

İGÜ
Sosyal Bilimler
Dergisi
IGU JOURNAL of
SOCIAL SCIENCES

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ISTANBUL GELİSİM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

CİLT / VOLUME: 8 SAYI / ISSUE: 1

ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

NİSAN / APRIL 2021

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ (İGÜSBD)
ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGİ
ISTANBUL GELİSİM UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (IGUJSS)
INTERNATIONAL PEER-REVIEWED JOURNAL

CİLT/VOL. 8 • SAYI/ISSUE 1 • NİSAN/APRIL 2021 • ISSN: 2148-4287 & E-ISSN: 2148-7189

İstanbul Gelişim Üniversitesi Adına Sahibi / Owner on Behalf of Istanbul Gelisim University
Prof. Dr. Burhan AYKAÇ

Editör / Editor
Prof. Dr. Nail ÖZTAŞ

Editör Yardımcıları / Assistant Editors
PhD. Onur ÖZDEMİR
PhD. Viktoriia DEMYDOVA
PhD. Ashihan Güzin SELÇUK
PhD. Festus Victor BEKUN

Yayın Kurulu / Editorial Board
Prof. Dr. Burhanettin Aykut ARIKAN
Prof. Dr. Şenol DURGUN
Prof. Dr. Ayten ERDOĞAN
Prof. Dr. Kamil KAYA
Prof. Dr. Nimet Hülya TIRMANDIOĞLU TALU
Prof. Dr. Mehmet Selçuk USLU

Yazı İşleri Kurulu / Publication Board
Arş. Gör. Ercan Tugay AKI - Arş. Gör. Ümran ALTUNDAL
Uzm. Ahmet Şenol ARMAĞAN - Arş. Gör. B. Mert DEMİR
Arş. Gör. Niger HACI - Arş. Gör. Elif ŞAHİN
Arş. Gör. Tuğçe GÜR TÜRKDOĞAN - Arş. Gör. Merve VURAL



Tasarım / Design
Özgür KIYAK



Yazışma ve Haberleşme Adresi / Correspondence and Communication
İstanbul Gelişim Üniversitesi - Cihangir Mah. Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sok.
No: 1 34310 Avcılar / İstanbul / TÜRKİYE
Tel. / Phone: +90 212 4227000
Dahili / Ext.: 350, 377
Belgeç / Fax: +90 212 4227401
E-posta / E-mail: igusbd@gelisim.edu.tr
Ağ Sayfası / Web Site: <http://dergi.gelisim.edu.tr>
Twitter: @IGUSBD

Baskı ve Cilt / Printing and Binding:
Servet İşler
Sertifika No. 40352
+90 212 5939467
islercopy@hotmail.com

İstanbul Gelişim Üniversitesi yayını olan Sosyal Bilimler Dergisi, yılda iki kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Makalelerdeki düşünce, görüş, varsayım, sav veya tezler eser sahiplerine aittir; İstanbul Gelişim Üniversitesi sorumlu tutulamaz. / The Journal of Social Sciences is an international peer-reviewed journal and published biannually. The opinions, thoughts, postulations or proposals within the articles are but reflections of the authors and do not, in any way, represent those of the Istanbul Gelisim University.

© İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları
© Istanbul Gelisim University Press
Sertifika No / Certificate Number: 47416
Her hakkı saklıdır. All rights reserved.

**“İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi”
Harmanlanma ve İndekslenme Bilgileri:**

*“IGU Journal of Social Sciences”
is Harvested and Indexed in:*



OpenAIRE



Sosyal Bilimler Atf Dizini



EBSCO Discovery Service



Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr.

Gulay AKGUN YILMAZ - Marmara Uni. / TURKEY
Ahmet AKSOY - Ankara Hacı Bayram Veli Uni. / TURKEY
Nuray ALTUG - Marmara Uni. / TURKEY
Umut AVCI - Mugla Uni. / TURKEY
Muhammed Ali AZERCHAB - Tehran Uni. / IRAN
Nedim BAHCEKAPILI - Islamic Uni. of Europe / NETHERLANDS
Aydın BASBUG - Istanbul Sabahattin Zaim Uni. / TURKEY
Mesut Hakkı CASIN - Istinye Uni. / TURKEY
Hamza CESTEPE - Zonguldak Bülent Ecevit Uni. / TURKEY
Ertan EGRIBEL - Istanbul Uni. / TURKEY
Tevfik ERDEM - Ankara Hacı Bayram Veli Uni. / TURKEY
Seyfettin ERDOGAN - Istanbul Medeniyet Uni. / TURKEY
Neşe Hatice ERIM - Istanbul Medeniyet Uni. / TURKEY
Fawaz GERGES - London School of Economics / UK
Sabahattin GULLULU - İstanbul Maltepe Uni. / TURKEY
Esra HATIPOGLU - Nisantasi Uni. / TURKEY
Ragıp Kutay KARACA - Istanbul Aydın Uni. / TURKEY
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Erciyes Uni. / TURKEY
Neşe KARS TAYANC - Istanbul Uni. / TURKEY
Ronald C. KEITH - Griffith Uni. / AUSTRALIA
Ulvi KESER - Girne American Uni. / T.R.N.C.
Ismail KIZILIRMAK - Istanbul Uni. / TURKEY
Derman KUCUKALTAN - Istanbul Arel Uni. / TURKEY
Wang LI - Jilin Uni. / CHINA
Nurcan METIN - Trakya Uni. / TURKEY
Robert C. MYRTLE - Uni. of Southern California-USA
Masanori NAITO - Doshisha Uni. / JAPAN
Fevzi Rifat ORTAÇ - Istanbul Aydın Uni. / TURKEY
Tiemcani Ben OUCEF - University of Algiers-ALGERIA
Yüksel OZTURK - Gazi Uni. / TURKEY
Torsten J. SELCK - Oldenburg Uni. / GERMANY
Udo STEINBACH - HUMBOLDT-VIADRINA G.P. / GERMANY
Hayri ULGEN - Istanbul Uni. / TURKEY
Kurban UNLUONEN - Gazi Uni. / TURKEY
Sadi UZUNOGLU - Trakya Uni. / TURKEY
Hasan VERGİL - Istanbul Uni. / TURKEY
Brantly WOMACK - Virginia Uni. / USA
Kürşat YALCINER - Istanbul Gelisim Uni. / TURKEY
Binnur YESILYAPRAK - Ankara Uni. / TURKEY
Ahmet YILMAZ - Marmara Uni. / TURKEY

Doç. Dr. / Assoc.

Mahabat BAIMYRZAEVA - Middlebury Inst. of Int. St. / USA
Kyu-Nahm JUN - Wayne State Uni. / USA
Elbeyi PELIT - Afyon Kocatepe Uni. / TURKEY

Dr. / PhD

Mehmet ALTINOZ - Hacettepe Uni. / TURKEY
Thomas BRYER - University of Central Florida / USA
Giovanni ERCOLANI - Muncia Uni. / SPAIN
Syed HASANAT - Jilin University / CHINA
Ash Narain ROY - Social Science Institute of New Delhi. / INDIA

Bu Sayının Hakemleri / Reviewers for This Issue

Prof. Dr.

Burhanettin Aykut ARIKAN – Türk-Alman Univ. / TURKEY
Aydın BAŞBUĞ – İstanbul Sabahattin Zaim Univ. / TURKEY
Yusuf GENÇ – Sakarya Univ. / TURKEY
Ulaş Başar GEZGİN -- British Univ. of Vietnam / VIETNAM
Hülya GÜLAY OGELMAN – Sinop Univ. / TURKEY
Ömer Faruk İŞCAN -- Atatürk Univ. / TURKEY
Arzu ÜLGEN AYDINLIK – İstanbul Univ. / TURKEY

Doç. Dr. /

Assoc.

Prof. Dr.

Mine M. AFACAN FINDIKLI -- Beykent Univ. / TURKEY
Ercan AKTAN – Aksaray Univ. / TURKEY
Murat BAYRAM – Pamukkale Univ. / TURKEY
Kadriye Övgü ÇAKMAK OTLUOĞLU -- İstanbul Univ. / TURKEY
Filiz Tufan EMİNİ KURTULUŞ -- Çanakkale Onsekiz Mart Univ. / TURKEY
Feride Zeynep GÜDER - Uskudar Univ. / TURKEY
Ayhan KARAKAŞ – Bartın Univ. / TURKEY
Merve KOÇOĞLU SAZKAYA – Marmara Univ. / TURKEY
Canan TANIDIR – İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Metin UYAR -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Veli YILANCI – Sakarya Univ. / TURKEY
Erdal YILMAZ -- Ondokuz Mayıs Univ. / TURKEY
Kadri Gökhan YILMAZ -- Ankara Hacı Bayram Veli Univ. / TURKEY

Dr. Öğr. Üyesi /
Asst. Prof. Dr.

A. Mohammed ABUBAKAR -- Antalya Bilim Univ. / TURKEY
Duygu ACAR ERDUR – Beykent Univ. / TURKEY
Seda AKTAŞ – İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Evşen ALTUN ASLAN -- Mehmet Akif Ersoy Univ. / TURKEY
Sarp BAĞCAN -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Leyla BEKTAŞ ATA -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Emrah DOĞAN -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Ferzan DURUL -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Devrim GÜN – İstanbul Bilgi Univ. / TURKEY
Mehmet Çağrı GÜNDOĞDU -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Salim İBİŞ -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Süleyman KAHRAMAN – Beykent Univ. / TURKEY
Bülent KARASU -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Fatih KAYHAN -- Kırklareli Univ. / TURKEY
Özgür KIZILDEMİR -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Demet ÖZCAN -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY
Gülcan ŞENER -- Trabzon Univ. / TURKEY
Burcu TURAN TORUN -- Van Yüzüncü Yıl Univ. / TURKEY
Öznur YAVAN TEMİZKAN -- Zonguldak Bülent Ecevit Univ. / TURKEY
Ebru Gül YILMAZ -- İstanbul Gelisim Univ. / TURKEY

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / ORIGINAL RESEARCH ARTICLES

- 1-14 Hakan BEKTAŞ, Sema ULUTÜRK AKMAN, Ege YEŞİLALTAY
İstatistik Kaygı Ölçeğinin (SAS) Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi / *An Examination of the Psychometric Properties of the Statistical Anxiety Scale (SAS)*
- 15-28 Aziz MUSLU, Abdül'naim TEMUR
Proaktif Kariyer Adanmışlığı Davranışları Ölçeğinin Türkçeye Uyarlama ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Çalışması / *Adaptation of the Career Engagement Scale That Measures Proactive Career Behavior into Turkish and Confirmatory Factor Analysis Study*
- 29-50 Hidayet YILDIZ, Merve KOÇOĞLU SAZKAYA
Duygusal Emek ile İş Stresi İlişkisinin İncelenmesi: Kamu Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma / *An Investigation of the Relationship between Emotional Labor and Job Stress: A Research within Public Employees*
- 51-66 Saffet KARAYAMAN
Yönetimde Duygusal Zekâ ve İşyeri Mutluluğu İlişkisi: Okul Yöneticileri Örneği / *Relationship between Emotional Intelligence and Workplace Happiness in Management: School Administrators Example*
- 67-78 Leyla ŞENOL, Burcu ÜZÜM
Havacılık Sektöründe Psikolojik Sahiplenme ve Devamsızlık İlişkisi / *Psychological Ownership and Absenteeism Relationship in the Aviation Sector*
- 79-92 Feyzi KAYSİ, Emrah AYDEMİR, Mehmet YAVUZ
Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığına Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi / *Investigation of Opinions of University Students on Smartphone Addiction*
- 93-110 Ayla TOPUZ SAVAŞ, Bahar SUVACI
Vakıfların Kurumsal İmajı Üzerinde Lider Etkisi: TEMA Vakfı ve Hayrettin Karaca / *Leader Impact on Foundations Corporate Image: TEMA Foundation and Hayrettin Karaca*

111-126 Hlyla ÇAKIR
Çalışma Yaşamında Engelli Kadınların İstihdam Süreçleri: Yozgat rneği / *Employment Process of Disabled Women in Working Life: Yozgat Case*

127-144 etin AKKUŞ, Aykut ŞİMŞEK
Destinasyon İmajının Algılanan Değer ve Deneyim Kalitesine Etkisi: Kültür Turistleri zerine Bir Araştırma / *The Effect of Destination Image on the Perceived Value and Experience Quality: A Research on Cultural Tourists*

145-166 Emircan YILMAZ, Cihan CANBOLAT, Zuhul İLİNGİR K
reticilerin Bakış Açısından Coğrafi İşaretili Bir Yiyecek: Beypazarı Kurusunun Değerlendirilmesi / *An Evaluation on Beypazarı Kuru –A Local Food with Geographical Indication-from Producer's Perspective*

167-180 Levent GL, Nkhet DOğAN, Hakan BERUMENT
Petrol Fiyatları, Dviz Kuru Rejimi ve Rusya Ekonomisi / *Oil Prices, Exchange Rate Regime and the Russian Economy*

DERLEME MAKALELER / REVIEW ARTICLES

181-191 Duygu TOPLU YAŞLIOğLU, Murat YAŞLIOğLU
İş Bölümünün Evrimi: Antik ağdan Klasik Yönetim Dşncesine Bir İnceleme / *Evaluation of Division of Labor: An Investigation from Archaic Times to Classical Management Thought*

192-203 Berk Efe ALTINAL
Sınıflarda Travma Yaşantısı Olan ğrenciler için nleyici Bir Tedbir Olarak Tetikleyici Uyarısı Kullanımı / *The Use of Trigger Warnings in Classrooms as a Precaution for Trauma-Exposed Students*

204-215 İpek SUCU
Gerekliğin Yeni Dünyası ve İletifim Alanı Olarak Sanal Sayısal Oyunlar / *Virtual Digital Games as a New World of Reality and Communication Space*

KİTAP İNCELEMELERİ / BOOK REVIEWS

216-218 Talha Gktğ GÖNEN
MİLLİYETÇİLİK / NATIONALISM

219-225

Şenay KEÇECİ

ÖLÇEK GELİŞTİRME: KURAM ve UYGULAMALAR / SCALE
DEVELOPMENT: THEORY and APPLICATIONS

226-228

Sibel TAŞKIN

İSTİF ÇAĞI / STUFFOCATION

İGÜSBD

Cilt 8, Sayı 1, Nisan 2021 ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

Makale İstatistikleri

IGUJSS

Vol. 8, Issue 1, April 2021 ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

Article Statistics

Bu Sayının Makaleleri

Articles of This Issue 14

Düzeltilme Alan Makaleler

Corrected Articles 13

Reddedilen Makaleler

Rejected Articles 5

Kabul Edilen Makaleler

Accepted Articles 1

Süreci Devam Eden Makaleler

Articles in Process 73

Dergimize gönderilen makalelerin tümü intihal tespit amacıyla incelenmektedir.

All articles submitted to our journal are analyzed by plagiarism detection tools.

