelligence level 'parents have done daily with their children' (40.3%) and 'teachers find it sufficient' (41.9%) is given in Table 7.

The findings related to the third sub-problem are provided in Table 8, 9 and 10.

Table 8. The Attitudes of Parents towards Mathematics According to Their Being Mother and Father

Expressions of Attitudes	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Mother	Father	Mother	Father	Mother	Father
	%	%	%	%	%	%
Mathematics is a difficult lesson to learn	31.5	31.8	13.7	14.1	54.8	54.1
I didn't like math lesson	27.4	29.4	9.7	8.2	62.9	62.4
Mathematics is an important lesson for my child to learn.	79.8	81.2	0	2.4	20.2	16.5
Mathematics lesson is one of the lessons I have difficulty.	30.6	34.1	21.8	16.5	47.6	49.4
I enjoy dealing with math related questions.	54.8	61.2	21.8	12.9	23.4	25.9

When the attitudes of mothers and fathers towards mathematics are examined; mothers stated that ‘mathematics is an easy lesson to learn’ (54.8%; 54.1%) and ‘they love mathematics lesson’ (62.9%; 62.4%) compared to fathers. Fathers, on the other hand, are more ‘an important lesson for their children to learn’ than mothers (79.8%; 81.2%), ‘they did not have difficulty in mathematics’ (47.6%; 49.4%) and ‘they enjoyed dealing with math-related questions’ (54.8%; 61.2%) as stated in Table 8, they expressed with high participation.

Table 9. The Interests of Parents towards Mathematics According to Their Being Mother and Father

Expressions of Interests	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Mother	Father	Mother	Father	Mother	Father
	%	%	%	%	%	%
My child does not have difficulty learning math	21.8	21.2	16.9	15.3	61.3	63.5
We repeat the topic he/she saw in mathematics class with my child day by day	32.3	34.1	25.0	29.4	42.7	36.5
I find the teacher to teach enough.	20.2	23.5	12.9	10.6	66.9	65.9
I can’t answer my child’s questions because I’m tired, she does it herself/himself	53.2	41.2	23.4	34.1	23.4	24.7
My child has a problem (s) in mathematics.	46.8	49.4	14.5	21.2	38.7	29.4
My child does not need to ask me about the problems he/she had in mathematics	19.4	27.1	8.1	12.9	72.6	60.0
I find it difficult to solve the questions in my child’s textbooks.	54.8	45.9	18.5	14.1	26.6	40.0
I have a hard time explaining my child how to solve math problems.	23.4	25.9	25.0	27.1	51.6	47.1

When the interests of mothers and fathers towards mathematics are examined; mothers agree with the following statements more than fathers: ‘They do not have difficulty in answering the questions’ (42.7%; 36.5%), ‘it is not enough for their children to get a passing grades’ (66.9%; 65.9%), ‘their children are satisfied with their math teachers’ (53.2%; 41.2%), ‘different sources for their children they had no problem finding’ (72.6%; 60%), ‘they consulted teachers for problems they couldn’t solve’ (54.8%; 45.9%) and ‘teachers found their homework sufficient’ (51.6%; 47.1%). The fathers also expressed that ‘they can help their children with their math homework’ (61.3%; 63.5%),

and that they receive ‘continuous information about their children’ (46.8%; 49.4%) by participating in a higher rate than the mothers.

Table 10. The Involvement of Parents in Mathematics Education According to Their Being Mother and Father

Interest Expressions	I Agree		Neutral		I do not Agree	
	Mother	Father	Mother	Father	Mother	Father
	%	%	%	%	%	%
My child does not have difficulty learning math	59.7	51.8	20.2	20.0	20.2	28.2
We repeat the topic he/she saw in mathematics class with my child day by day	37.9	34.1	30.6	34.1	31.5	31.8
I find the teacher to teach enough.	39.5	30.6	37.9	31.8	22.6	37.6
I can't answer my child's questions because I'm tired, she does it herself/himself	28.2	20.0	17.7	23.5	54.0	56.5
My child has a problem (s) in mathematics.	48.4	48.2	21.8	18.8	29.8	32.9
My child does not need to ask me about the problems he/she had in mathematics	19.4	17.6	15.3	21.2	65.3	61.2
I find it difficult to solve the questions in my child's textbooks.	16.1	27.1	16.9	15.3	66.9	57.6
I have a hard time explaining my child how to solve math problems.	14.5	27.1	27.4	28.2	58.1	44.7
My child consults with someone who is interested in math for their homework.	45.2	41.2	10.5	14.1	44.4	44.7
He/she does her math homework with her friends.	25.8	25.9	12.9	23.5	61.3	50.6
There are resources to use at home, no need to ask me	22.6	20.0	21.8	21.2	55.6	58.8
Apart from the problems they solve at school, I also make them solve problems from different sources at home.	62.1	63.5	16.9	15.3	21.0	21.2
I'm willing to help my child	22.6	22.4	25.0	22.4	52.4	55.3

but I don't know how to help						
I don't have time to work with my child.	16.9	20.0	19.4	23.5	63.7	56.5

When the participation of parents in mathematics education is examined; mothers said I would agree with the following statements at a higher rate than fathers: 'Their children did not have difficulty in learning mathematics' (59.7%; 51.8%), 'they did it daily with their children' (37.9%; 34.1%), 'their children had difficulties' (48.4%; 48.2%), 'they asked their child's problems in mathematics' (65.3%; 61.2%), 'their children do not have difficulty in solving the questions in the textbooks' (66.9%; 57.6%), 'they do not have difficulty in explaining the solution of the problems' (58.1%; 44.7%), 'homework is not done with their friends' (61.3%; 50.6%) and finally 'that they have time to work with their children' (63.7%; 56.5%). Statements that fathers agree with are higher than mothers are: 'Although they are tired, their children can answer their questions' (54%; 56.5%), 'they are asked about their knowledge in homework' (55.6%; 58.8%), 'problems are solved from different sources' (62.1%; 63.5%) and 'they know how to help their children' (52.4%; 55.3%). While mothers 'find teachers 'teaching sufficient' (39.5%), fathers' do not find teachers 'teaching enough' (37.6%). Again, mothers say that 'someone was consulted for their math homework' (45.2%) and 'fathers were not' (44.7%).

4. Discussion and Conclusion

Parents' participation in mathematics teaching in this research; parents' attitudes towards mathematics have been examined as their interests and participation. The levels in which the children are located are examined separately according to the normal intelligence level and talented of the children and the parental status of the participants. When examinations are made according to the first question of the research; primary school parents 'mathematics is an easy lesson to learn' than middle school parents, 'they enjoy dealing with mathematics questions', 'they constantly learn about their children', 'they find the homework given by teachers' enough, 'they ask their children about the problems they have in mathematics', 'they explained that they had no difficulty in explaining', 'homework was not done with their friends' and finally 'they had time to work with their children'. Middle school parents; 'they love mathematics lesson', 'it is an important lesson for their children to learn' and 'they do not have difficulty in mathematics lesson', 'they can help their children with their math homework', 'they do not have difficulty in answering questions', 'it is not enough for their children to get a passing grade', 'they are satisfied', 'they have no problem finding different resources for their children', 'they consult teachers for problems they cannot solve', 'their children have difficulty in learning mathematics', 'they are able to answer their children's questions even if they are tired', 'their children have difficulties', 'they solve the questions in their children's textbooks. They were more likely than primary school parents to say that they did not have difficulty, 'were asked about their knowledge in homework', 'problems were solved from different sources' and 'they know how to help their children'. It is the first result of the research that especially the parents' attitudes to the statements involving the attitudes of the families are higher than the middle school parents. On the other hand, middle school students' parents also participated in expressions of interest in mathematics at a higher

rate. In the expressions of participation in mathematics education, which is the last part of the questionnaire, which is the data collection tool, they said “I agree” to the statements about middle school students’ parents, and especially about their children’s mathematics education. Another noteworthy finding is that while the elementary school parents agree with the ‘daily repetitions with their children’, the middle school parents are unstable on this issue. While elementary school parents say that they ‘find what teachers teach enough’, middle school parents are also undecided. While middle school parents stated that ‘someone was consulted for their math homework’, primary school parents did not agree with it. Nyabuto and Njoroge (2014) urged that the primary school students’ mathematics performance is affected by the factors of parenthood in Kenya and families have duties such as providing the materials for learning mathematics, helping their children to do their homework, following their studies related to school and participating in school meetings and functions. What is more, Ozcan (2016) argues in his study investigating the belief and involvement of parents in the process of their children’s learning mathematics that most of the families considered the mathematics course more important than other courses and this rate increased in the level of middle school as it is found out in the present study. It is also seen that while awareness, involvement, support and positive attitudes of parents have generally been found to be lower in the level of middle school, following the success level is carried out more frequently. Yenilmez (2006) argued contrary to this study that while the in-class involvement level of parents with students in lower grades is higher, it is lower for the families having children in higher grades.

According to the second question of the research, the answers of the parents were divided into two according to their children’s normal intelligence and their talented, and their answers were examined separately according to the 3 parts of the questionnaire. Accordingly, talented children’ parents is ‘an easy lesson to learn’, ‘they like math lesson’, ‘their children are an important lesson to learn’, ‘they do not have difficulty in math lesson’ and ‘they enjoy to deal with math related questions’, ‘although they are tired, they can help with their homework’, ‘their children are not enough to get a passing grade’, ‘their children are satisfied with their math teachers’, ‘they do not have difficulty in finding different resources for their children’ and ‘their children do not have difficulty in learning mathematics’, ‘it is time to work with children, where they can answer their children’s questions’, ‘ask their children about the problems they have difficulty in mathematics’ participation in the expressions they are in is higher than that of parents of students with normal intelligence. Parents with normal intelligence level are more participant in the following items than the parents of talented children: ‘They do not have difficulty in answering the questions’, ‘they consult teachers in the problems they cannot solve’, ‘their children have difficulties’, ‘their children do not have difficulty in solving the questions in the textbooks’, ‘they know how to help their children’ and ‘how they know’. The second result of the study has higher percentage of participation of parents of talented children than parents of children with normal intelligence in all of the attitude items of the survey. Again, in the items of interest and participation in mathematics education, parents of talented children are higher in the parents of children with normal intelligence level. Another result is that families with talented children stated that they ‘get continuous information about their children’ whereas parents with normal intelligence stated that they ‘do not always get information about their children’. Again,

families with talented children express that they do not 'do it daily with their children' and 'parents who do not find what they teach enough' parents of children with normal intelligence level 'parents do what they teach daily' and 'teachers find it sufficient'. Sanders, Epstein, & Conners-Tadros (1999) achieved the conclusion that the families of successful students involve more in the education of their children. It was also detected by Dinc (2017) that there is a significant positive relationship between the family involvement perception of parents and the grade point average dependent course success of students, in other words, as the family involvement of parents increased, the course success of students rose, too. Akay (2012) achieved the conclusion in his experimental master thesis in which he investigated the effect of performance projects with family involvement on the mathematics course success of 5th grade students in primary school that mathematics course success of the students with family involvement in the experimental group increased in the post-test results. In addition, Cai, Moyer, & Wang (1999) concluded in the study conducted with the parents of middle school students that mathematics success and attitudes of students of the parents, who are more supportive and involving more, have been positive. Akbaba-Altun (2009) suggested in their study in which they examined the opinions of parents, teachers and students related to the academic failure of primary education student that not only parents but also students and teachers expressed the indifference of parents as the first reason for the failure of students.

Finally, the participants were examined according to their mother and father status. With mothers and fathers, they find different sources for their children, 'mathematics is an easy lesson to learn', 'they love mathematics lesson', 'they do not have difficulty in answering questions', 'their children are not enough to get a passing grade', 'their children are satisfied with their math teachers', 'they do not have trouble', 'they consult teachers in problems they cannot solve', 'teachers find their homework sufficient', 'their children do not have difficulty in learning mathematics', 'they do it daily with their children', 'they ask their children', 'their children 'they have problems in mathematics their children'. They stated that they did not have difficulty in solving the questions in the textbooks, 'they did not have difficulties while explaining the solution of the problems', 'homework was not done with their friends' and finally 'they had time to work with their children'. According to the mothers, the fathers were tired of 'having an important lesson to be learned from their children', 'they did not have difficulty in mathematics', 'they enjoyed dealing with math related questions', 'they can help their children with their math homework', 'they constantly get information about their children', although they are tired. They expressed with high participation in expressions such as 'they can answer', 'they are asked about their knowledge in homework', 'problems are solved from different sources' and 'they know how to help their children'. Mothers participated in all three parts of the questionnaire (math attitude, interest and mathematics participation) more than fathers. In addition, mothers 'finding enough teachers have taught that' the fathers 'teachers teach what they do not find enough'. Again, mothers say that 'someone was consulted for their math homework' and 'fathers were not consulted'. Shumow and Miller (2001) also found out that fathers' involvement in education is less than the involvement of mothers. Sahin-Dogrue (2014) investigated the involvement in mathematics of three mothers with children in seventh grade and they concluded that the involvement of mothers in education and the success of the students have relationship. As it has been mentioned before, it has been discussed in many studies that the involvement of families

in education is an important factor (Ayrall, et. al., 2012; Cai, 2003; Erbay, 2013; Şahin-Doğruer, 2014; Tsui, 2005; Yenilmez, 2006). To conclude, families should be more sensitive to the involvement in education as their involvement in the education process affects the success of their children.

References

- Akay, Y. (2012). *Aile katılımlı performans görevlerinin ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin matematik dersi erişimi ve tutumlarına etkisi*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Akbaba-Altun, S. (2009). İlköğretim öğrencilerinin akademik başarısızlıklarına ilişkin veli, öğretmen ve öğrenci görüşlerinin incelenmesi. *İlköğretim Online*, 8(2), 567-586.
- Ayrall, M., Bozkurt, E., Özdemir, N. ve Sadıç, Ş. (2012). Veli katılımının öğrencilerin matematik başarısına etkisi. *IV. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi*, 56-64.
- Bilim ve Sanat Merkezleri Yönergesi. (2016). Millî eğitim bakanlığı bilim ve sanat merkezleri yönergesi. https://orgm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2016_10/07031350_bilsem_yonergesi.pdf
- Cai, J. (2003). Investigating parental roles of students' learning of mathematics from a cross-national perspective. *Mathematics Education Research Journal*, 15(2), 87-106.
- Cai, J., Moyer, J. C., & Wang, N. (1999). Parental Roles in Students' Learning of Mathematics: An Exploratory Study. *Research in Middle Level Education Quarterly*, 22, 3, 1-18. Doi: 10.1080/10848959.1999.11670147
- Dinç, F. (2017). *Velilerin eğitime katılım düzeyleri ile öğrenci başarısı arasındaki ilişki*. Tezsiz yüksek lisans projesi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Erbay, H. N. (2013). *Aile işlevselliğinin matematik başarısıyla ilişkisi: Güney Kore-Türkiye karşılaştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Hacısalihoglu-Karadeniz, M., Aksu, H. H., & Topal, T. (2012). Aile katılım sürecinin ilköğretim birinci kademe öğrencilerinin matematik başarısına yansımalar. *Millî Eğitim Dergisi*, 19, 232-245.
- Karaca, D. & Gür, H. (2004). *Köy ve şehir yerleşim yerlerindeki ailelerin matematik öğretimine katılımı*. V. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi, http://www.fedu.metu.edu.tr/ufbmek-5/b_kitabi/b_kitabi.htm
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Keçeli-Kaysılı, B. (2008). Akademik başarının arttırılmasında aile katılımı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 9(1), 69-83.
- Kutluca, T. & Aydın, M. (2010). Velilerin matematik eğitimine yönelik ilgileri, tutumları ve destekleri. *Aile ve Toplum*, 6(22), 65-78.
- Nyabuto, A. N. & Njoroge, P. M. (2014). Parental involvement on pupils' performance in mathematics in public primary schools in Kenya. *Journal of Educational and Social Research*, Vol. 4, No.1, 19-26. Doi:10.5901/jesr.2014.v4n1p19
- Özcan, B. N. (2016). Ebeveynlerin çocuklarının matematik öğrenme süreçlerindeki inanç ve katılımının incelemesi. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8, 105-117.
- Peressini, D. D. (1998). The portrayal of parents in the school mathematics reform literature: Locating the context for parental involvement. *Journal for Research in Mathematics Education*, 29(5), 555-582.
- Sanders, M. G., Epstein, J. L., & Connors-Tadros, L. (1999). Family partnership with high-schools-The parents' perspective. Report No. 32, Center for research on the education of students placed at risk, Johns Hopkins University & Howard University.
- Shumow, L. & Miller, J. D. (2001). Parents' at-home and at-school academic involvement with young adolescents. *Journal of Early Adolescence* 21(1), 68-92.
- Şahin-Doğruer, Ş. (2014). Effects of parental roles in students' mathematical learning: How does the education level of parents effect their involvement? *The Eurasia Proceedings of Educational & Social Sciences (EPESS)*, Volume 1, 84-89.
- Tsui, M. (2005). Family income, home environment, parenting, and mathematics Achievement of children in China and the United States. *Education and Urban Society*, Vol. 37, No. 3, 336-355. Doi: 10.1177/0013124504274188
- Yenilmez, K., Özer, M. N., & Yıldız, Z. (2006). Velilerin çocuklarının matematik eğitimine karşı yaklaşım ve katkılarının incelenmesi üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1).
- Yenilmez, K. (2006). İlköğretimde velilerin matematik eğitimine katkı düzeyleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 13-28.

TÜRKİYE’NİN DOĞAL GAZ, PETROL VE KÖMÜR TÜKETİMİNİN BÜYÜMEYE ETKİSİ: EKONOMETRİK BİR ANALİZ*

Hüseyin ATAŞ¹
Hüseyin GÜLER²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı 1990-2016 döneminde Türkiye’nin petrol, doğal gaz ve kömür tüketiminin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini tespit etmektir. Çalışmada Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), gayri safi sabit sermaye oluşumu, toplam işgücü, doğal gaz, petrol ve kömür tüketimi değişkenlerine ait veriler kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Serilerin durağanlığını test etmek için genişletilmiş Dickey-Fuller birim kök testi kullanılmış ve serilerin birim kök içerdiği tespit edilmiştir. Uygun gecikme değeri belirlenerek tahmin edilen vektör otoregresif modelinin ardından Johansen eşbütünlük testine geçilmiştir. Eşbütünlük testi sonucu bir adet anlamlı eşbütünlük vektör olduğu görülmüştür. Analizler sonucunda petrol, doğal gaz ve kömür tüketimi ile büyümenin uzun dönemde birlikte hareket ettiği anlaşılmıştır. Uzun dönemde doğal gaz tüketimi büyümeyi olumlu etkilemekte, petrol ve kömür tüketimi ise olumsuz etkilemektedir. GSYH’nin doğal gaz tüketimindeki şoklara ilk iki yıl için anlamlı ve pozitif tepki verdiği öte yandan petrol ve kömür tüketimindeki şoklara anlamlı bir tepki vermediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Türkiye’nin büyümesinin fosil yakıt tüketimine olan bağımlılığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Büyüme, Birincil Enerji Kaynakları, Petrol, Doğal Gaz, Kömür

THE EFFECT OF NATURAL GAS, OIL, AND COAL CONSUMPTION OF TURKEY ON GROWTH: AN ECONOMETRIC INVESTIGATION

ABSTRACT

The aim of this study is to reveal the effect of natural gas, oil, and coal consumption of Turkey on economic growth for the period between 1990 and 2016. Analysis is conducted using Gross Domestic Product (GDP), gross fixed capital formation, and total employment, natural gas, oil, and coal consumption data. The stationarity of series are tested with augmented Dickey-Fuller unit root tests and it is found that all series have unit roots. Once the vector autoregressive model is estimated with the appropriate lag length, Johansen co-integration tests are performed. Co-integration tests reveal that there exist a significant co-integration vector. Results show that oil, natural gas, coal consumption and growth tend to move together in the long-term. According to long-term analysis, natural gas consumption has a positive impact while oil and coal consumption has a negative impact on growth. While GDP has a positive and significant response to impulses on natural gas consumption for the first two years, it has no significant response to impulses on oil and coal consumption. These results show the dependency of Turkish growth on fossil fuel consumption.

Keywords: Growth, Primary Energy Sources, Oil, Natural Gas, Coal

* Bu çalışma Doç. Dr. Hüseyin GÜLER danışmanlığında Hüseyin ATAŞ tarafından tamamlanan “Türkiye İçin Birincil Enerji Kaynaklarının Büyüme Üzerine Etkileri” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

¹ Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, hatastph@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3201-7360

² Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, hguler@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7807-526X

Received/Geliş: 06/06/2020 Accepted/Kabul: 02/10/2020, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Ataş, H., Güler, H. (2020), “Türkiye’nin Doğal Gaz, Petrol Ve Kömür Tüketiminin Büyüme Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 524-539.

Giriş

Enerji insan hayatını yönlendiren ve insanlığın gelişimi için değeri sürekli artan bir kaynaktır. Uygarlıkların gelişimine bağlı olarak tarih içerisinde enerji tüketimi devamlı artmıştır. Medeniyetlerin başarıları, insan becerilerinin çeşitli enerji kaynaklarını daha etkin kullanarak geliştirilmesine bağlıdır. İnsan nüfusunun artması, modernleşme, kentleşme ile beraber küresel enerji talebi son yıllarda oldukça artmış ve daha da artması öngörülmektedir.

1800 yılında dünya nüfusu yaklaşık olarak 1 milyar idi. Aradan geçen 220 yılda dünya nüfusu yaklaşık altı kat artarken kişi başına düşen enerji tüketim miktarı ise kabaca bir tahmin ile 20 kat artmıştır. 2017 verilerine göre dünya enerji ihtiyacının yaklaşık %85'i kömür, petrol ve doğal gazdan yani birincil enerji kaynakları olarak nitelenen fosil yakıtlardan, %6,8'i hidroelektrikten, %3,6'sı yenilenebilir enerji kaynaklarından, %4,4'ü ise nükleer enerji ile karşılanmaktadır (Asif & Muneer, 2007; BP, 2018). Uluslararası Enerji Görünümü (International Energy Outlook, IEO) raporuna göre, 2015 ve 2040 yılları arasında dünyadaki enerji tüketiminin %28 oranında artması öngörülmektedir. Bu büyümenin büyük bir kısmının Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) üyesi olmayan ülkeler tarafından gerçekleştirileceği düşünülmektedir. Çin ve Hindistan dâhil OECD üyesi olmayan ülkelerin enerji tüketiminin bu süre içerisinde %60 oranında artması beklenmektedir (*International Energy Outlook 2017*, 2017).

Türkiye 2017'de 152 milyon ton petrol eş değerinde enerji tüketmiştir. Bu değer Avrupa'nın toplam enerji tüketiminin %8'ine denk gelmektedir. Türkiye'nin 2017'de tükettiği enerjinin %30'u petrol, %29'u doğal gaz, %29'u kömür, %8'i hidroelektrik, %2'si jeotermal ve %2'si biyoyakıtlardan temin edilmiştir. Toplam enerji tüketimi içerisinde birincil enerji kaynakları olan petrol, doğal gaz ve kömürün payı %89 olarak gerçekleşmiştir ("Global Energy Statistical Yearbook 2018," 2019).

Bir ülkenin iktisadi kalkınmasının temel faktörlerinden birisi enerji kaynaklarıdır. Enerji arz güvenliği, temini, çeşitlendirilmesi ve enerjiye düşük maliyet ile ulaşmak sürdürülebilir enerji politikalarının en önemli amaçlarından birisidir. Enerji kaynaklarının kıt olması ve rezervlerin giderek azalması, fosil yakıt kullanımı ile giderek artan çevresel sorunlar, gelecek nesilleri de düşünerek hem ulusal hem de evrensel bir enerji politikası ile büyüme politikası üretilmesini gerektirmektedir (Bayraç, 2009).

Türkiye ekonomisi 2000-2018 arasında ortalama %5,1 oranında büyümüştür. Büyümedeki bu artış enerji talebini ve enerjide dışa bağımlılığı da arttırmıştır. 2000'de Türkiye'nin enerji arzında dışa bağımlılık oranı %67 iken, 2010'da %70'e, 2016'da ise %74'e yükselmiştir. Son 26 yılda Türkiye'nin enerji arzındaki dışa bağımlılık oranı %22 oranında artmıştır (Makina Mühendisleri Odası (TMMOB), 2018).

Enerji verimliliği Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) çıktısı ile enerji tüketimi arasındaki oranı ifade etmektedir. Türkiye'nin kaynak kullanım oranının ve enerji verimliliğinin düşük olması sürdürülebilir ekonomi ve büyümeyi baskılamaktadır. Avrupa Birliği (AB) 2014'te enerji verimlilik politikalarını açıklayarak 2020'ye dek enerji verimliliğini arttırmak suretiyle %20 enerji tasarrufu gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Özellikle sanayi üretiminde kullanılan teçhizat ve makineler ile hane halkının kullandığı elektronik cihazların daha düşük enerji tüketenler ile değiştirilmesi bu hedeflerden bazılarıdır. Türkiye'nin de düşük enerji verimliliğini arttırmak ve sürdürülebilir ekonomi

ve büyüme performansını geliştirmek için büyümenin tükettiği enerji türlerine göre bağımlılığını tespit etmek önem arz etmektedir (EU Commission, 2014).

Enerjide dışa bağımlı olan Türkiye için enerji başlığı son yıllarda Ortadoğu'daki siyasi risk ve krizlerin artmasıyla çok daha önem arz etmeye başlamıştır. Türkiye'nin enerji tedarik ettiği komşu ülkelerde zaman zaman yaşanan siyasi krizler de birincil enerji kaynaklarının tedariki hususunda tedirginlikler yaratmaktadır. Türkiye, tükettiği birincil enerji kaynaklarından petrol ve doğal gazı büyük oranda ithal etmektedir. Hem birincil enerji kaynaklarının kalan süreli ömrü hem de coğrafyada bulunan ülkelerdeki siyasal riskler ve belirsizlikler sebebiyle farklı enerji türlerine; özellikle yenilenebilir enerji türlerine, yönelmek gerekmektedir. Bunların planlamasını yapabilmek adına birincil enerji kaynaklarına ne kadar bağımlı olduğunu ve bu kaynakların büyüme ne oranda etkilediğini tespit etmek gerekmektedir. Bu nedenle çalışmada birincil enerji kaynakları olan doğal gaz, petrol ve kömür tüketiminin büyüme üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Çalışmanın takip eden bölümleri şu şekilde organize edilmiştir: "Enerji Tüketimi ve Büyüme" başlıklı bölümde konuyla ilgili literatür taraması verilerek araştırma problemi ve çalışmanın literatüre katkısı ele alınacaktır. "Veri Seti ve Ekonometrik Yöntem" başlıklı bölümde çalışmada kullanılan veriler ve model tanıtılarak analizlerde kullanılan ekonometrik yöntemlere değinilecektir. Bu bölümü takiben "Bulgular" bölümünde analiz sonuçlarına yer verilecektir. Son olarak "Sonuç ve Öneriler" başlığı altında elde edilen sonuçlar tartışılacak ve sonraki çalışmalar için çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

Enerji Tüketimi ve Büyüme

İktisadi büyüme ile enerji tüketim ilişkisi ikinci dünya savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ekonomisinin büyüme performansı ile enerji tüketimi ilişkisini araştıran Kraft ve Kraft (1978) çalışmasından sonra geniş ölçüde incelenmiştir. Literatürde çeşitli ülkelerin ya da toplu olarak bir bölge, birlik ya da organizasyon içerisinde yer alan ülkelerin enerji tüketimi ve büyüme ilişkisini ele alan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda temel olarak dört farklı hipotez ortaya çıkmıştır:

Birinci hipotez büyüme hipotezidir. Bu hipotez büyüme ve enerji tüketimi arasında tek yönlü bir nedensellik olduğunu; nedenselliğin yönünün enerji tüketiminden büyüme doğru olduğunu iddia etmektedir. Enerji tüketiminin ekonomik süreçte ve üretim sürecinde hem doğrudan bir girdi olarak hem de dolaylı yoldan emek ve sermaye girdilerinin tamamlayıcısı olarak önemli bir role sahip olduğu değerlendirilmektedir. Enerji, emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin bir tamamlayıcısı olarak görülürken enerji politikaları üretimi ve büyümeyi etkileyebilmektedir (Saidi, Rahman, & Amamri, 2017). Bu hipotezin geçerli olduğu ekonomilerde enerji tasarruf tedbirleri önem arz etmektedir. Zira enerji tüketimindeki çeşitli sebeplerden meydana gelebilecek kırımlar büyüme üzerinde olumsuz etkiye sahip olacaktır. Bu tür çalışmalar şu şekilde özetlenebilir: Soytaş, Sari ve Özdemir (2005), Tsani (2010), Balcılar, Özdemir, Özdemir ve Şahbaz (2018).

İkinci hipotez koruma hipotezidir. Koruma hipotezi büyümeden enerji tüketimine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ifade etmektedir. Başka bir deyişle büyüme arttıkça enerji tüketimi de artmaktadır. Bu hipotezin geçerli olduğu ülkelerde büyümeyi olumsuz etkilemeyen enerji tasarruf politikaları uygulanabilmektedir. Bu hipotezin doğruluğunu savunan çalışmalar şöyle özetlenebilir: Kraft ve Kraft (1978),

Ghosh (2002), Zamani (2007), Halicioglu (2009), Belke, Dobnik ve Dreger (2011), Baranzini, Wever, Bareit ve Mathys (2013), Bastola ve Sapkota (2015) ve Alper ve Oguz (2016).

Üçüncü hipotez enerji tüketimi ve büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu; her iki değişkenin de birbirini etkilediğini gösteren geribildirim hipotezidir. Bu, enerji ve ekonomi politikalarının birlikte uygulanabileceğini göstermektedir. Bu hipotezin geçerli olduğu ekonomilerde enerji tüketiminin büyüme üzerindeki olumsuz etkilerini önlemek için enerji tüketim politikalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu konudaki bazı uluslararası çalışmalar şu şekildedir: Zachariadis ve Pashourtidou (2007), Erdal, Erdal ve Esengün (2008), Acaravci (2010), Apergis ve Payne (2010), Belke vd. (2011), Eggoh, Bangake ve Rault (2011), Korkmaz ve Develi (2012), Tugcu, Ozturk ve Aslan (2012), Pao ve Fu (2013) ve Araç ve Hasanov (2014).

Dördüncü hipotez büyüme ve enerji tüketimi arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi olmadığını savunan tarafsızlık hipotezidir. Tarafsızlık hipotezinin geçerli olduğu ekonomilerde büyüme ve enerji tüketimi değişkenleri ilişkili değildir ve enerji tüketimindeki artış veya azalışın büyüme üzerinde etkisi yoktur. Enerji tüketiminde ilgili politikalar ekonomide zenginlik yaratma düzeyini etkilememektedir (Saidi et al., 2017). Bu çalışmalardan bazıları şu şekildedir: Yu ve Hwang (1984), Altinay ve Karagol (2004), Jobert ve Karanfil (2007) ve Pata (2016).

Türkiye için enerji tüketimi ile büyüme arasındaki ilişki çeşitli dönemlerde araştırılmıştır. Soytaş vd. (2005) 1960-1995 döneminde Türkiye’de enerji tüketimi ile büyüme ilişkisini Johansen eşbütünleşme ve hata düzeltme modeli yöntemleri ile araştırmış; enerji tüketiminden büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik tespit etmiştir. Altinay ve Karagol (2004), 1950-2000 döneminde büyüme ve enerji tüketimi ilişkisini incelemiş; değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edememiştir. Halicioglu (2009), 1968-2005 döneminde büyüme ve enerji tüketimini araştırmış; büyümeden enerji tüketimine doğru tek yönlü bir nedensellik tespit etmiştir. Jobert ve Karanfil (2007) 1960-2003 arasında sektörel enerji tüketimi ile büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiş; nedensellik ilişkisi olmadığını tespit etmiştir. Erdal vd. (2008) 1970-2006 döneminde büyüme ve enerji tüketimi ilişkisini analiz etmiş; değişkenler arasında çift yönlü bir nedensellik olduğunu belirtmiştir. Acaravci (2010), 1968-2005 dönemi için büyüme ve elektrik tüketimi ilişkisini araştırmış; çift yönlü bir nedensellik tespit etmiştir. Korkmaz ve Develi (2012), 1960-2009 döneminde Türkiye’nin birincil enerji tüketimi ile büyüme ilişkisini araştırmış ve çift yönlü nedensellik tespit etmiştir. Alper ve Oguz (2016) 1990-2010 dönemi için yenilenebilir enerji tüketimi ile büyüme ilişkisini incelemiştir. Büyümeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek yönlü nedensellik tespit etmiştir. Bayar (2014) 1961-2012 arasında Türkiye’nin birincil enerji tüketimi ile büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmış; çift yönlü nedensellik tespit etmiştir. Araç ve Hasanov (2014), 1960-2010 dönemi için büyüme ve enerji tüketimini araştırmış ve çift yönlü nedensellik tespit etmiştir. Pata (2016), 1972-2011 dönemi için birincil enerji tüketimi ile büyüme ilişkisini araştırmış ve nedensellik ilişkisi tespit edememiştir.