İstatistik Kaygı Ölçeğinin (SAS) Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi*

Hakan BEKTAŞ**, Sema ULUTÜRK AKMAN***, Ege YEŞİLALTAY****

Öz

Bu çalışmanın amacı, Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilmiş istatistik kaygı ölçeğinin Türkçe versiyonunun psikometrik özelliklerinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda sosyal bilimler alanındaki bir lisans diploma programında istatistik dersi almış ve sınavına girmiş öğrencilerden anket yoluyla veri toplanmıştır. Bu kapsamda çalışmaya gönüllülük esasına göre 350 öğrenci katılmış ve toplanan veri kümesinden hareketle; açıklayıcı faktör analizi, korelasyon ve güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Uygulanan açıklayıcı faktör analizi neticesinde keşfedilen faktör yapısının ölçeğin orijinal faktör yapısıyla uyumlu olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla literatürdeki haliyle istatistik kaygısının alt faktörleri; sınav kaygısı, yardım isteme kaygısı ve yorumlama kaygısı olarak adlandırılmıştır. Söz konusu bulgularla, çalışmada toplanan veri kümesinin geçerlilik özelliğine sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışma kapsamında güvenilirlik analizi için içsel tutarlılığı göstermek üzere Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Bu bağlamda, her bir faktör için hesaplanan Cronbach alfa katsayısı ise güvenilirlik özelliği açısından bulgu oluşturmuştur. Dolayısıyla istatistik kaygı ölçeğinin Türkçe versiyonunun geçerlilik ve güvenilirlik özelliklerine sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Geçerlilik, Güvenilirlik, İstatistik Kaygısı, İstatistik Kaygı Ölçeği, Faktör Analizi

An Examination of the Psychometric Properties of the Statistical Anxiety Scale (SAS)

Abstract

This study aims to investigate the psychometric properties of the Turkish version of the Statistical Anxiety Scale developed by Vigil-Colet et al. (2008). 350 social science



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 02.10.2019

Kabul/Accepted: 31.08.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.627197>

* Bu çalışmanın özet metni, 12-13 Ekim 2017 tarihlerinde Konya'da gerçekleştirilen I. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Öğrenci Kongresi (ISERSC) bildiri kitabında "Üniversite Öğrencilerinde İstatistik Kaygısı" başlığıyla yayımlanmıştır.

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: hbektas@istanbul.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7856-2674>

*** Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: akmans@istanbul.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4075-8313>

**** Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, İstatistik Programı, İstanbul, Türkiye, E-posta: egeyesilaltay@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3011-3204>

undergraduate students who enrolled in a statistics course and took the course exam participated in the study voluntarily. Data were collected via survey and explanatory factor analysis, correlation, and also reliability analysis was conducted. The findings of explanatory factor analysis are consistent with the original factor structure of the scale. Therefore, the sub-factors of Statistical Anxiety are named as it was in the literature; examination anxiety, asking for help anxiety, and interpretation anxiety. The finding suggests that the data set collected in the study indicates validity. Cronbach's alpha coefficient was also calculated for internal consistency for reliability analysis. Cronbach's alpha coefficients calculated for each factor show that the scale is reliable. Therefore, it is concluded that the Turkish version of the statistical anxiety scale ensures validity and reliability.

Keywords: Validity, Reliability, Statistics Anxiety, Statistical Anxiety Scale, Factor Analysis

Giriş

İnsanoğlu karşı karşıya kaldığı olgulara bağlı olarak çeşitli duygu durumları geliştirir. Sözgelimi, güzel bir haber ya da bir hediye aldığı anda sevinç, sıra beklerken sırasının bir başkası tarafından gasp edilmesinde öfke, karşıdan karşıya geçerken hızla gelmekte olan bir araçla korku, sevdiği bir yakını kaybettiğinde üzüntü duyar. Bu örnekleri arttırmak mümkündür. Dikkat edilecek olursa, tüm duygu durumları dışarıdan gelen bir uyarı üzerine gelişmektedir.

Korku ve kaygı günlük konuşma dilinde eş anlamlı kullanılmakla beraber gerçekte farklı anlamları olan iki sözcüktür. Korku ve kaygı, her ikisi de, dışsal bir uyarana karşı insanın geliştirdiği bir duygu durumudur. Dolayısıyla, uyarana dış dünyadan gelmekle beraber kişinin onlara yüklediği anlam aradaki farkı oluşturmaktadır.

Kişi, maruz kaldığı olaya fiziksel bir risk ya da tehdit anlamı yükliyorsa gelişen duygunun adı korku; kişiliğine yönelik bir risk ya da tehdit anlamı yükliyorsa gelişen duygunun adı kaygı (anksiyete) olmaktadır. Örneğin, paraşüt ile atlamak üzere olan biri, atlama sırasında paraşütün açılmama ihtimalini düşünerek korku; atlayışı yanlış yapmak suretiyle yanlış yere inmek ve bu sebeple alay konusu olmak düşüncesiyle kaygı yaşar (Özer, 2017).

Diğer bir deyişle, fiziksel ya da yaşamsal bir zarar riski korkuya, başarısız olma, yanlış yapma, alay konusu edilme, utanma, eleştirilme vb. içsel algılar kaygıya sebep olur.

Gerek korkular gerekse kaygılar, yaşamı sürdürebilmek için gerekli olan duygular olmakla beraber aşırı düzeyde yaşanmaları sorunlara yol açabilir.

Yaşamsal tehditlere karşı korku duymak, insanı tehlikelere karşı dikkatli olmaya ve tedbir almaya yönelten ve ölçülü olmak kaydıyla, hayatın devamı açısından son derece önemli bir duygu durumudur. Kaygı da benzer şekilde ölçülü olmak kaydıyla, insana olası riskleri değerlendirme ve önlem alma konusunda faydalı ve yol gösterici olmakla beraber, ölçünün kaçırılması durumunda, kısırdöngülerle oluşacak yüksek kaygı düzeylerinde, aşırı stres yüklenmek, kendimize olan güveni ve inancı kaybetmek ve hatta ümitsizliğe kapılmak gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Kennerley, 2017).

Korku ve kaygı konusunda yaptığımız temel açıklamalardan sonra, çalışmamızın da ana unsuru olması sebebiyle, kaygı üzerinde daha ayrıntılı durmak istiyoruz.

Kaygı ile ilgili olarak literatürde çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Kaygı, "kaynağı belirsiz korku" (Baltaş ve Baltaş, 1998), "gelecek olumsuzluklara karşı hissedilen rahatsızlık duygusu ya da gerginliğin bedensel belirtileri" (Endler ve Kocovski, 2001; Callea vd., 2012) olarak da tanımlanmaktadır.

Geniş anlamda kaygı, çevresel ve psikolojik uyaranlara karşı insanın doğası gereği gösterdiği duygusal tepki; dar anlamda ise, kaynağı ve başlangıcı bilinçli olmamasına rağmen bilinçli bir şekilde hissedilen ve beraberinde terleme, sararma gibi fiziksel değişimlerin de görüldüğü bir duygu durumu olarak tanımlanmaktadır (Kaya ve Varol, 2004).

Dolayısıyla, günlük yaşam içinde olağan ve temel duygu durumlarından biri olan kaygı, tehdit edici bir durum karşısında birey tarafından hissedilen huzursuzluk ve endişe durumu olarak da ifade edilmektedir.

Kaygı, hemen her birey tarafından az ya da çok yaşanan, hoşlanılmayan, rahatsız edici bir his olarak algılanmakta ve bireyler üzerinde olumsuz etkiler yaratan ve bu sebeple ortaya çıkan davranışların ya da performansın dengesini bozarak başarısızlığa yol açabilen bir duygu durumunu ifade etmektedir (Kurtuldu, 2009).

Kaygının literatürde durumluk kaygı ve sürekli kaygı olmak üzere iki ana başlıkta değerlendirildiğini görmekteyiz. Sürekli kaygının (trait anxiety), bireyin kişiliğinden kaynaklandığı ve genel bir kişilik özelliği olarak ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Bu durumdaki kişi içinde bulunduğu koşulları sürekli olarak kaygı verici olarak algılamakta ve yorumlamaktadır. Durumluk kaygı (state anxiety) ise kişilerin özel durumları tehdit edici olarak yorumlaması sonucunda oluşmaktadır (Kutlu, 2001).

Dolayısıyla, durumluk kaygı normal bir duygu olarak kabul edilirken, sürekli kaygı ise tedavi gerektiren bir kişilik özelliği olarak değerlendirilmektedir.

Literatürde bir başka ayırmada da kaygının kişilik, durum ve olay kaynaklı olmak üzere üç farklı şekilde ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Buna göre, kişilik kaynaklı kaygı, bazı bireylerde kişiliğin değişmez bir parçası olarak görülmekte ve devamlılık arz etmektedir. Durum kaynaklı kaygı, belirli bir durum karşısında, bu duruma karşı eş zamanlı ve özel olarak ortaya çıkan bir duygu durumunu ifade etmektedir. Olay kaynaklı kaygı ise, belirli olaylar karşısında oluşan duygu durumu olarak tanımlanmaktadır (Aydın ve Zengin, 2008).

Dikkat edilecek olursa üçlü ayırmada yer alan durum ve olay kaynaklı kaygıları durumsal kaygılar; kişilik kaynaklı kaygıları da sürekli kaygılar olarak değerlendirdiğimiz ikili ayrıma ulaşılmış oluyoruz. Bu açıdan bakıldığında, durumsal kaygı, çeşitli tehdit ya da stres faktörleri karşısında sinir sisteminin uyarılması neticesinde ortaya çıkan gerginlik, sinirlilik ya da evham gibi geçici duygu durumları olarak tanımlanmaktadır. Sürekli kaygı ise, kişinin kaygıya yatkınlığı şeklinde değerlendirilmekte ve bu kaygının zaman içinde ortaya çıktığı kabul edilmektedir (Spielberger ve Reheiser, 2009). Öte yandan, durumsal kaygı kişinin herhangi bir olgunun yaşanması sırasında nasıl hissettiğini ifade ederken; sürekli kaygı ise kişinin genel olarak nasıl hissettiğini tanımlamaktadır (Fountoulakis vd., 2006).

Kişilerin, gelecekte kötü şeyler olacak şeklinde algılayıp anlattıkları kaygı, çok hafif tedirginlik ve gerginlik durumundan panik derecesine varan şiddette ortaya çıkabilir. Kaygı duygusunun yoğunluğu arttıkça davranışlar aksar, algılama ve dikkat bozuklukları görülür.

Kaygının pek çok yaşamsal faaliyet üzerinde etkisi olduğu bilinmekte olup kaygı ile öğrenme arasında da bir ilişki bulunduğu kabul edilmektedir. Öğrenme fiziksel ve psikolojik yönleri olan oldukça karmaşık bir süreçtir.

Öğrenme kaygısı ise, öğrenmeyi zorlaştıran veya bütünüyle engelleyen, bireylerin öğrenmeye yönelik olumsuz tutum takınmasını sağlayan ve bireyde huzursuzluk, stres, endişe, korku, kalp çarpması, terleme vb. durumlar yaratan bir kaygı türüdür. Bireylerin öğrenmeleri sırasında yaşadıkları güçsüzlük durumu öğrenme kaygısı olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2015).

Dolayısıyla, öğrenmenin en üst düzeyde, başarıyla gerçekleşebilmesi için kaygının neden olduğu olumsuz etkilerin giderilmesi ya da en azından azaltılması önem taşımaktadır.

Kaygı ile öğrenme arasında kuvvetli bir ilişki olduğunu ifade etmiştik. Nitekim bu alanda yapılmış çok sayıda çalışma da bulunmaktadır.

Kaygı ile başarı arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda araştırmayı tarayan Scovel, 1978 yılında yayımladığı çalışmasıyla kaygıyı kolaylaştırıcı ve engelleyici olmak üzere iki başlıkta incelemek gerektiğini öne sürmüştür. Buna bağlı olarak kolaylaştırıcı kaygının öğreneni, yeni öğrenme ortamlarında mücadele etmeye ve 'yaklaşma davranışına' iten bir unsur olduğunu; engelleyici kaygının ise yeni öğrenme ortamlarındaki bireyi kaçınma davranışına yönettğini ifade etmiştir. Öte yandan Scovel (1978) yine aynı çalışmasıyla, kolaylaştırıcı ve engelleyici kaygının normal bir bireyde bir arada bulunduğunu ve öğrenme süreci içinde karşılaştığı her yeni olgu karşısında öğreneni uyarma ya da motive etme işlevi gördüğünü de öne sürmektedir.

Daha açık bir ifadeyle, kolaylaştırıcı kaygı, öğreneni yeni öğrenme ortamlarında daha mücadeleci kılarak yaklaşma davranışına yöneltirken; engelleyici kaygı ise yeni öğrenme ortamlarındaki bireyin kaçınma davranışını benimsemesine sebep olmaktadır (Batumlu ve Erden, 2007).

Kaygının öğrenme üzerindeki bu değişen etkisinin nasıl gerçekleştiğine yönelik olarak yapılan araştırmalarda, kaygı düzeyinin göreceli olarak artmasının öğrenme üzerinde pozitif etki yarattığı ancak kaygı seviyesindeki artışın belirli bir eşik değeri aşması halinde ise ilişkinin negatife döndüğü ve o noktadan itibaren kaygıdaki artışın öğrenmeyi ya da performansını olumsuz yönde etkilediği ortaya konulmuştur (Kennerley, 2017). Dolayısıyla, başlangıçta öğrenmeyi motive edici, kolaylaştırıcı olan kaygı, ilerleyen seviyelerde engelleyici kaygıya dönüşmektedir.

O halde öğrenme işlevinin layıkıyla yerine gelmesi için kaygı seviyesinin kontrol altında tutulabilmesi önem taşımaktadır.

Çalışmamızın konusu Vigil-Colet, Lorenzo-Seva ve Condon (2008) tarafından geliştirilen İstatistik Kaygı Ölçeğinin (SAS) Türkçe formu için geçerlilik ve güvenilirlik özelliklerinin incelenmesini gerçekleştirmektedir. Çalışmamızın ana konusunu istatistik kaygısı oluşturduğu için öncelikle bu alanda yapılmış çalışmalara kısaca değinmek istiyoruz.

Bilindiği gibi, istatistik okuryazarlığın öneminin zaman içinde artmasına bağlı olarak, istatistik derslerine ön lisans ve lisans programlarında daha çok yer verilmeye başlanmıştır. Benzer şekilde lisansüstü programlarda da gerek ders olarak gerekse hazırlanacak tezlerin uygulamaları açısından istatistik analiz ve yöntemleri bilmek ve kullanmak zorunlu gelmiştir.