Literatürde Türkiye için yapılan ampirik çalışmalarda bir sonuç birliği bulunmamaktadır. Araştırmalarda analizler genellikle toplam enerji tüketimini içeren değişkenler ile gerçekleştirilmiştir. Türkiye için birincil enerji tüketim miktarı ile büyüme ilişkisinin araştırıldığı çalışmalarda da yine ilgili kaynağa ait toplam tüketim miktarı ile analizler gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada literatürdeki çalışmalardan farklı olarak

birincil enerji kaynakları olan doğal gaz, petrol ve kömür tüketimi modele ayrı birer değişken olarak dâhil edilerek her bir enerji türünün büyüme üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Veri Seti ve Ekonometrik Yöntem

Türkiye'nin petrol, doğal gaz ve kömür tüketiminin iktisadi büyüme üzerindeki etkisinin araştırıldığı bu çalışmada çok değişkenli bir üretim modeli tercih edilmiştir. Çalışmada GSYH, gayri safi sabit sermaye oluşumu (K), toplam işgücü (L), doğal gaz (GAZ), petrol (PETROL) ve kömür (KATI) tüketimi değişkenlerine ait veriler kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Analizlerde tüm değişkenler logaritmik biçimde kullanılmıştır. Veri seti 1990-2016 dönemi yıllık frekans ile ele alınmıştır.

Petrol, doğal gaz ve kömür tüketim verileri Eurostat veri tabanından temin edilmiştir. Nihai enerji tüketimleri bin ton petrol eşdeğeri (Thousand Tonnes of Oil Equivalent, TOE) cinsinden ölçülmüştür. 1987 ve 2009 bazlı sabit GSYH (Bin TL) verileri Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) temin edilmiştir. 1987 bazlı GSYH için TÜİK ve Kalkınma Bakanlığının yayınladığı büyüme hızları kullanılarak 2009 bazlı GSYH verileri 1990-1997 dönemi için geriye doğru uyumlaştırılmıştır. Bu sayede 2009 bazlı GSYH serisi elde edilmiştir. Gayri safi sabit sermaye oluşumu (2009 bazlı sabit, Bin TL) ve toplam işgücü verileri Dünya Bankasından alınmıştır.

Veri seti belirlendikten sonra uygun bir yöntem seçilerek verilerin analiz edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada ilk olarak serilerin durağan olup olmadıkları ADF birim kök testi (Dickey & Fuller, 1979) ile test edilmiştir. Serilerin durağan olmaması durumunda aralarında uzun dönemli eşbütünlüşme ilişkisi olabileceğinden durağanlığın testi önemlidir. ADF testinin ana prensibi modele, bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin bağımsız değişken olarak eklenmesiyle hata terimleri arasında otokorelasyon oluşmasını ve değişkenlerin ardışık bağımlı olmasını engellemek şeklindedir.

İncelenen zaman serilerinin durağan olup olmadıkları birim kök testleri ile belirlendikten sonra serilerin uzun dönemde birbirleri ile ilişkili olup olmadıkları eşbütünlüşme analizi ile araştırılır. Eşbütünlüşme yöntemi durağan olmayan seriler arasındaki uzun dönem ilişkisinin modellenmesi ve tahmin edilmesi için kullanılmaktadır (Canbazoglu, 2010). Eşbütünlüşme analizini yapabilmek için geliştirilmiş bazı testler ve tahmin yöntemleri vardır. Bu yöntemler iki grupta ele alınmaktadır. İlk grup EKK tahminine dayanan tek denklemleri modeldir. İkinci grup ise denklemler sistemine dayanır. Tek denkleme dayalı yöntem Engle ve Granger (1987) tarafından geliştirilmiştir. Eşbütünlüşmeyi sağlayan birden çok eşbütünlüşme vektörü olduğu durumda ise Johansen (1988) tarafından geliştirilen, en çok olabilirlik yaklaşımına dayanan test kullanılabilir. Johansen yönteminde tahminler daha etkin olmakta ve birden fazla eşbütünlüşme vektörü bulunduğu için eşbütünlüşme ilişkilerinin tutarsız tahminleri önlenmektedir. Bu nedenle çalışmada durağan olmayan seriler arasındaki eşbütünlüşmenin testi için Johansen eşbütünlüşme testi uygulanmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için kullanılacak bir diğer yöntem Sims'in (1980) geliştirdiği vektör otoregresif (Vector Autoregressive, VAR) modelidir. Sims'in modelinde değişkenler içsel veya dışsal olarak ayrılmamakta, neticesinde de belirlenme diye bir problem oluşmamaktadır. VAR modeli aracılığıyla modelde yer alan değişkenlerden birine bir birimlik bir şok uygulandığında diğer değişkenlerin bu şoka karşı gösterdikleri tepkiyi ölçen etki-tepki fonksiyonları ve bir değişkende meydana gelen

değişimin yüzde kaçının kendinden, yüzden kaçının diğer değişkenlerden kaynakladığını hesaplamada kullanılan varyans ayrıştırma oranları elde edilebilir. Bu nedenle çalışmada değişkenler arasındaki ilişkilerin analizinde VAR modeli ile etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma oranları da kullanılmıştır.

Bulgular

İlk olarak modelde yer alan değişkenlerin durağanlıkları ADF testi ile test edilmiştir. Daha sonra durağan olmayan seriler arasındaki uzun dönem ilişkisi Johansen eşbütünleşme testi ve vektör hata düzeltme modeli (Vector Error Correction Model, VECM) ile incelenmiştir. Son olarak etki-tepki fonksiyonu ve varyans ayrıştırma oranları ele alınmıştır.

Tablo 1’de düzeydeki serilere uygulanan ADF test sonuçları verilmiştir. Tabloda verilen sonuçlar her bir değişken için en uygun model ile (deterministik bileşen içermeyen, sadece sabit içeren, hem sabit hem de trend içeren) belirlenen sonuçlardır. Buna göre %5 anlamlılık düzeyinde serilerin birim köke sahip olduğunu iddia eden yokluk hipotezleri reddedilememiştir. Dolayısıyla tüm serilerin birim kök içerdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1. Düzeydeki Seriler için Birim Kök Test Sonuçları

Katsayı	GSYH	K	L	GAZ	PETROL	KATI
y_{t-1}	-0,3415 (-2,1698) [0,4855]	-0,4311 (-2,5522) [0,3028]	0,0010 (3,6000) [0,9997]	-0,0609 (-2,4562) [0,1381]	0,0024 (2,2046) [0,9915]	-0,6867 (-3,4575) [0,0655]*
Sabit	6,8446 (2,1791) [0,0398]**	7,8700 (2,5648) [0,0173]**	- - -	0,6940 (2,9561) [0,0078]*	- - -	6,1249 (3,4683) [0,0021]***
Trend	0,0156 (2,2943) [0,0312]**	0,0293 (2,5667) [0,0172]**	- - -	- - -	- - -	0,0203 (2,9404) [0,0073]***
p	0	0	0	2	0	0

Not: Parantez içindeki değerler t istatistiklerini, köşeli parantez içindekiler p-değerlerini gösterir.

*: %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

** : %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

***: %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

p: Gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriteri (Schwarz Information Criterion, SIC) ile belirlenmiştir.

Serilerin en az I(1) olduklarının anlaşılması üzerine birinci farkları alınarak yeniden ADF testi uygulanmıştır. Fark alınmış serilere uygulanan ADF test sonuçları Tablo 2’de verildiği gibidir. Buna göre farklı alınmış seriler için serilerin birim köke sahip olduğunu iddia eden yokluk hipotezleri %5 anlamlılık düzeyinde reddedildiğinden tüm serilerin I(1) olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 2. Farklı Alınmış Seriler İçin Birim Kök Test Sonuçları

Katsayı	GSYH	K	L	GAZ	PETROL	KATI
y_{t-1}	-3,2152 (-4,2817) [0,0153]**	-1,1445 (-5,5521) [0,0001]***	-1,2273 (-5,9944) [0,0003]***	-1,4280 (-5,6091) [0,0007]***	-1,0034 (-4,8525) [0,0007]***	-1,3757 (-7,2940) [0,0000]***
Sabit	0,0690 (2,0828) [0,0593]*	0,0735 (2,1964) [0,0384]**	-0,0027 (-0,2720) [0,7881]	0,2601 (3,9439) [0,0008]***	0,0267 (2,1085) [0,0461]**	- - -
Trend	0,0042 (2,3592) [0,0361]**	- - -	0,0016 (2,4553) [0,0224]**	-0,0071 (-2,3798) [0,0274]**	- - -	- - -
p	5	0	0	1	0	0

Not: Parantez içindeki değerler t istatistiklerini, köşeli parantez içindekiler p-değerlerini gösterir.

*: %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

** : %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

***: %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

p: Gecikme uzunluğu SIC ile belirlenmiştir.

ADF test sonuçlarına göre tüm seriler aynı sırada bütünleştiklerinden aralarında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığı Johansen eşbütünleşme testi ile test edilmiştir. Bu testi uygulayabilmek için düzeydeki değişkenlerle uygun VAR modelini tahmin etmek gerekmektedir. VAR modelinde gecikme uzunluğunun seçimi için alternatif bilgi kriterleri kullanıldığında Tablo 3'deki sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre çalışmada ele alınan tüm kriterler için uygun gecikme uzunluğunun 1 olduğu görülmektedir. Bu nedenle Johansen eşbütünleşme testi uygulanırken uygun gecikme uzunluğu olarak 1 değeri kullanılmıştır.

Tablo 3. Düzeyde Yapılan VAR Analizinde Gecikme Uzunluğunun Seçimi

p	LogL	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	137,9101	-	$1,05 \times 10^{-12}$	-10,5528	-10,2603	-10,4717
1	287,5606	215,4967*	$1,30 \times 10^{-16}$*	-19,6449*	-17,5971*	-19,0769*
2	315,6648	26,9800	$4,38 \times 10^{-16}$	-19,0132	-15,2103	-17,9584

*: En uygun gecikme uzunluğunu gösterir

Tablo 4'te Johansen eşbütünleşme test sonuçları verilmiştir. Eşbütünleşik vektör sayısı belirlenirken iz istatistiği ve maksimum özdeğer istatistiği kullanılmıştır. Buna göre her iki test için de değişkenler arasında eşbütünleşik vektör olmadığını iddia eden yokluk hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Öte yandan değişkenler arasında en fazla bir eşbütünleşik vektör olduğunu iddia eden yokluk hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde reddedilememektedir. Dolayısıyla seçilen anlamlılık düzeyinde bir tane anlamlı eşbütünleşme vektörü olduğu söylenebilir.

Tablo 4. Eşbütünleşme Test Sonuçları

H_0	Özdeğer	İz İstatistiği		Maksimum Özdeğer İstatistiği	
		İstatistik	p-değeri	İstatistik	p-değeri
Hiç	0,8495	117,1580***	0,0008	49,2306***	0,0036
En fazla 1	0,7230	67,9275*	0,0701	33,3729*	0,0573
En fazla 2	0,5268	34,5546	0,4717	19,4524	0,3803
En fazla 3	0,2726	15,1022	0,7734	8,2736	0,8862
En fazla 4	0,2212	6,8286	0,5977	6,5004	0,5499
En fazla 5	0,0125	0,3282	0,5667	0,3282	0,5667

*: %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

**: %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

***: %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı p-değerini gösterir

Tablo 5'te eşbütünleşme denkleminde ait değişkenler, katsayı tahminleri, standart hatalar ve t-değerleri verilmiştir. Kontrol değişkenlerinin bağımlı değişken üzerindeki uzun dönemli etkileri incelendiğinde uzun dönemde K'deki %1'lik artışın GSYH'da %0,65'lik artışa, L'deki bir birimlik artışın GSYH'da %1,75'lik artışa sebep olduğu görülmektedir. PETROL'deki bir birim artış GSYH'da %1,08'lik ve KATI'daki bir birimlik artış GSYH'da %0,83'lük azalışa neden olurken GAZ'daki bir birimlik artış GSYH'da %0,18'lik artışa neden olmaktadır. Bu bulgular ışığında uzun dönemde petrol ve kömür tüketiminin GSYH'yı negatif yönde etkilediği, doğal gaz tüketiminin ise pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Tablo 5. Uzun Dönem Denklemi

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t değerleri
GSYH	1	-	-
SABİT	-4,3871	-	-
K	0,6492	0,0748	8,6826
L	1,7488	0,2161	8,0938
GAZ	0,1765	0,0360	4,9024
PETROL	-1,0888	0,1752	-6,2131
KATI	-0,8269	0,0950	-8,7015

Not: GSYH modelin bir tarafındayken geri kalan değişkenler modelin diğer tarafında yer almaktadır.

Johansen eşbütünleşme analizinden sonra hata düzeltme modeli parametreleri tahmin edilmiş olup sonuçlar Tablo 6'da verildiği gibidir. Burada u_{t-1} değişkenine ait t istatistiği bakımından anlamlı olmasa da kritik değere yakındır. Hata düzeltme katsayısı beklendiği gibi negatiftir. Bu katsayının negatif oluşu, hata düzeltme mekanizmasının bu değişkenlerdeki değişimler yoluyla kısmen çalıştığı şeklinde ifade edilebilir.

Düzeyde VAR modelinin gecikme uzunluğu 1 olduğundan nedensellik ilişkisi araştırılmamıştır. Bunun yerine etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma oranları kullanılmıştır. Etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma oranları düzeydeki değişkenler ile VAR modeli kullanılarak yapıldığından uzun dönemdeki ilişkileri göstermektedir. VAR modeli tahmin edilirken sıralama dışsaldan içsele doğru K, L, GAZ,

PETROL, KATI, GSYH şeklinde belirlenmiştir. Bu şekilde elde edilen etki-tepki fonksiyonu ve varyans ayrıştırma oranları sırasıyla Şekil 2 ve Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 6. Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

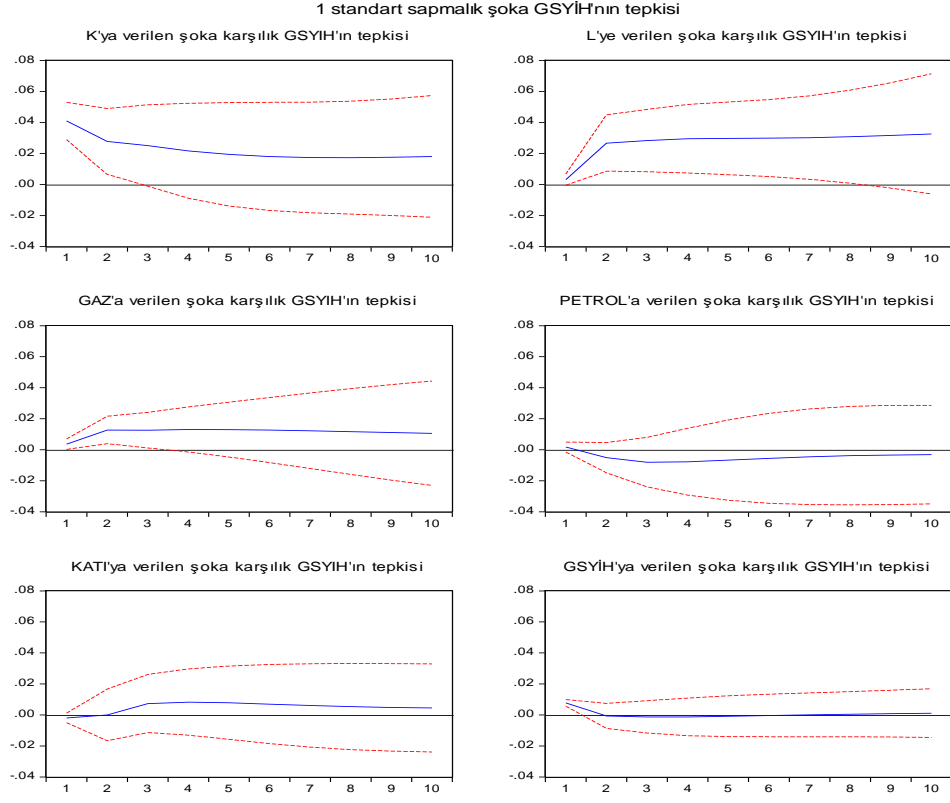
	<u>ΔGSYH</u>
u_{t-1}	-0,0959 (0,0782) [-1,2273]
Sabit	0,0433 (0,0091) [4,7831]

Not: Parantez içindeki değerler standart hataları, köşeli parantez içindekiler t istatistiklerini gösterir

Şekil 2’de değişkenlere verilen 1 standart sapmalılık şoklara GSYH’nın gösterdiği tepki özetlenmiştir. K’ya 1 birimlik şok verildiğinde GSYH birinci dönemde yaklaşık 0,04 kadar tepki vermektedir. Üçüncü dönemden sonra artık tepki istatistiki bakımdan anlamlı olmamakta ve etki ortadan kalkmaktadır. L’ye bir birimlik şok verildiğinde GSYH birinci dönemde çok az tepki verirken ikinci dönemde 0,03 kadar tepki vermektedir. L için sekizinci döneme kadar artan şekilde tepki devam etmekte; daha sonra etki ortadan kalkmaktadır. GAZ’a verilen bir birimlik şoktan sonra GSYH birinci dönemde pozitif bir tepki vermiştir. İkinci dönemde tepki yaklaşık 0,01 olurken ancak üçüncü dönemden sonra etki ortadan kalkmıştır. PETROL ve KATI’ya verilen bir birimlik şoklara GSYH’nın tepkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. GSYH’ya verilen bir birimlik şoka kendisinin tepkisi ise birinci dönemde pozitif, birinci dönemden sonra ise anlamsızdır.

Tablo 7’de GSYH için varyans ayrıştırma oranları verilmiştir. GSYH’daki bir yıl sonraki değişimin %94’ü K’dan, %3,41’i GSYH’dan ve %0,56’sı L tarafından açıklanmaktadır. Aynı dönem için GSYH’daki değişimin %0,71’i GAZ’dan, %0,20’si KATI’dan, %0,16’sı PETROL’den kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bir yıl gecikme için enerji tüketimlerinin varyans açıklama oranları düşük olmakla birlikte sıralama GAZ, KATI ve PETROL şeklindedir. Dönemler ilerledikçe K’nın varyans açıklama oranı düşerken L’ninki artmaktadır. Öte yandan yine dönemler ilerledikçe enerji değişkenlerinin varyans açıklama oranları yükselmekte ancak sıralama hala GAZ, KATI ve PETROL şeklinde devam etmektedir.

Son olarak Şekil 2’de GSYH değişkenine ait varyans ayrıştırma analizinin sonucu grafik olarak verilmiştir. Buna göre GSYH’daki değişimler öncelikli olarak K, daha sonra GSYH’nın kendisi tarafından açıklanmaktadır. Enerji değişkenleri açısından durum incelendiğinde GSYH’daki değişimlerin sırasıyla GAZ, PETROL ve KATI değişkenleri tarafından açıklandığı görülmektedir.



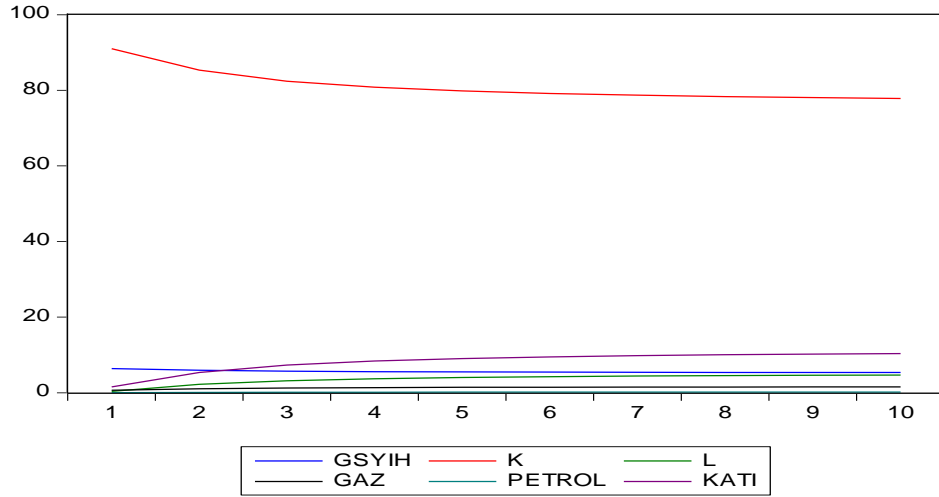
Şekil 1. Serilerin GSYH Değişkenine Olan Tepkisinin Grafiği

Tablo 7. Varyans Ayrıştırma Oranları

p	Standart Hata	K	L	GAZ	PETROL	KATI	GSYH
1	0,1440	94,9340 (2,2327)	0,5621 (1,0727)	0,7194 (0,7804)	0,1647 (0,5340)	0,2086 (0,4806)	3,4111 (1,1328)
2	0,1783	71,2238 (12,3897)	20,9945 (11,0989)	5,0584 (3,5945)	0,8505 (2,0313)	0,1072 (3,2018)	1,7657 (1,3699)
3	0,1999	59,7887 (14,2201)	29,6129 (13,1185)	6,4488 (5,0970)	1,8218 (3,4840)	1,1180 (4,9873)	1,2099 (1,9927)
4	0,2147	52,2738 (15,5163)	35,2816 (14,7568)	7,3859 (6,4297)	2,2704 (5,2278)	1,8463 (5,8371)	0,9420 (2,2666)
5	0,2255	47,1843 (16,4937)	39,3622 (15,7552)	8,0369 (7,5197)	2,3931 (6,6919)	2,2462 (6,3592)	0,7773 (2,4358)
6	0,2338	43,4936 (17,2718)	42,6079 (16,6092)	8,4768 (8,5482)	2,3513 (7,8474)	2,4075 (6,5980)	0,6630 (2,5894)
7	0,2407	40,6772 (17,8995)	45,3408 (17,3744)	8,7323 (9,5396)	2,2391 (8,7064)	2,4317 (6,8050)	0,5788 (2,7245)
8	0,2468	38,4458 (18,4015)	47,7251 (18,0804)	8,8271 (10,5347)	2,1037 (9,3153)	2,3833 (7,0393)	0,5150 (2,8682)
9	0,2524	36,6314 (18,7912)	49,8491 (18,7267)	8,7864 (11,4799)	1,9670 (9,7291)	2,3001 (7,3121)	0,4661 (3,0324)
10	0,2578	35,1306 (19,1396)	51,7631 (19,3290)	8,6363 (12,3155)	1,8386 (10,0441)	2,2030 (7,6761)	0,4284 (3,2169)

p: Gecikme

Variance Decomposition of GSYIH



Şekil 2. GSYH Değişkenine Ait Varyans Ayrıştırma Grafiği

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada 1990-2016 dönemi için birincil enerji kaynaklarından petrol, doğal gaz ve kömür tüketimi ile Türkiye'nin büyümesi arasındaki ilişki ele alınmıştır. Çalışmanın uygulama safhasında petrol, doğal gaz ve kömür tüketim verileri ile gayri safi yurtiçi hasıla, gayri safi sabit sermaye oluşumu ve toplam işgücü değişkenleri kullanılmıştır. Serilerin durağanlığını kontrol etmek için ADF birim kök testleri kullanılmıştır. Yapılan birim kök testlerinde serilerin I(1) olduğu yani birim kök içerdiği tespit edilmiştir. Uygun gecikme değeri belirlenerek VAR tahmini yapılmış ve daha sonra Johansen eşbütünleşme analizine geçilmiştir. Eşbütünleşme testi sonucu bir adet anlamlı eşbütünleşik vektör olduğu görülmüştür. Düzeyde VAR modelinin gecikme uzunluğu 1 olduğundan nedensellik ilişkisi araştırılmamıştır. Analizler sonucunda petrol, doğal gaz ve kömür tüketimi ile büyümenin uzun dönemde birlikte hareket ettiği anlaşılmıştır. Uzun dönemde petrol ve kömür tüketiminin gayri safi yurtiçi hasılayı negatif, doğal gaz tüketiminin ise pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Varyans ayrıştırma oranları ve etki-tepki fonksiyonları analiz edilerek değişkenlere verilen şoklara gayri safi yurtiçi hasılanın tepkisi araştırılmıştır. Gayri safi yurt içi hasılanın doğal gaz tüketimindeki şoklara ilk iki yıl için anlamlı ve pozitif tepki verdiği öte yandan petrol ve kömür tüketimindeki şoklara anlamlı bir tepki vermediği tespit edilmiştir.

Doğal gaz tüketimi ile büyüme arasındaki bulgular büyüme hipotezini desteklemektedir. Doğal gaz tüketimi üretim sürecinde dolaylı bir faktör olarak değerlendirilebilir. Tüketilen doğal gazın yaklaşık %50'sinin elektrik üretiminde dolayısıyla sanayi üretiminde kullanılıyor oluşu doğal gazın büyümeyi uzun dönemde olumlu etkiliyor oluşunu destekler niteliktedir. Doğal gaz tüketiminin büyümeyi olumlu etkiliyor olması doğal gaz tüketimi ile ilgili kısıtlayıcı tedbirleri almayı güçleştirecektir. Türkiye'nin tükettiği doğal gaz enerjisinin %98'e yakını ithal edilmektedir. İthal edilen kaynağın yaklaşık yarısı ise elektrik üretiminde kullanılmaktadır. Doğal gazın elektrik enerjisi çevriminde ve dolaylı olarak sanayi üretiminde kullanılması büyümeyi olumlu etkilemesini destekler niteliktedir. Öncelikle doğal gazdan temin edilen elektrik enerjisinin sürdürülebilir şekilde yenilenebilir enerji kaynaklarından temin edilmesi büyümeyi etkilemeden dolaylı olarak doğal gaz tüketimini düşürebilecektir.

Çalışmanın veri seti içerisinde yer alan birincil enerji kaynaklarından sadece kömür konusunda rezerv yönünden Türkiye fakir sayılamayacak durumdadır. Türkiye'nin kömür rezervinin büyük oranda düşük kalorili linyitten oluşması ve bu enerji türünün olumsuz çevresel etkileri bu kaynağı sürdürülebilir ve verimli kılmamaktadır. Petrol ve doğal gazın büyük oranda ithal ediliyor olması dolaylı olarak büyümenin de bir noktada ithalata bağımlı olduğunu göstermektedir.

Elde edilen diğer bulgular da literatürdeki büyüme hipotezini desteklemektedir. Ampirik sonuçlar Türkiye'nin toplam enerji tüketimi ile büyüme ilişkisini araştıran ve büyüme hipotezini savunan Erdal vd. (2008), Acaravci (2010) ile Araç ve Hasanov'un (2014) çalışmalarıyla paralel yöndedir. Türkiye'nin tükettiği doğal gaz, petrol ve kömür tüketiminin toplamını ifade eden birincil enerji tüketimi ile büyüme ilişkisini araştıran ve büyüme hipotezini destekleyen Korkmaz ve Develi (2012) ile de benzer bulgular elde edilmiştir.

Enerji arz güvenliği politikadan bağımsız değerlendirilememektedir. Türkiye'nin 2015'teki uçak krizi sonrası Rusya ile yaşadığı problemler ve zaman zaman da Kuzey

Irak Bölgesel Kürt Yönetimi ile yaşanan gerginlikler sebebiyle doğal gaz ve petrol sevkiyatında kısıtlamalar yapılması gündeme gelmektedir. Enerji çeşitliliğini arttırmak ve enerji arz güvenliğini temin etmek isteyen Türkiye için petrol ve doğal gaza olan bağımlılığını azaltmak cari açığın azalması noktasında da katkı sağlayacağından öncelikli bir hedef durumundadır. Tüketim miktarı arttıkça büyümeyi olumsuz etkileyen petrol ve kömür enerjisinin ikame edilebileceği alanlarda ivedi tedbirler ile yenilenebilir kaynaklardan temini de büyüme performansını olumlu etkileyecektir. Bu bağlamda Türkiye için potansiyelin yüksek olduğu yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş, jeotermal ve rüzgâr enerjisinde kurulu gücü arttırmak stratejik bir hedef olmalıdır. Bir nükleer tesisten elde edilen enerji miktarı onlarca hidroelektrik ve doğal gaz elektrik üretim santralının gücüne denktir. Nükleer enerji kullanımı enerjideki bağımlılığı azaltacaktır. Biyoyakıtların kullanımını teşvik ederek arttırmak, birçok ülkede uygulanan benzini etanol ile harmanlayarak satışına izin vermek gibi adımlar da kaynakları etkin kullanmayı ve ciddi miktarda tasarrufu mümkün kılacaktır.

Türkiye’de daha önce birincil enerji kaynaklarından petrol, kömür ve doğal gazın ayrı ayrı modele dâhil edilerek büyümeye etkileri tespit edilmemiştir. Bu yönüyle özgün bir sonuç elde edilmiştir. Analiz sonuçları enerji türlerine göre tüketim bazında büyümenin hangi yönde etkilendiğini ortaya koymaktadır.

Kaynaklar

- Acaravci, A. (2010). Structural breaks, electricity consumption and economic growth: Evidence from Turkey. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 13(2), 140–154.
- Alper, A., & Oguz, O. (2016). The role of renewable energy consumption in economic growth: Evidence from asymmetric causality. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 60, 953–959. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.01.123>.
- Altınay, G., & Karagol, E. (2004). Structural break, unit root, and the causality between energy consumption and GDP in Turkey. *Energy Economics*, 26(6), 985–994. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2004.07.001>.
- Apergis, N., & Payne, J. E. (2010). Renewable energy consumption and growth in Eurasia. *Energy Economics*, 32(6), 1392–1397. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2010.06.001>.
- Araç, A., & Hasanov, M. (2014). Asymmetries in the dynamic interrelationship between energy consumption and economic growth: Evidence from Turkey. *Energy Economics*, 44, 259–269. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2014.04.013>.
- Asif, M., & Muneer, T. (2007). Energy supply, its demand and security issues for developed and emerging economies. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 11(7), 1388–1413. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2005.12.004>.
- Balcilar, M., Ozdemir, Z. A., Ozdemir, H., & Shahbaz, M. (2018). The renewable energy consumption and growth in the G-7 countries: Evidence from historical

decomposition method. *Renewable Energy*, 126, 594–604.
<https://doi.org/10.1016/j.renene.2018.03.066>.

Baranzini, A., Weber, S., Bareit, M., & Mathys, N. A. (2013). The causal relationship between energy use and economic growth in Switzerland. *Energy Economics*, 36, 464–470. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2012.09.015>.

Bastola, U., & Sapkota, P. (2015). Relationships among energy consumption, pollution emission, and economic growth in Nepal. *Energy*, 80, 254–262. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2014.11.068>.

Bayar, Y. (2014). Türkiye’de Birincil Enerji Kullanımı Ve Ekonomik Büyüme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(2), 253–269.

Bayraç, H. N. (2009). Küresel Enerji Politikaları ve Türkiye: Petrol Ve Doğal Gaz Kaynakları Açısından Bir Karşılaştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 135.

Belke, A., Dobnik, F., & Dreger, C. (2011). Energy consumption and economic growth: New insights into the cointegration relationship. *Energy Economics*, 33(5), 782–789. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2011.02.005>.

BP. (2018). Statistical Review of World Energy. *Statistical Review of World Energy*, 67, 1–56.

Canbazoğlu, S. (2010). *Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) Yaklaşımı ile Türkiye İçin Bir Uygulama (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

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(336), 427–431.

Eggoh, J. C., Bangake, C., & Rault, C. (2011). Energy consumption and economic growth revisited in African countries. *Energy Policy*, 39(11), 7408–7421. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2011.09.007>.

Engle, R. F., & Granger, C. W. J. (1987). Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, 55(2), 251–276.

Erdal, G., Erdal, H., & Esengün, K. (2008). The causality between energy consumption and economic growth in Turkey. *Energy Policy*, 36(10), 3838–3842. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2008.07.012>.

EU Commission. (2014). Energy Efficiency and its contribution to energy security and the 2030 Framework for climate and energy policy, (2013), 1–8.

[https://doi.org/SWD\(2013\) 93](https://doi.org/SWD(2013) 93).