İstatistik derslerinin yaygınlığının ve öneminin artması istatistik kaygısına dikkat çekmeyi getirmiştir. Bu alanda yapılan ilk çalışmalarda, istatistik dersinin matematik temeli sebebiyle, yapının matematik kaygısı ile aynı olduğu varsayılmıştır. Schact ve Stewart (1990), Willcox (1936), Wilson (1927), Papousek vd. (2012), Graveter ve Wallnau (2007), Baloğlu (1999) tarafından yapılmış çalışmalar bu eksende gerçekleştirilmiştir (Chew ve Dillon, 2014).

İstatistik kaygısı ile matematik kaygısının farklılığını ilk savunanlar 1985 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarıyla Cruise, Cash ve Bolton olmuş ve yazarlar 51 ifade ve 6 alt boyuttan oluşan İstatistiksel Kaygı Değerlendirme Ölçeğini (STARS) geliştirmişlerdir. Ancak, Papousek vd. tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen bir çalışma ile STARS ölçeğinin sadece istatistik kaygısını değil aynı zamanda istatistiğe yönelik tutumları da ölçtüğü ortaya konmuştur. Bu sebeple, istatistik kaygısını ölçmek istendiğinde ölçeğin sadece ilk üç alt boyutunun kullanılması önerilmektedir (Papousek vd.,2012).

Bunun üzerine bu alanda yapılan çalışmalar hız kazanmış ve istatistik kaygısı ile matematik kaygısı arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiş ancak matematik kaygısı istatistik kaygısına ait varyansın %50'den azını açıklayabilmiştir. Böylelikle, matematik kaygısı ile istatistik kaygısı arasında bir ilişki bulunsa da matematik ve istatistik ile ilgili olarak iki farklı kaygı türü olduğu anlaşılmıştır (Baloğlu, 2004).

İstatistik kaygısının, istatistik içerikli bir ders alındığında ya da bir kursa gidildiğinde veya istatistiksel veriyi toplarken, çözümlerken, analiz ederken veya yorumlarken karşılaşılan bir kaygı türü olarak tanımlandığı ve bu kaygıyı ölçmede başlıca iki tür ölçeğin kullanıldığı görülmektedir. Bunlardan biri, matematik kaygısından elde edilen envanteri kullanmakta; diğeri ise istatistik kaygısını ölçmek üzere özel olarak geliştirilmiş istatistik kaygı ölçeğini kullanmaktadır. Ayrıca, bazı araştırmacıların matematiksel kaygı ölçeğini doğrudan istatistik kaygı ölçeği olarak da kullandığı görülmektedir. (Baloğlu, 2002).

Vigil-Colet ve diğeri (2008) tarafından geliştirilen SAS, daha önce Cruise ve diğeri (1985) tarafından geliştirilmiş olan STARS maddeleri arasından yapılan seçimle ve sosyal bilimler alanında en az on yıl deneyimi olan istatistik öğretmenlerinin görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Başlangıçta 33 maddeden oluşan ölçek, pilot çalışma sonrasında 9 madde elenerek 3 alt boyuttan (sınav kaygısı, yardım isteme kaygısı ve yorumlama kaygısı) oluşan ve her alt boyutta 8 madde olmak üzere toplamda 24 madde içeren bir ölçek haline gelmiştir (Vigil-Colet vd., 2008).

Chiesi ve diğeri (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmayla Vigil-Colet ve diğeri (2008) tarafından geliştirilen ve çalışmamızın da ana konusunu teşkil eden SAS'ın İtalyanca versiyonunun geçerlilik ve güvenilirliği araştırılmış ve ölçeğin orijinal İspanyol versiyonuyla uyumlu olarak üç faktörlü bir yapı sergilediği tespit edilmiştir (Chiesi vd., 2011).

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama deseni kullanılmıştır. Bu kapsamda kesitsel çalışma yapılmış olup; birincil veri kaynaklarından anket yoluyla veri toplanmıştır.

Katılımcılar

Çalışmanın evrenini İstanbul'da bulunan bir devlet yükseköğretim kurumunun ekonometri lisans diploma programına kayıtlı olup; istatistik dersi almış ve sınavına girmiş öğrenciler oluşturmaktadır. Söz konusu diploma programında istatistik dersleri ikinci sınıf itibarıyla başlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın evrenini ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri, yani 611 kişi oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışma, 2016-2017 akademik yılı bahar döneminde istatistik II, uygulamalı istatistik II ve veri madenciliği derslerine kayıtlı öğrenciler üzerine gerçekleştirilmiştir. Söz konusu derslerde sınıf ortamında kâğıt ve kalem kullanılan anket tekniği ile veri toplanmıştır. Çalışmaya gönüllülük esasına göre 350 öğrenci katılmıştır. Başka bir deyişle, çalışmanın örneklem büyüklüğü 350 öğrencidir. Bu katılımcıların cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre frekans dağılımı Tablo 1'de sunulmuştur.

Değişken	Değişken Düzeyleri	Frekans	% Frekans
Cinsiyet	Kadın	227	64.9
	Erkek	123	35.1
Yaş	18-19	40	11.43
	20-21	211	60.29
	22+	99	28.28

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Frekans Dağılımı

Tablo 1 incelendiğinde; çalışmanın örnekleminin 227'si kadın (%64.9) ve 123'ü erkek (%35.1) olmak üzere toplam 350 öğrenciden meydana geldiği görülmektedir. Bu öğrencilerin %88.57'sinin yaşı 20 yaş ve üzeridir.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu ve istatistik kaygı ölçeği kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla yöneltilen yaş ve cinsiyet sorularının yanı sıra devam edilmekte olan sınıf ve ilgili istatistik dersindeki başarı notu sorulmuştur.

İstatistik Kaygı Ölçeği (Statistical Anxiety Scale – SAS)

Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilmiş olup; 24 madde ve üç alt boyuttan meydana gelmektedir. Bu boyutlar; yorumlama kaygısı, sınav kaygısı ve yardım isteme kaygısı olarak adlandırılmıştır. Her bir boyutta 8 madde bulunmaktadır. Katılımcılar, bu maddelere "1- hiç kaygı taşımama" ile "5- yüksek düzeyde kaygılı olma" durumu arasında beş dereceli bir skalada hissettikleri kaygı düzeylerini belirtmektedir. Ölçekte yer alan tüm maddeler olumlu ifadelerden oluşmakta ve yüksek puanlar yüksek kaygı seviyelerini göstermektedir.

Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından yapılan çalışma kapsamında geçerlilik ve güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda içsel tutarlılık güvenilirliği için Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach alfa katsayısı; ölçek için 0.91, yorumlama kaygısı için 0.82, sınav kaygısı için 0.87 ve yardım isteme kaygısı 0.92 olarak bulunmuştur. Bunun yanı sıra geçerlilik için sürekli kaygı ve nevrozizm yapılarını ölçen araçlarla toplanmış verilerden hareketle hesaplanan korelasyon katsayısına dayanan eş zamanlı geçerliliği incelenmiştir. Elde edilen bulgular, Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilmiş ölçeğin geçerlilik özelliğine sahip olduğunu göstermiştir.

Bu çalışmada Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından istatistik kaygısını ölçmek amacıyla geliştirilmiş olan ölçeğin Türkçeye tercümesi ve adaptasyonu gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada, geri çeviri yöntemi kullanılmıştır. Orijinal ölçek ve geri çeviri ile elde edilen form arasındaki benzerlikler ve farklılık incelenmiştir. Takip eden aşamada geri çeviri versiyonu için dil uygunluğunun ve kavramsal anlamlılığının incelenmesi amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Son aşamada ise, çalışmanın evreninde yer alan 50 öğrenciden oluşan bir toplulukla pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Böylelikle söz konusu ölçme aracının dil ve kültür uyarlaması yapılmıştır.

İşlem

Çalışmanın amacı doğrultusunda daha önceden istatistik sınavına girmiş öğrenciler, sınıf ortamında gönüllülük esasına dayalı olarak soru formunu yanıtlamaya davet edilmiştir. Bu aşamada öncelikle çalışmanın amacından bahsedilmiş ve soru formu kısaca tanıtılmıştır. Kâğıt ve kalem kullanılan anket tekniği ile veri toplanmış olup; katılımcıların soru formunu cevaplandırması ortalama 4 dakika sürmüştür.

Veri Analizi

Bu çalışmada Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilmiş olan SAS'ın Türkçe versiyonunun psikometrik özelliklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda verinin söylediği yani doğasını ortaya çıkarması hedefiyle açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. AFA, gözlenen değişkenler arasındaki doğrusal ilişkilerden hareketle; veri kümesinin ardında yatan gizil yapıları keşfetmeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada öncelikle AFA uygulanmış, ardından türetilen faktörler için içsel tutarlılık güvenilirliği hesaplanmıştır. Son olarak ise, faktörler arası korelasyon matrisi oluşturulmuştur.

Çalışmada Urbano Lorenzo-Seva ve Pere Joan Ferrando tarafından geliştirilmiş olan FACTOR programı ve SPSS kullanılarak veri analizi gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

SAS ile toplanan veri kümesinde her bir madde için geçerli ve kayıp gözlemler incelenmiştir. Bu aşamada yardım isteme kaygısını ölçmek amacıyla yöneltilen "Hiç anlamadığım bir konuyu açıklaması için ücret karşılığında bir istatistik uzmanına sorduğumda" ve "Bir sorunun nasıl yapılacağını anlatması için ücret karşılığı bir istatistik uzmanından yardım isterken" maddeleri için kayıp gözlem sayısının yüksek olduğu saptanmıştır. Katılımcıların neredeyse tamamı, bu maddeler için "fikrim yok" yanıtını vermiştir. Ücret karşılığında destek almayı deneyimlemedikleri için bu seçeneği işaretledikleri düşünüldüğünden; bu iki madde analiz dışında bırakılmıştır.

SAS ile toplanan veri kümesinin doğasını yansıtmak amacıyla AFA uygulanmasına karar verilmiştir. Böylelikle ölçeğin orijinal yapısı ile bu çalışmada toplanan veri kümesinin ardındaki yapının aynı olup olmadığı kıyaslanmıştır. Öncelikle gözlenen değişkenler arasındaki korelasyon matrisinin faktör analizine uygunluğu araştırılmıştır. Bu kapsamda Bartlett küresellik testinin sonucu ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik ölçütünün değeri dikkate alınmıştır. Bartlett küresellik testi ($\chi^2 = 5120.9, df = 231, p = 0,00$) ve KMO ölçütünün değeri (0.948) korelasyon matrisinin AFA uygulanması için elverişli olduğunu göstermiştir. Ardından minimum sıra faktör analizi (minimum rank factor analysis - MRFA) metodu ile faktör modeli tahmin edilmiştir (ten Berge ve Kiers, 1991). Uygun faktör sayısına karar verilmesinde Kaiser-Guttman kuralı, Hull yöntemi, varyans yüzdesi kriteri, yorumlanabilirlik kriteri dikkate alınmış ve böylelikle faktör sayısı 3 olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla veri kümesinin ardında üç faktör olduğu, yani ölçeğin üç boyuttan oluştuğu sonucuna varılmıştır. Faktör yükleri incelendiğinde basit faktör yapısına ulaşmak için eğik döndürme metodlarından biri olan Promin kullanılmıştır (Lorenzo-Seva,1999). Tablo 2'de maddelere ait tanımlayıcı istatistikler, faktör yükleri, açıklanan varyans oranı ve madde sayısı yer almaktadır.

Faktör / Maddeler	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yüklü	Açıklanan Varyans (%)	Madde Sayısı
Sınav Kaygısı (S)				28.6	8
15S	3.631	1.288	0.918		
20S	3.540	1.399	0.828		
9S	3.242	1.499	0.806		
13S	3.311	1.427	0.778		
14S	2.900	1.458	0.739		
1S	3.074	1.446	0.644		
4S	3.480	1.349	0.640		
11S	2.731	1.423	0.594		
Yardım İsteme Kaygısı (Yİ)				27.7	6
17Yİ	2.300	1.345	0.922		
21Yİ	2.420	1.397	0.877		
23Yİ	2.443	1.412	0.877		
3Yİ	2.583	1.496	0.819		
12Yİ	2.440	1.424	0.776		
7Yİ	2.363	1.417	0.759		
Yorumlama Kaygısı (Y)				23.8	8
22Y	2.629	1.291	0.907		
18Y	2.240	1.287	0.906		
10Y	2.523	1.304	0.743		
8Y	2.600	1.350	0.659		
19Y	2.223	1.320	0.597		
6Y	2.537	1.297	0.591		
16Y	2.357	1.348	0.500		
2Y	2.629	1.275	0.468		

Tablo 2: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 2 incelendiğinde AFA ile türetilen üç faktör ve bu faktörler altında yer alan maddeler görülmektedir. Böylelikle veri kümesi özetlenmiş ve boyut indirgemesi gerçekleştirilmiştir. Diğer bir ifadeyle, gözlenen değişken sayısından daha az sayıda ve kavramsal olarak anlamlı faktörler türetilmiştir. Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya uygun olarak faktörler; sınav kaygısı (S), yardım isteme kaygısı (Yİ) ve yorumlama kaygısı (Y) şeklinde adlandırılmıştır. Her bir faktör altındaki maddeler ise S, Yİ ve Y ile sembolize edilmiştir. Faktör yükleri incelendiğinde; en düşük yükün 0.468 olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra toplam açıklanan varyans %80.1'dir. Kısıtsız faktör analizi, yani AFA ile verinin söylediği yapı ortaya çıkarılmış ve bulunan faktör yapısının orijinal faktör yapısı ile örtüştüğü sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla ölçülmek istenen alt boyutlar isabetli olarak ölçülmüştür. Başka bir deyişle, ölçülmek istenilenin yapılar isabetli olarak ölçüldüğünden geçerlilik özelliğinin sağlandığı söylenebilmektedir. Takip eden aşamada ise SAS'ın Türkçe formu ile toplanan veri kümesinin güvenilirlik özelliği araştırılmıştır. Bu kapsamda, sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. Tablo 3'te içsel tutarlılık güvenilirliği için hesaplanan Cronbach alfa katsayısı değerleri sunulmuştur.

Faktör	Madde Sayısı	Cronbach Alfa	Madde-Toplam Korelasyon Değeri	
			En Düşük	En Yüksek
Sınav Kaygısı	8	0.912	0.633	0.787
Yardım İsteme Kaygısı	6	0.926	0.747	0.835
Yorumlama Kaygısı	8	0.884	0.618	0.705

Tablo 3: Güvenilirlik Analizi

Tablo 3 incelendiğinde; içsel tutarlılık güvenilirliği için hesaplanan Cronbach alfa katsayısının değerlerinin 0.70 ve üzeri olduğu görülmektedir. Bu bulgu, toplanan veri kümesinin güvenilirlik özelliğine sahip olduğunu göstermektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Bunun yanı sıra madde-toplam korelasyon değeri de sunulmuştur.

Bu çalışmada AFA ile kavramsal olarak anlamlı ve yorumlanabilir faktörler türetilmiştir. Dolayısıyla bu faktörler arası korelasyon matrisinin incelenmesi, boyutlar arasındaki ilişkiyi kavramak açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda yanıtların toplanması yaklaşımı ile faktör skorları hesaplanmış ve Tablo 4'te değişkenler arası korelasyon matrisi sunulmuştur.

	Sınav Kaygısı	Yardım İsteme Kaygısı	Yorumlama Kaygısı
Sınav Kaygısı	1.000		
Yardım İsteme Kaygısı	0.581*	1.000	
Yorumlama Kaygısı	0.675*	0.684*	1.000

*0.01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 4: Sınav Kaygısı, Yardım İsteme Kaygısı ve Yorumlama Kaygısı Değişkenleri Arasındaki Korelasyon Matrisi

Tablo 4 incelendiğinde; değişkenler arasında aynı yönlü ve orta kuvvetli bir ilişki olduğu görülmektedir. Hatırlanacağı üzere; SAS, üç alt boyuttan meydana gelmektedir. Dolayısıyla alt boyutlar arasında aynı yönlü ve orta kuvvetli bir ilişki olması beklenen bir durumdur.

Değişken	Madde Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Sınav Kaygısı	8	25.911	8.894
Yardım İsteme Kaygısı	6	14.549	7.255
Yorumlama Kaygısı	8	19.737	7.778
SAS	22	60.197	20.92

Tablo 5: Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 5 incelendiğinde her bir değişken için ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. Hatırlanacağı üzere; katılımcılar kaygı düzeylerini 1 ile 5 arasında beş dereceli bir ölçekte belirtmiş ve bütün maddeler olumlu ifadelerden oluşmuştur. Dolayısıyla yüksek skor, yüksek kaygı düzeyini göstermektedir. Bu bağlamda en yüksek kaygının hissedildiği faktörün sınav kaygısı olduğu sonucuna varılmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilmiş olan istatistik kaygı ölçeğinin Türkçe versiyonunun psikometrik özelliklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yani, istatistik dersi alırken karşılaşılan kaygıyı değerlendirmek için geliştirilen SAS'ın geçerlilik ve güvenilirlik özellikleri incelenmiştir. SAS, 24 madde ve üç alt boyuttan meydana gelmektedir. Bu kapsamda öncelikle geri çeviri yöntemi ile SAS'ın dil ve kültür uyarlaması yapılmıştır. Ardından İstanbul'da bulunan bir devlet yükseköğretim kurumunun ekonometri lisans diploma programına kayıtlı olup; istatistik dersi almış ve sınavına girmiş öğrencilerden kâğıt ve kalem kullanılan anket tekniği ile sınıf ortamında veri toplanmıştır. Çalışmaya gönüllülük esasına göre 350 öğrenci katılmıştır. Toplanan veri kümesinden hareketle; verinin doğasını yansıtmaya amacıyla kısıt faktör analizi uygulanmıştır. Böylelikle veri kümesinin ardındaki gizli yapı keşfedilmiş; bulunan faktör yapısının Vigil-Colet ve diğerleri (2008) tarafından ortaya konulan faktör yapısı ile örtüştüğü sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla söz konusu ölçek için geçerlilik özelliğinin sağlandığı söylenebilmektedir. Bunun yanı sıra içsel tutarlılık güvenilirliği için Cronbach alfa katsayısı hesaplanmış ve elde edilen bulgular neticesinde güvenilirlik özelliğinin de sağlandığını tespit edilmiştir. Böylelikle SAS ile toplanan veri kümesinin geçerli ve güvenilir olduğu ortaya konulmuştur. Ardından faktör skorları hesaplanmış olup; bu çalışma kapsamında en yüksek kaygı hissedilen faktörün sınav kaygısı olduğu saptanmıştır.

Çalışmada ulaşılan bulgular, Türkçeye uyarlanan SAS'ın geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Başka bir ifadeyle, SAS ile toplanan veri kümesinin istenilen psikometrik özelliklere sahip olduğu ortaya konulmuştur. SAS'ın sadece istatistik kaygısını ölçmeye odaklanmış olmasının yanı sıra bireysel ya da sınıf gruplarında kolayca uygulanabilmesi önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Dolayısıyla bu alanda yapılacak çalışmalarda SAS'ın Türkçe versiyonunun kullanılmasını önerilmektedir. Bu ölçek kullanılarak öğrencilerin istatistik kaygısı ölçülebilecek, böylelikle istatistik kaygısı ve onu etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler incelenerek öğrencilerdeki istatistik kaygı düzeyi düşürülebilecektir.

Çalışmanın kısıtları olarak, örneklemin sadece devlet yükseköğretim kurumunun ekonometri lisans programına kayıtlı öğrencilerinden oluşması ve örneklem büyüklüğünün 350 kişi ile sınırlı kalması gösterilebilmektedir. Gelecek araştırmalarda daha geniş ve çeşitlilik gösteren bir örnekleme çalışılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra farklı ülkelerde SAS ile veri toplanarak; ülkeler arası karşılaştırılmaların yapılması da önerilmektedir. Ayrıca gelecek çalışmalarda istatistik kaygısını etkileyen faktörlerin araştırılması ve bu faktörler arasındaki nedensel ilişkilerin modellenmesi de faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

AYDIN, S. ve ZENGİN, B. (2008). Yabancı Dil Öğreniminde Kaygı: Bir Literatür Özeti. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 2008, 4(1), 81-94.

- BALOĞLU, M. (2002). Psychometric Properties of the Statistics Anxiety Rating Scale. *Psychological Reports*, 90,315-325. <https://doi.org/10.2466/pr0.2002.90.1.315>
- BALOĞLU, M. (2004). Statistics Anxiety and Mathematics Anxiety: Some Interesting Differences in BALTAŞ, Z. (1998). *Stres ve Başa Çıkma Yolları* (18. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- BATUMLU, D. Z. ve ERDEN, M. (2007). Yıldız Teknik Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu Hazırlık Öğrencilerinin Yabancı Dil Kaygıları ile İngilizce Başarıları Arasındaki İlişki. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 3(1), 24-38.
- CALLEA, A., URBINI, F., ve BUCKNOR, D. (2012). Temporary Employment in Italy and its Consequences on Gender. *Gender in Management: An International Journal*, 27(6), 380-394. <https://doi.org/10.1108/17542411211269329>
- CHIESI, F., PRIMI, C. ve CARMONA, J. (2011). Measuring Statistics Anxiety: Cross-Country Validity of the Statistical Anxiety Scale (SAS). *Journal of Psychoeducational Assessment*, 29(6), 559-569. <https://doi.org/10.1177/0734282911404985>
- CHEW, P. K. H ve DILLON, D. B. (2014). Statistics Anxiety Update: Refining the Construct and Recommendations for a New Research Agenda. *Perspectives on Psychological Science*, 9(2), 196-208. <https://doi.org/10.1177/1745691613518077>
- CRUISE, R.J., CASH, R.W. ve BOLTON, D.L. (1985). *Development and validation of an instrument to measure statistical anxiety*. Proceedings of the American Statistical Association, 92-97.
- ENDLER, N. S. ve KOCOVSKI, N. L. (2001), State and Trait Anxiety Revisited. *Journal of Anxiety Disorders*, 15(3), 231-245. [https://doi.org/10.1016/S0887-6185\(01\)00060-3](https://doi.org/10.1016/S0887-6185(01)00060-3)
- FOUNTOULAKIS, K. N., PAPADOPOULOU, M., KLEANTHOUS, S., PAPADOPOULOU, A., BIZELI, V., NIMATOUDIS, I., IACOVIDES, A. ve KAPRINIS, G. S. (2006). Reliability and Psychometric Properties of the Greek Translation of the State-Trait Anxiety Inventory Form Y: Preliminary Data. *Annals of General Psychiatry*, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.1186/1744-859X-5-2>
- KAYA, M. ve VAROL, K. (2004). İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Durumluk-Süreklilik Kaygı Düzeyleri ve Kaygı Nedenleri (Samsun Örneği). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(17), 31-63.
- KENNERLEY, H. (2017). *Kaygı (Anksiyete)* (2. Baskı). (Nur Yener, Çev.) İstanbul: Kuraldışı Yayınevi.
- KURTULDU, M. K. (2009). Müzik Öğretmenliği Bölümü Piyano Öğrencilerinin Sınav Kaygısına Yönelik Tutumları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2),107-126.
- KUTLU, Ö. (2001). Ergenlerin Üniversite Sınavlarına İlişkin Kaygıları. *Eğitim ve Bilim*, 26(121),12-23.
- LORENZO-SEVA, U. (1999). Promin: A method for oblique factor rotation. *Multivariate Behavioral Research*, 34, 347-365. https://doi.org/10.1207/S15327906MBR3403_3
- NUNNALLY, J. C. ve BERNSTEIN, I. H. (1994). *Psychometric theory* (Third Edition). New York: MacGraw-Hill.
- ÖZER, A. K. (2017). *Kaygı – Sinanma Duygusuyla Baş Edebilme* (8.basım). İstanbul: Aura Kitapları.
- PAPOUSEK, I., RUGGERI, K., MACHER, D., PAECHTER, M., HEENE, M., WEISS, E. M., SCHULTER, G. ve FREUDENTHALER, H. H. (2012). Psychometric Evaluation and Experimental Validation of the Statistics Anxiety Rating Scale, *Journal of Personality Assessment*, 94(1),82-91. <https://doi.org/10.1080/00223891.2011.627959>

SCOVEL, T. (1978). The Effect of Affect on Foreign Language Learning: A Review of the Anxiety Research. *Language Learning*, 28(1),129-142.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-1770.1978.tb00309.x>

SPIELBERGER, C. D. ve REHEISER, E. C. (2009). Assessment of Emotions: Anxiety, Anger, Depression and Curiosity. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(3), 271-302. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01017.x>

TEN BERGE, J.M.F. ve KIERS, H.A.L. (1991). A numerical approach to the approximate and the exact minimum rank of a covariance matrix. *Psychometrika*, 56(2), 309-315.

VIGIL-COLET, A., LORENZO-SEVA, U. ve CONDON, L. (2008). Development and validation of the statistical anxiety scale. *Psicothema*, 20(1),174-180.

YAMAN, H. (2010). Writing Anxiety of Turkish Students: Scale Development and the Working Procedures in Terms of Various Variables. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2 (1), 267-289.

YILDIRIM, B. (2015). Fen Bilimleri Öğrenme Kaygı Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 33-43.

Summary

Nowadays, there is a general perception that students take a negative attitude towards statistics courses which increases statistical anxiety. Statistical anxiety is defined as "feelings of anxiety encountered when taking a statistics course or doing statistical analyses, that is, gathering, processing, and interpret[ing data]" (Cruise, Cash and Bolton, 1985). Due to the increase in the number of statistics courses and its importance, the number of studies on statistical anxiety level has also increased. Thus, there are many statistical anxiety scales developed in the literature. In this paper, a statistical anxiety scale (SAS) developed by Vigil-Colet, A., Lorenzo-Seva, U. and Condon, L., (2008) was adopted due to its sole focus on measurement of statistical anxiety as well as its easy applicability to individual and classroom groups. The validity and reliability properties of the Turkish version of this scale are investigated in this study.

SAS is a scale with a set of 24 items and consists of three dimensions; interpretation anxiety, examination anxiety and asking for help anxiety. All items on this scale are positive expressions and high scores indicate high anxiety levels. As a first step, the SAS was adapted to the language and culture. In this stage, the Turkish survey was developed by using the back-translation method followed by expert opinion consultation and pilot implementation. After several feedback cycles, the Turkish version of SAS was finalized. In the second step, the survey used to collect data from the students who enrolled in the statistics course and took the exam. The population of the study was defined as students enrolled in an econometrics undergraduate program at a state university. Data was collected from 350 students voluntarily in the classroom environment. First, descriptive statistics were calculated for the questions given in the personal information form. Thus, the gender and age characteristics of the study were described. Then, the frequency distributions of the items were examined. The number of missing observations was found to be high for the following items. "Asking a private teacher to explain a topic that I have not understood at all" and "Asking a private teacher to tell me how to do an exercise". Therefore, these two items were excluded from the analysis and other statistical analyses were performed on the remaining 22 items. In the study, exploratory factor analysis (EFA), reliability and correlation analyses were applied respectively. Since the language and culture were adapted for SAS within the scope of the study, exploratory factor analysis was carried out to discover the nature of the data, in other words, to reveal the hidden structures behind the data. The findings revealed three factors;

"examination anxiety", "asking for help anxiety" and "interpretation anxiety". Therefore, it was concluded that the factor structure found in this study was consistent with the original factor structure of the scale. This showed that the data set collected by the Turkish version of SAS is valid. In the last stage, correlations between variables are calculated after the factors scores for examination anxiety, asking for help anxiety, and interpretation anxiety are calculated. In line with the literature, there are positive and moderate correlations between the variables. The other finding of this study is that examination anxiety is the biggest factor among others. Therefore, by analyzing the relationships between statistical anxiety and determinant factors, SAS is a useful scale for measuring the statistical anxiety to develop recommendations for managing the statistical anxiety level of students. The findings of this study show that the Turkish version of the SAS is valid and reliable. In other words, the dataset collected by the scale has desired psychometric properties. Therefore, we suggest using the Turkish version of SAS in studies conducted in this field.