Ghosh, S. (2002). Electricity consumption and economic growth in India. *Energy Policy*, 30(2), 125–129. [https://doi.org/10.1016/S0301-4215\(01\)00078-7](https://doi.org/10.1016/S0301-4215(01)00078-7).

Global Energy Statistical Yearbook 2018. (2019). Retrieved from <https://www.enerdata.net/>.

Halicioglu, F. (2009). An econometric study of CO2 emissions, energy consumption, income and foreign trade in Turkey. *Energy Policy*, 37(3), 1156–1164. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2008.11.012>.

International Energy Outlook 2017. (2017). Retrieved from [https://www.eia.gov/outlooks/ieo/pdf/0484\(2017\).pdf](https://www.eia.gov/outlooks/ieo/pdf/0484(2017).pdf).

Jobert, T., & Karanfil, F. (2007). Sectoral energy consumption by source and economic growth in Turkey. *Energy Policy*, 35(11), 5447–5456. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2007.05.008>.

Johansen, S. (1988). Statistical Analysis Of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2–3), 231–254.

Korkmaz, Ö., & Develi, A. (2012). Türkiye’de birincil enerji kullanımı, üretimi ve Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) arasındaki ilişki. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 1–25.

Kraft, J., & Kraft, A. (1978). On the relationship between energy and GNP. *The Journal of Energy Development*, 3(2), 401–403.

Makina Mühendisleri Odası (TMMOB). (2018). *Türkiye’nin Enerji Görünümü 2018*. Ankara. Retrieved from <https://www.mmo.org.tr/kitaplar/turkiyenin-enerji-gorunumu-2018>.

Pao, H.-T., & Fu, H.-C. (2013). Renewable energy, non-renewable energy and economic growth in Brazil. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 25, 381–392. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2013.05.004>.

Pata, U. K. (2016). *Türkiye ekonomisinde enerji tüketimi ile ekonomik büyüme ilişkisi (1972-2011) (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.

Saidi, K., Rahman, M. M., & Amamri, M. (2017). The causal nexus between economic growth and energy consumption: New evidence from global panel of 53 countries. *Sustainable Cities and Society*, 33, 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2017.05.013>.

- Sims, C. A. (1980). Macroeconomics and Reality. *Econometrica*, 48(1), 1–48. <https://doi.org/10.2307/1912017>.
- Soytas, U., Sari, R., & Ozdemir, O. (2005). Energy consumption and GDP relation in Turkey: A cointegration and vector error correction analysis. In *Economies and Business in Transition: Facilitating Competitiveness and Change in the Global Environment Proceedings* (pp. 838–844).
- Tsani, S. Z. (2010). Energy consumption and economic growth: A causality analysis for Greece. *Energy Economics*, 32(3), 582–590. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2009.09.007>.
- Tugcu, C. T., Ozturk, I., & Aslan, A. (2012). Renewable and non-renewable energy consumption and economic growth relationship revisited: Evidence from G7 countries. *Energy Economics*, 34(6), 1942–1950. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2012.08.021>.
- Yu, E. S. H., & Hwang, B.-K. (1984). The relationship between energy and GNP: Further results. *Energy Economics*, 6(3), 186–190. [https://doi.org/10.1016/0140-9883\(84\)90015-X](https://doi.org/10.1016/0140-9883(84)90015-X).
- Zachariadis, T., & Pashourtidou, N. (2007). An empirical analysis of electricity consumption in Cyprus. *Energy Economics*, 29(2), 183–198. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2006.05.002>.
- Zamani, M. (2007). Energy consumption and economic activities in Iran. *Energy Economics*, 29(6), 1135–1140. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2006.04.008>.

VERGİ CEZALARININ MUHASEBELEŞTİRİLMESİNDE UYGULAMA FARKLILIKLARI İÇİN BİR ÖNERİ

Muhammet Emre DİRİ¹
Turgut ÇÜRÜK²

ÖZ

Vergi cezaları, mükelleflerin vergi kanunlarına aykırı fiillerinden doğmaktadır. Vergi cezalarının muhasebeleştirilmesinde ise farklı uygulamalar söz konusudur. Bu çalışmanın amacı, vergi cezalarının muhasebeleştirilmesindeki farklı uygulamalardan en uygun olanı hakkında bir öneride bulunmaktır. Uygulamada, vergi cezalarını ortaklardan alacaklar veya sermaye hesapları ile ilişkilendirmenin mükellefler için daha uygun seçenekler olduğu öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Cezaları, Vergi Mevzuatı, Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri, Muhasebe

DIFFERENT APPLICATIONS IN ACCOUNTING FOR TAX FINES: A PROPOSAL

ABSTRACT

Taxpayers may violate tax legislation at times. These violations generally lead to tax fines' accrual. Generally accepted accounting principles and Turkish tax legislation propose different applications to account for tax fines. This study aims to determine the optimal application to reflect tax fines on financial statements. According to this study, reflecting the tax fine on owner's receivable or capital accounts are the most suitable alternatives for taxpayers.

Keywords: Tax Fines, Tax Legislation, Generally Accepted Accounting Principles, Accounting

Giriş

Vergi Usul Kanunu'nun (VUK) 331. maddesine göre vergi cezaları, mükelleflere mevzuat hükümleriyle yüklenmiş olan yükümlülüklerin mükelleflerce yerine getirilmemesi nedeniyle vergi idaresinin tahakkuk ettirdiği para cezaları olarak tanımlanabilir. Vergi cezalarının mali nitelikte işlemler doğurması, doğal olarak bu işlemlerin muhasebeleştirilmelerini de gerektirmektedir. Gelir Vergisi Kanunu'nun (GVK) 41. ve 90. maddeleri ile Kurumlar Vergisi Kanunu'nun (KVK) 11. maddesinde kanunen kabul edilmeyen gider olarak değerlendirilen vergi cezalarının muhasebeleştirilmesinde ise farklı uygulamalar mevcut olup mükelleflerin finansal tabloları tercih edilen uygulamadan etkilenmektedir.

Öyle ki; vergi cezalarının genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre muhasebeleştirilmesi durumunda, mali karın tespitinde kanunen kabul edilmeyen gider olan vergi cezasına ilişkin tutarın ticari kara eklenmesi gerekmektedir. Ancak vergi cezası beyan sürecinde ticari kâra eklenmiş olmakla birlikte birçok işletme muhasebe

¹ Arş.Gör., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, mu.emre@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4247-0919

² Prof.Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, tcukuruk@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4652-4080
Received/Geliş: 05/06/2020 Accepted/Kabul: 09/10/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Diri, M.E., Çürük, T. (2020), "Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesinde Uygulama Farklılıkları İçin Bir Öneri", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 540-549.

kayıtlarında bu duruma ilişkin herhangi bir düzeltme işlemi yapmamaktadır. İlgili tutar gelir tablosunda gider olarak yer almaya devam edeceğinden, finansal tabloların gerçeği yansıtması ise söz konusu değildir. Dolayısıyla muhasebe kayıtları vasıtasıyla mevcut durumun düzeltilmesi gerekmektedir. Bu çalışma da, vergi cezalarının muhasebeleştirilmesinde mükellefler için en doğru uygulamayı belirlemeyi amaçlamaktadır.

1. Vergi Cezaları

Şüphesiz; işletmelerin faaliyet döngüsü içerisinde katlanmış oldukları giderler, vergi idaresince gelirin veya kurum kazancının tespitinde kullanılan en önemli unsurlardandır. Nitekim vergi idaresi, katlanılan giderlerin hasıllattan düşülmesi suretiyle Anayasa'nın 73. maddesi gereği ödeme gücü ilkesine göre vergilendirmeyi gerçekleştirenken aynı zamanda Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi kanunlarında belirlenmiş muhtelif ödemeler vasıtasıyla matrahın düşük gösterilmesini önlemeyi de amaçlamaktadır. Bu amaçtan hareketle adı geçen kanunlarla düzenlenen ve indirim konusu yapılamayan giderler, kanunen kabul edilmeyen giderler olarak tanımlanmaktadır (Ozansoy, 2010, s. 23-24).

Kanunen kabul edilmeyen giderler, vergi matrahının aşınmasını önlemede oldukça önemli bir konumdadır (Akdoğan, 1991, s. 336; Ozansoy, 2010, s. 27-28). İndirim konusu yapılamayan bazı giderlerin kanunlarla belirlenmiş olması ile mükelleflerin bu giderleri harcama olarak göstererek matrah erozyonuna yol açmalarının önüne geçilmektedir. Ayrıca bu durum, sözü edilen giderler üzerinden matrahı düşük göstermek amacıyla sahte veya içeriği itibariyle yanıltıcı belge temin etme çabasını da boşa çıkarmaktadır. Benzer şekilde, ilişkili taraflarla yapılan ticari işlemler sınırlandırılmış, örtülü kar dağıtım yoluyla kazancın işletme dışına çıkarılması ilgili tutarların kanunen kabul edilmeyen gider olarak tanımlanmasıyla engellenmiştir. Son olarak, her türlü gelir veya giderin tahakkuk ettiği dönem içerisinde muhasebeleştirilmesi gereğini ortaya koyan tahakkuk esasından hareketle, giderlerin tahakkuk ettiği dönem yerine başka bir dönemde muhasebeleştirilmesi kanunen kabul edilmeyen gider olarak değerlendirilmektedir (Ozansoy, 2010, s. 27-31). Bu yönüyle kanunen kabul edilmeyen giderler, dönemsellik ilkesine uygun muhasebeleştirme işlemlerini de teşvik etmektedir.

Türk vergi hukukunda kanunen kabul edilmeyen giderler, GVK'nun 41. ve 90. maddeleri ile KVK'nun 11. maddesinde bentler halinde sıralanmıştır. İlgili kanun hükümlerinden hareketle, vergi cezalarının da kanunen kabul edilmeyen giderlerin bir örneği olduğu söylenebilir.

1.1. Vergi Usul Kanunu'nda Vergi Cezaları

Vergilerin sıhhatli bir biçimde toplanıyor olması, kamusal faaliyetlerin finansmanı bakımından büyük öneme sahiptir. Bu nedenle vergi idaresi, gücünü ilgili kanunlardan alarak vergisel yükümlülüklerin mükellefler tarafından doğru ve düzgün biçimde yerine getirilmesinin önlemlerini almakta ve aksi durumları yine kanunlar vasıtasıyla idari yaptırımlarla cezalandırmaktadır (Erdem, 2009, s. 199; Öncel, Çağan, & Kumrulu, 1985, s. 247; Yavaşlar, 2008, s. 2839).

Öyle ki VUK'nun dördüncü kitabı, cezalara ilişkin hükümlere ayrılmıştır. Kanun'un 331. maddesine göre, "*vergi kanunları hükümlerine aykırı hareket edenler, bu kitapta yazılı vergi cezaları (vergi ziyai cezası ve usulsüzlük cezaları) ve diğer cezalar ile cezalandırılırlar.*" Kanun hükmünde adı geçen vergi cezaları, vergi idaresi tarafından

uygulanan ve verginin tutarına göre değişen oranlarda ya da maktu olarak tahakkuk ettirilen cezalardır (Ozansoy, 2010, s. 87). Diğer cezalar ise, hürriyeti kısıtlayan ve adli yargı mercilerinin görev ve yetki alanına giren cezaları ifade etmektedir (Bilici, 2014, s. 106; Karakoç, 2010, s. 8; Maliye Hesap Uzmanları Derneği (MHUD), 2014, s. 243).

Yine VUK'nun 331. maddesinde belirtildiği üzere, vergi cezalarından kastedilen vergi ziyai cezası ve usulsüzlük cezalarıdır. Usulsüzlük cezaları ise, Kanun'un ilgili maddelerinde, genel usulsüzlük cezaları ve özel usulsüzlük cezaları şeklinde iki ana grup halinde ifade edilmektedir (VUK, 1961, md. 352-355(Mükerrer)).

1.2. Vergi İdaresince Uygulanan Ceza Türleri

1.2.1. Vergi Ziyai Cezası

Vergi ziyai kavramı, VUK'nun 341. maddesinde tanımlanmıştır. Madde hükmüne göre vergi ziyai, *“mükellefin veya sorumlunun vergilendirme ile ilgili ödevlerini zamanında yerine getirmemesi veya eksik yerine getirmesi yüzünden, verginin zamanında tahakkuk ettirilmemesini veya eksik tahakkuk ettirilmesini ifade eder.”* Bu bakımdan, beyanı gerektiren vergilerin beyan edilmemesi, vergi ziyasına sebebiyet veren durumlara bir örnektir (Bilici, 2014, s. 98).

Vergi ziyai, verginin tarh döneminin bitmesi ile tahakkuku arasında ortaya çıkan vergi kaybını izah etmektedir. Daha açık bir ifadeyle, vergi ziyayından söz edebilmek için o vergiye ilişkin tarhiyat sürecinin sona ermiş olması ve tahakkuk işleminin eksik ya da hiç gerçekleşmemiş olması gerekmektedir. Zira verginin tahakkukundan itibaren, vergi ziyai değil vergi alacağı söz konusudur (Bilici, 2014, s. 99; MHUD, 2014, s. 248). Ek olarak, vergi ziyainın ortaya çıkmasında kasıt unsuru önem arz etmeyen bir konudur. Mükellefin vergi ziyainı ortaya çıkaran duruma kasıtlı veya kasıtsız olarak sebebiyet vermiş olması vergi kaybının varlığını ortadan kaldırmamaktadır (Bilici, 2014, s. 99).

VUK'nun 344. maddesine göre vergi ziyasına uygulanacak ceza, esasen sebep olunan vergi kaybının bir katı kadar olsa da bu kuralın iki istisnası bulunmaktadır. Nitekim 359. maddede açıklanan kaçakçılık suçları ile vergi ziyasına yol açıldığı takdirde, ceza tutarı vergi kaybının üç katı nispetinde uygulanmaktadır. Öte yandan vergi ziyai cezasının, *“vergi incelemesine başlanulmasından veya takdir komisyonuna sevk edilmesinden sonra verilenler hariç olmak üzere, kanuni süresi geçtikten sonra verilen vergi beyannameleri için”* uygulanmasında ise ceza tutarı, vergi kaybının yüzde ellisi nispetinde tahakkuk ettirilmektedir.

1.2.2. Genel Usulsüzlük Cezaları

Genel usulsüzlük fiilleri, vergi mevzuatında yer alan şekil ve usul hükümlerine aykırı bulunan ve birden fazla vergi türünü etkileyebilen fiiller olarak tanımlanmaktadır (Bilici, 2014, s. 99; Erdem, 2009, s. 203; MHUD, 2014, s. 252). VUK'nun 352. maddesinde genel usulsüzlük fiilleri, birinci derece usulsüzlükler ve ikinci derece usulsüzlükler şeklinde iki ana grup içerisinde sıralanmış olup bu gruplandırmada esas alınan nokta ise tanımlanan fiillerin ağırlıkları olmuştur (Erdem, 2009, s. 246). Birinci derece usulsüzlük fiilleri, nispeten daha ağır vergi ödevlerini içermektedir (Karakoç, Şenyüz, & Bayraklı, 2015, s. 64). Süresi geçtiği halde verilmeyen beyannameler ya da tutulması zorunlu olan defterlerin tutulmaması, Kanun'un 352. maddesinde sayılan birinci derece usulsüzlüklerdendir. İkinci derece usulsüzlük fiillerine ise, vergi karnesinin belirtilen süreler içinde alınmaması örnek gösterilebilir.

Yine VUK'nun 352. maddesine göre, usulsüzlüklerin cezalandırılmasında kanuna bağlı cetvel dikkate alınmaktadır. Kanuna bağlı cetvelde, birinci derece ve ikinci derece genel usulsüzlük fiillerine ilişkin maktu ceza tutarları yer almaktadır. Ceza tutarlarının belirlenmesinde yeniden değerlendirme oranı göz önünde bulundurulur (Bilici, 2014, s. 101; Erdem, 2009, s. 246). Bununla birlikte, Bakanlar Kurulu'nun da ceza tutarlarını belirleme yetkisi bulunmaktadır (Erdem, 2009, s. 246). Genel usulsüzlük fiillerinin aynı zamanda re'sen takdiri de gerektirdiği hallerde uygulanacak ceza tutarları ise, usulsüzlüğün derecesine bakılmaksızın hâlihazırdaki tutarların iki katı olarak belirlenmiştir (VUK, 1961, md. 352). VUK'un 30. maddesinde verginin re'sen takdiri, "*vergi matrahının tamamen veya kısmen defter, kayıt ve belgelere veya kanuni ölçülere dayanılarak tespitine imkân bulunmayan hallerde takdir komisyonları tarafından takdir edilen veya vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlarca düzenlenmiş vergi inceleme raporlarında belirtilen matrah veya matrah kısmı üzerinden vergi tarh olunması*" şeklinde ifade edilmiş olup süresi geçtiği halde verilmeyen beyannameler ya da kayıtlarda yapılan noksanlık veya usulsüzlükler, aynı madde hükmünde re'sen takdir nedeni olarak sayılan hususların birer örneğini teşkil etmektedir.

1.2.3. Özel Usulsüzlük Cezaları

VUK'nun 353. maddesinde, 352. maddede açıklanan genel usulsüzlük fiillerinden ayrı olarak özel usulsüzlük fiillerine yer verilmiştir. Genel usulsüzlüklerle benzer şekilde, vergi mevzuatının usul ve şekil hükümlerine aykırı fiillerden olan özel usulsüzlükler, daha çok vergi sisteminin işleyişi, belge ve kayıt düzeni ile ilişkili fiillerdir (Bilici, 2014, s. 102; Erdem, 2009, s. 264; Karakoç vd., 2015, s. 66; MHUD, 2014, 254). Ayrıca bu fiiller, çoğu zaman belirli bir olaya özgüdür (Erdem, 2009, s. 203). Örnek vermek gerekirse, fatura ve benzeri evrakların düzenlenmemesi veya defterlerin vergi denetim elemanlarına ibraz edilmemesi VUK'na göre özel usulsüzlük kapsamında değerlendirilen fiillerdendir (Bilici, 2014, s. 102-104).

Vergi idaresinin, özel usulsüzlükleri usulsüzlük hükümleri içerisinde ayrı olarak ele almış olmasının nedeni, özel usulsüzlük fiillerinin genel usulsüzlük fiillerine göre vergi ziyanına yol açma ihtimallerinin daha yüksek olmasıdır (Bilici, 2014, s. 102; Erdem, 2009, s. 264). Nitekim vergi idaresi, vergi denetimlerini belge ve kayıtlar üzerinden yürütmekte ve vergi ziyanının mevcudiyetine ilişkin kanaatlerini bu kanıtlar üzerinden belirlemektedir (MHUD, 2014, s. 254).

Kuşkusuz, özel usulsüzlük fiillerinin önlenmesi için VUK'nda daha caydırıcı cezalar öngörülmüştür. Özel usulsüzlük cezaları, oransal veya maktu para cezaları biçimindedir. Genel usulsüzlük cezalarında olduğu gibi, özel usulsüzlük fiillerinden ötürü tahakkuk ettirilen maktu para cezaları da her yıl yeniden değerlemeye tabidir. Öte yandan bazı özel usulsüzlük cezalarında ise, tahakkuk ettirilecek tutarın çok yüksek boyutlara ulaşması karşısında ceza üst sınırları belirlenmiştir (Bilici, 2014, s. 101-102; Erdem, 2009, s. 264-265).

2. Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesi

Yapılan işin doğası gereği, işletmeler birçok paydaşla ilişki yürütmek zorundadır. Her paydaşın işletme üzerinde farklı bir amacı bulunmaktadır. Bu durum, işletme tarafından sunulan finansal tabloların paydaşlarca farklı yorumlanmasına hatta finansal raporlamanın farklı biçimlerde yapılmasına dahi yol açabilmektedir. Söz gelimi,

işletmeler birçok paydaşı için dönemsel faaliyetlerine ilişkin en gerçekçi ticari bilgileri sunmayı amaçlarken, yine bir paydaş olan devlet için ise finansal raporlamada vergilendirilebilir kazancın doğru beyanı esastır. Zira genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre yapılan finansal raporlama ile vergi mevzuatına göre yapılan raporlama, vergi muafiyetleri, istisnaları veya kanunen kabul edilmeyen giderler söz konusu olduğunda ticari kar ile mali karın birbirinden ayrışmasına neden olmaktadır (Balcı, 2012, s. 160-163; Dinç, 2007, s. 22-24; Gürdal, 2013, s. 19; Tekşen ve Dağlı, 2017, s. 425).

Şüphesiz, kanunen kabul edilmeyen giderlerin bir örneği olan vergi cezalarının (GVK, 1961, md. 41) muhasebeleştirilmesinde de sözü edilen durum geçerliliğini korumaktadır. Daha açık bir ifadeyle, vergi cezalarının genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri veya vergi kanunlarına göre muhasebeleştirilmesinde farklı uygulamalar söz konusudur.

2.1.Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine Göre Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesi

Türk muhasebe sistemi, 1992 yılında yayımlanan 1 sıra numaralı Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (MSUGT) ile 1994 yılından itibaren yürürlüğe girmek üzere yeknesak bir muhasebe pratiğine kavuşmuştur. Nitekim beş bölümden oluşan Tebliğ’de, muhasebenin temel kavramları ve genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinin oluşturduğu bütün esas alınmış olup son bölümde bu esaslar temelinde inşa edilen tek düzen hesap planına yer verilmiştir (Cemalcılar, Benligiray, & Sürmeli, 2009, s. 124; Küçüksavaş, 2014, s. 22; MSUGT, 1992, s. 1-3).

Tek düzen hesap planında, 100’den başlayarak 999’a kadar devam eden üç haneli numaralarla kodlanmış hesaplar bulunmaktadır. Bu kodların tasnifinde, hesapların sahip oldukları niteliklere göre belirlenmiş çeşitli hesap sınıfları ve aynı sınıf içerisindeki farklı hesap grupları kullanılmış ve hesaplar niteliklerine en uygun sınıf ve gruplara göre sıralanmıştır (Küçüksavaş, 2014, s. 105). Yapılan mali işlemlerin ilişkili hesaplar kullanılarak karşılıklı olarak borçlandırılmaları ve alacaklandırılmaları suretiyle muhasebe kayıtları oluşturulmakta ve finansal tablolar bu kayıtlardan elde edilen verilerle hazırlanmaktadır.

Genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre hazırlanan finansal tablolardan amaç, işletme paydaşlarının en doğru bilgiye ulaşmasıdır. Bu bakımdan gelir tablosu hazırlanırken, ticari kar olarak da ifade edilen dönem karına ulaşabilmek için dönem içerisinde tahakkuk eden tüm gelirler ve giderler tablonun hazırlanmasında dikkate alınmaktadır (Cemalcılar vd., 2009, s. 272; Benligiray, Erdoğan, Bektöre, Kaya, & Sağlam, 2010, s. 119). Dolayısıyla dönem karına ulaşırken, işletme için bir gider kalemi olan vergi cezaları da tahakkuk eden tutar ölçüsünde borçlandırılmak suretiyle gider olarak muhasebeleştirilmelidir. Öte yandan söz konusu cezalar, işletme için vergi borcu niteliğinde olup bir vergisel yükümlülük haline gelmiştir. Bu nedenle ilgili muhasebeleştirme işleminde borçlandırılacak gider hesabına karşılık bir yükümlülük hesabının da alacaklandırılması gerekmektedir. Ayrıca, ortaya çıkan vergisel yükümlülüğün işletme paydaşlarıncı bilinmesinin önemi düşünüldüğünde ve finansal tabloların bu yükümlülük kapsamında gerçeği yansıtmaları bakımından vergi cezalarının muhasebe kayıtlarında takibinde nazım hesaplar kullanılabilir (Balcı, 2012, s. 160; Yarbaşı, 2008, s. 225-226).

2.2.Vergi Mevzuatına Göre Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesi

Vergi idaresinin temel amacı, verginin eksiksiz ve zamanında toplanmasıdır. Bu nedenle vergi idaresi, vergi matrahını korumak amacıyla yasal düzenlemeler yürürlüğe koyarak bazı önlemler almaktadır. Ne var ki bu önlemler, işletmelerin genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre belirlemiş olduğu ticari kar ile vergi idaresinin matrah olarak kabul ettiği mali karın birbirinden farklı olmasına yol açabilmektedir. Zira mali karın tespitinde kanunen kabul edilmeyen giderler ve benzeri birtakım unsurlar söz konusudur. Kanunen kabul edilmeyen giderler özelinde, vergi cezaları da bu unsurlar arasında yer almaktadır (Benligiray vd., 2010, s. 11; Cemalcılar vd., 2009, s. 272; Dinç, 2007, s. 22; Gürdal, 2013, s. 19; Ozansoy, 2010, s. 9-10).

Vergi cezalarının vergi mevzuatına göre muhasebeleştirilmesinde, yapılması gereken ilk kayıt esasen genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre yapılan yevmiye kaydındaki ile aynıdır. Diğer bir ifadeyle tahakkuk eden vergi cezalarının, işletmenin ana faaliyeti dışında ve çoğu zaman işletmece beklenmeyen bir gider olmasından ötürü, bir gider hesabının borçlandırılarak döneme gider olarak kaydedilmesi uygundur. Öte yandan, bu kayıt işleminde alacaklandırılması gereken hesap ise bir yükümlülük hesabı olmalıdır. Zira tahakkuk eden vergi cezaları, mükellefler için artık bir yükümlülüğe dönüşmüş durumdadır. Kaldı ki; mevzuat hükümlerine göre kanunen kabul edilmeyen gider olarak nitelendirilen vergi cezaları, işletmeden çekilen değerler olarak değerlendirilmekte (Öngen, 2000, s. 489) ve çekilen değerlerin muhasebeleştirilmesinde bu değerler, ortaklar cari hesabı veya sermaye hesaplarıyla ilişkilendirilmektedir. Bu bakımdan, vergi mevzuatına göre yapılan muhasebeleştirme işlemlerinde ek yevmiye kayıtlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

3. Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesinde Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri ve Vergi Mevzuatı Uygulamalarına İlişkin Bir Örnek

Yukarıda açıklandığı üzere, vergi cezaları özelinde kanunen kabul edilmeyen giderlerin muhasebeleştirilmesinde genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri ve vergi mevzuatına göre farklılıklar söz konusudur. Mükelleflerin tahakkuk eden vergi cezası borcunu ödemeyi kabul ettiği varsayımı ile tahakkuk edip borca dönüşen bu tutarların kayıtlara geçirilmesindeki uygulama farklılıkları aşağıda örneklendirilerek incelenmiştir.

3.1. Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine Göre Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesi

Daha önce de belirtildiği üzere, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre yapılan muhasebe işlemlerinde, dönem içinde tahakkuk eden tüm gelir ve gider kalemleri o dönemin ilgili kayıtlarına ve buradan hareketle defterlerine yansıtılmaktadır. İşletmenin ortaya çıkmasını çoğu zaman beklemediği ve ana faaliyet konusu haricindeki giderler ise “68. Olağandışı Gider ve Zararlar” hesap grubunda yer alan diğer hesapların kapsamına girmediği sürece 689 kodlu DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR hesabında takip edilir. Bu bakımdan, vergi cezasının muhasebeleştirilmesinde adı geçen hesabın tahakkuk eden tutar ölçüsünde borçlandırılması uygundur. Öte yandan, olağandışı unsurun vergi cezası borcu olmasından ötürü ortaya çıkan vergi yükümlülüğünün “36. Ödenecek Vergi ve Diğer Yükümlülükler” hesap grubundaki 369 kod numaralı ÖDENECEK DİĞER YÜKÜMLÜLÜKLER hesabında alacaklandırılması gerekmektedir (Sarigül, 2017, s. 498). Bu alacaklı tutar, 369.01.Ödenecek Vergi Cezaları şeklindeki bir alt hesapta takip edilebilir.

Ek olarak, kanunen kabul edilmeyen gider niteliğindeki vergi cezası nazım hesaplarda da takip edilmeye başlanır. MSUGT’nde (1992, s. 43) nazım hesap gruplarına ilişkin özel bir kodlama yapılmamış olmakla birlikte, bu muhasebe işleminin kaydedilmesinde Akdoğan ve Sevilengül’den aktaran Yarbaşı’nın (2008, s. 226-227) eserinde yer vermiş olduğu nazım hesap listesinden hareketle “95. Matraha Düzeltmeleri” hesap grubundaki nazım hesaplar kullanılabilir. Böylelikle ilgili vergi cezası, 950.KANUNEN KABUL EDİLMİYEN GİDERLER VE MATRAHA EKLENECEK DİĞER TUTARLAR nazım hesabında borçlu, 951.MATRAHA EKLENECEK TUTARLAR BORÇLU HESABI nazım hesabında alacaklı biçimde izlenebilir.

Sürecin devamında, vergi cezasının ilgili vergi dairesine ödenmesi gerekmektedir. Bu ödeme; nakit yapılabileceği gibi banka veya kredi kartları kullanılarak ya da çek ile gerçekleştirilebilmektedir (Bilici, 2014, s. 69). Sürecin aynı faaliyet dönemi içerisinde gerçekleştiği varsayımından hareketle, ödemenin yapıldığı tarih itibarıyla 369. ÖDENECEK DİĞER YÜKÜMLÜLÜKLER hesabı borçlandırılmalı, yapılan ödemenin türüne göre bir aktif hesap ise alacaklandırılmalıdır.

Yapılan ödeme neticesinde sona eren süreci takiben mükellef, beyan dönemi geldiğinde ödemiş olduğu vergi cezası tutarını vergi matrahına ekler. Böylelikle kanunen kabul edilmeyen gider niteliğindeki vergi cezası matraha eklenmiş olduğundan ilgili tutarın izlendiği nazım hesapların da ters kayıt yapılmak suretiyle kapatılması gerekir.

3.2. Vergi Mevzuatına Göre Vergi Cezalarının Muhasebeleştirilmesi

Vergi cezalarının GVK esas alınarak muhasebeleştirilmesinde ilk olarak, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre yapılan yevmiye kayıtlarında olduğu gibi tahakkuk eden ceza tutarında 689 kodlu DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR hesabı borçlandırılmalı ve 369 kod numaralı ÖDENECEK DİĞER YÜKÜMLÜLÜKLER hesabı alacaklandırılmalıdır. Yapılan kayıta sırasıyla 689.01.Kanunen Kabul Edilmeyen Giderler ve 369.01.Ödenecek Vergi Cezaları alt hesapları da kullanılabilir.

Devamında, gider olarak kaydı yapılan vergi cezasının ödeme sürecine girilmektedir. Sürecin muhasebeleştirilmesi, söz konusu vergi cezasının gider olarak kayıt edilmesinde olduğu gibi, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinde yapılan yevmiye kaydından farksızdır.

Ne var ki ödenen vergi cezası, GVK’nun 41. ve 90. maddelerine göre kanunen kabul edilmeyen gider olarak değerlendirildiğinden, mali karın tespitinde işletmeden çekilen değer olarak dikkate alınmalıdır (Öngen, 2000, s. 489). Bu da vergi cezası kaynaklı giderin ortaklardan alacak şeklinde muhasebeleştirilmesi anlamına gelmektedir (Dinç, 2007, s. 27). Zira çalışma konusu yükümlü, bir gelir vergisi mükellefidir. Neticede vergi cezasının muhasebeleştirilmesinde, ödenmiş olan giderin alacağın tahsil edilme süresine bağlı olarak “13.Diğer Alacaklar” hesap grubunda yer alan 131.ORTAKLARDAN ALACAKLAR hesabı veya “23.Diğer Alacaklar” hesap grubunda yer alan 230.ORTAKLARDAN ALACAKLAR hesabıyla ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Mükellefin, çekilen değer olarak nitelendirilen bu tutarı aynı faaliyet dönemi içerisinde yeniden işletmeye koyacağı varsayıldığı takdirde, söz konusu işlem 131.ORTAKLARDAN ALACAKLAR hesabının borçlandırılması, 689. DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR hesabının da alacaklandırılması suretiyle kaydedilir. Mükellef ilgili işletme alacağını ödediğinde, 131.ORTAKLARDAN

ALACAKLAR hesabı alacaklandırılarak kapatılır. Böylelikle vergi cezasına ilişkin muhasebeleştirme süreci tamamlanmış olacaktır.

Buna ek olarak, mükellefin işletmesine olan borcunu ödemek yerine ilgili tutarı sermayeden düşmesi de alternatif bir seçeneğidir. Mükellef bu seçeneği uyguladığı takdirde, ortaklardan alacak olarak muhasebeleştirdiği işletme alacağını ödeyerek kapatmak yerine sermayesini düşürerek kapatmayı tercih etmiş olmaktadır. Böylelikle vergi cezasından kaynaklanan ve işletmeden çekilen değer olarak nitelendirilen tutar, sermaye ile ilişkilendirilmek suretiyle işletme sermayesinden düşülmüş olacaktır.

Değerlendirme ve Sonuç

Vergi cezası genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre muhasebeleştirildiği takdirde, tahakkuk ettiği an itibariyle muhasebe kayıtlarına gider olarak kaydedilmektedir. Zorunlu olmamakla birlikte, finansal tabloların gerçeği yansıtması bakımından ilgili tutarın bu cezaya ilişkin yürütülen süreç boyunca nazım hesaplarda izlenmesi de önerilmektedir (Yarbaşı, 2008, s. 226). Gelir vergisi beyannamesinin düzenlenme aşamasında ise mükellef, vergi cezasından kaynaklanan tutarı ticari karına ekleyerek matrahını beyan etmelidir. Ne var ki ilke tabanlı yapılan uygulamada, sözü edilen tutarın matrah beyanında ticari kara eklenmesine karşın gider olarak kayıtlara geçirilen aynı tutara ilişkin muhasebe kayıtlarında ise herhangi bir düzeltme işlemi yapılmamaktadır. Böylelikle işletmenin gelir vergisi matrahı doğru beyan edilmiş olsa da, vergi cezası mükellefin gelir tablosunda gider olarak görünmeye devam edecektir. Neticede nazım hesaplar kullanılmış olmasına rağmen döneme ilişkin finansal tablolar gerçeği yansıtmayacaktır.

Öte yandan vergi cezası vergi mevzuatına göre muhasebeleştirildiği takdirde, GVK'nun 41. ve 90. maddelerinde bu türden cezaların indirilemeyecek giderler arasında yer aldığı dikkate alınmalıdır. Diğer bir ifadeyle Gelir Vergisi Kanunu, vergi cezalarının dönem gideri olarak kaydedilmesini kabul etmemektedir. Önerilen alternatif uygulamalar incelendiğinde, başta ilgili vergi cezası gider olarak kaydedilmiş olsa da sürecin ilerleyen adımlarında bu gider ortaklardan alacaklar ile ilişkilendirilmiştir. Zira kanunen kabul edilmeyen giderlerden olan vergi cezası gideri, işletme sahibince işletmeden çekilen değer olarak değerlendirilmektedir (Öngen, 2000, 489). Sonuç olarak, vergi cezasının "çekilen değer" olarak muhasebeleştirilmesi ile adı geçen tutarın işletmenin bilançosunda ortaklardan alacak şeklinde yer alması sağlanmış ve gelir tablosunda bir gider kalemi olarak görünmesinin önüne geçilmiştir. Dolayısıyla döneme ilişkin finansal tablolar gerçeği yansıtmış olacak ve buradan hareketle nazım hesapların kullanılması ihtiyacı da ortadan kalkacaktır. Kaldı ki; mükellefin gelir vergisine ilişkin beyan verme sürecinde bu ceza tutarını ticari karına ayrıca ilave etmesine gerek kalmamaktadır.

Vergi cezasının ortaklardan alacak olarak muhasebeleştirilebilmesine ek olarak, sürecin devamında bu ceza sermaye hesabıyla da ilişkilendirilebilmektedir. Zira işletme sahibi, ortaklardan alacak olarak muhasebeleştirilmiş olan tutarı işletmeye koyabileceği gibi bu tutarı sermayeden çekilen değer olarak da kayıtlarına geçirebilir. Benzer şekilde bu seçeneğin kullanılması neticesinde de söz konusu vergi cezası dönemin gelir tablosunda gider olarak görünmeye devam etmeyecek ve gerek bilanço gerekse diğer finansal tablolar gerçeği yansıtmış olacaktır. Ayrıca, gelir vergisi matrahı beyan edilirken ilgili tutarın dönem ticari karına eklenmesine gerek duyulmayacaktır. Çünkü söz konusu vergi cezası muhasebe kayıtlarında gider olarak görünmeyecektir. Mevcut durumda nazım hesapların kullanımına da ihtiyaç kalmamış olacaktır.

Neticede görülmektedir ki, vergi cezalarının genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre muhasebeleştirilmesi neticesinde döneme ilişkin finansal tablolar gerçeği yansıtmamaktadır. Bu cezaların vergi mevzuatına uygun olarak dönem kayıtlarında yer almaması ve gerçeği yansıtmayan finansal tablolara sebebiyet vermesinin ise vergi incelemelerinde VUK'nun 30. maddesi gereği re'sen takdir nedeni olarak değerlendirilebileceği anlaşılmıştır. Olası vergi incelemelerinde denetim elemanlarınca matrahın re'sen takdirine karar verilmesi, ek vergi matrahlarının veya vergi cezalarının (vergi ziyası, genel usulsüzlük, özel usulsüzlük) tahakkuku ile sonuçlanabilmektedir. Diğer taraftan vergi mevzuatına göre yürütülen muhasebeleştirme işlemlerinde ise vergi cezaları ortaklardan alacaklar veya sermaye hesabıyla ilişkilendirilmekte ve bunun sonucunda dönemin finansal tabloları gerçeği yansıtmaktadır. Buradan hareketle sözü edilen risklerin ortadan kalkacağı da aşikârdır. Sonuç itibarıyla, vergi cezalarının ticari kara eklenmesi yerine mevzuatın esas alınarak muhasebeleştirilmesinin daha uygun bir seçenek olduğu ortaya çıkmaktadır.

Kaynaklar

- Akdoğan, A. (1991). *Vergilerin incelenmesi ve değerlendirilmesi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayını.
- Anayasa. (1982). T.C. Resmi Gazete, 17863 (Mükerrer), 09 Kasım 1982.
- Balcı, B. R. (2012). Yeni muhasebe düzeninde mali kar hesaplamaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol 27; Sayı: 1, 159-179.
- Benligiray, Y., Erdoğan, N., Bektöre, S., Kaya, E., & Sağlam, N. (2010). *Muhasebe uygulamaları*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, (1675).
- Bilici, N. (2014). *Vergi hukuku*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Cemalcılar, Ö., Benligiray, Y., & Sürmeli, F. (2009). *Genel muhasebe*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, (1341).
- Dinç, E. (2007). Muhasebe ve vergi kuralları arasındaki ilişki ve gelir vergileri (TMS 12) standardının muhasebe uygulamalarına etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Ocak-Haziran; Sayı: 28, 21-48.
- Erdem, T. (2009). Vergisel kabahatler. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul. Gelir Vergisi Kanunu. T.C. Resmi Gazete, 10700, 6 Ocak 1961.
- Gürdal, K. (2013). TTK, TMS/TFRS, VUK düzenlemeleri ve maliyet denetimi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, Vol 6; Sayı: 1, 1-26.
- Karakoç, Y. (2010). Türk vergi ceza hukuku üzerine bir değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. Vol 12; Özel Sayı, 3-26.

- Karakoç, Y., Şenyüz, D., & Bayraklı, H. H. (2015). *Vergi ceza hukuku*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, (3173).
- Kurumlar Vergisi Kanunu. T.C. Resmi Gazete, 26205, 21 Haziran 2006.
- Küçüksavaş, N. (2014). *Finansal muhasebe (genel muhasebe)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Maliye Hesap Uzmanları Derneği (MHUD). (2014). *Beyanname düzenleme kılavuzu 3*. İstanbul.
- Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (MSUGT). T.C. Resmi Gazete, 21447 (Mükerrer), 26 Aralık 1992.
- Ozansoy, A. (2010). Gelir üzerinden alınan vergilerde kanunen kabul edilmeyen giderler ve analizi. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Öncel, M., Çağan, N., & Kumrulu A. (1985). *Vergi hukuku*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Öngen, S. (2000). *Vergi muhasebesi*. Ankara: Yaklaşım Yayınları.
- Sarıgül, S. (2017). *Vergisel yönleriyle genel muhasebe*. Ankara: Vergi Müfettişleri Derneği.
- Tekşen, Ö., & Dağlı, S. Ş. (2017). Maddi duran varlıkların tekdüzen muhasebe sistemi ile vergi usul kanunu ve TMS-16 açısından incelenmesi: bir uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol 9; Sayı: 20, 424-447.
- Vergi Usul Kanunu. T.C. Resmi Gazete, 10705, 12 Ocak 1961.
- Yarbaşı, E. (2008). Türkiye tekdüzen muhasebe sisteminde nazım hesapların önemi ve dış ticaret işlemlerindeki yeri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol 7; Sayı: 13, 223-237.
- Yavaşlar, F. B. (2008). Vergi suç ve kabahatleri hukuku'nda son durum. *İstanbul Barosu Dergisi*. Vol 82; Sayı: 6, 2839-2859.

SALGIN HASTALIKLAR, KÜLTÜREL PSİKOLOJİ VE POLİTİKA: YEREL BİR YAKLAŞIM

Ekmel GEÇER¹

ÖZ

Salgın hastalıklara dair literatür ilk bakışta her ne kadar daha çok sağlık ve tıp alanı ile ilişkilendirilse de özellikle COVID-19 sürecinde karşılaşılan zorluklar ve bu zorlukları aşma yöntemleri, multi-disipliner bir yaklaşımın gerekliliğine işaret etmiştir. Topluların kültürleri, siyasal yaklaşımları, kentleşme biçimleri ve sosyal etkileşimleri pandemi ile mücadele yollarının belirlenmesinde ve bu yöntemlerin başarısına katkı sunmaktadır. Salgın hastalıklara yönelik tarihsel veri ve deneyim, hastalıklara dair önceden yapılmış planlamaların ve çok yönlü bir hazırlığın, topluların, bütün aktörleriyle, hem içinde buldukları zorluklarla başa çıkmasını kolaylaştırdığını hem de onları gelecekteki muhtemel krizlere hazırlamada etkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, elinizdeki makale, COVID-19 sürecinden hareketle, daha çok teorik bir çerçevede bir metin analizi yaparak şimdi ve geleceğe dair toplumsal, siyasal, kültürel ve dijital bir perspektif sunmayı hedeflemektedir. Bu bakış açısını sunarken pandemi ile mücadele yöntemlerinin çok yönlü olması gerekliliğinden yola çıkarak bu süreçteki kriz yönetimine, kültürel etkileşimlere, politika yapıcılarının kararlarına dair bir kuramsal değerlendirme yapmayı amaçlamaktadır. İlgili alandaki “yenilik” nedeniyle bir tür “ön literatür” çalışması olarak da nitelendirilebilecek bu makale; (a) Türkiye’de otoritelerin kriz yönetimi konusundaki deneyimlerine, (b) bir öğrenme eğrisi olarak epidemiy ile oluşan sosyo-politik ve kültürel tecrübeye ve (c) daha çok sosyal medya ve çevrimiçi (akıllı) korona-virüs uygulamaları etrafında konuşulan “gözetim” (surveillance) toplumu ve dijital kültür konularına yoğunlaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Psikoloji, COVID-19, Salgın Hastalık, Kültür, Politika, Dijitalleşme

PANDEMICS, CULTURAL PSYCHOLOGY AND POLITICS: A LOCAL APPROACH

ABSTRACT

Despite the literature regarding pandemics mostly seem to be related to medicines and health issues, especially the difficulties being faced through COVID-19 and the methods to cope with them suggested a necessity of a multi-disciplinary approach. Cultural structure of societies, their political approaches, housing and urbanisation styles and their social interactions contribute how to struggle against plagues and the success of these procedures. Historical data and experience about pandemics demonstrate that a pre-active planning and sophisticated preparation help societies both more easily overcome the difficulties and make them ready for likely future crisis. Therefore, this study, with reference to COVID-19 times, mostly based on theoretical context and a textual analysis aims to present a social, political, cultural and digital perspective. While tackling this point of view, based on the necessity of versatile methods struggling with pandemics, it will also try to give insights crisis management, usage of new media technologies, cultural interactions and decisions of policymakers during novel corona-virus. This study, as it is one of the firsts of the related issue, treating as “preliminary literature”; will focus on (a) the crisis management skills of the Turkish authorities, (b) the socio-political and cultural experience as a learning curve and (d) the surveillance

¹ Doç. Dr., Sağlık Bilimleri Üniversitesi, HYBF, Psikoloji Bölümü, ekmel.gecer@sbu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3367-2236.

Received/Geliş: 10/06/2020 Accepted/Kabul: 07/07/2020, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Geçer, E. (2020), “Salgın Hastalıklar, Kültürel Psikoloji ve Politika: Yerel Bir Yaklaşım”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 29 Sayı: 3, s.550-567.

society and digital culture which is mostly debated in relation with social media and online (smart) corona-virus applications.

Keywords: Cultural Psychology, COVID-19, Pandemic, Culture, Politics, Digitalisation

Giriş

Benden uzak dur!

Bu makalenin yazımı sırasında, Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan ve *Covid-19* adı verilen yeni nesil koronavirüs salgını sayısal olarak düşüşe geçse de dünyada yayılmaya devam ediyor ve her gün onlarca insanın hayatını kaybetmesine neden oluyordu. Türkiye'de ilk vakanın açıklandığı 11 Mart'tan bu yana, toplam vaka sayısı 141 bin 475'e yükselmiş, can kaybı da 3 bin 500'ü aşmıştı (Sağlık Bakanlığı, 2020). Bu süreçte güvenilir bir kaynak olarak öne çıkan *Johns Hopkins Üniversitesi*, dünya genelinde görülen koronavirüs vakalarının toplamının 4 milyon 250 bin civarına ulaştığını belirtmiş; can kaybının 290 bini, iyileşenlerin de 1 milyon 500 bini aştığını kaydetmişti. En fazla vaka görülen ülkeler ABD, Rusya, İspanya, Birleşik Krallık ve İtalya olarak sıralanıyordu. En yüksek can kaybı da yine Amerika'daydı (Jonh Hopkins University, 2020).

Koronavirüs, büyük bir virüs ailesinin bir alt türü olarak, yıllar önce de çeşitli şekillerde görünmüş ve onunla ilgili çok yönlü çalışmalar yapılmıştı (de Zwart vd., 2009). İlk kez Aralık ayında görülen bu yeni hâlini Dünya Sağlık Örgütü (WHO-World Health Organisation) ve "2019-nCoV" olarak adlandırdı. 11 Şubat 2020'de koronavirüs kaynaklı hastalığa COVID-19 dendi ve literatürde kendine daha çok böyle yer buldu (Chinazzi vd., 2020). Hastalığın ilk aşamaları izlendikten sonra ve dünya genelinde yayılma görüldükten sonra, DSÖ hastalığı "küresel salgın" anlamına gelen "pandemi" olarak ilan etti. Başkan *Tedros Adhanom Ghebreyesus*, İngilizce kodlarıyla, COVID-19'un "korona"nın co'su, "virüs"ün vi'si ve hastalık kelimesinin İngilizcesi "disease" sözcüğünün d'sinden türetildiğini söyledi (WHO, 2020).

Yeni korona-virüse yakalananlarda belirtileri de teşhis etmek uzun sürmedi. Önce yüksek ateş hissediliyor, daha sonra kuru öksürük şikâyetleri gözleniyor ve bir haftanın sonunda ise nefes darlığı sorunları ortaya çıkıyordu. Ancak herkeste aynı zorlukta ve ölümcül olmuyordu. Özellikle yaşı ilerlemiş ve kronik hastalığı olanlar virüsü daha ağır yaşıyor, birçok kişi ise hastalığı hafif belirtilerle ya da hiç belirtisiz evde atlatıyordu. Hatta Çinli bilim insanlarına göre bazı kişiler belirtileri göstermeden ve farkında olmadan da enfeksiyonu yayıyorlardı. WHO'ya göre yeni virüs hemen kendini göstermeyebilir bir süreliğine "kuluçka dönemi"nde kalabiliyordu. Bu süre kimi çalışmalara göre 14 gün olarak belirtilse de bazı araştırmacılar bu sürenin 24 güne kadar çıkabileceğini ifade ediyordu (WHO, 2020). Hastalığın, Çin'in 11 milyon nüfuslu kenti Vuhan'daki *Huanan* deniz ürünleri pazarından kaynaklandığı tahmin edilse de komplo teorilerine ve popülist liderlere ilham verecek biçimde tartışmalar uzun süre devam edecek gibi görünmektedir (Yuen vd., 2020).

Dünya Sağlık Örgütü; virüsten korunmak için, ellerimizi sık sık sabunla yıkamaktan, öksürürken veya hapşırırken ağızımızı ve burnumuzu mendille kapatmaktan ve gözlerimize,

burnumuza ve ağzımıza dokunmaktan kaçınmaya kadar bir dizi uyarıda bulunmuştu. Yerel organlar da bir sağlık iletişim kampanyası kabilinde bu bilgileri sıklıkla halkla paylaşmakta ve böylece bir farkındalık oluşturmaya çalışıyordu (WHO, 2020). Söz konusu tespit ve uyarılar daha çok fiziksel ve tıbbi önlemler gibi görünse de aslında diğer bazı tavsiyeler gündelik yaşam ve kültürel hayatımızı görünür biçimde değiştirmeye yönelikti. Virüsün yayılma hızını ve sınırını kontrol etmek için çeşitli ülkeler alınan önlemlerin ölçüsü değişken olsa da ortak olarak vurgulanan husus; insanların aralarına mesafe koymaları, zorunlu olmadıkça dışarı çıkmamaları; sarılma, tokalaşma ve öpüşme gibi alışkanlıkları terk etmeleri ve risk gruplarında olanların ve hastalığa yakalananların kendilerini izole etmesiydi (Sohrabi vd., 2020).

Makalenin ana eksenini de bahsi geçen tedbirler içinde sosyo-kültürel, politik, ekonomik ve teknolojik açıdan etraflıca ele alınabilecek “*sosyal mesafe*” kavramı üzerinde inşa edilmeye çalışılacaktır. Bu nedenle, her ne kadar bu “mesafeli” ifade biçiminin yanında “*duygusal yakınlık*” sıklıkla vurgulansa da salgın hastalıkla mücadelenin ve bu bağlamda oluşan davranış ve tutum değişikliklerinin eleştirel bir bakışla ele alınması özellikle *sosyal ve kültürel psikoloji* alan yazınına katkı sunacaktır. Çünkü muhtemel tutum değişiminin, bireysel ve sosyal hayat üzerinde etki oluşturarak bireyselliği güçlendireceği, “güvenlikçi beden” yaklaşımını yaygınlaştıracağı, toplumsallaşma ve işteşlik içeren eylem gücünü zayıflatacağı ve bütün bu nedenlerle ötekini önemsememe eğilimini artıracacağı var sayımlarını görmek mümkündür. Hastalıkların bir anlamda bağışıklık sistemleri güçlü olmayanları; zorlu şartlarda yaşayanları ve maddi açıdan yeterli ve hızlı tedaviye ulaşamayanları daha hızlı yakaladığı yaklaşımları eşit(siz)lik meselesinin de ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Bir eleştirel analiz olarak bu makale, diğer yandan; kriz yönetimi, teknoloji kullanımı, gözetim toplumu ve fiziksel/psikolojik dirence bağlı olan bedensel bağışıklık sisteminin *eşitlik ilkesini* sosyolojik açıdan zedelenmeye daha açık hâle getireceği tartışmaları üzerinde duracak ve “bazılarının daha eşit olduğu” kanısını kültürel ve politik bir çerçevede ele alacaktır. Korona sürecinde ortaya çıkan fiziksel/bedensel koruma, iyimserlik, kötümserlik, sosyal bulaşma, özgeci tavır ya da çevrimiçi ortamların kullanımı kültürel psikoloji ekseninde tartışılacaktır. Çalışma, bu yönleriyle “yeni korana virüs”e (novel-corona virüs) dair ilklerden olması nedeniyle önem taşımaktadır. Makalenin; bir metin analizi ve değerlendirmesi ile hastalık sonrası oluşacak sosyo-kültürel değişimin ne yönde olacağına, hastalıkla mücadeledeki kriz yönetimi biçimine ve dijital uygulamaların muhtemel olumsuzluklara değinerek alandaki boşluğu doldurması hedeflenmektedir.

Bir Kriz Yönetimi Olarak Sosyal Mobilizasyon

“Kriz” kelimesi Çince’de iki karakterden oluşur. Birincisi “tehlike”yi ikincisi de “fırsat”ı temsil eder.

John F. Kennedy

Pandemi hazırlığının profesyonel biçimde yönetilmesinin öncelikli yöntemlerinden biri olarak sivil ve resmî organlar arasında oluşturulacak iş birliği, iletişim ve koordinasyon olarak gösterilmektedir. Bu iş birliği; sistemler ve örgütler arasında kolay hareket edecek esneklikte olacak ve katkı verebilecek her birey ve topluluğun görüşlerine başvurabilecektir. Çünkü sosyal anlamda büyük etkileri olabilecek hastalık ya da toplumsal çatışma gibi krizler kapsamlı bir bakış açısıyla ele alınmalı; özel sektörün, sivil toplum kuruluşlarının, daha küçük toplumsal örgütlerin, medyanın ve elbette hükümet organlarının tecrübe ve kaynaklarından faydalanılarak hareket edilmelidir. Söz konusu birlikteliğin ve/veya hazırlığın özellikle proaktif olarak ortaya çıkması önem taşımaktadır. Ancak herhangi bir toplumsal ya da siyasal buhran esnasında hazır olan bir *kriz yönetimi masası* yoksa bu durumda gerekli çalışmalara başlanması ve karar mekanizmalarının hızlı bir biçimde çalıştırılması gerekmektedir. Kriz yönetiminde başarı; koordinasyon, *bütünleşik planlama* ve uluslararası, ulusal ve yerel aktörler arasındaki bazen karmaşık da olan iletişim ve ilişkileri yönetebilme kabiliyeti gerektirmektedir. Çünkü kriz yönetimi en başta bir halkla ilişkiler sürecidir ve bu bağlamda aslında kurumların itibarlarını daha da yüceltmeleri ya da zayıflayan marka değerlerini güçlendirmek için büyük bir fırsattır. Ayrıca kriz yönetiminin temel amacı sorunlarla yüzleşmek zorunda kalan bireyi ya da bir kurumu korumak ve olumsuzluklara karşı savunmak olduğundan, pandemi ile mücadelede kriz yönetiminin tüm aşamalarında profesyonelle yararlanılabilmelidir (Zamaoum and Serra Gorpe, 2018).

Böyle durumlarda siyasal ve örgütsel kutuplaşma ve ideolojik ayrışmaların oluşma ihtimali de vardır. Bu nedenle kriz yönetiminde, farklı topluluklardan aktörleri bir araya getirmek ve bu aktörler arasında bir güven inşa etmek önem taşımaktadır. Söz konusu iletişim ve güveni kriz öncesinde oluşturmak daha önemli olsa da kriz esnasında hızlı bir planlamayla farklılıkları bir araya getirmek hususunda çaba sarf edilmelidir. İşbirliği çerçevesinde oluşturulan gruplar arasındaki ilişki ve iletişim, soru(n)lara cevap bulmak konusunda daha etkili olacaktır. Siyasal liderlerin katılım ve farklılığı bir araya getirmedeki kararlılığı da çözüme hazırlıklı olmanın ön şartlarından biridir. İş birliği oluşturmak için gerekli olduğu takdirde geleneksel olmayan ya da siyasi erkin, dolayısıyla toplumun pek de alışık olmadığı yöntemlere de başvurmaktan kaçınmamalıdır. İktidar ve muhalefet partilerinden bakan ve yetkililerin bir araya geldiği toplantılardan, kanaat önderlerinden, sevilen sanatçı ve oyuncularından ve belki de sosyal medya çağının bir gereği olarak sosyal medya fenomenlerinden de salgınla mücadelede yararlanılabilmelidir (Heide and Simonsson, 2019).

Burada *toplumsal iletişime* de özel bir yer ayırmalıdır. Toplumsal iletişim (*public communication*) daha çok sosyal gruplarla medya, mitingler, doğrudan postalama gibi çeşitli yöntemlerle iletişime geçmeye işaret etse de önemli olan kamusal alanda belirli bir gruba mesajı aktarmak ve dinleyicileri bu konuda ikna etmektir (Blumler vd., 1995). Siyasal iletişim (*political communication*) ile ilişkilendirilebilen bu iletişim yönteminde asıl amaç topluma yeni bilgiler aktarabilmek, onları bir hastalık ya da tehlike hususunda hazırlıklı kılmak ve propaganda yöntemlerini kullanarak onları ikna etmektir (McNair, 2003). İletiler genelde hiyerarşik bir biçimde siyasal aktörlerden yurttaşlara doğru gelir. Ancak söz konusu *hiyerarşik iletişim* bireyleri etkili bir biçimde kriz yönetimine katkı sunmayı hedeflemektedir.

Böylece, söz gelimi, bireyler; maske takmak, el yıkamak, sosyal mesafeyi korumak gibi uyarıları daha çok dikkate alacak ve hastalık esnasında yetkililere bildirimde bulunmaktan çekinmeyecektir. Toplum ve politika yapıcılar arasında kurulan etkileşim, risk iletişimini böylece daha etkin kılacaktır. *Sosyal mobilizasyon* toplumsal gruplar arasındaki diyalogu güçlendirecek, kültürel ve ekonomik engellere takılmadan bütün grupların çözümde etkin olmasına katkı sunacaktır. Bu nedenle başarılı bir kriz iletişimi için yetkililer, yeni/sosyal medya teknolojilerini de kullanarak, devamlı ve açık bir iletişime devam edebilmeli, azınlık grupların kendilerini dışlanmış hissetmemeleri için mücadele ederek karşılıklı güven tesis edebilmelidirler (WHO, 2009).

Özellikle kriz dönemlerinde hükümetlerin alacağı tedbirler uzun yılları etkileyebilir. Ayrıca tedbirler salgın bir hastalığa yönelik ise davranışsal değişiklikleri de içermesi gerekmektedir. Bu nedenle risk iletişimi ya da kriz yönetimi kapsamlı ve bilimsel verilere dayanmalıdır. Çok yönlü bir tutum değişikliği yerine bireylerde spesifik değişiklikler önermelidir. Toplum ve resmî organlar arasındaki etkileşimin her aşamasında geri dönüşler alınabilmeli (feedback), planlamalar bu bağlamda sürekli güncellenebilmelidir. Bu bağlamda, yukarıda sözü edilen *sosyal mobilizasyon* resmî ve sivil gruplar arasında oluşan interaktif müzakeredir. Zira burada hedef toplumun bir konudaki (pandemi) ilgi ve bilgisini artırmak amacıyla çeşitli iletişim kampanyaları ve tanıtım faaliyetleri düzenlemektir. Toplumsal mobilizasyon bir yönüyle bireyleri bir konuda bilgilendirmeyi hedeflerken diğer yandan da salgının büyümesine neden olabilecek grupların aksiyonunu kısıtlamayı (*de-mobilizasyon*) hedefler (Eser, 2018, s. 52).

Sosyal mobilizasyon da yine çok yönlü bir katılımın gerekli olduğunu söyler. Mevcut iletişim kanallarıyla birlikte, dinî liderlerin, kanaat önderlerinin, STK'ların, işverenlerin ve diğer etkili kurum ve kuruluşların stratejilere dâhil edilmesini ister. Bu *katılımcı strateji* toplumsal grupların salgınla ilgili planlamalara direkt olarak katkı sunmasını sağlayacak ve üyelerinin salgından etkilenmemesi için gerekli tedbirleri daha kolay anlama ve anlatmalarına imkân tanıyacaktır. Ancak unutulmamalıdır ki pandemiyle başarılı bir mücadelenin özünde kapasitenin ve etkili liderliğin yanı sıra saydamlık ve güven yatmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin, salgın ile mücadelesine aşırı bir siyasi ve toplumsal bölünme ortamında başladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Şu sıralarda Türkiye hakkında yapılan araştırmalar Türk toplumunun kutuplaşmasına ve partiler arasında giderek artan ideolojik ve politik mesafeye vurgu yapmaktadır (Erdoğan, 2020). Yönetime duyulan güven de bu kutuplaşma nedeniyle oluşan uçuruma bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu nedenle kriz yönetiminde sosyal mobilizasyon ve diğer iletişim stratejileri etkin bir biçimde kullanılarak söz konusu aşırı politikleşme ve kutuplaşmadan kaynaklı yanlış anlaşılımlar bertaraf edilebilmektedir. Ayrıca hastalıkla mücadele yollarında toplumsal geri dönüş (*feedback*) dikkat edilmeli, bireylerde oluşabilecek “gözetim”, “sansür” ve “düşünce ve ifade özgürlüğünün bastırılması” gibi kaygılar da giderilebilecektir.

Kültür, Hastalık ve Tepki

“Bütün hayvanlar eşittir, ama bazı hayvanlar daha eşittir.”

(Orwell, 1946, s. 90)

Tarihî bilgi ve belgelerde afetler, savaşlar ve çatışmalara dair pek çok kayıt bulmak mümkündür. Zaman ilerledikçe olağanüstü durumlara karşı alınan tedbirler de değişmiş; kimi olumsuzluklar bir öncekine kıyasla daha az zararlarla atlatılabilmektedir. Salgın hastalıklar da insanlığın karşılaştığı en büyük felaketler arasında yerini almıştır (Hays, 2005). Tarihsel olarak daha eskiye gitmek mümkünse de yeni korona-virüsten henüz birkaç yıl önce daha kötü tecrübelerle karşılaşmıştır. İspanyol virüsü ya da SARS gibi hastalıklar yine yüzlerce insanın hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Henüz 1997 yılında kuş gribi (H5N1) dünyanın bir alarm yaşamasına neden olmuştur. 2009 ve 2010 yıllarında ciddi bir tehlike olarak lanse edilen *influenza* günümüzde de etkisini sürdürmekte özellikle çocuk yaşlarda kaygı oluşturmaktadır. Yine Veba, AIDS, H1N1 virüsleri söz konusu salgın hastalıklar arasında sayılabilir (USAID, 2011, s. 3).

Hastalıkların birey ve toplumlar üzerindeki etkisine değinilirken üzerinde durulması gereken hususlardan biri toplumların bu hastalıklarla baş etme biçimlerini nasıl geliştirdikleridir. İlk çağlardan itibaren hastalıklara karşı mücadelede belki de yeni deneyimler edinilmiş olsa da kayıtlar, uzun süre yaygın ölümlerin önüne geçilemediğini göstermektedir. Kademeli ve tecrübi bir gelişime işaret eden toplumsal geçişler *avcı ve tarım toplumu* aşamalarında daha çok geleneksel metotlarla salgınlara cevap verirken *sanayileşmenin* ardından bilimsel yöntemler de kendini göstermeye başlamıştır. Dijital teknolojilerin ve internetin etkisini hissettirdiği günümüzde (*bilgi toplumu*) artık hastalıklar akıllı telefonlardaki uygulamalarla takip edilebilmekte, böylece etkileşim seyirleri değişebilmektedir. Bilgisayar yazılımlarındaki hızlı değişim, yapay zekâ teknolojileri ve robotik gelişmelerle (*süper akıllı toplum*) hem tedavi biçimleri kolaylaşmakta hem de hızlı müdahalelerle hastalıklar henüz ilk aşamalarda durdurulabilmektedir. Bu nedenle salgınlar ve sosyo-politik ve kültürel etkileşimleri hakkında yapılacak yapılabilecek bir değerlendirme, bugünün farkının bilimsel gelişmelerin daha çok olduğu ve salgınlara yönelik tedavi yöntemlerinin daha hızlı geliştirilebileceği yönündedir. Her bir pandemi ile araştırmacılar, halk sağlığı uzmanları, uluslararası organizasyonlar salgınlara karmaşıklığını daha iyi anlamış ve hastalığın sosyal ve biyolojik dinamiklerini daha iyi çözümleyebilmişlerdir (Past Pandemics, 2020).

Toplumsal gelişmeler bir yana salgın hastalıkların çağ açıp kapattığını ifade eden yaklaşımlar da mevcuttur. Söz gelimi kimi uzmanlara göre veba mikrobunun keşfi, Orta Çağ bitirmişti. Ancak koronavirüsün aslında insanın doğa ile savaşından kaynaklandığını, kapitalizmin yarattığı ekolojik yıkımla ilişkilendirilmesi gerektiği tartışmaları da göze çarpmaktadır. Söz konusu tartışmaları insan etkisinden (*insan çağı-antroposen*) sonra sermaye etkisine (*kapitalosen-sermaye çağı*) bağlayanlar; hastalık ve yayılma süreçlerini, yaşam biçimlerinin değişmesi, yatay yapılaşmadan apartman hayatlarına geçilmesi ve dolayısıyla kültürel değişim ile ilişkilendirmişlerdir (Davis, 2018, s. 26). Ne var ki yapılan çalışmalar, iklim krizinin ya da küresel ısınmanın insanları pek de endişelendirmediğini göstermektedir. Dindar toplumlarda bu durumu bir bakıma “kadercilikle” ilişkilendirmek mümkündür. Diğer yandan geleceğe dair bilinmezlik ve kontrol edilemezlik insanları “yok

saymaya” yöneliyor olabilir. Ancak yeryüzünde yaptığı tahribata rağmen küresel ısınmanın kamusal gündemi yeterince meşgul etmediği düşünülmektedir (Brevini and Lewis, 2018).