Ek: İstatistik Kaygı Ölçeği (SAS)

Madde No	Madde
1	İstatistik dersinin sınavına çalışırken
2	Bir ders kitabındaki/ders notundaki tablonun anlamını yorumlarken
3	Anlamakta zorlandığım bir ders kitabı/ders notu için istatistik hocasından bireysel yardım isterken
4	Sınavdan bir gün önce kolay sandığım problemleri çözemediğimi fark ettiğim zaman
5	Hiç anlamadığım bir konuyu açıklaması için ücret karşılığında bir istatistik uzmanına sorduğumda
6	İstatistiksel analizler içeren bir ders kitabı/ders notu okuduğumda
7	Dersin hocasına bir olasılık tablosunun (z, t, ki-kare vb.) nasıl kullanılacağını sorduğumda
8	Bir matematiksel formülü/ispatı anlamaya çalışırken
9	İstatistik dersinin final sınavındayken
10	Bir otomobil reklamını incelerken ortalama yakıt tüketimi, 0-100 km arası hızlanma süresi, karbondioksit emisyon oranı gibi özelliklere ilişkin şekilleri/sayıları anlamaya çalışırken
11	İstatistik sınavına gireceğim sınıfa doğru yürürken/yaklaştıkça
12	İstatistik dersiyle ilgili bir alıştırmamın/ödevin nasıl yapılacağı hakkında dersin hocasına soru sorarken
13	İstatistik sınavından bir gün önce işlediğimiz tüm konuları gözden geçiremediğimde
14	İstatistik sınavına gireceğim gün sabah uyandığымda
15	Sınava girmeden hemen önce bir konuyu yeterince anlamadığımı fark ettiğimde
16	İstatistik hocamın tahtaya yazdığı matematiksel bir formülü/ispatı tam ve doğru şekilde defterime geçirmeye çalışırken
17	Bir istatistik paket program (SPSS vb.) çıktısını anlamak için istatistik hocamdan yardım isterken
18	Şans oyunlarında (piyango, sayısal loto vb.) kazanma olasılıklarını anlamaya çalışırken

19	Sınıf arkadaşımın kendi çözdüğü istatistik probleminin sonuçlarını pür dikkat incelerken gördüğümde
20	Çalışmaya yeterince vakit ayıramadan istatistik sınavına girerken
21	Bir sonuç tablosunu yorumlamak için istatistik hocamdan yardım isterken
22	Bir gazetede/TÜİK web sitesinde/ Merkez Bankası raporunda yer alan istatistiksel analizleri anlamaya/yorumlamaya çalışırken
23	Soru sormak için istatistik hocamın odasına giderken
24	Bir sorunun/ödevin nasıl yapılacağını anlatması için ücret karşılığı bir istatistik uzmanından yardım isterken

Proaktif Kariyer Adanmışlığı Davranışları Ölçeğinin Türkçeye Uyarlama ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Çalışması

Aziz MUSLU*, Abdül'naim TEMUR**

Öz

Denizcilik, zorlu koşulları nedeniyle çalışanların meslekten erken yaşta ayrıldığı bir meslektir. Bu duruma etki eden birçok faktör olsa da denizci adaylarının kariyer planlaması yapmaması ve mesleğe olan adanmışlığının olmaması sektör profesyonellerince neden olarak gösterilmektedir. Çalışmanın amacı, kariyer adanmışlığını ölçen bir ölçeğin uyarlanarak Türkçeye kazandırılmasıdır. Bu çalışmada Hirschi ve arkadaşları tarafından kariyer adanmışlığını ölçmek amacıyla geliştirilmiş olan proaktif kariyer ölçeği denizci adayları üzerinde kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, sosyal ağlar ve elektronik posta yoluyla Deniz Ulaştırma İşletme Yönetimi bölümünde öğrenim gören Türkiye genelindeki 281 öğrenciye ulaşılmıştır. Amos 21 programı kullanılarak yapısal eşitlik modeliyle doğrulama çalışması yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda çalışmada kullanılan ölçeğin model uyum indekslerine göre ölçek alan yazınında kabul edilen yapısal eşitlik modeli uyum değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Günümüzde proaktif kariyer adanmışlığı davranışlarının artan öneminden dolayı ölçek uyarlanarak Türkçe literatüre kazandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Denizcilik, Deniz İşletmeciliği, Kariyer Adanmışlığı, Kariyer Yönetimi, Kariyer Planlama

Adaptation of the Career Engagement Scale that Measures Proactive Career Behavior into Turkish and Confirmatory Factor Analysis Study

Abstract

Maritime is a profession where employees leave the profession at an early age due to the difficult conditions. Although there are many factors that affect this situation, seafarers' candidates do not plan their careers and the lack of commitment to the profession is shown by industry professionals as a reason. In this study, a previously developed scale was used to measure the career engagement of seafarers. The reliability and validity studies of the career dedication scale have been applied to the Maritime Transport Management Department students who will work as future captains in the maritime industry. 281 students reached via social networks and e-mail in Turkey. In the results of the analysis, a verification study was carried out with the Amos 21 structural



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 13.02.2020

Kabul/Accepted: 03.07.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.681944>

* Doç. Dr., Ordu Üniversitesi, Fatsa Deniz Bilimleri Fakültesi, Ordu, Türkiye,

E-posta: azizmuslu@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3496-1374>

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye,

E-posta: naimtemur@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9802-1587>

equation model developed by Hirschi et al. According to the model fit indexes, it has been seen that the structural equation model fit values accepted in the scale literature. The scale has been adapted and brought into the Turkish literature due to the increasing importance of proactive career engagement behaviors.

Keywords: Maritime, Maritime Business, Career Dedication, Career Management, Career Planning

Giriş

Günümüzde teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler tüm sektörlerde istihdam sayılarını azaltırken diğer yandan nitelikli işgücü ihtiyacını arttırmıştır. Bu nedenle klasik kariyer anlayışının terk edildiği bir sürece girildiğini ifade etmek mümkündür. Klasik kariyer anlayışında çalışma hayatına yeni başlayan adayların terfileri için günümüz şartlarına göre gösterilmesi gereken bilgi birikimi ve nitelik şartlarının gerçekleşmesi beklenmemektedir. Bilgi sermayesinin önemli bir noktaya gelmesi, insan kaynağının proaktif bir şekilde her gün kendini geliştirme zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Günümüzde işletmelerin ihtiyacı olan nitelikli iş gücü, yaşanan hızlı değişimlere ayak uydurabilen, bunu kariyer planlaması doğrultusunda gerçekleştiren bireylerdir. Proaktif kariyer davranışları günümüzün kariyer ortamında giderek daha önemli hale gelmektedir (Hirschi ve diğerleri, 2013). Kariyer planlaması ile doğru hedeflere ulaşan bireyler iş bulma ve yükselme olanaklarını yakalayabilmektedir. Günümüzde, klasik kariyer anlayışı yerine proaktif kariyer davranışları sergileyerek, kariyer gelişiminde nitelik ve becerilerin geliştirilmesi her sektörde olduğu gibi denizcilik sektöründe de önem kazanmıştır. Nitelikli iş bulmak ve o işi yaşam boyu sürdürebilmek proaktif kariyer yönetimini denizcilik sektöründe de zorunlu kılmaktadır. Diğer sektörlerle kıyasla gelişmelerden daha geç etkilenen denizcilik sektörü endüstri 4.0 devrimi ile daha hızlı bir değişim süreci içine girilmiştir. Gemi başına asgari donatma yönetmeliğine göre istihdam edilen gemi adamı sayısı her geçen gün azalmaktadır. Dünya Deniz Ticaret Odası'nın Başkanı Esben Poulsen (Poulsen, 2018) yapılan röportajında 1966'da 9.000 dwt ton bir gemide 40 mürettebat çalıştığı günümüzde 14.000 TEU kapasiteli dev bir konteyner gemisinde aynı sayıda mürettebatın çalıştığını ifade etmiştir. Bu durum her geçen gün gemi adamları emek piyasasındaki rekabetin arttığını göstermektedir. Bu nedenle denizcilik okullarında eğitim gören öğrenciler kariyerlerini en verimli şekilde oluşturmak için proaktif bir kariyer planlama davranışı göstermeleri gerekmektedir. Türkiye, gemi adamı ihraç eden bir ülke olmayı planlamaktadır. Sadece nitelikli eleman yetiştirmek, yetiştirilen nitelikli gemi adamlarının istihdamını sağlayamamaktadır. Denizcilik sektöründe, gemi adamları iş piyasasına girecek olan mezunların klasik kariyer planlamasının dışına çıkarak, proaktif kariyer davranışları sergilemeleri gerekmektedir. Her bir öğrenci için kariyer planlama süreci kendi deneyimlerine, ilgilerine, yeteneklerine ve değerlerine göre farklılık gösterir. Öğrencilerin eğitimlerinin ilk veya son döneminde kariyer hedeflerine yönelik farkındalıkları, gelecekle ilgili yönlendirmede önemli bir unsurdur (Cevher, 2015). Kariyer çoğu birey tarafından sadece bir meslek seçmek ve meslekte yükselmek olarak anlaşılabilir, aslında bireyin tüm yaşam alanlarını etkileyen işler ve çıkışlarla geçen bir yaşam yapılandırma sürecidir (Kalafat, 2020). Bütün bu nedenlerle meslek adaylarının, kariyer davranış ve yönelimleri ayrıca önemlidir.

Kariyer yönetimi ile ilgili alan yazınında yapılan çalışmalar incelendiğinde kariyer adanmışlığına aracılık eden psikoloji, tutum, davranışlar ve kişilik faktörleri konusunda aşağıdaki çalışmalara ulaşılmıştır. Kariyer adanmışlığı gelecek planlaması ve bu yöndeki davranışlar (Savickas ve ark., 2009); iş arama yöntemleri (Koen ve ark., 2010); gerçekçi ve planlı kararlar vermek (Ebberwein ve ark., 2004); kariyer engelleriyle baş etme (Niles

ve Harris-Bowlsbey, 2013) ve engelleri avantaja dönüştürme becerileri (Savickas ve Porfeli, 2012); kariyer yönetimi (Savickas, 2005); kariyer başarısı (Hirschi, 2010); kariyer doyumu (Zacher, 2014); iyi iş olanakları yakalama (Klehe ve ark., 2012); hızlıca gelişen iş hayatında meta-yeteneklerin kazanılması (Hall ve Mirvis, 1995); iş stresi ve mutluluk seviyesi (Ferreira, 2012).

Kim ve arkadaşları tarafından (2014) yapılan çalışmada, üniversite öğrencilerinin planlanan etkinlik becerilerinin kariyer katılımı, kariyer kararı öz yeterliği ve kariyer kararı kesinliği arasındaki ilişkileri nasıl etkilediğini incelemiştir. 217 Koreli lisans öğrencisi örnekleminde aracılık ilişkisi analiz edilmiştir. Sonuçlar, kariyer kararının öz-yeterlik, kariyer katılımı ve kariyer kararı kesinliği arasındaki ilişkiye aracılık etmiştir. Ayrıca, kariyer kararı özerkliği yoluyla kariyer katılımının kariyer kararı üzerindeki olumlu dolaylı etkisi, planlanan etkinlik becerileri arttıkça güçlendirilmiştir. Sonuç olarak, üniversite öğrencilerinin kariyeri angajman ve beklenmedik kariyer fırsatlarını keşfetmek için yeterli planlanmış beceriye sahip olduklarında, kariyer kararları ile kariyer kararlarının kesinliğini güçlendirdiği tespit edilmiştir.

2016 yılında Parisa ve Samaneh (2016) tarafından kariyer adaptasyonunda, kişilik ve kariyer adanmışlığının aracı rolü incelenmiştir. Sonuç olarak, bu araştırma kariyer adaptasyonun kişilik boyutları ve öğrencilerin kariyer adanmışlığı alt boyutları arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini açıkça göstermiştir. Bu çalışmanın sonuçları öğrenciler arasında kariyer adanmışlığı ile ilgili literatüre katkıda bulunmaktadır (Nilforooshan ve Salimi, 2016).

Türkçe olarak kariyer adanmışlığına yönelik geliştirilmiş bir ölçek çalışmasına rastlanılmamıştır. Kariyer adanmışlığı davranışını ölçmek amacıyla Hirschi ve arkadaşları da (2014) yılında "Career Engagement Scale: Development and Validation of a Measure of Proactive Career Behaviors" isimli Kariyer Davranışlarını Ölçen Kariyer Adanmışlığı ölçeği oluşturmuşlardır. Bu çalışmanın Türkçeye uyarlanmasının en önemli nedeni özgünlüğü, yazarların alan yazınında yetkinliği ve ifadelerin net ve anlaşılır olmasıdır. Ölçek ifadeleri denizcilik, işletme ve eğitim planlama alanlarında çalışan uzmanların görüşleri alınarak düzenlendi. Ölçek ifadelerinin Türkçeleştirilmesinde dil bilimcilerinin tavsiyeleri ile önerilen değişiklikler yapılmıştır. Ölçeğin yapısal geçerliliğinin tespiti ve doğrulamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi ile araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kariyer adanmışlığı ölçeği doğrulama çalışması yapılırken Türkiye'de deniz ulaştırma işletme yönetimi mühendisliği öğrencilerine uygulanmıştır.

Araştırmanın Amacı

Yapılan araştırma sonucunda denizcilik mesleğinde kariyer yönetimine yönelik, Türkiye alan yazınında benzer bir çalışma yapılmamıştır. Denizcilikte kariyer yönetimi ile dolaylı ilişkili olan yayınlar mevcuttur. Bu nedenle "Career Engagement Scale: Development and Validation of a Measure of Proactive Career Behaviors" adlı çalışmanın ülkemiz denizcilik sektörüne ve diğer mesleklere kazandırılması için geçerliliğinin ve güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olup olmadığı araştırılmıştır. Ölçeğin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olup olmadığı araştırılmıştır. Proaktif kariyer davranışını ölçen bir ölçek olarak kariyer adanmışlığı ölçeği Amos 21 programında doğrulanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Metodolojik bir araştırma olarak kariyer adanmışlığı ölçeği Amos 21 yapısal eşitlik modeli ile doğrulanmıştır. Araştırma elektronik posta ve sosyal medya aracılığıyla Türkiye'nin farklı yerlerinden Denizcilik Fakültesi Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği

bölümü 281 öğrenciye uygulanmış, olasılıksız örneklem yöntemi ile veri toplanmıştır. Ölçek çalışmaları için faktör analizi oluşturulurken örneklem büyüklüğü ölçek ifade sayısının 5-10 katından daha az olması önerilir (Akgül, 1997). Ölçeğin uygulandığı sayı alan yazınına göre önerilen rakamın üstündedir.

Veriler iki bölümde toplanmıştır;

1. Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği öğrencilerinin sosyal, demografik ve meslekle ilgili özelliklerini belirten altı madde soru sorulmuştur.

2. Bölüm kariyer adanmışlık ölçeğine ait dokuz madde ifade Türkçeleştirilerek, beşli likert yöntemi ile 1. Kesinlikle katılmıyorum - 5. Kesinlikle katılıyorum şeklinde ölçek formu düzenlenmiştir.

Kariyer Yönetimi ve Kariyer Adanmışlığı

Kariyer, bireyin işinden beklentilerini, duygu ve arzularını gerçekleştirebilmesi için örgüt tarafından eğitilmesi sonucu bilgi ve becerilerini arttırması ve kişisel azmi ile mesleki hayatında ilerleyebilmesidir. Bir başka ifade ile bir kişinin iş hayatı boyunca iş ile ilgili edindiği tecrübeleridir (De Cenzo ve Robins, 1996, s. 266). Başarının tesadüf olmadığı ve kariyerin yönetilmesi ile başarının geldiği iş hayatının temel kurallarından biri haline gelmiştir. Kariyer yönetimini birey olarak iş gören ve onu istihdam eden örgüt açısından ayrı ayrı değerlendirmek gerekir. Bireysel ve örgütsel açıdan olmak üzere iki boyuttan değerlendirilir (Okakın, 2008). Şöyle ki; Birey açısından kariyer yönetimi yaşamı boyunca hedeflerini gerçekleştirebilmek için gerekli gördüğü faaliyetleri planlaması ve uygulamaya koyması olarak tanımlanabilir. Çalışma yaşamında yaşanan gelişmeler kariyer yönetimi hususunda geçmişe oranla bireye daha fazla sorumluluk yüklemektedir. Geçmişte piramit tipi bürokratik organizasyon yapılanmalarında kıdem ile birlikte gelmekte olan terfi günümüzde çalışanın yetenekleri, nitelikleri ve kariyer adanmışlığı ile birlikte gerçekleşmektedir.