Hollywood yapımlarında da sıklıkla işlenen iklim değişikliği konusu salgın hastalıkların temel nedenlerinden biri olarak ele alınmaktadır. COVID-19 sürecinde yaşananların; boş sokakları ve kitleler hâlinde ölümleri bir tür bilim-kurgu sahnelerine benziyor olması belki de bundandır. Söz gelimi senaryosu Scott Z. Burns'e ait olan ve Steven Soderbergh'in yönettiği 'salgın' (*Contagion, 2011*) filmi de bu çerçevede pandemiyi ekolojik yıkıma ve teknolojinin yanlış kullanımına bağlamaktadır (IMDB, 2020). Bilimsel olarak hayvansal yiyecek, mikroplar, bakteriler gibi farklı nedenler ortaya atılıyor olsa da salgının oluşmasındaki temel etmenlerden biri yine kapitalizm eliyle fiziksel çevreye ve doğal akışa zarar verilmesi ve diğer canlıların, özellikle yabancı hayvanların yaşam alanlarının tehdit edilmesidir (Loman and Gardy, 2015). Bu bağlamda, yaşadığımız süreci, kapitalizmin etkisi altında kalan fiziksel çevrenin ve yaşamsal alışkanlıkların değişimi ile ilişkilendirirken, kapitalist bir unsur olarak *teknolojinin* gündelik hayatımızdaki *belirleyiciliğine* de değinmek gerekmektedir.

1900'lü yılların hemen başlarında ilk defa Amerikalı sosyolog *Thorstein Veblen* tarafından kullanıldığı belirtilen *teknolojik belirleyicilik* aslında daha önceleri Karl Marx tarafından da dile getirilmişti (Spindler, 2002, s. 55; Bimber, 1999, s. 413). Her iki düşünür de özetle teknolojinin, toplumun gelişimini, sosyal ilişkiler ve kültürel değerlerini etkileyeceğini hatta belirleyeceğini söylemekteydi. Veblen; bunu modern kültürle de ilişkilendirerek teknolojinin insanın günlük hayatını ve dolayısıyla düşünüş ve karşı koyuş biçimlerini de şekillendireceğini ifade ediyordu (Brette, 2003, s. 457). Ancak *teknolojik belirleyicilik* yaklaşımından söz edenlerin büyük bir kısmı; kültürel etkileşim bağlamında daha çok *iletişim teknolojilerinin* etkisinden bahsetmekte ve tutum ve davranışların değişiminde iletişim teknolojilerinin rolüne vurgu yapmaktaydılar (Mcquail and Windahl, 2015).

McLuhan'ın “araç mesajdır” ifadesi de (1963, 9) bu teknolojik belirleyicilik (Adler, 2008, s. 537; Bau, 2014, s. 244) ile yakından ilişkilidir. Ona göre kullanılan teknolojik araçların kendisi bir mesaj içerir ve onların kullanım biçimi bireysel, toplumsal ve kültürel anlamda etkiler oluşturur. Medya; mesajı aktarırken onun nasıl algılandığıyla da ilgilenir. Böylece izleyicinin iletişim aracıyla olan ilişkisi belirlenmekte ve davranışı bu irtibata göre şekillenmektedir. İletişim aracı bu nedenle “kullanıcının uzantısı” olarak nitelenmelidir (s. 8). Tamiratta kullanılan bir çekicin, insanın el ve kol gücünü desteklemesi gibi; bir iletişim aracının dili ve yapısı da bizim düşüncelerimizi etkiler ve onların zihnimizden çıkarak diğerlerine ulaşmasını sağlar. Sadece medya yapımının içeriğini değil, kendisini de dikkate almamız gerektiğini, çünkü aslında sosyal ve psikolojik sonuçlar doğuran teknolojinin bizzat kendi karakteri olduğunu söyler. Bu nedenle yeni teknolojik araçların sosyal, psikolojik ve kültürel etkileri henüz kullanılmaya başlanmadan önce araştırılmalı ve ona göre yaygınlaştırılmalıdır. Söz konusu öngörü, insana, teknolojik cihazların muhtemel olumsuz etkilerini değiştirebilme ve/veya onları kontrol etme gücü de verecektir (McLuhan, 1963, s. 199).

Özellikle yeni medya teknolojilerinin bireysel ve toplumsal hayatımız üzerinde yaptığı etkiler gözlemlendiğinde *teknolojik belirleyiciliğin* mahiyetini anlamak daha da kolaylaşmaktadır. Bu bağlamda akıllı telefonların ilişkilerimizi, kültürel yaşamımızı nasıl etkilediğini gözlemek yeterli olacaktır. Artık *what's app* ve *facebook* gibi *sosyal medya* ortamları üzerinden sosyal ilişkiler kurulmakta ve fiziksel yakınlık ihtiyacı bu şekilde bir miktar giderilebilmektedir. Aslında salgın öncesinde de sosyal/dijital mecraları yoğun kullanan bireyler olarak salgın başladığında telefonlarımızla daha fazla vakit geçirmeyi belki de çok yadırgamadık. Çeşitli uygulamalar aracılığıyla görüntülü konuştuk ve aramızda bir mesafe oluşturmaya çabuk alıştık. “Yaşadıklarımız teknolojik bir sosyal deneydir.” iddiaları bir yana akıllı teknolojilerle sosyal uzaklığa zaten bir nebze alışmış gibiydik.

Aynı paralelde hastalığın bulaşıcılığını önlemek amacıyla kullanılan “maske”lerin kısa zamanda giysilerimizin bir parçası ya da aksesuarı gibi algılanması, yeni hayat biçimimizin ve iletişim kurmak istediğimiz insanlara yönelttiğimiz “uzak dur” ihtarının bir sembolü olmaya başladı. Bu uzaklığın toplumsal ayrışma ve sınıfsal değişimde yapacağı etkiler yapılacak bilimsel çalışmalarla ortaya konacaktır. Ancak ilk bakışta “sosyal mesafe” kavramının insanları toplumdan uzaklaştırıcı ve bireyselci bir tutum ve davranışa neden olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu bireysellik “başkasını önemsememe” eğilimini artırdığı takdirde film sahnelerinde ya da haberlerde görülen “yardımsız kalan kişinin çaresizliği” daha çok göze çarpacaktır.

Göregenli; bu çerçevede, “sosyal mesafe” yerine “fiziksel mesafe”yi önermektedir. Ona göre salgının önlenmesi için bizden istenen mesafe mekânsaldır; toplumsal değildir. Bunu “sosyal” olarak algılasak yalnızlaşır ve tehlikelere daha çok maruz kalabiliriz. Aksine aramızdaki farklılıkları bir kenara iterek kolektif olan hastalık tehdidine karşı yaklaşmalı, birlikte çareler üretmeli ve birbirimize destek olmalıyız. Dikkate almamız gereken mesafe mekânsaldır, fizikseldir, toplumsal değildir. Aramızdaki tüm farklılıklar yokmuşçasına yaklaşmak, kolektif bir zihniyet, tutum ve davranış değişikliği için birbirimizi desteklemek zorundayız. Bunu, psikolojideki kişisel mekân (*personal space*) ve kişisel mesafe (*personal distance*) kavramlarıyla ilişkilendiren Göregenli’ye göre burada önemli olan diğerleriyle aramızda oluşturduğumuz mesafe değildir. İlişkilerimizi belirleyen unsur iletişim içinde olduğumuz insanı nasıl algıladığımızdır (Göregenli, 2020).

Öte yandan hastalığa karşı korunmada hepimizin aynı seviyede olduğumuz konusu da tartışmaya açıktır. İşini evinden yapabilenler ve her gün kalabalık bir gruba işine gitmek zorunda kalanlar arasında eşitlik olmayacaktır. Söz gelimi evinden borsayı takip edenler ile kâğıt toplayıcıları arasında hastalığa yakalanma riski farklı olacaktır. Yeterli derecede besin alım gücü olmayan ve vitamin eksikliği hissedenlerin; sağlıklı beslenen, bahçesinde günlük sporunu yapan ve bağışıklığı güçlü olanların hastalıkla baş etme süreçleri farklı olacaktır. Sayılan bütün senaryolarda birinci grubun ikinci gruba kıyasla hastalığa yakalanma ve hastalığı hasarla atlatma riski daha büyüktür. Dolayısıyla virüsle mücadele sürecinde vurgulanan “eşitlik” ilkesi her durumda kabul edilesi değildir. Hastalığın her sınıftan insana bulaşması olası olsa da yoksulluk ve açlıkla mücadele edenlerde hastalığın oluşturduğu hasar muhtemelen daha büyük olacaktır. “Esasen bu ‘eşitlik’ metaforu, bazen virüse bir tür akıl,

ahlak hatta adalet dağıtma görevi vererek ‘Bak, zengin fakir ayrımı yapmıyor.’ biçiminde kuruluyor ve sistematik eşitsizlik ve adaletsizlikleri meşrulaştırma işlevi görüyor” (Göregenli, 2020).

Eşitlik tartışmaları kapsamında ele alınacak hususlardan biri de özellikle yeni korona-virüsün başladığı günlerde toplumun farklı kesimlerine karşı geliştirildiğimiz söylem ve davranışlarımızdı. Yaşlıların hastalığa yakalanma riskini ön plana çıkarmamız, gençlerin taşıyıcı olduğunu belirtmememiz, koah hastalarının risk grubunda olduğunu söylememiz belirli bir süre bu gruplara karşı ayrıştırmacı tavırlar geliştirilmesine yol açtı. Sıralanan örnekler Türkiye özelinde olsa da virüsün Çinliler ve Çin kültürü ile ilişkilendirilmesi dünya genelinde onlara karşı bir ayrımcı dil ve tutumun oluşmasına neden oldu. Normal zamanlarda da streotipleme, zenefobi ve ötekileştirme örneklerinin rastlandığı pek çok yerde bu sefer de “genellemeler” yapılarak Çinliler ve Çin’de de siyahiler, hastalığın oluşturucusu ve yaygınlaştırıcı olarak suçlandı ve bazen şiddete maruz kaldılar (BBC, 2020; Vincent, 2020).

Demokrasi, Teknoloji ve Gelecek

Seni saklayacağım inan
Yazdıklarım, çizdiklerimde,
Şarkılarımda, sözlerimde.
Seni yaşayacağım, anlatılmaz,
Yaşayacağım gözlerimde;
Gözlerimde saklayacağım.

(Asaf, 2008, s. 421)

Yeni tip korona-virüs ile ilgili çalışma ve değerlendirmelerin birçoğu günün sonunda *teknolojik diktatörlük*le ilişkilendirilmektedir. Uzun süredir, yeni medya teknolojileri, özellikle sosyal medya kullanımı ve Google’da bıraktığımız izlerin hegemonik güçlerin toplumsal “gözetim” olanaklarını artırdığı tartışılmaktaydı (Taylor, 2014, s. 18). Ancak koronavirüs sonrasında, hastalık takibi için kurgulanacak yeni önlemlerin demokratik yönetimleri otokrasiye çevireceği iddiaları akademik çalışmalarda daha yoğun bir biçimde ele alınmaya başlanmıştır, buna yönelik soruların sayısı artmıştır (Kurlantzick, 2020). Hastalık takibi ve tedavisi için kullanılacak akıllı uygulamalar otoriter güçlerin vatandaşı gözetlemesini kolaylaştıracak mıdır? Hastalık bertaraf edildikten sonra söz konusu uygulamalar kalmaya devam edecek midir? Akıllı takip sistemlerinin bireylerin mahremiyetlerini ihlal etmeyeceği ve özgürlük alanlarını kısıtlamayacağı garantisini verebilecek midir? Hükümetler toplumları sağlık nedenleriyle gözettiklerini söylese de bu durum demokratik algıya zarar verecek midir?

Devletler ve gözetim arzularına yönelik anlatımlar; vergi toplamak için kayıtların toplanmasına, göçebeliliğin kontrolüne, savaşa gönderilebilecek yurttaşların belirlenmesi için nüfus analizlerinin yapıldığı eski tarihlere kadar gitmektedir. Bu tartışmalar bir bakıma toplumu kontrol etmek ve intizamı sağlamak için bir baskı aygıtı olarak *devletin* ortaya çıkmasıyla başlamıştır. Kimi yazarlara göre, *gözetim isteğinin* amacı ilk zamanlarında kabaca bu gibi yöntemler olsa da özellikle kapitalizmle birlikte toplumun ve bireylerin sistematik

olarak denetlenmesine dönüşmüştür (Barnard-Wills, 2016, s. 40). *Marx*'a göre gözetim, emek ve sermaye arasındaki mücadelenin bir unsuruydu. Burjuvazi, bürokrasi ve diğer devlet unsurları; işçileri ve halkı “en düşük maliyetle en yüksek üretim” kuralına uygun olarak çalıştırmak için gözetleyecek, onları kayıt altına alacak ve gerektiğinde sert disiplin enstrümanlarına başvuracaktı. Bu disiplinin işçi sınıfı üzerinde hissettirilmesi için çeşitli somut (heykeller, fotoğraflar, devlet binaları) ve hayali (din, sanat, eğitim) unsurlar kullanılacaktı (Staples, 2000, s. 19).

Foucault ise gözetimi (*surveillance*), toplumun tüm kesimlerine yayarak bugünkü bağlamında daha genel bir biçimde ele aldı. Günümüz toplumunda gözetimi anlatmak için, *Bentham*'ın “panoptikon” (hapishane) metaforunu kullandı. 1789 yılında *Jeremy Bentham* bir hapishane tasarlamış ve bu hapishanenin ortasına bir gözetleme kulesi koymuştu. Bu kule bir kontrol noktasıydı ve konumlandırıldığı yerden bütün hapishane odalarını detaylı bir şekilde görebiliyordu. Böylece kuledeki gözetmen ya da bekçi, hapishanedekiler kendisini görmeden, hücrelerdeki gözetim altında tutabilecekti. *Panoptikonun* amacı hapishanedekilere sürekli “gözetlendikleri” hissini vermektir. Oradakiler ne zaman gözetlendiklerini bilmeyeceklerdir. Ancak sürekli “kontrol altında oldukları” hissi ile itaatkâr bir tebaa olacak ve otoritenin hegemonyası her seferinde yeniden üretilecekti (Elden, 2017). George Orwell'in Stalin'den ilhamla yazdığı 1984 kitabı da yine bu çerçevede “gözetim”den bahsetmekteydi. O da her yere yerleştirdiği “büyük gözle” bireyleri ve davranışlarını kontrol etmenin oluşturduğu pasifliği ve siyasal depresyonu anlatmaya çalışmıştı. Orwell şimdilerde de kullanılan “büyük birader” (*big brother*) nitelemesini kullanmış; totaliter bir toplumda vatandaşın düşüncesinin dahi kontrol edilebileceğini var saymıştı (Orwell, 1949).

COVID-19 sürecindeki en temel tartışmalardan biri de yukarıda arka planı verilmeye çalışılan “gözetim” kavramıdır. Üstelik bu tartışmalara dindarlar da katıldılar. Mesela aralarında Katoliklerin de bulunduğu bir grup din adamı ve diğer mesleklerden imzacılar yazılı bir açıklama yaparak, salgının dünyanın tek elden yönetilmek için kullanıldığını iddia ettiler. Tam da Foucault'un ya da Orwell'in bahsettiği gibi bu yolla bütün bireylerin en temel hakları kısıtlanacak ve toplumlar kontrol altına alınarak ‘küresel’ ya da ‘dijital diktatörlük’ yaratılacaktı (UCA, 2020). Bunun için de gerekli alt yapı zaten oluşturuldu. Teknolojik kullanım arttı. Bu nedenle mevcut süreç bir bakıma teknolojiyle birlikte yeni bir yaşam tarzının olabileceğini de bize öğretmeye başladı. Önceleri sosyal medyayı daha az kullanan ileri yaşlardaki kuşak, teknolojileri takip etmeye ve iletişim kurmak ve günlük ihtiyaçlarını gidermek için interneti daha çok kullanmaya ve bu durumu kabullenmeye başladı. Böylece yükselen dijital çağa yaklaşımdaki kuşak farkları kapanma eğilimine girdi.

Bu nedenle özellikle kriz zamanlarında alınacak kararların demokrasi ve temel hukuk ilkelerine uyup uymadığı dikkatli bir biçimde analiz edilmelidir. Aceleyle yanlış kanun, kural ve teknolojiler devreye sokulursa ilerleyen zamanlar için ciddi riskler taşıyabilir. Böyle zamanlarda alınacak kararlar ve uygulanacak tedbirler sadece sağlık meselelerini değil uzun süreli politik süreçleri, toplumsal yaşamı ve ekonomik gelişimi de etkileyecektir. Dolayısıyla, yurttaşlar demokratik kurum ve kuruluşlar üzerindeki kontrollerini basın, STK, lobicilik gibi

yöntemlerle artırmalıdır. Zira alınacak kararlar gelecekte nasıl bir dünya görmek istediğimiz ve nasıl bir yönetim biçimi altında yaşamak istediğimiz ile yakından ilişkilidir.

Gözetim artık sadece uzaktan görüntülenmeyle olmuyor. Yukarıda bahsedildiği gibi telefonlarımızla, sosyal medya paylaşımlarımızla, Google algoritmalarıyla takip ediliyoruz. Harari, bu tartışmaları daha ileriye götürüyor. Cep telefonumuza indirmemizi isteyecekleri uygulamalar ilk etapta kabul edilebilir. Sağlık için takip edilmeyi kabul edebiliriz belki. Rızamız imal edilmiş olabilir çoktan. Dokunduğumuz uygulamayla ateşimizi ve kan dolaşımımızı ölçebilecekler. Peki, bu tür uygulamalara nasıl güvenebiliriz? Zamanla duygularımızı da ölçen uygulamalar geliştirilirse ya da biz farkında olmadan aynı uygulamalar zaten heyecanımızı ve duygularımızı da ölçüyorsa buna nasıl karşı çıkabileceğiz (Harari, 2020)? Söz gelimi A kanalını seyrettiğimizde daha çok heyecanlandığımız, B kanalını seyrettiğimizde öfkeli olduğumuz fark edilirse ne olacak? Kişiliğimiz, bakış açımızı, ideolojimizi, hangi partiyi ve lideri desteklediğimiz anlaşılabilir mi? Orwell'in *distopyasına* neden olabilir miyiz? Toplanan veriler herkes hakkında bilgi toplayan ve şeffaf olmayan bir şekilde kararlar alan topyekûn gözetim rejimlerini kurumsallaştırmada kullanılırsa demokratik bir gelecek söz konusu olabilecek mi?

Son yıllarda hükümetlerin milliyetçilik ve popülizm dalgasına kapılması, toplumları iki düşman kampa bölüyor ve yabancılara ve diğer uluslara karşı nefreti körüklüyor. Bir ülkenin yurttaşları bu kamplaşma nedeniyle diğer ülkeleri düşman olarak kabul etmekte ve kendi liderlerinin tuttukları otoriter tavırları daha hızlı kabul edebilmektedirler. Bu arada iki önemli dilemma var. Biri gözetim ve katılım arasında diğeri de ulusal izolasyon ve küreselleşme arasında (Harari, 2020). Ya hükümetleri ve diğer güçleri demokratik katılıma zorlayacağız ya da gözetlenmeyi kabul edeceğiz. Diğer yandan ya kendi içimize kapanarak “dış güçler”, “düşmanlar” gibi söylemlerin meşru olduğunu iddia edeceğiz ya da küresel gelişmeleri takip ederek daha demokratik, daha barışçıl ve daha özgür bir dünya için evrensel bireyler olarak çalışacağız.

Bütün bu tartışmalar ve sorular ışığında, dijital teknolojilerin, diktatörlüklerin işini kolaylaştıracağı hatta yepyeni dijital diktatörlükler oluşturacağı yaklaşımı her geçen gün yaygınlaşmakta. Bununla ilgili olarak yakın zamanda, Çin hükümetinin yurttaşlarını sıkı sıkıya takip ettiği, uyguladığı bir puan sistemi ile onları cezalandırdığı haberleri medyaya yansıdı (Insider, 2019). Bu nedenle özellikle dijital ortamda gezinirken, hastalık ve diğer makul nedenlerle birtakım uygulamalar indirirken aynı zamanda gelecekte nasıl bir yönetim altında olmak istediğimiz sorusuna cevap verebilmeliyiz. Bununla birlikte, yöneticiler de aşırı bilgi kullanımına dikkat etmeli, vatandaşların özgürlük alanlarına müdahale olarak anılabilecek stratejilerden uzak durmalıdırlar. Aksi bir tutum toplumla yönetim arasındaki mesafeyi daha da artıracak, toplumun yetkili organlara olan güvenini zedeleyecektir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bireyler; devam eden COVID-19 tehdidine karşı yeni kültürel modeller oluşturarak farklı davranışlar geliştirmektedirler. Farkında olmadan bir tür *salgın iletişimi* kurgulamakta ve bazen ortak bir biçimde hayatlarında büyük çaplı değişikliklere gitmektedirler. Söz konusu

kültürel karşı koyma çabaları, pandeminin küreselliği ve yaygınlığı nedeniyle çok farklı kültürlerde kimi zaman aynı şekilde ortaya çıkmış ve kültürel bir birliktelik/aynılık oluşturmuştur. Ancak aynı “benzeşim”, eşitsizliğin de benzer şekilde gün yüzüne çıkmasına neden olmuş ve ötekilerin daha fazla değersizleştirilmesine yol açmıştır. Yeni kültürel kodlamalar; kimi ülkelerde Çinlilik, siyahilik, İsraililik veya Amerikalılık gibi ayrıştırıcılarla azınlıkların olumsuz temsilini artırmış, mevcut düşmanlaştırma eğilimini güçlendirerek ve fakir zengin ayrımını derinleştirerek toplumsal çatışmanın büyümesine yol açmıştır. Bu nedenle kültürel psikolojinin yaklaşımlarından faydalanarak koronavirüse karşı oluşturulan değişiklikleri değerlendirmek ve böylece gelecek çalışmaların kültürel psikolojinin birikiminden daha çok faydalanmasına katkı sağlamak önem arz etmektedir.

Yine de belirtmek gerekir ki salgın hastalıkların toplumlarda birtakım kriz ve karmaşaya sebep olması olasıdır. Fakat hem tarihsel hem de toplumsal tecrübeler hastalıkların oluşturduğu umutsuzluğu daha hızlı aşmamıza yardımcı olacaktır. İnsanlığın elinde bu salgının üstesinden gelmek için ihtiyaç duyduğu ciddi imkânlar var. Eskinin karşı konulmaz vebası ile karşı karşıya değiliz. İnsanlar ölüyor; ama bunun nedenini ve ne yapmak gerektiğini bilmiyor da değiliz. Toplumlar edindikleri deneyim ile karşılaştıkları krizin üstesinden gelme protokollerini daha hızlı harekete geçirebilmektedirler. Yeni korona-virüs sürecinde artık otoriteler ve sağlık uzmanları neyle karşı karşıya olduklarını biliyorlar. Teknolojik ve ekonomik imkânlar ve kriz yönetim biçimleri de önceki dönemlere kıyasla daha güçlü ve sorunların üstesinden gelme konusunda bize yardımcı olabileceklerdir. Ancak bu gelişmelerden nasıl faydalanacağımız konusu da aynı derecede önem taşımaktadır. Bu ise daha çok karar mercileri ve politik güçler ile ilgilidir. Yine de kriz yönetiminin en temel unsurları şeffaflık ve toplumla (krizin bütün taraflarıyla) etkili bir iletişim kurabilmektir. Saydamlık yeterli ölçüde sağlanabilirse ve teyit edilmiş bilgiler paylaşılabilirse karşılıklı güven oluşur; kaygı azalır ve vatandaşları tedirgin eden komplo teorileri yerlerini umutlu bir bekleyişe bırakabilir. Toplumun güveni kazanıldığında ve hastalığa ilişkin veriler tüm açıklığıyla paylaşıldığında insanlar daha başarılı ve barışçıl olacak; halk ve yönetim iş birliğinde kriz daha hızlı bir biçimde aşılabilecektir.

Bunun yanında, *kültürel başa çıkma* yöntemleriyle birlikte sivil ve resmî kurumlar beraber hareket etmeli, planlı ve pro-aktif bir kriz yönetimi oluşturulmalıdır. Gerektiğinde dikkatli ve ciddi bir biçimde uygulanan tatbikat ya da simülasyonlar yapılmalı, bütün sürecin yönetiminde basit görülen ama profesyonelce uygulandığında ciddi başarılar kazandıran kişiler arası, siyasal, sözlü ve diğer iletişim türleri dikkatle analiz edilmelidir. Muhtemel bir *infodemi* (bilgi salgını) ve toplumsal depresyona mahal vermemek için dijital haber ve bilgi paylaşımı demokratik yollarla kontrol edilmeli, şeffaflık ilkesi konusunda güvence verilmeli ve medya okuryazarlığı konusunda bilgilendirme yapılmalıdır.

Diğer taraftan, toplumu hastalıkla ilgili bilgilendirirken onların aynı zamanda diğer insanlara karşı duyarsızlaşmasını engellemek gerekir. Söz gelimi koronavirüs sürecinde yurttaşlara evde kalmayı telkin ederken aynı zamanda onlara yakınları ve diğer ihtiyaç sahiplerine karşı duyarlı olmaları konusunda da tavsiyelerde bulunabilmelidir. Karmaşa, hastalık ve afetler dayanışmayla ve hep beraber hayatta kalabileceğimiz bilgisıyla

mümkündür. Kolektif bir sorumluluğun oluşması zorunludur. Küresel açlığa, yoksulluk ve çatışmalara rağmen farkındalık yeterince oluşmamıştı. Ancak COVID-19 salgınının yeniden vurguladığı bir husus var: Dünya üzerinde bir kişi dahi güvende değilse bütün insanlar tehlike altındadır; bir insan açsa bütün insanların aç kalma ihtimali vardır. Bu nedenle karantinada ve yalnız kalsak da birbirimizin kıymetini bilmeli; fiziksel olarak uzak olsak da dayanışmayı, farkındalığı, paylaşmayı arttırabilmeliyiz. Çünkü dayanışmayı seçersek geleceğimizi kurtarabiliriz fakat ayrıştırmayı seçersek daha büyük pandemiler ve ölümler söz konusu olabilecektir.

Her kriz politik ve insani açıdan bir fırsata dönüştürülebilir. Bu nedenle dayanışma aktivitelerimiz ulusal sınırları aşmalı ve küresel sorunlar için bir “dünya vatandaşlığı” sistemini geliştirebilmeliyiz. Siyasal, sosyal ve bireysel olarak evrensel iş birliğine açık olmalıyız. Genellemelerden kaçınarak belirli grup ve toplumları suçlamamalı düşmanlığı arttırmamalıyız. Böylece ötekileştirme, düşmanlaştırma, aşırı siyasallaşma ve kutuplaştırmanın doğurduğu tehlikeleri görebiliriz belki. Silah üretmeye ilaç üretmekten daha meyilli yöneticiler var. Bu da yaşatmayı değil, öldürmeyi yeğledikleri anlamına gelebilir. Ancak toplumlar, iktidarları ve evrensel güçleri çareler üretmeye zorlayabilmelidir. Mesela bizler uluslararası ambargoların acımasızlığını ve ölümlere yol açtığını anlatabilmeliyiz. Harari'nin dediği gibi evrensel dayanışmayla, sabah Çinli bilim insanlarının çıkardığı bir ders akşam Tahran'da hayat kurtarabilir (Harari, 2020). Bu da ancak hastalığın etkilediği tüm ülkeler arasında bilgi paylaşımı ve insani ve maddi kaynakların adil dağılımı ile mümkün olabilecektir.

Şüphesiz bu siyasal ve kültürel tedbirlerin yanında artık bireysel yaşam biçimlerimizde de değişiklikler yapabilmeli ve farklı durumlara hazırlıklı olabilmeyi öğrenmeliyiz. Öncelikle kullandığımız kelimelere dikkat etmeliyiz; çünkü onlar kalıp yargılarımız ve psikolojik durumumuz hakkında da bilgi verirler. Yaşadığımız sadece bir hastalık hâlidir. Kullandığımız kelimeler bizi yanılgıya düşürebilir. “Savaş” olarak adlandırsak öldürecek birilerini de aramaya başlayabiliriz. Oysa amaç, her zaman olduğu gibi, yaşatmaktır. Diğer yandan bu zor zamanların bizi psikolojik olarak ele geçirmesine izin vermemeliyiz. Elbette gündemi takip edecek politikacıları kontrol edecek ve onların üzerinde bir baskı oluşturacağız. Fakat mesela *aşırı bilgilenme (information overload)* ya da daha etkin ve farklı bir söyleyişle *enformasyon obeziteliği* (Brabazon, 2016) bizim kaygımızı artırıyorsa gerektiğinde sosyal medya ve diğer haber araçları ile aramıza mesafe koyabilmeliyiz. Psikolojik iyi oluşumuza dikkat etmeli ki direncimizi koruyabilelim. Hastalık varsa şifa da vardır. Karanlık varsa aydınlık da vardır. Ölüm varsa yaşam da vardır. Yaşadığımız kriz sona erecek ve sosyal bağlarımızı yeniden yaşatacağız. Hiçbir kriz insan doğasını köklü bir şekilde değiştiremeyecektir.

Kaynaklar

Adler, P. S. (2008). Technological Determinism. S. R. Clegg & James R. Bailey (Ed.), *International Encyclopedia of Organization Studies* içinde. London: Sage.

- Asaf, Ö. (2008). *Çiçek senfonisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barnard-Wills, D. (2016). *Surveillance and identity: discourse, subjectivity and the state*. New York: Routledge.
- Battin, J. M. (2017). *Mobile media technologies and poiēsis: rediscovering how we use technology*. Berlin: Springer.
- BBC. (2020, March 27). Coronavirus: Boys held over racist attack on Chinese. [bbc.com: https://www.bbc.com/news/uk-england-hampshire-51997378](https://www.bbc.com/news/uk-england-hampshire-51997378)
- Bimber, B. (1999). Karl Marx and Three Faces of Technological Determinism. B. Jessop, & C. Malcolm-Brown içinde, *Karl Marx's Social and Political Thought: Critical Assessments* (s. 413-429). London: Routledge.
- Blumler, J. G., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. London: Routledge.
- Brabazon, T. (2016). *Digital dieting: from information obesity to intellectual fitness*. London: Routledge.
- Brevini, B. and Lewis, J. (2018). *Climate change and the media*. Bern: Peter Lang Publishing.
- Chinazzi, M., Davis, J., Ajelli, M., & Gioan, C. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 1-12. doi:10.1126/science.aba9757
- Chinazzi, M., Davis, J., Ajelli, M., & Gioan, C. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel Coronavirus (COVID-19) Outbreak. *Science*, 1-12. doi:10.1126/science.aba9757
- Davis, M. (2018). *Eski Tanrılar, yeni bilmeceler: Marx'ın kayıp teorisi*. İstanbul: Yordam.
- de Zwart, O. V. (2009). Perceived threat, risk perception, and efficacy beliefs related to SARS and other (emerging) infectious diseases: results of an international survey. *International Journal of Behavioural Medicine*, 16(1), 30-40.
- Elden, S. (2017). *Foucault: the birth of power*. Cambridge: Polity.
- Erdoğan, E. (2020, April 2). The Impact of the Coronavirus Pandemic on Polarization in Turkey. GMF: <https://www.gmfus.org/publications/impact-coronavirus-pandemic-polarization-turkey>

- Eser, D. (2018). Bir propaganda aracı olarak toplumsal mobilizasyon ve de-mobilizasyon süreçlerinde yeni medyanın etkisi. *Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi*, 1(1), 35-57.
- Göregenli, M. (2020, Mart 26). *Salgından önce de eşit değildik, salgında da eşit değiliz*. (F. POLAT, Röportaj Yapan).
- Harari, Y. N. (2020, March 20). *The world after coronavirus*. Financial Times: <https://www.ft.com/content/19d90308-6858-11ea-a3c9-1fe6fedcca75>
- Hays, J. N. (2005). *Epidemics and pandemics: their impacts on human history*. Denver: ABC CLIO.
- Heide, M. and Simonsson, C. (2019). *Internal crisis communication: crisis awareness, leadership and coworkership*. Oxon: Routledge.
- IMDB. (2020, Mayıs 13). Contagion. [www.imdb.com: https://www.imdb.com/title/tt1598778/](https://www.imdb.com/title/tt1598778/)
- Insider, B. (2019, December 2). Chinese government forces people to scan their face before they can use internet as surveillance efforts mount. [www.businessinsider.com: https://www.businessinsider.com/china-to-require-facial-id-for-internet-and-mobile-services-2019-10](https://www.businessinsider.com/china-to-require-facial-id-for-internet-and-mobile-services-2019-10)
- Kurlantzick, J. (2020, April 3). Dictators are using the coronavirus to strengthen their grip on power. Washington Post: https://www.washingtonpost.com/outlook/dictators-are-using-the-coronavirus-to-strengthen-their-grip-on-power/2020/04/02/c36582f8-748c-11ea-87da-77a8136c1a6d_story.html
- Lai, M. M. (1990). Coronavirus: organization, replication and expression of genome. *Annual Review of Microbiology* (40), 303-333. doi: 10.1146/annurev.mi.44.100190.001511
- Laia, C.-C., Shih, T.-P., Koc, W.-C., Hung-Jen, T., & Hsueh, P.-R. (2020). Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) and coronavirus disease-2019 (COVID-19): The epidemic and the challenges. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 33, 1-9. doi: 10.1016/j.ijantimicag.2020.105924
- Loman, N. and Gardy, J. (2015). Contagion: a worthy entrant in the outbreak film genre. *Biochemical Society*, 21-26.

- Marra, M. A., Jones, S., Astell, C., Holt, R., & Brooks-Wilson, A. (2003). The Genome Sequence of the SARS-Associated Coronavirus. *Science*, 300(5624), 1399-1404. doi: 10.1126/science.1085953
- McLuhan, M. (1963). *Understanding media: the extensions of man*. Boston: MIT.
- McNair, B. (2003). *An introduction to political communication*. New York: Routledge.
- Mcquail, D. and Windahl, S. (2015). *Communication models for the study of mass communications*. London: Routledge.
- Orwell, G. (1946). *Animal farm*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Orwell, G. (1949). *Nineteen eighty-four*. London: Secker and Warburg.
- Pensaert, M. B. and Bouck, P. d. (1978). A new coronavirus-like particle associated with diarrhoea in swine. *Archives of Virology* (58), 243–247. doi: 10.1007/bf01317606
- Sağlık Bakanlığı. (2020, Mayıs 13). Türkiye'de Güncel Durum. Covid-19: <https://covid19.saglik.gov.tr/>
- Sahin, A. R., Erdogan, A., Agaoglu, P. M., Dineri, Y., Çakırcı, A. Y., & Senel, M. E. (2020). 2019 Novel Coronavirus (COVID-19) Outbreak: a review of the current literature. *EJMO*, 4(1), 1-7. doi:10.14744/ejmo.2020.12220
- Sohrabi, C., Alsafi, Z., O'Neil, N., Khan, M., Kerwan, A., & AL-Jabri, A. (2020). World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *International Journal of Surgery*, 76, 71-76. doi:10.1016/j.ijso.2020.02.034
- Spindler, M. (2002). *Iconoclast, Veblen and modern America: revolutionary*. London: Pluto Press.
- Staples, W. G. (2000). *Everyday surveillance: vigilance and visibility in postmodern life*. Oxford: Rowman and Littlefield.
- Stoecklin, S. B., Rolland, P., Silue, Y., Mailles, A., Campese, C., Simondon, A., & Mechain, M. (2020). First cases of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in France: surveillance, investigations and control measures, January 2020. *Eurosurveillance*, European Centre for Disease Prevention and, 25(6). doi:10.2807/1560-7917

- Taylor, C. (2014). *Place and politics in Latin American digital culture: location and Latin*. London: Routledge.
- UCA. (2020, April 9). *Covid-19 forces China to ease crackdown on Christians*. www.ucanews.com: <https://www.ucanews.com/news/covid-19-forces-china-to-ease-crackdown-on-christians/87666>
- University, J. H. (2020, Mayıs 13). COVID-19 Dashboard. Coronavirus: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- USAID. (2011). *Beyond pandemics: a whole-of-society approach to disaster preparedness*. New York: Global Health.
- Vincent, D. (2020, April 17). *Africans in China: we face coronavirus discrimination*. bbc.com: <https://www.bbc.com/news/world-africa-52309414>
- Weiss, S. R. and Navas-Martin, S. (2005). Coronavirus pathogenesis and the emerging pathogen severe acute respiratory syndrome coronavirus. *Microbiology and Molecular Biology Reviews*, 69(4), 635-664.
- WHO. (2009). *Social mobilization in public health emergencies: Preparedness, readiness and response*. Geneva: World Health Organisation.
- WHO. (2020, March 11). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19- 11 March 2020. Retrieved April 06, 2020, from www.who.int: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- WHO. (2020, May 13). Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it. www.who.int: [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)
- WHO. (2020, May 13). Q&A on coronaviruses (COVID-19). www.who.int: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses>
- WHO. (2020, May 17). Past pandemics. www.euro.who.in: <http://www.euro.who.int/en/health-topics/communicable-diseases/influenza/pandemic-influenza/past-pandemics>

- Wu, Z. and McGoogan, J. (2020). Characteristics of and Important Lessons from the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Outbreak in China. *JAMA*, 1-5. doi:10.1001/jama.2020.2648
- Yuen, K.-S., Zi -Wei, Y., Sin-Yee, F., Chi-Ping, C., & Jin, D.-Y. (2020). SARS-CoV-2 and COVID-19: The most important research questions. *Cell & Bioscience*, 10(40), 1-5. doi:10.1186/s13578-020-00404-4
- Zamaoum, K. and Serra Gorpe, T. (2018). Crisis Management: A Historical and Conceptual Approach for a Better Understanding of Today's Crises. K. Holla, J. Ristvej, & M. Titko içinde, *Crisis Management: Theory and Practice* (s. 203-218). London: Intechopen.
- Zhi, Z. L. (2020). The epidemiological characteristics of an outbreak of 2019 novel coronavirus diseases (COVID-19) in China. *US National Library of Medicine National Institutes of Health*, 41(2), 145-151. doi: 10.3760/cma.j.issn.0254-6450.2020.02.003

ÖRGÜTSEL ADALETİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Salih YEŞİL¹
Yüksel MAVİ²
Mihriban HATUNOĞLU³

ÖZ

Günümüzde değişim, örgütlerin de içinde bulunduğu her alanı, çalışanların da içinde bulunduğu her bireyi etkisine almış durumdadır. Bu durumdan örgütler kadar çalışanlar da payına düşeni almaktadır. Bu bağlamda işverenlerin ve hizmet alıcıların çalışanlardan beklediği kaliteli çıktılar ve yüksek verim örgütlerde adaletin sağlanmasıyla elde edilebilmektedir. Örgütsel adaletin kaliteli çıktılar ve yüksek verim üzerindeki etkilerinin yanında pek çok örgütsel değişken üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır. Bunlardan biri de örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisidir. Örgütsel bağlılık güçlendiğinde örgütlerin başarıya ulaşmaları ve rakiplere üstünlük kurmaları da kolaylaşmaktadır. Bu çalışmanın amacı örgütsel adalet ve boyutlarının, örgütsel bağlılık ve boyutları üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş'ta hizmet veren bir şirketin çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri anketler kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 21.0 adlı istatistik paket program ile analiz edilmiştir. Bu kapsamda frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizler sonucunda örgütsel adaletin örgütsel bağlılık ile pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki içinde olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırmada örgütsel adaletin bir boyutu olan işlemsel adaletin örgütsel bağlılığın bir boyutu olan devam bağlılığını pozitif yönde ve anlamlı biçimde etkilediği saptanmıştır. Örgütsel adaletin bir başka boyutu olan dağıtimsal adaletin ise örgütsel bağlılığın bir başka boyutu olan normatif bağlılığı da pozitif yönde ve anlamlı biçimde etkilediği görülmüştür. Sonuçlar kuram ve uygulama açısından tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Örgütsel Bağlılık

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A FIELD RESEARCH

ABSTRACT

It is seen that the changes and advances in the globalizing world directly and indirectly affect the employees in organizations as in every field. As a matter of fact, some productive activities expected from the employees can be reflected in the success of the organizations only by providing a fair environment in the organizations. In this context, it will increase the loyalty of the employees here to ensure justice in organizations. When organizational commitment is realized, it will be inevitable for organizations to succeed in their business life where there is fierce competition and to gain an advantage over their competitors. The aim of this study is to examine the effect of organizational justice and its dimensions on organizational commitment and dimensions. The sample of the study consists of the employees of a holding operating in Kahramanmaraş. Questionnaire method was used to collect the data of the field research. The obtained data were tested in SPSS 21.0 statistical package program by frequency, correlation and regression analysis. As a result of the analyzes, it has been seen that organizational

¹ Prof.Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İşletme Bölümü, syes66@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3237-2258.

² Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İşletme Bölümü, yuksel4689@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-9724-7135.

³ Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İşletme Bölümü, mihribanhatunoglu@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0123-1543.

Received/Geliş: 02/01/2020 Accepted/Kabul: 14/10/2020, Research Article/araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Yeşil, S., Mavi, Y., Hatunoğlu, M. (2020), "Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Bir Alan Araştırması", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s 568-598.

justice has a positive meaningful relationship with organizational commitment. In addition, it was found in the research that operational justice, which is the organizational justice dimension, positively affects the continuance commitment, which is the organizational commitment dimension. Distribution justice, which is the organizational justice dimension, has been found to affect positively the normative commitment, which is the organizational commitment dimension. The results were discussed in terms of theoretical and practical aspects.

Keywords: Organizational Justice, Organizational Commitment

Giriş

Teknolojik ilerlemelerin ve globalleşmenin söz konusu olduğu günümüz iş dünyasında insan kaynakları işletmelerin rakiplerine üstünlük sağlayabilmesinde önemli etken haline gelmiştir. Bu ise işletmeler açısından kalifiye işgücünü elde etmenin stratejik önemini daha da arttırmış ve insan sermayesinin oldukça önemli duruma gelmesinde etkili olmuştur (Akduman vd., 2015, s. 1). İşletmelerin başarısı açısından esasında insan kaynağı oldukça önemli bir konuma sahiptir. Çünkü bilgi ve birikime sahip işgöreni olan işletmelerin rekabet ortamında rakiplerine karşı ciddi üstünlük sağladıkları görülmektedir. Bu üstünlüğün devamlılığını sağlayabilmek ancak kaliteli işgörenlerin işletmelerde kalabilmesiyle mümkün olur. İşgörenlerin işletmede kalabilmesiyle buradaki yöneticilerin işgörenlerine adanetli bir şekilde davranmasına ve bununla birlikte işgörenlerin adanet algılarının da aynı yönde olmasıyla gerçekleşir (Tetik, 2012, s. 240). İşte bu noktada örgütteki ilişkilere bağılı olarak meydana gelen gerek bireysel gerekse de örgütsel her çıktının ödül ile cezanın adil dağıtımını belirten ilgili kavram (örgütsel adanet) bunu gerçekleştirebilmenin yollarından birisi olarak görülmektedir (Charash ve Spector, 2002, s. 278). Nitekim çalışanlar davranışlarına algıları doğrultusunda yön verdiklerinden örgütlerinin adil olup olmadığına ilişkin algıları ilgili konunun önemini arttırmada da etkili olmuştur (İşcan, 2005, s. 150). Ayrıca adanet olgusunun zaman içerisinde önemli hale gelmesi örgütsel davranış ile yönetim literatüründe bu konuyla ilgili çalışmaların sayıca artış göstermesinide sağlamıştır (Özer ve Urtekin, 2007, s. 108).

Örgütsel adanet kavramıyla ilgili olarak ise literatürde araştırmacılar tarafından birtakım tanımların yapıldığı görülmektedir. Örneğin örgütsel adaneti Beugre ve Baron (2001, s. 324) “bireyin iş arkadaşları, üstleri ve kurumla olan ilişkileri açısından algılamalarını içeren bir sosyal sistemdir” şeklinde ifade ederken başka bir tanımda ilgili kavram örgütte cezaların, ödüllerin, ücretlerin, terfilerin nasıl yapıldığı bunlarla ilgili birtakım kararların nasıl alındığı veya alınan bu birtakım kararların örgüt çalışanlarına nasıl aktarıldığının örgütteki çalışanlar tarafından algılanma biçimi olarak nitelendirildiği görülmektedir (İçerli, 2010, s. 69). Bu noktada kurum içerisindeki bireyin doğrulukla ilgili olarak verdiği birtakım tepkilerin ve algılamaların örgütsel adanetin kapsamı içerisinde yer aldığı belirtilmektedir (Fadel ve Durcikova, 2014, s. 512).

Örgütsel adanetin boyutları hususunda da yazında farklı fikirler bulunduğu ifade edilmektedir. Bu duruma karşılık olarak örgütsel adanetin boyutlarıyla ilgili genel kabul görmüş üç boyuttan söz edilebilir. Bu boyutların; birincisi dağıtımsal adanet boyutu, ikincisi işlemsel adanet boyutu ve üçüncüsü etkileşimsel adanet boyutu biçimindedir (Aslantürk ve Şahan, 2012, s. 138). Bu boyutları kısaca açıklamak gerekirse; elde edilen terfi, ücret, ceza, ödül vb., her çeşit kazanımın örgütteki işgörenler tarafından algılanmasını ifade eden kavramı dağıtımsal adanet boyutu şeklinde tanımlamak mümkündür (İşcan ve Naktiyok, 2004, s. 183). Performans değerlemesi, çalışanların yükselmesi, ücret, maddi olanaklar, örgütün çalışma koşulları gibi birtakım unsurların

ölçümünde faydalanan politika, usul, yöntemlerin adil olma derecesi işlemsel adalet boyutu olarak belirtilmektedir (Işık vd., 2012, s. 256). Bireyin ilişki içerisinde olduğu kişilerarası etkileşimlere ve davranışlara yönelik olarak algıladığı adalet boyutunda etkileşimsel adalet boyutu biçiminde nitelendirilmektedir (Bies ve Moag, 1986, s. 43-55).

Örgütsel adaletin kurumlardaki işgörenler üzerinde de birtakım etkiler oluşturduğu görülmektedir. Bu açıdan Tetik (2012, s. 247)'te örgütsel adaleti, esasında işgörenlerin organizasyonlarına yönelik olarak geliştirdikleri olumlu adalet algıları veya olumsuz adalet algıları şeklinde belirtmektedir (Tetik, 2012, s. 247). Dolayısıyla örgütlerdeki bireylerin buralardaki kararların adil yöntemlerle alındığına dair inançları olduğu taktirde yüksek performans sergileme eğilimi içerisinde olmaları, kurumdaki yöneticilerine duydukları güvende artış yaşamaları, iş tatminlerinde yükseliş olması, işten ayrılma eğilimlerinde azalış görülmesi ve örgütsel bağlılıklarında artış yaşamaları oldukça mümkün gözükmektedir (Örücü ve Özavşarlıoğlu, 2013, s. 336). Çünkü işgörenlerin örgütlerinde yüksek başarı göstermeleri, verimlilikleri, mutluluk duymalarının arkasında yatan sebep olumlu adalet algılarına sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu durumun tam tersi söz konusu olduğundaysa yani olumsuz adalet algısı olan işgörenlerin kurumlarında düşük performans gösterdikleri, işlerine devamsızlık yaptıkları ve hatta kurumlarına karşı yabancılaştıkları belirtilmektedir (İyigün, 2012, s. 60).

Örgütsel adaletin kişilerin örgütleri, yöneticileri, iş arkadaşlarıyla ilişkileri noktasındaki algılarını içeren sosyal bir sistem şeklinde değerlendirildiği görülmektedir (Beugre ve Baron, 2001, s. 326). Bu noktada yerli ve yabancı yazında konuyla ilgili olarak çok sayıda çalışmanın yapıldığı da bilinmektedir (Rai, 2013). Birtakım araştırmacılar örgütsel adaletin mesleki stres (Akdoğan vd., 2018, s. 207-208), sosyal ve sanal kaytarma (Yeşil ve Mavi, 2018, s. 784-786), iş tatmini (Yürür, 2008, s. 306; Karavardar, 2015, s. 145; Keklik ve Coşkun-Us, 2013), performans (Nowakowski ve Conlon, 2005), işgücü devri (Posthuma vd., 2007), örgütsel güven (Aryee vd., 2002), örgütte çatışma yaşama (Karaeminogulları, 2006), tükenmişlik (Korkmaz ve Bozkurt, 2017, s. 241), işten ayrılma niyeti (Colquitt vd., 2001b, s. 438; Karavardar, 2015, s. 145-146; Rai, 2013, s. 277; Choi, 2011, s. 198; Allahyari-Sarı ve Yavuz, 2018, s. 769-770), örgütsel sinizm (Şentürk ve Karakış, 2018, s. 4303-4304), örgütsel muhalefet (Kavak ve Kaygın, 2018, s. 49), presenteeism (Akdoğan vd., 2018, s. 207-208), örgütsel vatandaşlık davranışı (Alanoğlu ve Demirtaş, 2019, s. 10-11), iş performansı (Nasurdin ve Khuan, 2007, s. 325-343; Özdemir vd., 2019, s. 96; Serpil, 2014, s. 64), çalışan performansı (Sökmen vd., 2013, s. 43-62) ve örgütsel bağlılık (Yavuz, 2010; Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Karavardar, 2015, s. 145; Lambert vd., 2007, s. 658; Rai, 2013, s. 277; Nili vd., 2012, s. 463; Çarıkcı ve Küçükeşmen, 2018, s. 37-39; İmamoğlu, 2011; Alinezhad vd., 2015; Bağcı, 2013; Işık vd., 2012; Yıldız ve Atilla, 2019, s. 54-57; Bülbül, 2010; Çörük, 2013; Tokmak, 2018; Görgülüer, 2013) üzerine etkisini inceledikleri görülmüştür.

Globalleşme sonucunda örgütlerin hayatlarını devam ettirebilmesi ancak şiddetli rekabetin yaşandığı günümüz dünyasında kendilerini başka örgütlerden daha farklı ve daha sağlam kılmalarıyla gerçekleşecektir. Hizmet işletmelerindeyse bu farklılığı yaratacak birimin insan kaynakları olması kaçınılmazdır (Bakan, 2011, s. 66). Bu durumsa işgören ile organizasyon arasındaki ilişkinin yeniden incelenmesi gereğini gündeme getirmiştir. Ayrıca işgören ve organizasyon arasındaki verimli, sağlıklı

ilişkilerin geliştirilmesinin zorunlu olduğu da belirtilmiştir. İşte organizasyondaki çalışanların kendilerini organizasyonun bir parçası şeklinde hissedip, çalışanların organizasyonun amaçlarını, değerlerini kabullenmesi ve bu amaçları elde etmek uğruna her türlü gayreti göstererek buradaki üyeliğini devam ettirmek arzusunda olması örgütsel bağlılığı karşımıza çıkarmıştır (Soycan, 2010, s. 2). Uzun senelerden itibaren ilgili konu araştırmacılarca ele alınmış ayrıca örgütsel bağlılıkla ilgili birtakım çalışmaların yapıldığı da görülmüştür (Karataş ve Güleş, 2010, s. 76). Geçtiğimiz son zamanlarda bazı araştırmacıların dünyada yaşanan birtakım değişimler sebebiyle bu konunun pratik ve uygun olduğuyula ilgili endişeleri bulunduğu belirtilmektedir. Fakat bazı araştırmacıların ise bu konuyu 2000’li senelerin temel konularından birisi şeklinde gördükleri ve örgütsel bağlılık konusuna odaklandıkları görülmektedir (Suliman ve Iles, 2000, s. 71).

Sadakat veya örgüte bağlılık gerek araştırmacılar gerekse de işletmeler tarafından incelenen popüler bir kavram şeklindedir. Ayrıca bu kavramın açık bir tanımının olmaması da oldukça ilginçtir (Eroğlu vd., 2011, s. 104). Bu kavramın (örgütsel bağlılık) tanımını yapmak gerekirse; organizasyon çalışanlarının organizasyon ile olan ilişkilerini belirleyen psikolojik durum ve organizasyonun tamamına ilişkin bağlılığı ifade eden kavram şeklinde nitelendirildiği görülmüştür (Gautam vd., 2005, s. 301). Bununla birlikte başka bir tanımda ise örgüt çalışanlarının genel anlamda çalıştıkları kurumla ilgili inançlarının, duygularının, düşüncelerinin toplamı anlamına geldiği belirtilmektedir (George ve Jones, 2012, s. 71). Diğer taraftan örgütsel bağlılığın toplamda üç husustan meydana geldiğini belirtmekte fayda da bulunmaktadır. Bunları şu şekilde açıklamak mümkündür; organizasyonun amaçlarına güçlü bir biçimde inanıp bunun kabul edilmesi, organizasyonun hedefleri için gayret gösterme isteği içerisinde olunması, organizasyonda kalma konusunda net bir arzu duyma eğiliminde bulunulması biçiminde ifade edilebilir (Balay, 2000, s. 18).

Literatürde örgütsel bağlılığın boyutlarıyla ilgili üç boyutun yaygın bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Bu boyutlara duygusal bağlılık boyutu, devam bağlılığı boyutu, normatif bağlılık boyutu olarak belirtilmektedir (Durna ve Eren, 2005, s. 210). Söz konusu bu boyutlar kısaca şöyle açıklanabilir (Yenihan, 2014, s. 173). Örgüt çalışanlarını çalıştıkları kuruma duygusal anlamda yaklaştıran aynı zamanda kurumlarının bir parçası olduklarından dolayı onların mutlu olmalarını sağlayan örgütsel bağlılık boyutu, duygusal bağlılık boyutudur (Wiener, 1982, s. 423-424). Çalışanların örgüt ile olan ilişki sürecinin sonunda meydana gelen gerek yatırımların gerekse de kazanımların göz önüne alınarak çalışmaya devam etmeyi belirten örgütsel bağlılık boyutuysa devam bağlılığı boyutu olarak nitelendirilmektedir (Bergman, 2006, s. 646). Örgüt çalışanlarının ahlaki bir görev duygusuyla ve çalışanların çalıştıkları örgütten ayrılmamanın gereğine inandıklarından dolayı bizzat kendilerini kurumlarına bağlı hissetmeleri ise örgütsel bağlılığın, normatif bağlılık boyutuyla ifade edilmektedir (Meyer ve Allen, 1997, s. 11).

Örgütlerde birtakım faaliyetlerin yerine getirilmesini sağlayan örgüt çalışanlarının kurumlarına olan bağlılıklarını belirleyebilmek işletmeler için büyük önem taşımaktadır (Yalçın ve İplik, 2005, s. 396). Çünkü yüksek örgütsel bağlılığı olanların diğerlerine oranla hem üretime hem de kurumlarına daha yüksek katılımında buldukları görülmektedir. Bu kişilerin daha iyi performans sergileme eğilimi içerisinde oldukları da bilinmektedir. Ayrıca yüksek örgütsel bağlılığa sahip olanlar örgüt içerisindekilerle daha iyi ilişkiler de gerçekleştirmektedirler. Böyle çalışanların işteki tatminlerinin de fazla

olduğu söylenmektedir (Yalçın ve İplik, 2005, s. 396). Diğer taraftan kurum çalışanlarının örgütte paylaştıkları bazı duyguların, düşüncelerin bağlılık duygularının meydana gelmesinde etkili olduğu da belirtilmektedir. Bu durumunsa örgüt çalışanlarının çalıştıkları kurumlarına yönelik birtakım tutumlar göstermesinde etkisi bulunduğu belirtilmektedir (Atilla-Gök, 2016, s. 121). Bu doğrultuda yüksek seviyede örgütsel bağlılığın kuruma sağladığı yararlar ile olumsuz sonuçlardan bahsetmekte oldukça mümkün gözükmektedir. Nitekim örgütsel faydalar yöneticiler ile çalışanlar arasında etkin bir iletişimin gerçekleşmesi, kaliteli üretim yapılması, yüksek verimlilik sağlanması olarak değerlendirilmektedir. Olumsuz sonuçlara verimli bir şekilde kullanılmayan insan sermayesi, stres, gerilim, yaratıcılığın kaybolması olarak nitelendirilmektedir (Balay, 2000, s. 91).

Literatür incelendiğinde araştırmacılar tarafından örgütsel bağlılık konusuyla ilgili birçok teorik ve ampirik çalışmaların gerçekleştirildiği de görülmektedir. Bu bağlamda bazı araştırmacılar çoğunlukla örgütsel bağlılığın; örgütsel sinizm (Ekici vd., 2017), işten ayrılma niyeti (Ramalho Luz vd., 2018; Sökmen ve Şimşek, 2016), iş tatmini (Ye ve Sripicharn, 2018; Karahan, 2009; Akbolat vd., 2015), iş performansı (Aksoy ve Özkan, 2015; Uludağ, 2018, s. 188-189), örgütsel özdeşleşme (Sökmen ve Şimşek, 2016; Özdemir ve İsmailÇebi, 2020, s. 270-272), iş memnuniyeti (Korkmaz ve Erdoğan, 2014) ve çalışan performansı (Meyer ve Allen, 1996; Caruna vd., 1997; Oaiser vd., 2012) üzerine etkisini ele almışlardır.

Görüldüğü üzere yukarıda gerek ulusal gerekse uluslararası yazın açısından oldukça büyük önem arz eden örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık konuları açıklanmıştır. Ayrıca örgütsel adalet ve örgütsel bağlılıkla ilgili olarak yapılmış birtakım çalışmalarda belirtilmiştir. Bu alan araştırmasında ise örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerine etkisi incelenmiştir. Her ne kadar ilgili yazında bununla ilgili çalışmalar bulunsada böyle bir araştırmanın holding çalışanları üzerinde uygulanmaması araştırmamızın özgünlüğü açısından büyük önem taşımaktadır. Bu noktadan hareket ederek çalışmamızda öncelikle teorik çerçeve sunulmuş, devamında araştırmanın metodolojisine yer verilmiş, çalışma bulgular ve analiz sonuçlarıyla desteklenmiş, sonrasında sonuç ve öneriler bölümüyle bitirilmiştir.

Teorik Çerçeve

Bu bölümde örgütsel adalet, örgütsel bağlılık, örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık ilişkisi ve ilgili hipotezlere teorik bir çerçeve kapsamında yer verilmiş ve bunlar detaylı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır.

Örgütsel Adalet

Organizasyonun etkin olarak işleyişi ve işgörenlerin iş tatminleri bağlamında örgütsel adalet konusu temel bir gereksinim olarak görülmektedir. Hayatın başka yönlerinde olduğu gibi örgütsel adalet algıları işgörenlerin gerek davranışlarına gerekse de tutumlarına şekil vermesi açısından oldukça önemli görülmektedir (Lambert, 2003). Şüphesiz bireylerin adalete ilişkin en fazla değerlendirmede buldukları ortamlardan biri de vakitlerinin çoğunluğunu harcadıkları iş ortamlarıdır (İçerli, 2010, s. 68). Daha geniş bir açıdan ifade edecek olursak; örgüt çalışanları ödüllerin adil dağıtımını, kazanılan ücretlerin ne derece adil olduğu, üstlerinin kendilerine adil davranıp davranmadığı gibi noktalara dayanarak bazı değerlendirmelerde bulunurlar. Bu doğrultuda birtakım

davranış kalıpları oluştururlar (Irak, 2004, s. 26). Çünkü örgütsel adalet, işgörenlerin çalışma koşullarında adalet konusunda nasıl bir tavır takındığı hususundaki algı seviyeleriyle bunların örgütsel ve kişisel sonuçlar üzerindeki etkilerini kapsamı içerisine almaktadır. Dolayısıyla iş hayatında yüksek verim sağlamayı amaç edinen işletmeler için şimdi olsun gelecekte olsun çalışan davranışlarının ele alınması ve değerlendirilmesi açısından oldukça önemli görülmektedir (Irak, 2004, s. 40).

İşyeriyle bağlantılı adaletin işgörenlerce nasıl algılandığı bu doğrultuda işgörenlerin ise nasıl tepkide bulunduğu örgütsel adalet olarak tanımlanmaktadır (Greenberg, 1990). Yani örgütsel adalet daha çok çalışma ortamındaki adil davranışlarla ilgili bir kavram olarak nitelendirilebilir. Ayrıca kavram işgörenlerin kurumlarında adil muamele görüp görmediklerini tespit etme yolları ve bunların başka iş ile ilgili davranışlara etki etme derecesiyle de ilgilenir. Örgütsel adalet konulu araştırmalar değerlendirildiğinde bunların temelinde eğer insanlar kendilerine adil davranıldığı inancında olurlarsa bu kişilerin yaptıkları iş, kurum, yöneticiler noktasında oldukça olumlu bir tutum sergileyecekleri varsayımı söz konusu olacaktır (Moorman, 1991).

Örgütsel adalet, incelendiğinde konunun yazında farklı sınıflandırmalar ile kavramlaştırıldığı görülmektedir. Kronolojik olarak birçok araştırmacının üç-faktörlü modelden yararlandıkları belirlenmiştir. Bunlardan ilki dağıtımsal adalet boyutu, ikincisi işlemsel adalet boyutu, sonuncusu ise etkileşimsel adalet boyutu biçimindedir (Cameron vd., 2007). Bu noktadan hareketle alan çalışmamızda da örgütsel adaletin boyutlarına aşağıda yer verilmiştir;

Dağıtımsal Adalet; Örgüt çalışanlarının buradaki birtakım kaynakların dağıtımına dair subjektif adalet algıları dağıtımsal adalet boyutu olarak nitelendirilir (Cropanzano vd., 2005). Dağıtımsal adalet boyutu eşitlik kuramının kapsamı içerisindedir. Eşitlik kuramı eşit çabanın eşit sonuç getirmesi gerekliliğine odaklanır. Yani insanlar kendi edinin ve çalışmaları arasındaki oranı diğer çalışanlarıkiyle mukayese etmektedirler. Söz edilen oranlar arasında denge olduğunu gördükleri zaman eşitliğin gerçekleştiği kanaatine sahip olurlar. Ancak bu durumun aksi görüldüğünde eşitliği sağlamaya çabalarlar (Eren, 2011). Dolayısıyla bireyler organizasyondan elde ettiklerini eğitim durumu, deneyim, çalışma süreleri, stres, performans ve gösterdikleri gayretle karşılaştırdıkları taktirde kendilerine adaletli bulunduğu ve olunmadığına dair bir algı geliştirmektedirler. Bu durumda organizasyona ilişkin davranışları ve tutumlarında birtakım değişiklikler meydana gelmektedir (Özdevecioğlu, 2004, s. 185). Bunun sonucunda çalıştığı kurumda dağıtımsal adalet seviyesinin düşük olduğuna inanan bireyin performansı azalmakta, çalışma arzusu düşmekte, işten vazgeçme davranışına girmekte, işbirliği yapma oranı düşmekte, yaptığı işin kalitesi azalmakta ve stres görülmektedir (Akyüz, 2013, s. 12).

İşlemsel Adalet; Karar alma sürecinde ve bu sürecin uygulanma biçiminde işgörene söz hakkı tanınması işlemsel adalet boyutu olarak tanımlanır (Arslantaş ve Pekdemir, 2007, s. 267). İşlemsel adaletin iki boyutta ele alındığı belirtilmektedir. Bu boyutlardan birincisinin genel olarak biçimsel süreçle ilgili birtakım konuları kapsamı içerisine aldığı söylenebilir. Ayrıca bu boyutun karar alma sürecinde faydalanılan işlemler ve uygulamaların yapısal özellikleri ile ilgili olduğu belirtilmektedir. Boyutlardan ikincisiyse karar alma sürecinde faydalanılan yaklaşımların karar alıcılar bağlamında uygulanma biçimi ile alakalıdır (Özdevecioğlu, 2003, s. 77-96). Örgütsel adaletin bu boyutu çalışanların maddi beklentileriyle sınırlandırılmamıştır. Çalışma

koşullarına yönelik alınan birtakım kararlarda izlenen politika ve stratejilerin adil olma derecesiyle ilgilidir (Jahangir vd., 2006, s. 23).