Kariyer kavramının gelişimine baktığımızda, 1900'lü yılların başında atılmaya başlanan ve ortalarına doğru hızla gelişen bürokratik tipi örgütlerin varlığına dayandırmak mümkündür. Söz konusu örgütler klasik üçgen şeklindeki organizasyon yapıları ile yüksek performansla sahip çalışanlara yükselme imkânları sunabilmekte ve uzun vadeli istihdam güvencesi sağlayabilmektedir (Peiperl ve Baruch, 1997, s. 8). 1980'li yıllar süresince o dönemdeki örgütlerin de bu yaklaşımı desteklemeleriyle geleneksel kariyer yaklaşımı istihdam sistemlerine hâkim olmuştur (Sullivan, 1999, s. 457). Bu yaklaşıma göre kariyer başarısı, terfi ve ücretlerdeki artış ile ölçülen ve örgütlerce belirlenen bir süreçtir. Günümüzde ise bürokrasiye dayalı kariyer sisteminden, yeni, etkin ve sınırsız kariyer anlayışına geçilmiştir (Baruch, 2004, s. 38). İşletmelerin yaşam boyu istihdam imkânları sunmaları yok denilebilecek noktaya gelmiştir. Kültürel farklılıklardan dolayı Asya ülkelerinde talep gören yaşam boyu istihdam olanağı işletmelerin yaşadığı ekonomik krizler nedeni ile sürdürülemeyecek bir insan kaynakları politikası olmuştur. Bu nedenle kariyer yönetiminde bürokratik kariyer yönetiminden daha çok bireye sorumluluk yükleyen çeşitli kariyer yaklaşımları ortaya çıkmıştır. Esnek Kariyer Yaklaşımı anlayışı, hiyerarşik olan organizasyon yapısının yatay bir yapıya tahvil edilmesi, iş tanımlarının çeşitlendirilmesi ve zenginleştirilmesi, çalışmaların projeye dayalı olarak yapılması, sorumlulukların arttırılması sağlanarak çalışanların yetkilendirilmesini içerir (Aytaç, 2005, s. 242). Tek bir örgüt içerisinde olmadan farklı örgütler arasındaki hareketliliği içeren, kariyer olgusunun geleneksel kariyer prensiplerinden ve işletmeden bağımsız olarak ele alınmasını içeren Sınırsız Kariyer Yaklaşımı (Erdoğan, 2003, s. 162), bireylerin özellikle iş yaşamlarının son dönemlerine hâkim olan Portföy Kariyer Yaklaşımı (Handy, 1998, s.156) ile kişinin psikolojik olarak

başarmak amacıyla kariyerini kendisinin çizdiği, esnek yapıdaki, uygulanabilir Çok Yönlü Kariyer Yaklaşımı (Hall, 2002, s. 24) olarak sınıflandırılması mümkündür.

Kariyer geliştirme planları da kendi içinde işletmelerin çalışanları için belirlediği kariyer planları ve bireylerin beklentisini ifade eden kariyer planı olmak üzere iki farklı aşamada değerlendirilmelidir. Bu ikili ayrımında işletmelerin planlarına kariyer yönetimi, bireylerin planlamalarına ise kariyer planlama denilmektedir. Ayrıca "Kariyer yolu ise bir kişinin kariyerini oluşturan birbirini takip eden işlerdir" (Okakın, 2009). Kariyer yolu meslek seçimi ile başlamaktadır. Meslek seçimi ve eğitim süreci kariyer üst aşamalarında oluşacak başarıyı doğrudan etkilemektedir. Meslek eğitimi aşamasında kariyer adanmışlığı kariyer planlarının gerçekleştirilmesini sağlamaktadır.

Kariyer geliştirme, bireylerin kendilerine has problem, iş ve görevler bütünü ile ayrılabilir basamaklar dizisi süresince sürekli kendilerini geliştirme etkinlikleri olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer tanıma göre kariyer geliştirme, çalışanların kabiliyetlerinin geliştirilmelerine, değerlendirmelerine ve genişletmelerine olanak vererek kariyer amaçlarını ve hedeflerini gerçekleştirmeleri için elverişli ortamı hazırlamak olarak ifade edilmektedir (Kozak, 2009, s. 24). Bu yönüyle kariyer geliştirme ve planlama kariyer adanmışlığı ile geliştirilebilecek bir süreçtir. Kariyer planlamada; ferdi seçeneklerin, fırsatların ve sonuçlarının farkına varması, kişisel kariyeri ile ilgili hedefleri tayin etmesi ve bu hedeflerine ulaşmak için yönünü saptayıp zaman ve mekân planlarını yapmasını sağlayacak şekilde iş, eğitim ve diğer gelişimsel etkinliklerin programlanmasıdır (Ersen, 1996, s. 112).

Kariyer planlaması ve kariyer yönetimi çalışan bireyin kişisel olarak oluşturması gereken bir husus olarak algılanmaktadır. Kariyer planlaması ve yönetimi organizasyonların başarılı olması, bu başarıları istikrarlı olarak devam ettirilmesi için gereklidir (Muslu, 2008, s. 78). Kariyer planlaması yapılırken çalışanın kariyer hedeflerine ulaşabilmesi için işletme yönetimi tarafından desteklenmelidir. Kariyer bireysel kararlarla şekillenen bir husus olsa bile işletmelerin kariyer geliştirme için çalışanlarına uygun eko sistemi oluşturmaları gerekmektedir.

Günümüz işletmelerinin ihtiyaç duydukları nitelikli ve yetişmiş personeli temin etmede çektikleri güçlükler nedeniyle çoğu zaman kendi bünyelerinde eğitim programları geliştirip uygulamaya başlamışlardır. Bundan amaç nitelikli personelin organizasyonda daha uzun süre kalmasını sağlamaktır (Yıldırım, 2000, s. 435). Yeni kuşak çalışanların bağlılık düzeylerinin düşük olması günümüz işletmelerine ayrıca sorumluluk yüklemektedir. Yöneticiler koçluk ve mentorluk yaparak Y kuşağının gelecek vizyonlarının kurumla eş güdümlü olarak oluşturulmanın yollarını aramaktadırlar (Muslu, 2017, s.483). Yeni kariyer yaklaşımları ile birlikte, çalışan adayları olarak kariyer yönetiminin eğitim sürecinde başlaması gereken daha çok bireysel bir süreç olarak algılanmaktadır. Bu durum iş yaşamının rekabetçi koşullarından kaynaklansa bile kurumlar kariyer adanmışlığı olan adayları işe alarak yatırım yapmak istemektedir. Örgüte ve mesleğe bağlılık düzeyi düşük çalışanların kariyer gelişimi için yatırım yapmak istememektedir.

Kariyer adanmışlık, bireyin farklı kariyer tutumları göstererek proaktif bir şekilde kariyerini geliştirme düzeyi şeklinde tanımlanmaktadır (Hirschi, Freund ve Herrmann, 2014). Kariyer adanmışlığının, işe adanmışlık, kariyere bağlılık, kariyer adaptasyonu ve kariyer güdülenmesi gibi kavramlardan farklı bir kavramı temsil etmektedir. Bu kavramlar bir tutumu ifade ederken, kariyer adanmışlık ise davranışlara işaret etmektedir (Nilfooroshan ve Salimi, 2016, s. 2). Kariyer adanmışlık davranışı iş tutumlarını etkilemektedir. Kariyer adanmışlıkla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, duygusal denge, kariyer kararı alma yeterliliği (Rogers, Creed ve Glendon, 2008), sosyal destek ve olumlu duyguların (Hirshi ve Freund, 2014) kariyer adanmışlığını olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür.

Proaktif davranış, stratejik düşünce sistematığı ile hareket ederek gelecek hakkında kararlar almayı gerektiren planlı bir davranış biçimidir. Kariyer kavramı ile doğrudan ilişkilidir. Çalışma hayatında yaşanan hızlı değişim sürecinde proaktif bir kariyer planlaması çalışanlar için zorunluluk haline gelmiştir. Geleceğin öngörülemezliği beklenen gelişmelerde beklenmeyen sonuçların çıkması kariyer yönetiminde proaktif davranış biçimlerini zorunlu kılmıştır. Proaktivite kavramı uzun döneme odaklanarak, karşılaşılabilecek fırsat ya da tehditleri önceden sezerek bunlara göre pozisyon almaktır. Bir başka deyişle fırsatları ve tehditleri önceden görerek birilerinin bir şey demesine gerek kalmadan, çalışanın kendi kendine erken davranmasıdır (Grant & Ashford, 2008: 3-34).

Parker vd. (2006) proaktif davranış; "bireyin kendisinin başlattığı, karşılaşmış olduğu vaziyeti değiştirmeyi veya geliştirmeyi amaçlayan ileriye çevrili faaliyetleri" şeklinde tanımlamaktadırlar. Proaktif kişiler, girişken, fırsatları önceden gören ve harekete geçen, inisiyatif gösteren ve anlamlı bir değişim ve hedeflerine ulaşana kadar kararlılık ile gayret gösteren, diğer işçilerden ayrılan kişilerdir (Bateman ve Crant, 1993; Gupta ve Bhawe, 2007). Proaktif davranış özelliklerine sahip olmak olaylar, olgular ve gelişmeler karşısında kısa vadeli ani kararlar almak yerine orta ve uzun dönemli kararlar almayı gerektirmektedir. Proaktif kariyer yönetiminde meslekteki ve sektörel gelişmelerin takip edilmesi oldukça önemlidir. Proaktif bireylerin, kariyerle ilgili değişikliklerle etkin olarak ilgilenmeleri, gelişme fırsatlarını keşfetmeleri ve kariyer gereksinimleri için çalışma platformu yaratmaları kuvvetle muhtemeldir. (Bateman ve Crant, 1993). Proaktif bireyler, iş hayatlarında ve kariyer evrelerinde daha fazla bağımsız hareket etme ve karar alma yeteneğine sahiptirler (Siebert vd., 1999). Proaktif bireyler kariyerlerini tesadüflere bırakmak yerine kendi kararlarını almaları sebebiyle iş hayatında başarılı ve mutlu olacaklardır.

Yapılan araştırmalar göstermektedir ki; proaktif kişilerin çalışma yaşamı ve kariyer yönetimi konusunda oldukça başarılı olmuşlardır. Proaktif kişilerin iş bulmada ve kariyer uyumluluğunu sağlamada başarılı oldukları tespit edilmiştir (Brown vd., 2006; Siebert vd., 1999). Seiber ve arkadaşlarının (1994) yaptıkları çalışmada, kişilerin, nesnel olan maaş ve terfi gibi kariyer başarılarını ve kariyerleri ile ilgili doyum ve tamamlanmışlık gibi hislerini ifade eden öznel kariyer başarıları ile proaktif kişilik arasında anlamlı bir ilişki vardır (Seiber vd.,1994: 416-427). Barrick ve Mount'ın (1991) yaptığı çalışmada, proaktif bireylerin ısrarcı oldukları ve iş performansıyla proaktif kişilik arasında ilişki olduğunu saptamışlardır. (Barrick ve Mount, 1993: 111-118). Thompson (2005) yaptığı çalışmada, proaktif kişilerin kariyer hedeflerine ulaşmada daha etkin olduklarını belirtmiştir.

Tüm sektörler için proaktif kariyer adanmışlığı davranışları gösteren bireyler tercih edilmek istenmektedir. Yaşam boyu istihdam olanaklarının olmaması bireylerin kariyerlerini proaktif şekilde yönetmesini zorunlu kılmaktadır. Denizcilik işi, yapısı gereği yaşam boyu istihdam için uygun koşullar barındırmamaktadır. Denizcilikte her dönem kariyer yönetimi ve planlaması, kurumdan bağımsız oluşturulan bireysel bir süreçtir. Yaşanan hızlı değişim ve denizcilik emek piyasalarındaki rekabet kariyer adanmışlığını daha fazla zorunlu kılmaktadır. Krizler ve hızlı değişimler, kimi zaman fırsatları ve tehditleri de beraberinde getirmektedir. Günümüzde Proaktif kariyer adanmışlığı, fırsatları yakalamak ve tehditlerden korunmak için oldukça önemlidir. Görülen bu gelişmeler neticesinde, proaktif kariyer adanmışlığını ölçen Hirschi ve arkadaşlarının (2014) oluşturduğu ölçek çalışması deniz ulaştırma işletme mühendisliği öğrencilerine uygulanarak Türkçeye uyarlanmıştır.

Ölçek Katılımcılarının Betimsel İstatistikleri

Tablo 1. DUİM Öğrencilerinin Bölge Olarak Doğum Yeri

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Ardışık toplam
Akdeniz	34	12,1	12,1	12,1
Doğu ve Güneydoğu Anadolu	20	7,1	7,1	19,2
Ege	39	13,9	13,9	33,1
İç Anadolu	38	13,5	13,5	46,6
Karadeniz	44	15,7	15,7	62,3
Marmara	106	37,7	37,7	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Tablo 2. DUİM Öğrencisinin Sınıfı

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Ardışık Toplam
	1	,4	,4	,4
1.sınıf	57	20,3	20,3	20,6
2. sınıf	63	22,4	22,4	43,1
3.sınıf	77	27,4	27,4	70,5
4.sınıf	43	15,3	15,3	85,8
Hazırlık	40	14,2	14,2	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Tablo 3. DUİM Öğrencilerinin Mezun Olunan Lise Programı

		Frekans	Oran	Geçerli Oran	Ardışık toplam
Valid	Anadolu Lisesi veya Fen Lisesi	140	49,8	49,8	49,8
	Askeri Lise	3	1,1	1,1	50,9
	Düz Lise	110	39,1	39,1	90,0
	İmam Hatip Lisesi	3	1,1	1,1	91,1
	Meslek Lisesi	25	8,9	8,9	100,0
	Total	281	100,0	100,0	

Tablo 4. DUİM Öğrencilerinin Staj Yapma Durumları

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Ardışık toplam
	3	1,1	1,1	1,1
Evet	111	39,5	39,5	40,6
Hayır	167	59,4	59,4	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Tablo 5. Denizde Çalışmayı Planladıkları Yıllara Göre Tercihleri

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Ardışık toplam
	2	,7	,7	,7
1-5 Yıl	18	6,4	6,4	7,1
10-15 Yıl	2	,7	,7	7,8
15-20 Yıl	98	34,9	34,9	42,7
5-10 Yıl	94	33,5	33,5	76,2
Emekliye ayrılana kadar	67	23,8	23,8	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Tablo 6. Çalışmayı Planladıkları Gemi Tipleri

		Frekans	Oran	Geçerli Oran	Ardışık toplam
Valid		10	3,6	3,6	3,6
	Akaryakıt veya Kimyasal Tanker	48	17,1	17,1	20,6
	Akaryakıt veya Kimyasal Tanker, Ham Petrol Tankeri	21	7,5	7,5	28,1
	Akaryakıt veya Kimyasal Tanker, RO-RO- RO/PAX - RO-LA veya Yolcu	1	,4	,4	28,5
	Genel Kargo /Kuru Yük Handysize ve üstü	118	42,0	42,0	70,5
	Genel Kargo /Kuru Yük Handysize ve üstü, Akaryakıt veya Kimyasal	6	2,1	2,1	72,6
	Genel Kargo /Kuru Yük Handysize ve üstü, Akaryakıt veya Kimyasal Tanker, Ham Petrol Tankeri	1	,4	,4	73,0
	Genel Kargo /Kuru Yük Handysize ve üstü, Ham Petrol Tankeri	5	1,8	1,8	74,7

Genel Kargo /Kuru Yük Handysize ve üstü, RO-RO - RO/PAX - RO-LA veya Yolcu Gemisi	6	2,1	2,1	76,9
Ham Petrol Tankeri	15	5,3	5,3	82,2
Ham Petrol Tankeri, RO-RO-RO/PAX- RO-LA veya Yolcu Gemisi	1	,4	,4	82,6
Konteyner Gemisi	5	1,8	1,8	84,3
RO-RO- RO/PAX- RO-LA veya Yolcu Gemisi	44	15,7	15,7	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Proaktif Kariyer Davranışlarını Ölçen Kariyer Adanmışlığı Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

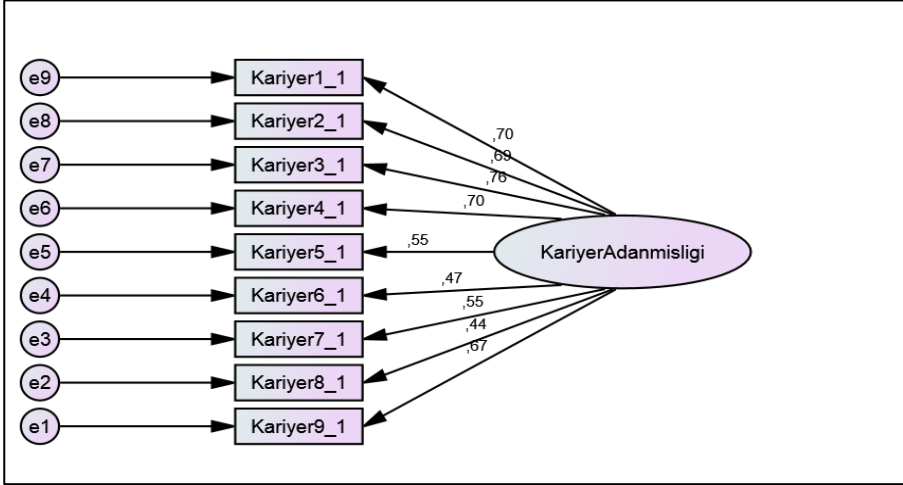
Tek boyutlu ve toplam 9 maddeden oluşan proaktif kariyer davranışlarını ölçen kariyer adanmışlığı ölçeğinin tek faktörlü yapısı AMOS 21 programı kullanılarak test edilmiştir. Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi sonucu (DFA) ile elde edilen uyum iyiliği değerleri aşağıdadır. Ayrıca SPSS 21 programında 9 ifadeli ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,840 çıkarak iyi derecede güvenilir olduğu görülmüştür.

Tablo 7. Kariyer Adanmışlık Ölçeği Model Uyum İndeksleri

Model uyum indeksleri	Model	Kabul edilebilir indeksler
X²/sd	3,809	0 < X ² /sd < 5
CFI	0,906	0,90 ≤ CFI ≤ 1,0
GFI	0,921	0,90 ≤ GFI ≤ 1,0
RMSEA	0,1	0,00 ≤ RMSEA ≤ 0,10

GFI, AGFI'den elde edilen katsayının 0,85 üzerinde olması iyi uyumu işaret etmektedir (Cole, 1987). RMSEA değerinin 0.10 değerinden küçük olması ve χ^2/df in oranının ise 2-5 arasında olması iyi uyumu göstermektedir (Jöreskog ve Sörbom, 2001). Bu değerlere sahip olan ölçeğin Path diyagramı Şekil 1'de verilmektedir.

Şekil 1. Kariyer Adanmışlığı Ölçeği Path Diyagramı



Model uyum indekslerine göre ölçek doğrulanmıştır. Yapılan araştırmada elde edilen bu sonuçlar ile verilerin kariyer adanmışlığı ölçeğinin öngörülen kurumsal yapısı ile uyumlu olduğunu göstermiştir.

Tablo 8. Proaktif Kariyer Davranışlarını Ölçen Kariyer Adanmışlığı Ölçeğinin İfadeleri

No	Kariyer adanmışlık ölçeği ifadeleri
1	Aktif olarak profesyonel geleceğimi tasarlamaya çalışırım.
2	Kariyer amaçlarıma ulaşmak için çeşitli girişimlerde bulunurum.
3	Kariyer gelişimim ile ilgilenilirim.
4	Gelecekteki kariyerim için planlar ve hedefler geliştiririm.
5	Kişisel değerlerim, ilgi alanlarım yeteneklerim ve zayıf yönlerim hakkında gerçekten düşünürüm.
6	İstediğim iş alanındaki işverenler, mesleki gelişim fırsatları veya iş piyasası hakkında bilgi toplarım.
7	Bana profesyonel olarak yardımcı olabilecek kişilerle temaslar kurarım veya temaslarımı sürdürürüm.
8	Kariyerimi desteklemek için ekstra eğitim, öğretim veya diğer etkinliklere gönüllü olarak katılırım.
9	Profesyonel olarak ilerlememe yardımcı olacak görevler veya pozisyonlar üstlenirim.

Sonuç

Kariyer yönetimi insan kaynakları yönetiminin yedi temel fonksiyonundan birisidir. Kariyer yönetimi organizasyonların tek taraflı yönetebilecekleri bir süreç değildir. Bu noktada çalışanların işletmenin kariyer planı ile eşgüdümlü ve uyumlu olması

gerekmektedir. Günümüz koşullarında klasik kariyer anlayışı kendini proaktif kariyer anlayışına bırakmıştır. İnsan kaynakları yöneticileri için çalışanların ve adayların kariyer adanmışlığı önemlidir. Bu adanmışlık mesleki eğitim süreci ile başlamaktadır. Günümüzün rekabet koşulları proaktif bir kariyer yönetimini zorunlu kılmaktadır. Her meslek grubunda olduğu gibi denizcilik mesleğinde de mezun olur olmaz iş bulup zaman içinde yükselmek gibi klasik bir kariyer yolu bulunmamaktadır. Meslek eğitiminden başlayarak kariyerin ilerleyen dönemlerinde proaktif bir kariyer davranışı göstermek gerekmektedir. Bu bağlamda Proaktif kariyer davranışlarını ölçmek amacıyla güvenilir ve geçerli bir ölçek ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Hirschi ve arkadaşlarının (2014) oluşturduğu dokuz ifadeden oluşan ölçek, dil uzmanlarının önerileri doğrultusunda net ve anlaşılır hale getirilmiştir. Alanla ilgili uzmanların olumlu değerlendirmeleri neticesinde ölçek son halini almıştır. Araştırma kapsamında, sosyal ağlar ve elektronik posta yoluyla Deniz Ulaştırma İşletme Yönetimi bölümünde öğrenim gören Türkiye genelindeki 281 öğrenciye ulaşılmıştır. Bu şekilde geleceğin çalışan adayları olan denizcilik öğrencilerine proaktif kariyer davranışlarını ölçen ölçek uygulanmıştır. Yapılan çalışmada ulaşılan bulgular, araştırma sorusuna cevap olarak "The Career Engagement Scale" dokuz maddede oluşan ölçek model uyum indekslerine göre uyum göstermiş yapı geçerliliğine sahiptir. Ulaşılan model uyum indekslerine göre, kariyer adanmışlık ölçeğinin dokuz maddelik Türkçe formu dil olarak Türkçeye uyarlanmış yapı geçerliliği doğrulanmış güvenilir bir ölçek olduğu tespit edilmiştir. Amos 21 yapısal eşitlik modeli ile doğrulandığı ölçeği geliştiren Hirschi ve arkadaşlarının da (2014) önerdiği üzere, ölçek yapı geçerliliği ile ilgili daha büyük ölçeklerde başka meslek gruplarına veya denizciliğin başka alanlarında kariyer hedefleyen kitle ve gruplara uygulanabilir. Kariyer adanmışlığını etkileyebilecek diğer değişkenler ile nasıl yordalandığı analiz edilebilir. Eğitim durumu yaş, kuşaklar, sosyal statü, memleket veya mezun olunan okullar gibi değişkenler açısından tekrarlı ölçümler yapılabilir. Lise öğrencileri ve üniversite öğrencilerinin kariyer adanmışlığını ölçebileceği doğrulanmıştır.

KAYNAKÇA

- AKGÜL, A. (1997). *Tıbbi araştırmalarda istatistiksel analiz teknikleri*. Ankara: Yükseköğretim Kurulu Matbaası.
- AYTAÇ, S. (2005). *Çalışma yaşamında kariyer yönetimi planlaması gelişimi ve sorunları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- BARRICK, M., ve MOUNT, M. (1993). Autonomy as a Moderator of the Relationships Between the Big Five Personality Dimensions and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 111-118.
- BARUCH, Y. (2004). *Managing careers: theory and practice*. Harlow, United Kingdom: Financial Times/Prentice Hall/Pearson.
- BATEMAN, T. S. ve CRANT, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118
- BAYRAKTAROĞLU, S. (2003). *İnsan kaynakları yönetimi*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- BROWN, D. J., COBER, R. T., KANE, K., LEVY, P. E., ve SHALHOOP, J. (2006). Proactive personality and the successful job search: A field investigation with college graduates. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 717

CEVHER, E. (2015). Üniversitelerde Kariyer Planlama Faaliyetleri Ekseninde Kariyer Merkezlerine Yönelik Bir Araştırma, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Cilt 5, Sayı 2, s.164- 177

COETZEE, M. ve SCHREUDER D. (2017). Proactive career self-management: exploring links among psychosocial career attributes and adaptability resources, *South African Journal of Psychology*, Volume: 48 issue: 2, page(s): 206-218
<https://doi.org/10.1177/0081246317719646>

COLE, D. A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 55(4). 284-594. doi: 10.1037/0022-006X.55.4.584

DE CENZO, D. A. – ROBİNS, S. (1996). *Human resource management*. New York: Wiley.

EBBERWEIN, C. A., KRIESHOK, T. S., ULVEN, J. C. ve PROSSER, E. C. (2004). Voices in transition: Lessons on career adaptability. *The Career Development Quarterly*, 52, 292-308. Series in Management.

ERDOĞMUŞ, N. (2003). *Kariyer geliştirme kuram ve uygulama*. Ankara: Nobel Yayınları.

ERSEN, H. (1996). *Toplam kalite ve insan kaynakları yönetimi ilişkisi*. İstanbul: Yön Matbaacılık.

FERREIRA, N. (2012). Constructing a psychological career profile for staff retention. Unpublished Doctoral Dissertation. University of South Africa.

GRANT, A.M. ve ASHFORD, S., (2008). The Dynamics of Proactivity at Work. *Research in organizational Behavior*, 28, 3-34.

GUPTA, V.K. ve BHAWA, N.M. (2007), "The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions", *Journal of Leadership and Organizational Studies*, Vol. 13 No. 4.

HALL, D. T. ve MIRVIS, P. (1995). The new career contract: Developing the whole person at midlife and beyond. *Journal of Vocational Behavior*, 47, 269-289.

HALL, D. T. (2002), *Careers in and out of organizations*. CA: Sage Publications. Harvard Business Review. *Kariyer yönetimi*. M. Çetinbakış, (Çev.), (2004).

İstanbul: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Yayını

HANDY C. (1998). *Ruhun Arayışı Kapitalizmin Ötesi: Ruhun Amaç Arayışı*, çev. Nurettin Elhüseyni, Boyner Holding Yayınları, İstanbul.

HIRSCHI, A. (2010). The role of chance events in the school-to-work transition: The influence of demographic, personality and career development variables. *Journal of Vocational Behavior*, 77, 39-49.

HIRSCHI, A., LEE, B., PORFELI, E. J. ve VONDRACEK, F. W. (2013). Proactive motivation and engagement in career behaviors: Investigating direct, mediated, and moderated effects. *Journal of Vocational Behavior*, 83(1), 31-40. Doi 10.1016/j.jvb.2013.02.003

HIRSCHI, A. ve FREUND, P. A. (2014). Career engagement: Investigating intra individual predictors of weekly fluctuations in proactive career behaviors. *The Career Development Quarterly*, 62(1), 5-20.

HIRSCHI, A., FREUND, P. A. ve HERMANN, A. (2014). The career engagement scale: Development and validation of a measure of proactive career behaviors. *Journal of Career Assessment*, 22(4), 575-594.

JÖRESKOG, K. ve SÖRBOM, D. (2001). *LISREL*. Mooresville: Scientific Software.

KALAFAT T. (2019). Algılanan Kariyer Engelleri (AKE) Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlama Çalışması, *Kariyer Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 2(2), 103-124.

KIM, B., JANG, S. H., JUNG, S. H., LEE, B. H., PUIG, A., ve LEE, S. M. (2014). A Moderated Mediation Model of Planned Happenstance Skills, Career Engagement, Career

Decision Self-Efficacy, and Career Decision Certainty. *The Career Development Quarterly*, 62(1), 56-69. doi: 10.1002/j.2161-0045.2014.00070.x

KLEHE, U. C., ZIKIC, H., VAN VIANEN, A. E., KOEN, J. ve BUYKEN, M. (2012).

Coping proactively with economic stress: Career adaptability in the face of job insecurity, job loss, unemployment and underemployment. *Research in Occupational Stress and Well-Being*, 10, 131-176.

KOEN, J., KLEHE, U. C., VAN VIANEN, A. E., ZIKIC, J. ve NAUTA, A. (2010). Job-search strategies and reemployment quality: The impact of career adaptability. *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 126-139.

KOZAK, M. A. (2001). *Konaklama işletmelerinde kariyer planlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

MUSLU, A. (2008). *Denizcilik sektöründe insan kaynakları yönetimi ve çalışma ilişkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

MUSLU, A. (2017). Y kuşağının iş motivasyonunu artırmak için sürdürülebilir yöntemler sustainable methods to increase job motivation of y generations,: *III. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi*, Muğla

NILES, S. G. ve HARRIS-BOWLSBEY, J. (2013). *Career development interventions in the 21st century*. (4th ed.). New Jersey: Pearson.

NILFOROOSHAN, P. ve SALIMI, S. (2016). Career adaptability as a mediator between personality and career engagement. *Journal of Vocational Behavior*, 94, 1-10.