Etkileşimsel Adalet; Etkileşimsel adalet boyutu karar süreci boyunca yöneticinin neyi, ne şekilde ifade ettiğiyle ilgili bir kavram olarak belirtilir. Örgütsel adaletin bu boyutunda yöneticinin saygı ve duyarlılıkla çalışanını yönlendirmesi söz konusudur. Ayrıca yöneticinin çalışanlarını teşvik edebilme ve onlara mantık çerçevesinde açıklamalarda bulunabilme gibi birtakım özellikleri bulunmaktadır (Colquitt, 2001a, s. 386). Etkileşimsel adalette işgörenler karar verilirken faydalanılan yöntemlerin neler olduğu ve bunlara ne derece bağlı kalındığıyla ilgilenmezler. İşlemler gerçekleştirilirken daha çok kendilerine ne şekilde davranıldığı, yeterli bilgilendirmenin yapıp yapılmadığına odaklanmaktadır (Küçükaltan vd., 2015, s. 151). Bununla birlikte işgörenler, yöneticilerinin kendilerine çalışanlar ile nasıl iletişim kuruyorlarsa aynı şekilde iletişim kurmasını istemektedirler. Bunlar iletişimde de adalet arayışı içerisindedirler. Yani bazılarını saygılı bazılarını saygısız davranma eğiliminde olan yöneticiler ya da kaynak dağıtıcılar bireyler açısından da adil olarak değerlendirilmezler (Cropanzano vd., 2002, s. 324-351). Diğer adalet boyutlarından farklı olan etkileşimsel adalet boyutunda işgörenlerin adaletsizlik algıları bilhassa yöneticilere ilişkindir. Böyle bir durumsa işletmenin tamamına olmayıp sadece kararları uygulayanlara güvenin azaldığını göstermektedir (Cropanzano ve Prehar, 1999).

Adaletin bir toplumda refah ortamının oluşturulması bununla birlikte adaletsiz uygulamalara son verilmesi için oldukça büyük bir önem taşıdığı görülmektedir. Bu noktada adaletin organizasyonlarda birtakım faaliyetleri gerçekleştiren örgüt çalışanlarının refahı, kazanımlarının dağılımının adil bir şekilde gerçekleşmesi açısından önemli olduğu belirtilmektedir (İyigün, 2012). Çünkü örgütlerde adil bir durumun algılanmasıyla birtakım pozitif tutum ve davranışların meydana geldiği görülmektedir. Fakat bu durumun tam tersi yani adaletli olmayan bir durum algılandığındaysa negatif davranışların yaşanması söz konusudur (Beugre, 2002, s. 1092). Bu açıdan olumlu algılamalarla ilgili olarak örgütsel vatandaşlık davranışını, çalışmada verimliliği, örgütsel bağlılığı, çalışmaya devam etme isteğini geliştirmeye katkı sağladığı belirtilmektedir (Cihangiroğlu ve Yılmaz, 2010, s. 210). Organizasyonda gerçekleştirilen faaliyetlerin adaletli bir şekilde yapıldığına dair bir inanç sağlandığındaysa örgüt çalışanlarının iş arkadaşları, yöneticileri ile güven çerçevesinde birtakım ilişkiler geliştirmeleri olası görünmektedir (Folger ve Konovski, 1989, s. 126). Negatif algılamalara gelindiğindeyse bu tarz algılamaların davranışlarda saldırganlığa sebebiyet verdiği, örgütsel bağlılığın azalmasında etkili olduğu ya da örgütsel bağlılığı bitirdiği ayrıca verimliliği de düşürdüğü ifade edilmektedir (Cihangiroğlu ve Yılmaz, 2010, s. 210).

Örgütsel Bağlılık

Günümüzün iş dünyasında birtakım faaliyetler gerçekleştiren işletmelerin geleneksel yönetim anlayışı yerine kurum çalışanlarının karar alma sürecine etkin bir biçimde katıldıkları ayrıca daha çok sorumluluk yüklendikleri yönetim tarzıyla yönetildikleri görülmektedir (Soycan, 2010, s. 2). Diğer taraftan örgüt çalışanına kurumunda birtakım fırsatlar verilmesi bununla beraber örgütteki üstlerince kendisinin değerli olduğunun hissettirilmesi de oldukça büyük önem arz etmektedir (Uludağ, 2018, s. 173). Nitekim şiddetli rekabet ortamında hayatta kalabilmek adına birbirleriyle rekabet içerisinde olan işletmelerin galip gelebilmesi için sahip oldukları beşeri kaynağın performansına,

motivasyonuna, hatta örgütsel bağlılıklarına önem vermek zorunda oldukları çok açıktır (Ertan, 2008, s. 2). Söz konusu bu örgütlerin ise hayatlarını devam ettirmek istemesi esasında örgüt çalışanlarının çalıştıkları kurumlarından ayrılmaması ile mümkün olabilecektir. Çünkü örgüt çalışanlarının kurumlarına olan bağlılıkları ne derece yüksek olursa örgütün de o derece güçlü olacağı söylenmektedir (Çetin, 2004, s. 90). Görüldüğü üzere açıklık getirilmeye çalışılan bu durumun literatür açısından oldukça önemli bir konu olan örgütsel bağlılığı karşımıza çıkardığı görülmektedir. Nitekim Oliver (1990, s. 21)'de örgütsel bağlılık konusuyla ilgili olarak son yıllarda yapılan çalışmaların sayısında da büyük bir artış yaşandığını ifade etmiştir.

Örgütsel bağlılık kavramının ilk kez Whyte tarafından 1956 senesinde kullanıldığı görülmüştür (Yüce ve Kavak, 2017, s. 82). Bu kavramın tanımlarından bazılarını ifade etmek gerekirse; (Yüce ve Kavak, 2017, s. 82) örgütsel bağlılık çalışanın değerleri ile örgütün değerlerinin özdeşleşmesi ve çalışanın örgüte karşı sergilediği bağlılık (Stup, 2006, s. 1) şeklindedir. Başka bir tanımda ise örgüt çalışanlarının kurumun amaçları ve değerleri ile bütünsel biçimde ele aldıkları ve kurumdaki üyeliklerinin devamını sağlamak isteğinde olduklarıyla ilgili süreci örgütsel bağlılık olarak nitelendirdikleri görülmektedir (Porter vd., 1974, s. 603-609). Örgütsel bağlılığın tanımıyla ilgili yazında yapılan tanımların birbirlerinden birtakım farklılıkları bulunmaktadır. İşletme ile bu işletmede çalışanlar arasında meydana gelen ilişkilerin ne şekilde gelişim gösterdiği ve bu ilişkilerin yapısıyla ilgili fikir farklılıklarının olması bunun belli başlı sebebi olarak belirtilmektedir (Mathieu ve Zajac, 1990, s. 171-172).

Örgütsel bağlılığı boyut olarak ise Allen ve Meyer'in üç boyutta ele aldıkları görülmüştür. Bu boyutlardan ilki duygusal bağlılık boyutu, ikincisi devam bağlılığı boyutu ve sonuncusu normatif bağlılık boyutu biçimindedir (Allen ve Meyer, 1990, s. 1). Bu üç örgütsel bağlılık boyutlarını daha anlaşılır bir şekilde ifade etmek gerekirse; bir çalışan çalıştığı yerde devam etme isteğine sahip ise örgütüne duygusal bağlılık ile bağlıdır. Çalışan örgütte devam etmesi gerektiği düşüncesine sahip ise örgütüne süreklilik bağlılığı ile bağlıdır. Son olarak çalışan birey örgütte devam etmek zorunda olduğunu düşünürse örgütüne normatif bağlılık ile bağlıdır (Allen ve Meyer, 1990, s. 3). Alan çalışmamızda da örgütsel bağlılığın bu boyutlarına aşağıda açıklık getirilmeye çalışılmıştır;

Duygusal Bağlılık; Örgütte çalışan kişilerin duygusal yaklaşarak kendi tercihleri sonucunda örgütte çalışmaya devam etme istekleri şeklinde ifade edilmiştir (Özdevecioğlu, 2003, s. 114). Kişileri çalıştıkları kuruma duygusal yönden bağlı hale getiren ve kurumun bir parçası olmalarından memnuniyet duymalarını sağlayan örgütsel ve bireysel değerler arasındaki anlayıştan ortaya çıkar (Wiener, 1982, s. 423-424). Duygusal bağlılık işgörenlerin örgüt hedef, amaç ve değerlerine sahip oldukları sürece hissetmiş oldukları bağlılık olarak nitelendirilmektedir. İşgörenin örgütün değerlerini kuvvetli bir şekilde kabul ettiği, örgütün çalışanı olarak devam etmeyi istediği boyut duygusal bağlılık boyutudur. Çalışanın işletmeye bağlılığının en iyi durumudur. Bu bireyler işlerine karşı olumlu davranış sergilerler ve ihtiyaç olduğunda fazla çaba sarf etmeye hazırdırlar (Balay, 2000).

Devam Bağlılığı; Yazında bu bağlılık boyutu rasyonel bağlılık ve algılanan maliyet olarak da bilinir. Çalışanın örgütten ayrıldığı takdirde ortaya çıkartacağı maliyetlerin bilincinde olması devam bağlılığı anlamına gelmektedir. Devam bağlılığında örgüte bağlı olmada duygusal faktörlerin etkisinin az olduğu düşünülmektedir. Kurumdan

ayrılmanın maliyetinin yüksek olacağı inancına dair çalışanın örgüt üyeliğini devam ettirmesi devam bağlılığı olarak tanımlanır (İlsev, 1997, s. 22). Bu bağlılık boyutu çalışanların örgütlerine yatırım yapması sonucunda gelişir. Çalışan, örgüte gereğinden çok zaman harcıyıp emek ettiğini ve yatırım yaptığını düşünür ve bunun neticesinde o örgütte kalmayı bir mecburiyet olarak hisseder. Böyle bir bağlılık duygusu taşıyan kişi ise seçeneklerinin az olduğu düşüncesiyle örgütte kalmayı tercih eder (Balay, 2000).

Normatif Bağlılık; Kişinin kendini kurumuna adanmasını belirtir. Sadakate teşvik eden bir örgüt kültürü ortamında çalışanın sosyalleşmesini sağlayarak kurum ve kuruluşlara sadık ve bağlı olma duygusuna dikkat çeker. Buna ek olarak örgütsel amaç, politika, misyon ve uygulama alanlarıyla dengeli olan ve kişi tarafından benimsenen yani içselleştirilen inanç ve duyguları da içerisine alır (Durna ve Eren, 2005, s. 211). Kişiler bir minnet borcu hissederek örgütte kalmayı tercih ederler. Bu durumun sebebi ise kurumun onlara karşı iyi muamele ettiği ile ilgilidir (Balay, 2000). Bu bağlılık bireyin kurumda çalışmayı bir görev bilmesi nedeniyle duygusal bağlılıktan ayrıldığı gibi işten ayrılma sonucunda doğabilecek olumsuzlukların hesaplanmasından etkilenmediğinden dolayı da devam bağlılığından farklılık gösterir (Solmuş, 2004, s. 196).

İş dünyasının ve akademisyenlerin örgütsel bağlılık konusuna oldukça yoğun ilgi duydukları ifade edilmektedir. Gösterilen bu ilginin temel sebebi olarak örgütsel bağlılığın devamsızlık, işgücü devir hızı, performans vb., birtakım sonuçları yarattığından kaynaklı olduğu belirtilmektedir (Cohen, 1991, s. 253). Yüksek seviyede gerçekleştirilen örgütsel bağlılığın sebep oldukları daha çok sorumluluk yüklenme, daha çok verimlilik, daha çok sadakat olarak nitelendirilmektedir (Vural ve Coşkun, 2007, s. 142). Diğer taraftan bu bağlılığın artması ile birlikte de örgütler kurumlarındaki işgörenlerini daha iyi bir şekilde tanıma imkanını elde edebilirler. Böylece çalışanların yeteneklerinin kolay bir şekilde belirlenebilmesi mümkün olur. Bunun sonucunda da görev dağılımları daha doğru bir biçimde gerçekleştirilir (Uludağ, 2018, s. 173). Örgütlerin ise tüm bunlarla beraber çalışanlarının sadakatleri karşılığında çalışanlarına yetki devredip onları ödüllendirmeye çalışmaları söz konusu olmaktadır (Balay, 2000, s. 89). Bu durumun sonucundaysa örgütsel bağlılığın kişiye aidiyet duygusu ile istikrar sağladığı vurgulanmakta ve bunun stresli çalışma şartlarının etkisinde de azalmaya yol açtığı ifade edilmektedir (Koç, 2009, s. 203).

Örgütsel Adalet ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi ve İlgili Hipotezler

Organizasyonlar açısından incelendiğinde çalışanların örgütsel adalet algılarının büyük önem arz ettiği görülmektedir. Çünkü çalışanlar adalet algılarına dayanarak birtakım davranışlar sergilerler. Bu durumu açıklamak gerekirse; dağıtımsal adaletsizliği algıladıkları zaman örgüt çalışanlarının, kurumun kararlarının sonuçlarına bazı tepkilerde bulunmaları söz konusu olur. Örgüt çalışanları işlemsel adaletsizliği algıladıkları zaman kurumun bütününe yönelik tepkiler gösterirler. Örgüt çalışanlarının etkileşimsel adaletsizliği algıladıklarında yöneticilerine birtakım tepkilerde buldukları belirtilmektedir. Bu tür tepkilerinse organizasyonlarda birtakım yıkıcı sonuçlara neden olması kaçınılmazdır (Cihangiroğulları vd., 2010, s. 69). Böyle durumların önüne geçilebilmesi için yapılması gerekenlerden birisi de çalışanların örgütlerine olan bağlılıklarının sağlanması yani örgütsel bağlılıktan geçmektedir. Bu noktada Hoş ve Oksay (2015, s. 3)'da bir örgütün çalışanları kendilerini buraya ne derece bağlı hissederlerse o kadar başarılı olacaklarını belirtmiştir. Bununla birlikte bu örgütün

çalışanlarının bilgilerini ve yeteneklerini de kurumlarına aktarmaları söz konusu olacaktır. Böyle bir durumda ise kişinin örgütsel bağlılığın verdiği güç ile kurumunun faydası adına hizmette bulunması, örgütsel değerler ile amaçlara katkı sağlaması, hatta kurumunu her ortamda savunması mümkün olacaktır (Eren, 2012, s. 555). Bu noktadan hareketle bir açıklamada bulunmak gerekirse; bir örgütteki adalet ortamının ne kadar sağlıklı olduğu o örgütte çalışanların örgütsel bağlılıklarında o kadar etki yaratacağının açık bir göstergesidir.

Görüldüğü üzere literatür açısından oldukça büyük önem taşıyan bu konulardan (örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık) hareketle örgütsel adalet ve boyutlarının örgütsel bağlılık ve boyutlarını pozitif yönde etkilediğini gösteren bulgulara rastlandığı gibi örgütsel adalet ve boyutlarının örgütsel bağlılık ve boyutlarını etkilemediği veya negatif yönde etkilediği ile ilgili bazı araştırma bulgularında görmek mümkündür. Örneğin dağıtımsal adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106); işlemsel adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106; Yavuz, 2010) ve etkileşimsel adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediği belirlenirken işlemsel adaletin duygusal bağlılığı etkilemediği de görülmüştür (Candan, 2014, s. 908-909). Diğer taraftan dağıtımsal adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Candan, 2014, s. 908-909; Bağcı, 2013); işlemsel adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Bağcı, 2013) ve etkileşimsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909) devam bağlılığını pozitif yönde etkilediği görülürken dağıtımsal adaletin (Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106); işlemsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) devam bağlılığını etkilemediği ile dağıtımsal adaletin, işlemsel adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634) ve etkileşimsel adaletin (Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) devam bağlılığını negatif yönde etkilediği de çalışmalarda belirlenmiştir. Ayrıca bazı çalışmalarda ise dağıtımsal adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106; Dilek, 2005; Çöl ve Avunduk, 2019, s. 3726); işlemsel adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Bağcı, 2013) ve etkileşimsel adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediği görülürken işlemsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) ve etkileşimsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909) normatif bağlılığı etkilemediği de saptanmıştır.

Yukarıdaki çalışmalardan genel anlamda faydalanarak yapılan çalışmamızda da örgütsel adalet ve boyutlarının örgütsel bağlılık ve boyutları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca çalışmamızda örgütsel adalet ve boyutlarının örgütsel bağlılık ve boyutlarını etkilediği varsayılmıştır. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

- H1: Dağıtımsal adalet duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.
- H2: İşlemsel adalet duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.
- H3: Etkileşimsel adalet duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.
- H4: Dağıtımsal adalet devam bağlılığını pozitif yönde etkiler.
- H5: İşlemsel adalet devam bağlılığını pozitif yönde etkiler.
- H6: Etkileşimsel adalet devam bağlılığını pozitif yönde etkiler.

- H7: Dağıtım sal adalet normatif bağıllığı pozitif yönde etkiler.
H8: İşlemsel adalet normatif bağıllığı pozitif yönde etkiler.
H9: Etkileşimsel adalet normatif bağıllığı pozitif yönde etkiler.

Metodoloji

Alan araştırmamızın bu bölümünde araştırmanın amacı ve kapsamı, yöntemi, evreni ve örneklemini, hipotezleri ve modeli, analizlerine ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

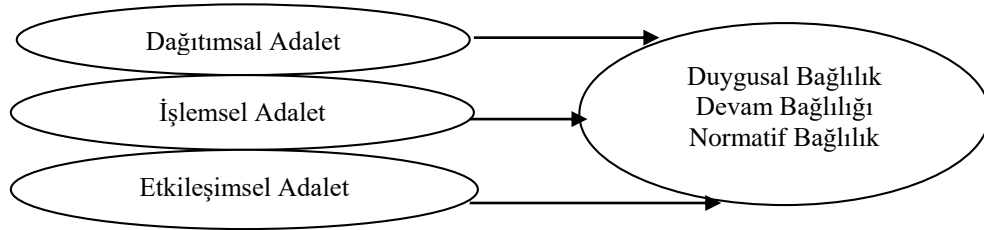
Ulusal ve uluslararası yazındaki bazı çalışmalar değerlendirildiğinde örgütsel adalet ve örgütsel bağıllık konularının farklı açılardan incelendiği görülmüştür. Bu çalışmada ise örgütsel adalet ve boyutlarının örgütsel bağıllık ve boyutları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi, Evreni ve Örneklemini

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket formundan yararlanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Bu formun birinci bölümünde holding çalışanlarının demografik özelliklerini ölçmeye yönelik 7 soru tek cevaplı olarak hazırlanmıştır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümündeki ifadeler için 5'li Likert ölçeğinden (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) faydalanılmıştır. Araştırmanın evrenini Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren bir holdingin 120 çalışanı oluşturmaktadır. Örneklemini ise bu holdingin 91 çalışanı meydana getirmiştir. Holding çalışanlarına anket formları elden dağıtılmış ve bu formları gönüllülük esasına göre doldurmaları istenmiştir. Araştırmada yararlanılan ölçekler ise Niehoff ve Moorman (1993)'dan örgütsel adalet ölçeği ile Allen ve Meyer (2007)'in çalışmasında kullanmış olduğu örgütsel bağıllık ölçeği biçimindedir.

Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmada örgütsel adalet boyutlarının (dağıtım sal adalet boyutu, işlemsel adalet boyutu, etkileşimsel adalet boyutu) örgütsel bağıllık boyutları (duygusal bağıllık boyutu, devam bağıllığı boyutu, normatif bağıllık boyutu) üzerine etkisi Şekil 1 'de gösterilmiştir. Bu noktada oluşturulan hipotezlere yukarıda yer verilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli: Örgütsel Adalet ile Örgütsel Bağıllık İlişkisi

Araştırmanın Analizleri

Araştırmada örgütsel adalet ve boyutlarının (dağıtımsal adalet boyutu, işlemsel adalet boyutu, etkileşimsel adalet boyutu) örgütsel bağlılık ve boyutları (duygusal bağlılık boyutu, devam bağlılığı boyutu, normatif bağlılık boyutu) üzerine etkisini incelemek için elde edilen veriler SPSS 21.0 programında analiz edilmiştir. Verilerin analizi için frekans, korelasyon ve regresyon analizlerinden faydalanılmıştır. Ayrıca çalışmamızda kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi sonucunun Cronbach's Alpha değerlerine de yer verilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde alan araştırmasının demografik ve temel bulgularıyla ilgili bilgiler sunulmuş ve değerlendirilmeler yapılmıştır.

Demografik Bulgular

Araştırmada holding çalışanlarının demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş aralığı, eğitim durumu, işletmedeki çalışma süresi, sektördeki toplam çalışma süresi, çalışılan birim) ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Holding Çalışanlarının Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler	Kategoriler	N	%
Cinsiyet	Bay	62	68,1
	Bayan	29	31,9
Medeni Durum	Evli	51	56,0
	Bekar	40	44,0
Yaş Aralığı	20-24	9	9,9
	25-29	20	22,0
	30-34	30	33,0
	35-39	17	18,7
	40-44	7	7,7
	45 +	5	5,5
Eğitim Durumu	Lise	10	11,0
	Ön lisans	20	22,0
	Lisans	48	52,7
	Lisansüstü	13	14,3
İşletmedeki Çalışma Süresi	1 yıldan az	10	11,0
	1-3 yıl	30	33,0
	4-6 yıl	28	30,8
	7-9 yıl	10	11,0
	10 yıl ve üstü	13	14,3
Sektördeki Toplam Çalışma Süresi	1 yıldan az	5	5,5
	1-3 yıl	21	23,1
	4-6 yıl	24	26,4
	7-9 yıl	17	18,7
	10+yıl	24	26,4

Çalışılan Birim	Dış Ticaret	4	4,4
	Finans	8	8,8
	Pazarlama	19	20,9
	Muhasebe	25	27,5
	Kambiyo	10	11,0
	Yönetici Asistanı	3	3,3
	Çaycı	1	1,1
	Boya Planlama	1	1,1
	İdari İşler	2	2,2
	Diğer	17	18,7

Araştırmaya katılan holding çalışanlarının cinsiyetlerine göre dağılımları incelendiğinde 29 katılımcıyı bayanların (%31,9) ve 62 katılımcıyı bayların (%68,1) oluşturduğu belirlenmiştir. Bu durum araştırmaya katılan holding çalışanlarının çoğunluğunu bayların meydana getirdiğini göstermektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları incelendiğinde 51 kişinin (%56,0) evli ve geriye kalan 40 kişinin (%44,0) ise bekar olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç katılımcıların büyük bir bölümünün evlilerden oluştuğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan holding çalışanlarından 20-24 yaş aralığıyla 9 kişi (%9,9), 25-29 yaş aralığıyla 20 kişi (%22,0), 30-34 yaş aralığıyla 30 kişi (%33,0), 35-39 yaş aralığıyla 17 kişi (%18,7), 40-44 yaş aralığıyla 7 kişi (%7,7) ve 45+ yaş aralığıyla 5 kişi (%5,5) belirli yaş aralıklarına göre dağılım göstermiştir.

Araştırmaya katılan holding çalışanlarının eğitim durumları incelendiğinde lise eğitim durumuna sahip olan 10 holding çalışanı (%11,0) örneklemin en küçük grubunu meydana getirmiştir. Ayrıca lisans eğitim durumuna sahip olan 48 holding çalışanı (%52,7) ise örneklemin en büyük grubunu oluşturmuştur.

Araştırmaya katılan 91 holding çalışanının işletmedeki çalışma süreleri incelendiğinde 1-3 yıl çalışma süresine sahip olan 30 holding çalışanı (%33,0) örneklemin en büyük grubunu meydana getirmektedir. Ayrıca 1 yıldan az çalışma süresi sahip olan 10 holding çalışanı (%11,0) ve benzer şekilde 7-9 yıl çalışma süresine sahip olan 10 holding çalışanının (%11,0) ise örneklemin en küçük grubunu oluşturduğu görülmüştür.

Holding çalışanlarından 1 yıldan az süreyle 5 kişinin (%5,5) 1-3 yıl süreyle 21 kişinin (%23,1), 4-6 yıl süreyle 24 kişinin (%26,4), 7-9 yıl süreyle 17 kişinin (%18,7) ve 10+ yıl süreyle 24 kişinin (%26,4) sektördeki toplam çalışma süresine göre dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Araştırma katılımcılarının çalıştıkları birimler incelendiğinde en kalabalık çalışma birimini 25 (%27,5) katılımcıyla muhasebe birimindekilerin oluşturduğu saptanmıştır. En az katılımcının olduğu çalışma birimini ise 1 katılımcıyla (%1,1) çaycı ve 1 katılımcıyla (%1,1) boya planlama birimindekilerin oluşturduğu saptanmıştır.

Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Araştırmamızda kullanılan ölçeklerden elde edilen her bir faktörün güvenilirlik analizi sonucuna ait verilere yer verilmiştir. Tablo 2’de araştırma ölçeklerine uygulanan güvenilirlik analizi sonucunun Cronbach’s Alpha değerleri gösterilmiştir. Cronbach Alpha değerlerine göre dağıtımsal adalet (,877), işlemsel adalet (,907), etkileşimsel adalet

(,968), duygusal bağlılık (,798), devam bağlılığı (,923) ve normatif bağlılık (,907) şeklinde bulunmuş ve bu değerlerin yüksek düzeyde güvenilir olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Önerme Sayıları ve Cronbach's Alpha Katsayıları

Ölçekler	Cronbach Alpha	Önerme Sayısı	Çıkarılan Önerme Sayısı
Dağıtımsal Adalet	,877	5	2
İşlemsel Adalet	,907	6	3
Etkileşimsel Adalet	,968	9	-
Duygusal Bağlılık	,798	8	1
Devam Bağlılığı	,923	8	-
Normatif Bağlılık	,907	7	-

Araştırmanın Temel Bulguları

Alan araştırmamızda yer alan temel bulgulara ilişkin olarak öncelikle korelasyon analizi sonrasında ise regresyon analizi yapılmış ve bunların sonuçları açıklanmıştır.

Korelasyon Analizi ve Sonuçları

Çalışmamızda örgütsel adalet ve boyutları ile örgütsel bağlılık ve boyutları arasındaki ilişki korelasyon analizi yapılarak incelenmiş ve sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Tablosu

	Ort.	S.S.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Dağıtımsal Adalet	3,8945	,83178	1							
İşlemsel Adalet	3,8810	,80710	,797**	1						
			,000	91	91					
Etkileşimsel Adalet	3,9420	,75566	,732**	,869**	1					
			,000	,000	90	90	90			
Örgütsel Adalet	3,9111	,74013	,881**	,953**	,952**	1				
			,000	,000	,000	90	90	90	90	
Duygusal Bağlılık	4,0175	,49803	,486**	,501**	,420**	,495**	1			
			,000	,000	,000	,000	90	89	89	90
Devam Bağlılığı	4,0435	,74265	,525**	,594**	,513**	,581**	,587**	1		
			,000	,000	,000	,000	,000	,000	89	89
	4,1059	,62698	,526**	,500**	,401**	,497**	,664**	,753**	1	

Normatif Bağlılık			,000	,000	,000	,000	,000	,000		
			89	89	89	89	89	88	89	
Örgütsel Bağlılık	4,0599	,55996	,579**	,607**	,508**	,597**	,809**	,920**	,911**	1
			,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
			88	88	88	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3'teki korelasyon analizi sonuçlarına göre;

Dağıtimsal adaletin duygusal bağlılık ($r=,486;p<0,01$), devam bağlılığı ($r=,525;p<0,01$), normatif bağlılık ($r=,526;p<0,01$) ile pozitif anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

İşlemsel adaletin duygusal bağlılık ($r=,501;p<0,01$), devam bağlılığı ($r=,594;p<0,01$), normatif bağlılık ($r=,500;p<0,01$) ile pozitif anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Etkileşimsel adaletin duygusal bağlılık ($r=,420;p<0,01$), devam bağlılığı ($r=,513;p<0,01$), normatif bağlılık ($r=,401;p<0,01$) ile pozitif anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Genel anlamda ise örgütsel adaletin örgütsel bağlılık ($r=,597;p<0,01$) ile pozitif anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmüştür.

Regresyon Analizi ve Sonuçları

Araştırmada H1 hipotezi “Dağıtimsal adalet duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler”, H2 hipotezi “İşlemsel adalet duygusal bağlılığını pozitif yönde etkiler” ve H3 hipotezi “Etkileşimsel adalet duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler” test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Dağıtimsal, İşlemsel ve Etkileşimsel Adaletin Duygusal Bağlılığı Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Duygusal Bağlılık								
Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	T	P	F	R2	ΔR2
	B	Standart Hata	Beta					
Sabit	2,778	,251		11,075				
Dağıtimsal Adalet	,148	,092	,249	1,613	,110			
İşlemsel Adalet	,246	,131	,400	1,880	,064			
Etkileşimsel Adalet	-,073	,125	-,111	-,588	,558	10,743	,275	,249

Tablo 4'teki regresyon analizi sonuçlarına göre;

Dağıtimsal adalet “H1” hipotezi ($\beta=,249;p>0,05$), işlemsel adalet “H2” hipotezi ($\beta=,400;p>0,05$) ve etkileşimsel adalet “H3” hipotezinin ($\beta=-,111;p>0,05$) duygusal bağlılığı etkilemediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre “H1”, “H2” ve “H3” hipotezleri reddedilmiştir.

Araştırmada H4 hipotezi “Dağıtimsal adalet devam bağlılığını pozitif yönde etkiler”, H5 hipotezi “İşlemsel adalet devam bağlılığını pozitif yönde etkiler” ve H6 hipotezi “Etkileşimsel adalet devam bağlılığını pozitif yönde etkiler” test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Dağıtimsal, İşlemsel ve Etkileşimsel Adaletin Devam Bağlılığını Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Devam Bağlılığı

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	T	P	F	R2	ΔR2
	B	Standart Hata	Beta					
Sabit	1,854	,353		5,252	,000			
Dağıtimsal Adalet	,136	,128	,152	1,058	,293			
İşlemsel Adalet	,478	,184	,520	2,606	,011			
Etkileşimsel Adalet	-,049	,175	-,050	-,283	,778	16,040	,364	,342

Tablo 5’teki regresyon analizi sonuçlarına göre;

Dağıtimsal adalet “H4” hipotezi ($\beta=,152;p>0,05$) ve etkileşimsel adalet “H6” hipotezinin ($\beta=,050;p>0,05$) devam bağlılığını etkilemediği görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlara göre “H4” ve “H6” hipotezleri reddedilmiştir. Fakat işlemsel adalet “H5” hipotezinin ($\beta=,520;p<0,05$) devam bağlılığını pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Bu sonuca göre “H5” hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada H7 hipotezi “Dağıtimsal adalet normatif bağlılığı pozitif yönde etkiler”, H8 hipotezi “İşlemsel adalet normatif bağlılığı pozitif yönde etkiler” ve H9 hipotezi “Etkileşimsel adalet normatif bağlılığı pozitif yönde etkiler” test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Dağıtimsal, İşlemsel ve Etkileşimsel Adaletin Normatif Bağlılığını Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Normatif Bağlılık

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	T	P	F	R2	ΔR2
	B	Standart Hata	Beta					
Sabit	2,554	,308		8,305	,000			
Dağıtimsal Adalet	,277	,113	,371	2,458	,016			
İşlemsel Adalet	,293	,160	,381	1,828	,071			
Etkileşimsel Adalet	-,168	,153	-,203	-1,096	,276	12,392	,304	,280

Tablo 6’daki regresyon analizi sonuçlarına göre;

Dağıtımsal adalet ‘‘H7’’ hipotezinin ($\beta=,371;p<0,05$) normatif bağıllığı pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuca göre ‘‘H7’’ hipotezi desteklenmiştir. Ancak işlemsel adalet ‘‘H8’’ hipotezi ($\beta=,381;p>0,05$) ve etkileşimsel adalet ‘‘H9’’ hipotezinin ($\beta=-,203;p>0,05$) normatif bağıllığı etkilemediği görülmüştür. Bu bulgular sonucunda ‘‘H8’’ve ‘‘H9’’ hipotezleri reddedilmiştir.

Alan araştırması kapsamında genel olarak örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmış ve sonuçlarına Tablo 7’de yer verilmiştir. Analiz sonuçlarında görüldüğü gibi örgütsel adaletin örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir ($\beta=,597;p<0,05$).

Tablo 7. Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılığı Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	T	P	F	R2	ΔR2
	B	Standart Hata	Beta					
Sabit	2,292	,261		8,791	,000			
Örgütsel Adalet	,451	,065	,597	6,899	,000	47,601	,356	,349

Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda yaşanan değişimlerin, ilerlemelerin ve yeniliklerin her alanda olduğu gibi örgütlerde doğrudan ve dolaylı olarak etkilediği görülmektedir. Ayrıca bu etkiden en fazla payını alan unsurlardan birisinde insan olduğu bilinmektedir. Örgütlerin rekabet ortamında ayakta kalabilmesinin yanı sıra diğer örgütlerden üstün gelebilmesi ancak insan unsuruna verilen değerle ilgilidir. Bu açıdan örgütlerin ve örgüt çalışanlarının birbirlerinden birtakım beklentilerinin bulunduğu dikkat çekmek gerekir. Karşılıklı bu beklentilerin yerine getirilmesi ise örgütlerin hedeflerine ulaşmasında temel koşul olarak görülmektedir. Örgütlerde verimliliğin artırılması, başarının sağlanması, hedeflenen karlılığa ulaşılması gibi birtakım amaçların elde edilebilmesi insan unsurunun istek ve arzularının yerine getirilmesiyle gerçekleşir. Örgütlerinde bu unsurdan sağladığı kazanımlara karşılık olarak çalışanları için yerine getirmesi gerekenler bulunmaktadır. İşte tüm bunların yerine getirilebilmesi ancak örgütlerde adaletli bir ortamın mevcut olmasıyla gerçekleşmektedir. Nitekim bir örgütte adaletli bir ortam var olduğu sürece o örgütte var olacaktır. Bu örgütlerin varlığıysa çalışanlarının örgütlerine olan bağlılıklarıyla mümkün olacaktır. Diğer taraftan örgütlerde kendilerine olan bağlılıkları sağlamak ve bu bağlılıkları artırmak adına birtakım gayretler içerisine girmek zorundadırlar. Çünkü çalışanların örgütlerine duydukları bağlılık o örgütlerde adaletin ne derece yaşandığı en iyi habercilerinden birisi olarak görülmektedir. Bir örgütte örgütsel adalet sağlandığı takdirde örgüt çalışanlarının o örgütte kalma eğilimleri devam edecektir. Böyle örgütlerin ise başarıyı yakalayabilmeleri ve amaçlarına ulaşabilmeleri kaçınılmaz olacaktır. Bu noktadan hareketle ifade etmek gerekirse; günümüz örgütlerinin örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık konularına oldukça büyük önem vermeleri gerekmektedir. Bu

bağlamda hem örgütsel adaletin hem de örgütsel bağlılığın çalışma hayatının vazgeçilmez konuları olarak karşımıza çıktığı görülmektedir.

Bu alan araştırmasında da örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık konuları ele alınmıştır. Çalışmada örgütsel adalet ve boyutlarının (dağıtım sal adalet boyutu, işlemsel adalet boyutu, etkileşimsel adalet boyutu) örgütsel bağlılık ve boyutları (duygusal bağlılık boyutu, devam bağlılığı boyutu, normatif bağlılık boyutu) üzerine etkisi incelenmiştir. Yerli ve yabancı yazın değerlendirildiğinde bu konuyla ilgili birtakım araştırmaların yapıldığı görülmüştür. Fakat böyle bir araştırmanın holding çalışanları üzerinde gerçekleştirilmesi araştırmamızın özgünlüğü açısından önemli görülmüş olup bu doğrultuda araştırmamız Kahramanmaraş'taki bir holdingin çalışanları üzerine yapılan alan çalışmasıyla desteklenmiştir. Ayrıca araştırmadan elde edilen bulgular konuyla ilgili birtakım sonuçları ortaya koymakla kalmamış aşağıda da bunlara açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

Dağıtım sal adaletin duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediğini belirlemek üzere kurulan ve çalışmanın birinci hipotezi olan "H1" regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Konuyla ilgili olarak yapılan araştırmalar incelendiğinde ise araştırmamızdaki ile çelişen bulgulara ulaşıldığı görülmüştür. Örneğin bazı çalışmalarda dağıtım sal adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğu saptanmıştır.

İşlemsel adaletin duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediğini tespit etmek üzere oluşturulan ve araştırmanın ikinci hipotezi olan "H2" regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Literatür incelendiğinde elde edilen bu sonuçla paralellik gösteren ve çelişen birtakım çalışma bulgularının olduğu görülmüştür. Bazı araştırmalarda işlemsel adaletin duygusal bağlılığı etkilemediğini gösteren sonuçlar belirlenmiştir (Candan, 2014, s. 908-909). Fakat bazı çalışmalarda ise işlemsel adaletin duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediği görülmüştür (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106; Yavuz, 2010).

Etkileşimsel adaletin duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediğini incelemek üzere kurulan ve çalışmanın üçüncü hipotezi olan "H3" regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Elde edilen bu sonucun birtakım araştırmaların bulgularıyla çeliştiği saptanmıştır. Bu bağlamda ilgili yazında yapılan çalışmalarda etkileşimsel adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediğini gösteren sonuçların olduğu görülmüştür.

Dağıtım sal adaletin devam bağlılığını pozitif yönde etkilediğini belirlemek üzere oluşturulan ve araştırmanın dördüncü hipotezi olan "H4" regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Bu sonucun bazı çalışmaların bulgularıyla paralellik gösterirken birtakım çalışmaların bulgularıyla da çeliştiği saptanmıştır. Nitekim gerçekleştirilen bazı araştırmalarda dağıtım sal adaletin (Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) devam bağlılığını etkilemediğini ve dağıtım sal adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634) devam bağlılığını negatif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğu belirlenmiştir. Ancak ilgili yazında dağıtım sal adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Candan, 2014, s. 908-

909; Bağcı, 2013) devam bağlılığını pozitif yönde etkilediğini gösteren sonuçların olduğuda görülmüştür.

İşlemsel adaletin devam bağlılığını pozitif yönde etkilediğini tespit etmek üzere kurulan ve çalışmanın beşinci hipotezi olan “H5” regresyon analizi sonucunda desteklenmiştir. Literatürde bu çalışmanın sonuçlarıyla paralellik gösteren ve çelişen bulgulara ulaşıldığıda görülmüştür. Örneğin yapılan araştırmalarda işlemsel adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Bağcı, 2013) devam bağlılığını pozitif yönde etkilediğini gösteren sonuçların olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan işlemsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) devam bağlılığını etkilemediğini ve işlemsel adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634) devam bağlılığını negatif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğuda saptanmıştır.

Etkileşimsel adaletin devam bağlılığını pozitif yönde etkilediğini incelemek üzere oluşturulan ve araştırmanın altıncı hipotezi olan “H6” regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Literatürde gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde bu çalışmanın sonucuyla paralellik gösteren ve çelişen birtakım bulguların olduğuda belirlenmiştir. Bazı araştırmalarda etkileşimsel adaletin (Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) devam bağlılığını negatif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğu görülmüştür. Fakat birtakım çalışmalarda ise etkileşimsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909) devam bağlılığını pozitif yönde etkilediğini gösteren sonuçların olduğuda görülmüştür.

Dağıtımsal adaletin normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediğini belirlemek üzere kurulan ve çalışmanın yedinci hipotezi olan “H7” regresyon analizi sonucunda desteklenmiştir. Elde edilen bu sonucun bazı araştırmaların bulgularıyla paralellik gösterdiği belirlenmiştir. Örneğin yapılan birtakım çalışmalarda dağıtımsal adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106; Dilek, 2005; Çöl ve Avunduk, 2019, s. 3726) normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğu görülmüştür.

İşlemsel adaletin normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediğini tespit etmek üzere oluşturulan ve araştırmanın sekizinci hipotezi olan “H8” regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Bu bulgunun literatürdeki bazı çalışmaların sonuçlarıyla paralellik gösterdiği ve birtakım çalışmaların sonuçlarıyla çeliştiği saptanmıştır. Gerçekleştirilen bu araştırmalar incelendiğinde işlemsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909; Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) normatif bağlılığı etkilemediğini gösteren sonuçların olduğu belirlenmiştir. Ancak yapılan bazı çalışmalarda ise işlemsel adaletin (Cihangiroğlu, 2011, s. 13; Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634; Bağcı, 2013) normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğuda görülmüştür.

Etkileşimsel adaletin normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediğini incelemek üzere kurulan ve çalışmanın dokuzuncu hipotezi olan “H9” regresyon analizi sonucunda reddedilmiştir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde bu sonucun birtakım çalışmaların bulgularıyla paralellik gösterdiği bazılarıyla ise çeliştiği görülmüştür. Yapılan araştırmalar incelendiğinde etkileşimsel adaletin (Candan, 2014, s. 908-909) normatif bağlılığı etkilemediğini gösteren sonuçların olduğu saptanmıştır. Diğer taraftan birtakım çalışmalarda ise etkileşimsel adaletin (Keskin ve Esen, 2017, s. 630-634;

Büyükyılmaz ve Tunçbiz, 2016, s. 104-106) normatif bağlılığı pozitif yönde etkilediğini gösteren bulguların olduğuda belirlenmiştir.

Genel anlamda araştırmamızdan elde ettiğimiz sonuçlarla ilgili olarak değerlendirmede bulunmak gerekirse; her ne kadar örgütsel adalet boyutlarının örgütsel bağlılık boyutlarını pozitif yönde etkilediğini gösteren ‘‘H5’’ ve ‘‘H7’’ hipotezleri desteklenmiş olsa da ‘‘H1’’, ‘‘H2’’, ‘‘H3’’, ‘‘H4’’, ‘‘H6’’, ‘‘H8’’ ve ‘‘H9’’ hipotezlerinin reddedildiği görülmüştür. Bu sonuçlar ise çalışmamızda örgütsel adalet boyutlarının (dağıtımsal adalet, işlemsel adalet, etkileşimsel adalet) örgütsel bağlılık boyutlarının (duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık) tamamını etkilemediğini ortaya koymuştur.

Örgüt çalışanlarının örgütlerine birtakım yatırımlar yaptıkları görülmektedir. Bunun karşılığında sağladıkları kazanımlarını karşılaştırıp kararların ve uygulamaların adaletli bir şekilde yapılıp yapılmadığını sorguladıkları da belirtilmektedir (Yeniçeri vd., 2009). Nitekim örgüt çalışanlarının bu algılamalarına dayanarak birtakım davranış, tutum gösterdikleri görülmektedir. Eğer örgüt çalışanları bu algılamaları sonucunda örgütte adaletsizliğin yaşandığını hissedersenere verecekleri tepkilerin kurum açısından oldukça büyük tehlike yaratması söz konusu olur (Cihangiroğlu vd., 2010, s. 69). Diğer taraftan örgütlerde kaynakların, ödüllerin, cezaların adaletli bir biçimde dağıtıldığı, haksız algılamaların önüne geçilebileceği hak edenin hak ettiğine sahip olabileceği bir sistem oluşturulmaya da çaba gösterilmesi gerekmektedir (Tetik, 2012, s. 247). Bu durum örgütlerin hayatlarının devamlılığı için gereklidir. İşte bu noktada ise örgütsel bağlılığın devreye girmesi kaçınılmaz görünmektedir. Çünkü bir örgüt, çalışanları örgüte bağlı olduğu sürece yaşayacaktır. Bu açıdan örgütlere bağlılığın artırılması gerekmektedir. Böylece hem örgütler hem de çalışanlar amaçlarına ulaşacaklardır. Fakat bu gerçekleştirilemediği takdirde örgüt çalışanları örgütlerinden ayrılacaklardır. Bu durumun sonucunda ise örgütlerin hayatlarının devamlılığı son bulacaktır.

Her araştırmanın olduğu gibi alan araştırmamızda da birtakım kısıtlılıklar görülmüştür. Bu çalışmanın en önemli kısıtlılığını çalışmanın sadece bir holdingin çalışanları üzerinde gerçekleştirilmesi ve buradaki çalışanların sayıca azlığı oluşturmuştur. Ayrıca holding çalışanlarından bazılarının iş yaşamının yoğunluğundan dolayı anket formunu doldurmak istememesi, sürenin sınırlı olması, eksik ve yanlış doldurulması nedeniyle bazı anket formlarının analiz kapsamına alınmaması, çalışmada farklı veri toplama yöntemlerinden faydalanılmaması çalışmanın diğer kısıtlılıklarını meydana getirmiştir. Söz konusu bu durum alan araştırmamızın sonuçlarının genelleştirilmesi açısından güçlük yaratmıştır. Bu noktadan hareket ederek ileride yapılacak çalışmaların daha fazla katılımcı üzerinde uygulanması, çalışmanın farklı sektörlerde yapılması, çalışmaya yeni değişkenlerin eklenmesi ve çalışmanın farklı veri toplama yöntemleriyle desteklenmesi elde edilen sonuçların genelleştirilebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Böylece araştırmacılar ilgili konuya daha fazla dikkat çekebilecek, yapılan araştırmaların sayısında artış yaşanacak ve literatürün gelişimine katkı sağlanmış olacaktır.

Kaynaklar

- Akbolat, M., Işık, O. & Tengilimoğlu, D. (2015). Personel Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Bağlılığın İş Tatminine Etkileri, *İş, Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(2): 3-27.
- Akdoğan, A., Kaya-Harmancı, Y. & Bayram, A. (2018). Algılanan Örgütsel Adalet Ve İşte Var Olamama (Presenteeism) İlişkisinde Stresin Aracı Rolü, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2): 197-211.
- Akduman, G., Hatipoğlu, Z. & Yüksekbilgili, Z. (2015). Medeni Durumuna Göre Örgütsel Adalet Algısı, *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1): 1-13.
- Aksoy, C. & Özkan, F. (2015). İtibar Yönetimi, Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Performans Arasındaki İlişkinin Analizi: Devlet Ve Özel Banka Karşılaştırması, *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 7(26): 3-14.
- Akyüz, A.N. (2013). Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Öğretmenler Üzerine Ampirik Bir Çalışma, *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*.
- Alanoğlu, M. & Demirtaş, Z. (2019). Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 49: 1-16.
- Alinezhad, M. Abbasian, H. & Behrangi, M.R. (2015). Investigating The Effects Of Authentic Leadership Of Managers On Organizational Commitment Of Teachers With Organizational Justice As The Mediator Variable, *Ciência Enatura Santa Maria*, 37(1): 407-416.
- Allahyari-Sani, R. & Yavuz, E. (2018). İşgörenlerin Örgütsel Adalet Algılarının İşten Ayrılma Niyetine Etkisi, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(4): 754-778.
- Allen, N.J. & Meyer, J.P. (1990). Organizational Socialization Tactics: A Longitudinal Analysis Of Links To Newcomers Commitment And Role Orientation, *Academy Of Management Journal*, 33(4): 847-858.
- Arslandaş, C.C. & Pekdemir, I. (2007). Dönüşümcü Liderlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Adalet Arasındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Araştırma, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1): 261-286.

- Aryee, S., Budhwar, P.S. & Chen, Z.X. (2002). Trust As A Mediator Of The Relationship Between Organizational Justice and Work Outcomes: Test Of A Social Exchange Model, *Journal Of Organizational Behavior*, 23(3): 267-285.
- Aslantürk, G. & Şahan, S. (2012). Örgütsel Adalet Ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Manisa İl Emniyet Müdürlüğü Örneğinde İncelenmesi, *Polis Bilimleri Dergisi*, 14(1): 135-159.
- Atilla-Gök, G. (2016). Bir Bağlılık Pratiği Olarak Örgütsel Sessizlik, *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(1): 104-124.
- Bağcı, Z. (2013). Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir İnceleme, *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, 9(19): 163-184.
- Bakan İ. (2011). Örgütsel Bağlılık. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Balay, R. (2000). Özel Ve Resmi Liselerde Yönetici Ve Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılığı, *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara.
- Balay, R. (2000). Yönetici Ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 192s.
- Bergman, M.E. (2006). The Relationship Between Affective And Normative Commitment: Review And Research Agenda, *Journal Of Organizational Behavior*, 27: 645-663.
- Beugre, C.D. & Baron, R.A. (2001). Perceptions Of Systemic Justice: The Effects Of Distributive, Procedural And Interactional Justice, *Journal Of Applied Social Psychology*, 32(2): 324-339.
- Beugre, C.D. (2002). Understanding Organizational Justice And Its Impact On Managing Employess: An African Perspective, *International Journal Of Human Resource Management*, 13(7): 1091-1104.
- Bies, R.J. & Moag, J.F. (1986). Interactional Justice: Communication Criteria Of Fairness, Lewicki, In Lewicki, R.J, Sheppard, B.H. and Bazerman, M.H., (Eds:.), *Research On Negotiation In Organizations*, Greenwich, CT: JAI Press, 1: 43-55.
- Bülbül, A. (2010). Çalışanların Örgütsel Adalet Algısının, Örgütsel Vatandaşlık Ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Çalışma, *Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

- Büyükyılmaz, O. & Tunçbiz, B. (2016). Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Araştırma, *Bartın Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14): 89-114.
- Camerman, J., Cropanzano, R. & Vandenberghe, C. (2007). The Benefits Of Justice For Temporary Workers, *Group And Organization Management*, 32(2): 176-207.
- Candan, H. (2014). Çalışanların Örgütsel Adalet ve Örgütsel Güven Algılamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Bir Kamu Kurumu Üzerinde Araştırma, *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 13(4): 889-917.
- Caruna, A. Ewing, M. & Ramaseshan, B. (1999). Organizational Commitment And Performance: The Australian Public Sector Experience, School Research Series, School Of Marketing, Curtin University, Perth.
- Charash, C. & Spector, P.E. (2002). The Role Of Justice In Organizations: A Meta-Analysis, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 86(2): 278-321.
- Choi, S. (2011). Organizational Justice And Employee Work Attitude: The Federal Case, *The American Review Of Public Administration*, 41(2): 185-204.
- Cihangiroğlu, N. & Yılmaz, A. (2010). Çalışanların Örgütsel Adalet Algısının Örgütler İçin Önemi, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(19): 195-214.
- Cihangiroğulları, N. Şahin, B. & Naktiyok, A. (2010). Hekimlerin Örgütsel Algıları Üzerine Bir Araştırma, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12): 67-82.
- Cihangiroğlu, N. (2011). Askeri Doktorların Örgütsel Adalet Algıları İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin Analizi, *Gülhane Tıp Dergisi*, 53(1): 9-16.
- Cohen, A. (1991). Career Stage As A Moderator Of The Relationships Between Organizational Commitment And Its Outcomes: A Meta-Analysis, *Journal Of Occupational Psychology*, 64(3): 253-268.
- Colquitt, J.A. (2001a). On The Dimensionality Of Organizational Justice: A Construct Validation Of Measure, *Journal Of Applied Psychology*, 86(3): 386-400.
- Colquitt, J.A. Conlon, D.E. Wesson, M.J. Porter, C.O.L.H. & Yee, N.G.K. (2001b). Justice At The Millennium: A Meta-Analytic Review Of 25 Years Of Organizational Justice Research, *Journal Of Applied Psychology*, 86(3): 425-445.
- Cropanzano, R. & Prehar, C.A. (1999). Using Social Exchange Theory To Distinguish Procedural And Interactional Justice, *14. Society For Industrial And Organizational Psychology*, Kongresinde Sunulan Bildiri, Atlanta, GA.

- Cropanzano, R., Goldman, B.M. & Benson, L. (2005). Organizational Justice, In Barling J., Kelloway E.K. and Frone M.R., (Edit) *Handbook Of Workstress*, America: Sage Publications, 64
- Cropanzano, R., Prehar, C.A. & Chen, P.Y. (2002). Using Social Exchange Theory To Distinguish Procedural From Interactional Justice, *Group And Organizational Management*, 27(3): 324-351.
- Çarıkcı, İ.H. & Küçükeşmen, E. (2018). Örgütsel Adalet Algısı Ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1): 24-44.
- Çetin, M. (2004). Örgüt Kültürü Ve Örgütsel Bağlılık. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Çökük, S. (2013). Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Konya İlindeki Özel Eğitim Kurumlarında Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Çöl, G. & Avunduk, Z.B. (2019). Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri: Kamu Hastanesinde Bir Uygulama, *Turkish Studies*, 14(7): 3713-3731.
- Dilek, H. (2005). Liderlik Tarzlarının ve Adalet Algısının; *Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkilerine Yönelik Bir Araştırma, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi*.
- Durna, U. & Eren, V. (2005). Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2): 210-219.
- Ekici, S. Hacıcaferoğlu, B. & Çalışkan, K. (2017). *Gençlik Ve Spor Bakanlığı'na Bağlı Spor Örgütlerinde Çalışan Yöneticilerin Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Sinizm Düzeylerinin İncelenmesi, CBÜ Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 12(2): 40-57.
- Eren, E. (2011). Yönetim ve Organizasyon Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Eren, E. (2012). Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Eroğlu, A.H. Adıgüzel, O. Ve Öztürk, U.C. (2011). Sessizlik Girdabı Ve Bağlılık İkilemi: İşgören Sessizliği İle Örgütsel Bağlılık İlişkisi Ve Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2): 97-124.

- Ertan, H. (2008). Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu, İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya'da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme, *Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi*.
- Fadel, K.J. & Durcıkova, A. (2014). If It's Fair, I'll Share: The Effect Of Perceived Knowledge Validation Justice On Contributions To An Organizational Knowledge Repository, *Information & Management*, 51(5): 511-519.
- Folger, R. & Konovsky, M.A. (1989). Effects Of Procedural And Distributive Justice On Reactions To Pay Raise Decisions, *Academy Of Management Journal*, 32(1): 111-130.
- George, J. & Jones, G. (2012). Understanding And Managing Organizational Behavior, 6th Ed. Prentice Hall, New Jersey.
- Görgülür, A.A. (2013). Örgütsel Adalet Ve İş Tatmininin Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Greenberg, J. (1990). Organizational Justice: Yesterday, Today And Tomorrow, *Journal Of Management*, 16(2): 399-432.
- Gautam, T. Van-Dick, R. Wagner, U. Upadhyay, N. & Davis, A. (2005). Organizational Citizenship Behavior And Organizational Commitment In Nepal, *Asian Journal Of Social Psychology*, 8(3): 305-314.
- Hoş, C. & Oksay, A. (2015). Hemşirelerde Örgütsel Bağlılık İle İş Tatmini İlişkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(4): 1-24.
- Irak, D.U. (2004). Örgütsel Adalet: Ortaya Çıkışı, Kuramsal Yaklaşımlar Ve Bugünkü Durumu, *Türk Psikoloji Yazıları*, 7(13): 25-43.
- Işık, O., Uğurluoğlu, Ö. & Akbolat, M. (2012). Sağlık Kuruluşlarında Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2): 254-265.
- İçerli, L. (2010). Örgütsel Adalet: Kuramsal Bir Yaklaşım, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 5(1): 67-92.
- İlsev, A. (1997). Örgütsel Bağlılık: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma, *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- İmamoğlu, G. (2011). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Ve Örgütsel Adalet Algıları Arasındaki İlişki, *Ankara Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

- İşcan, Ö.F. & Naktiyok, A. (2004). Çalışanların Örgütsel Bağdaşmalarının Belirleyicileri Olarak Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Adalet Algıları, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 59(1): 181-201.
- İşcan, Ö.F. (2005). Siyasal Arena Metaforu Olarak Örgütler Ve Örgütsel Siyasetin Örgütsel Adalet Algısına Etkisi, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 60(1): 149-171.
- İyigün, N.Ö. (2012). Örgütsel Adalet: Kuramsal Bir Yaklaşım, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (11)21: 49-64.
- Jahangir, N. Akbar, M. & Begum, N. (2006). The Role Of Social Power, Procedural Justice, Organizational Commitment And Job Satisfaction To Engender Organizational Citizenship Behavior, *ABAC Journal*, 26(3): 21-36.
- Karaeminoğulları, A. (2006). Öğretim Elemanlarının Örgütsel Adalet Algıları İle Sergiledikleri Üretkenliğe Aykırı Davranışlar Arasındaki İlişki Ve Bir Araştırma, *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Karahan, A. (2009). Hekimlerin Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatmini İlişkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (23): 421-432.
- Karataş, S. & Güleş, H. (2010). İlköğretim Öğretmenlerinin İş Tatmini İle Örgütsel Bağlılığı Arasındaki İlişkisi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2): 74-89.
- Karavardar, G. (2015). Örgütsel Adaletin İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(26): 139-150.
- Kavak, O. & Kaygın, E. (2018). Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Muhalefet Davranışı Üzerindeki Etkisi, *Balkan Ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1): 33-51.
- Keklik, B. & Coşkun-Us, N. (2013). Örgütsel Adalet Algılamalarının İş Tatminine Etkisi: Hastane Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Journal Of Faculty Of Economics And Administrative Sciences*, 18(2): 143-161.
- Keskin, Ö. & Esen, Ş. (2017). Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Banka Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma, *Researcher: Social Science Studies*, 5(4): 620-637.
- Koç, H. (2009). Örgütsel Bağlılık Ve Sadakat İlişkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28): 200-211.

- Korkmaz, H.G. & Bozkurt, S. (2017). Örgütsel Adalet İle Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi Ve Hastane Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20): 233-252.
- Korkmaz, O. & Erdoğan, E. (2014). İş Yaşam Dengesinin Örgütsel Bağlılık ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi, *Ege Akademik Bakış*, 14(4): 541-557.
- Küçükaltan, P.D. Tükeltürk, D.Ş. & Gürkan, Y.D. (2015). Örgütsel Davranışta Güncel Konular, Detay Yayıncılık, Ankara, 286s.
- Lambert, E. (2003). The Impact Of Organizational Justice On Correctional Staff, *Journal Of Criminal Justice*, 31(2): 155- 168.
- Lambert, E.E. Hogan, N. & Griffin, M. (2007). The Impact Of Distributive And Procedural Justice On Correctional Staff Job Stress, Job Satisfaction And Organizational Commitment, *Journal Of Criminal Justice*, 36(6): 644-666.
- Mathieu, J.E. & Zajac, D.M. (1990). A Review And Meta-Analysis Of The Antecedents, Correlates And Consequences Organizational Commitment, *Psychology Bulletin*, 108(2): 171-194.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1996). Affective, Continuance And Normative Commitment To The Organization: An Examination Of Construct Validity, *Journal Of Vocational Behavior*, 49(3): 252-276.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1997). Commitment In The Workplace, Sage Publications.
- Moorman, R.H. (1991). Relationship Between Organizational Justice And Organizational Citizenship Behavior: Do Fairness Perceptions Influence Employee Citizenship? *Journal Of Applied Psychology*, 76(6): 845-855.
- Nasurdin, M.A. & Khuan, S.L. (2007). Organizational Justice As An Antecedent Of Job Performance, *Gadjah Mada International Journal Of Business*, 9(3): 325-343.
- Niehoff, B.P. & Moorman, R.H. (1993). Justice As A Mediator Of The Relationship Between Methods Of Monitoring And Organizational Citizenship Behavior, *Academy Of Management Journal*, 36(5): 527-556.
- Nili, M. Hendijani, M. & Shekarchizadeh, A. (2012). Measuring The Impact Of Perceived Justice On Organizational Construct In Isfahan Municipality, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Behavior*, 4(5): 857-869.
- Nowakowski, J. & Conlon, D. (2005). Organizational Justice: Looking Back, Looking Forward, *International Journal Of Conflict Management*, 16(1): 4-29.

- Oliver, N. (1990). Rewards, Investments, Alternatives And Organizational Commitment: Empirical Evidence And Theoretical Development, *Journal Of Occupational Psychology*, 63(1): 19-31.
- Örücü, E. & Özafşarlıoğlu, S. (2013). Örgütsel Adaletin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde Bir Uygulama, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23): 335-358.
- Özdemir, H.Ö. & İsmailÇebi, Y.Z. (2020). Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisinde İşten Ayrılma Niyetinin Rolünün Yapısal Eşitlik Modeli İle Analizi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1): 261-274.
- Özdemir, O. Birer, İ. & Akkoç, İ. (2019). Lider Desteği Ve Örgütsel Adalet Algısının İş Performansına Etkisinde Kişi-Örgüt Uyumunun Aracılık Rolü, *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 10: 2147-8414.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21: 77-96.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Destek İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2): 113-130.
- Özdevecioğlu, M. (2004). Duygusal Olaylar Teorisi Çerçevesinde Pozitif Ve Negatif Duygusallığın Algılanan Örgütsel Adalet Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 59(3): 181-202.
- Porter L.W. Steers, R.M. Mowday, R.T. & Boulian, P.V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction And Turnover Psychiatric Technicians, *Journal Of Applied Psychology*, 59(5): 603-609.
- Posthuma, R. Maertz, C. & Dworkin, J. (2007). Procedural Justice's Relationship With Turnover: Explaining Past Inconsistent Findings, *Journal Of Organizational Behavior*, 28(1): 281-398.
- Qaiser, M.U. Rehman, M.S. & Suffyan, M. (2012). Exploring Effects Of Organizational Commitment On Employee Performance, Implication For Human Resource Strategy, *Interdisiplianry Journal Of Contemporary Human Resource In Business*, 3(11): 248-255.

- Rai, G.S. (2013). Impact Of Organizational Justice On Satisfaction, Commitment And Turnover İntention: Can Fair Treatment By Organizations Make A Difference In Their Workers Attitudes AndBehaviors? *International Journal Of Human Sciences*, 10(2): 260-284.
- Ramalho Luz, C.M. Luiz De Paula, S. & De Oliveira, L.M. (2018). Organizational Commitment, Job Satisfaction And Their Possible Influences On Intent To Turnover, *Revista De Gestão*, 25(1): 84-101.
- Serpil, M.R. (2014). Örgütsel Adalet Algısının Ve İş Tatmininin Çalışanların İş Performansına Olan Etkileri: Ampirik Bir Çalışma, *Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Solmuş, T. (2004). İş Yaşamı, Denetim Odağı Ve Beş Faktörlük Kişilik Modeli, *Türk Psikoloji Bülteni*, 10(34): 196-205.
- Soycan, Ş.H. (2010). Bankalarda Birleşme Sonrası Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi *Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Sökmen, A. & Şimşek, T. (2017). Örgütsel Bağlılık, Örgütle Özdeşleşme, Stres Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Bir Kamu Kurumunda Araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3): 606-620.
- Sökmen, A. Bilsel, M.A. & Erbil, C. (2013). Örgütsel Adaletin Çalışan Motivasyonu Ve Performansı Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(1): 43-62.
- Stup, R.E. (2006). Special Research Report: Human Resource Management And Dairy Employee Organizational Commitment, *Department Of Dairy and Animal Science College Of Agricultural Sciences*, 1-4.
- Suliman, A. & Iles, P. (2000), The Multi-Dimensional Nature Of Organizational Commitment In A Non-Western Context, *Journal Of Management Development*, 19(1): 71-82.
- Süral-Özer, P. & Eker-Urtekin, G. (2007). Örgütsel Adalet Algısı Boyutları Ve İş Doyumu İlişkisi, Üzerine Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28: 107-125.
- Şentürk, F.K. & Karakış, K. (2018). Örgütsel Adaletin Örgütsel Sinizme Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Journal Of Social And Humanities Sciences Research*, 5(30): 4297-4308.

- Tetik, S. (2012). Kamu İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarının Bazı Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1): 239-249.
- Tokmak, M. (2018). Örgütsel Adalet Ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Kamu ve Özel Sektör Çalışanları Örneğinde Araştırılması, *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Uludağ, G. (2018). Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı İlişkinini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1): 171-193.
- Vural, B. & Coşkun, A.G. (2007). Örgüt Kültürü İletişim Liderlik Motivasyon Bağlılık Performans Açısından Değerlendirme, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Wiener, Y. (1982). Commitment In Organizations: A Normativeview, *Academy Of Management Review*, 7(3): 418-428.
- Yalçın, A. & İplik, F.N. (2005). Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1): 395-412.
- Yavuz, M. (2010). The Effects Of Teachers Perception Of Organizational Justice And Culture On Organizational Commitment, *African Journal Of Business Management*, 4(5): 695-701.
- Ye, Y. & Sripicharn, D. (2018). The Relationship Between Teachers Organizational Commitment And Job Satisfaction At No. 2 Basic Education High School, Loikaw, Kayah State, Myanmar. *Scholar: Human Sciences*, 9(2).
- Yeniçeri, Ö. Demirel, Y. & Seçkin, Z. (2009). Örgütsel Adalet İle Duygusal Tükenmişlik Arasındaki İlişki: İmalat Sanayi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (16): 83-99.
- Yenihan, B. (2014). Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatmini Arasındaki İlişki, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2): 170-178.
- Yeşil, S. & Mavi, Y. (2018). Örgütsel Adaletin Sosyal Kaytarma ve Sanal Kaytarma Üzerine Etkisi: Kahramanmaraş'ta Bir Alan Araştırması, 2. *Uluslararası İpek Yolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu*, 775-791.
- Yıldız, A. & Atilla, G. (2019). Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Bağlılık Düzeyine Etkisi: Otel Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19): 39-64.

Yüce, A. & Kavak, O. (2017). İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin Örgütsel Bağlılık Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3): 79-96.

Yürür, S. (2008). Örgütsel Adalet İle İş Tatmini Ve Çalışanların Bireysel Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Analizine Yönelik Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2): 295-312.