OKAKIN, N. (2008). Kariyer yönetiminin bazı insan kaynakları fonksiyonları ile ilişkisi üzerine bir çalışma, *Öneri Dergisi*, Cilt 8, Sayı 30, s. 1 - 8

OKAKIN, N. (2009). *Çalışma yaşamında insan kaynakları yönetimi*, Beta Yayınevi, İstanbul.

PARKER, S. K., WILLIAMS, H.M. ve TURNER, N. (2006). Modeling the Antecedents of Proactive Behavior at Work. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 636-652.

POULSSON, E.(2018) "Digitalisation is a "part of evolutionary change", Esben Poulsson, ICS, said" <https://informaconnect.com/digitalisation-is-a-part-of-evolutionary-change-esben-poulsson-ics-said/> (Erişim Tarihi 05 Ocak 2020).

PEIPERL, M. – BARUCH, Y. (1997). Back to square zero: the post-corporate career. *Organizational Dynamics* (25). 7-22. [https://doi.org/10.1016/S0090-2616\(97\)90033-4](https://doi.org/10.1016/S0090-2616(97)90033-4)

POULSSON, E. (2018). *Digitalisation is a part of evolutionary change*. Erişim tarihi: 12.01.2020. <https://informaconnect.com/digitalisation-is-a-part-of-evolutionary-change-esben-poulsson-ics-said/>

ROGERS, M. E., CREED, P. A. ve GLENDON, A. I. (2008). The role of personality in adolescent career planning and exploration: A social cognitive perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 132-142

SAVICKAS, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In R. W. Lent ve S. D. Brown (Eds.). *Career development and counseling: Putting theory and research to work*. Hoboken: Wiley.

SAVICKAS, M. L., NOTA, L., ROSSIER, J., DAUWALDER, J. P., DUARTE, M. E., GUICHARD, J., ... ve VAN VIANEN, A. E. (2009). Life designing: A paradigm for career construction in 21st century. *Journal of Vocational Behavior*, 75, 239-250.

SAVICKAS, M. L. ve PORFELI, E. J. (2012). Career adapt-abilities scale: Construction, reliability and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 661-673.

SEIBERT, S. E., CRANT, J. M., ve KRAIMER, M. L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of applied psychology*, 84(3), 416-427.

SULLIVAN, S. E. (1999). The Changing Nature of Careers: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*. 25(3). Doi: 10.1177/014920639902500308.

THOMPSON, J. (2005). Proactive Personality and Job Performance: A Social Capital Perspective. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 1011-1017.

YILDIRIM, V. (2000). *Genel İşletmecilik*. Adapazarı: Değişim Yayınları.

ZACHER, H. (2014). Career adaptability predicts subjective career success above and beyond personality traits and care self-evaluations. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 21-30.

Summary

Rapid developments in technology today have reduced the number of jobs in all sectors while increasing the need for a qualified workforce. For this reason, it is possible to state that the classical career concept is entered into a process where abandonment. Promotion of candidates who have just started working life in the classical career understanding and knowledge to be shown according to today's conditions in order to rise and the qualification requirements were not expected to materialize. The fact that information capital has reached an important point has revealed the necessity of human resources to develop itself proactively every day. The qualified workforce that businesses need today consists of individuals who can keep up with the rapid changes experienced and do this in line with their career planning. Individuals who reach the right goals and objectives with career planning can find job opportunities and promotion opportunities. The maritime sector, which was affected later than the developments compared to other sectors and this sector has entered into a faster change process with the industry 4.0 revolution. Maritime is a profession where employees leave the profession at an early age due to difficult conditions. According to the minimum rigging regulations per ship the number of seafarers employed decreases day by day. In an interview with Esben Poulsson (Poulsson, 2018), President of the World Chamber of Shipping In 1966, 40 crew members were working on a 9,000 dwt ton ship. Today, he stated that the same number of crews were working on a giant container ship with a capacity of 14,000 TEU. For this reason, the seamen show that the competition in the labor market is increasing day by day. Despite the increase in ship tonnage, unmanned sea vehicle trials have increased due to automation in operations. As a natural consequence of this situation, developing and promoting a career at sea. Although there are many factors that affect this situation, seafarers' candidates do not plan their careers and the lack of commitment to the profession is shown by industry professionals as a reason. In this study, a previously developed scale was used to measure the career engagement of seafarers. The reliability and validity studies of the career dedication scale have been applied to the Maritime Transport Management Department students who will work as future captains in the maritime industry. 281 students reached via social networks and e-mail in Turkey. In the results of the analysis, a verification study was carried out with the Amos 21 structural equation model developed by Hirschi et al. According to the model fit indexes, it has been seen that the structural equation model fit values accepted in the scale literature.

Duygusal Emek ile İş Stresi İlişkisinin İncelenmesi: Kamu Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma*

Hidayet YILDIZ**, Merve KOÇOĞLU SAZKAYA***

Öz

Bu çalışma duygusal emek ve duygusal emek boyutları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresi ve iş stresinin boyutları (endişe ve zaman stresi) arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla İstanbul'da bir ilçe belediyesinde çalışan 347 beyaz yakalı iş gören üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS programında nicel analiz yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre duygusal emek ile iş stresi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, duygusal emeğin boyutlarından olan yüzeysel davranış ile iş stresi ve iş stresi boyutları olan endişe stresi ve zaman stresi arasında anlamlı ve pozitif ilişki olduğu fakat duygusal emek boyutu olan derinlemesine davranış ve samimi davranış ile iş stresi ve iş stresi boyutları olan endişe stresi ve zaman stresi arasında anlamlı ilişkiler olmadığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, Yüzeysel Davranış, İş Stresi, Kamu Çalışanları, Belediye

An Investigation of the Relationship between Emotional Labor and Job Stress: A Research within Public Employees

Abstract

This study was conducted on 347 white-collar workers working in a district municipality in Istanbul to examine the relationship between emotional labor and its dimensions (surface acting, deep acting and naturally felt emotions) and job stress and its dimensions (anxiety stress and time stress). In this research, questionnaire technique which is a data collection method was used. The data were analyzed by using quantitative analysis methods in SPSS program. The results of the study revealed that there is a



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 28.12.2019

Kabul/Accepted: 16.04.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.666513>

* Bu çalışma, Doç. Dr. Merve Koçoğlu Sazkaya'nın danışmanlığında Hidayet Yıldız tarafından hazırlanan Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2019 yılında kabul edilen 'Duygusal Emeğin İş Stresi Üzerine İlişkisinin İncelenmesi: Kamu Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma' başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Öğr. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Programı, İstanbul, Türkiye, E-posta: hyildiz@gelisim.edu.tr

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3254-4646>

*** Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, E-posta: merve.kocoglu@marmara.edu.tr

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4820-8092>

positive and significant relationship between emotional labor and job stress. Additionally, there are positive and significant relationships between surface acting (one of the dimensions of emotional labor) and job stress and its dimensions which are anxiety stress and time stress respectively. However, deep acting and naturally felt emotions (one of the dimensions of emotional labor) do not have significant relationships with job stress and its dimensions which are anxiety stress and time stress.

Keywords: Emotional Labour, Surface Acting, Job Stress, Public Employees, Municipality

1. Giriş

Günümüzde hizmet sektörü gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Gelişen teknoloji ve bilgiye ulaşım hızı, müşteriye sunulacak ürünün çok hızlı bir şekilde tüm paydaşlar tarafından bilinir olmasını sağlamıştır. Bu durum, örgütlerin benzer mal ve hizmeti üretebildiği ve müşterisine sunabildiği bir rekabet ortamı yaratmıştır. Örgütler böyle bir ortamda kendilerine rekabet avantajı sağlayabilecek unsurlar olan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti kavramlarını ön plana çıkartmıştır. Müşteri memnuniyetini en üst düzeyde gerçekleştirmeyi planlayan örgütler, iş görenlerinin duygusal emeklerini de yönetme sürecine girmiştir. Bu doğrultuda örgütler müşterilerinde olumlu duygular uyandıracak duygusal gösterim kurallarını belirlemiş olup iş görenlerin bu kurallara uymasını beklemektedir. İş görenin hissetmediği fakat örgütün kendinden beklediği duygu durumunu gösterebilmek için harcadığı yoğun çaba duygusal emek olarak ifade edilmektedir (Hochschild, 1983, s. 7).

Örgütlerin beklentilerini gerçekleştirebilmek için yoğun duygusal emek harcaması iş gören üzerinde kimi zaman olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Bu sonuçlardan biri ise iş stresidir. İş stresi, iş gören ile çalışma koşullarının karşılıklı etkileşimi sonucunda oluşan olumlu ve olumsuz özellikler içeren bir durum olarak tanımlanmaktadır (Landrum, Knight & Flynn, 2011, s. 223; Ross & Altmaier, 1994, s. 55). Rekabet avantajı elde etmek isteyen örgütler artan müşteri memnuniyet kriterlerini gerçekleştirebilmek için iş görenlerden daha fazla beklentiye girmektedirler. Bu durum ise iş görenlerde iş stresine neden olmaktadır. Bu bağlamda, duygusal emek davranışı iş stresini etkileyen önemli bir unsur olarak görülmektedir. İş görenlerin iş stresi ile karşı karşıya kalmaları hizmet verdiği müşterilere de olumsuz sonuçlar doğurmakta ve örgütün hedeflerini olumsuz etkilemektedir. Çağdaş yönetim anlayışında insan unsurunun en önemli kaynaklardan biri olduğu söylenebilir. Bu nedenle örgütlerin insan unsurunu hedefleri doğrultusunda yüksek verim alacak şekilde sürece dâhil edebilmesi için iş stresini azaltıcı önlemler alması gerekmektedir.

Bu bağlamda bu çalışmasının literatür bölümünde duygusal emek ve iş stresi kavramlarına yer verilecektir. Araştırma bölümünde ise İstanbul'da bir ilçe belediyesindeki iş görenlere yönelik araştırma yer alacaktır. İlgili yazın incelendiğinde duygusal emek ile iş stresi arasındaki ilişki ile ilgili birçok çalışma yapılmış (Akdu & Akdu (2016); Karakaş & Gökmen (2018); Kaya (2009); Sohn vd. (2018); Özgün (2015); Yoon & Kim (2013) olmasına rağmen kamu kuruluşları üzerinde pek fazla çalışma yapılmadığı görülmüştür. Bu nedenle, bu çalışmanın konuyla ilgili yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada duygusal emek ile iş stresi arasındaki ilişki ele alınacaktır. Aynı zamanda çalışmada duygusal emeğin alt boyutları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresinin alt boyutları (zaman stresi ve endişe stresi) arasındaki ilişkilerde incelenecektir.

2. Literatür Taraması

2.1. Duygusal Emek Kavramı

İş görenlerin hissettiği duygular ile örgütlerin beklediği duygular arasında farklılıklar oluşabilmektedir. Örgütlerin, iş görenden beklentisi onların hissettiği duyguları göstermesi değil, örgütün amaçlarına uygun olarak belirlenmiş duyguları göstermesidir. Bu durumda, iş görenlerden beklenen duygu durumunu gösterebilmesi için çaba göstermesi gerekmektedir. İş görenlerden beklenen bu çaba ise "duygusal emek" olarak ifade edilmektedir (Theodosius, 2008, s. 15). Bununla birlikte, örgütlerden hizmet alan kişilerin ikna olabilmesi zihinlerde oluşan olumlu algıya bağlıdır. Olumlu algıyı sağlayacak iş görenlerin, gerçek duygularını bastırarak yüz ifadelerini ve beden dilini örgütün isteklerine uygun olarak düzenlenmesi gerekmektedir. Bu durumda, iş görenin yaptığı düzenleme duygusal emek olarak tanımlanmaktadır (Hochschild, 1983, s. 7).

Duygusal emek kavramı, iş görenin örgüt tarafından uyulması beklenen ve kabul gören duyguları sergileme çabası olarak tanımlanmaktadır (Ashforth & Humphrey, 1993, s. 90). Morris ve Feldman (1996, s. 987) duygusal emek kavramını, örgüt tarafından belirlenen ve istenen duyguları ifade etmek için harcanan çaba olarak tanımlamaktadır. Diğer bir tanımda ise duygusal emek, bireyin duygu ve hislerini örgütün amaç ve beklentileri için düzenlenmesi şeklinde ifade edilmiştir (Grandey, 2000, s. 97). Diefendorff ve Gosserand'a (2003, s. 945) göre ise duygusal emek, duygusal davranış kurallarının algılanması ve karşılaştırılması, bunun sonucunda gerçekleştirilen (sergilenen) duygusal davranışın, kurullarla farklılığın kontrol edilerek düzeltilmesidir.

Bir başka tanıma göre duygusal emek, iş görenlerin en iyi hizmeti sunabilmek için karşısındaki kişiyi anlayarak karşı tarafla empati yapması ve bu bağlamda gereken role uygun olarak sergilediği davranışları değiştirmesi veya duygu durumunu abartarak göstermesidir (Beğenirbaş & Meydan, 2012, s. 164; Chu, 2002, s. 31).

Duygusal emek kavramına ilişkin literatür incelendiğinde, duygusal emek kavramı boyutlarının farklı şekilde kabul gördüğü gözlenmiştir. Duygusal emeğin, iki boyutlu (Karakas, vd., 2016; Karakas, 2017; Toprak, vd., 2015) ve üç boyutlu olarak çalışmalarda yer aldığı lakin literatürde daha çok üç boyutlu çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bunlar yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış şeklindedir (Jung & Yoon, 2014, s. 49; Lee & Ok, 2012, s. 1102; Matteson & Miller, 2012, s. 178).

Duygusal emek kavramının boyutlarından olan yüzeysel davranış ilk defa Hochschild (1983)'in çalışmalarında görülmektedir. Yüzeysel davranış, iş görenin sahip olduğu duygu halini müşteriye mutlu edecek şekilde göstermesi anlamına gelmektedir (Hochschild, 1983, s. 7). Bu davranış şeklinde, iş gören yaşadığı ruh halinden kopmadan işletmelerin belirlemiş olduğu duygu durumlarına uygun davranış göstermektedir (Ashforth & Humphrey, 1993, s. 92; Brotheridge & Grandey, 2002, s. 22; Grandey, 2000, s. 97). Yüzeysel davranışta kişiler beden dilini dikkatli kullanarak hissetmediği duyguları hissediyormuş gibi sergilemektedir. Bir başka ifadeyle, yüzeysel davranış, iş görenlerin gerçek duygularını maskeleyerek, karşı tarafa farklı duygular göstermesidir (Ashforth & Humphrey, 1993, s. 92).

Derinlemesine davranış, iş görenin sergilemesi gereken duyguları örgütün istediği şekilde yansıtabilmek için kendi gerçek duygularını değiştirme sürecidir. Bir başka deyişle, derinlemesine davranışta duygular bastırılarak veya değiştirilerek, sergilenmesi gereken duygular hissedilmeye çalışılır. Derinlemesine davranış iki şekilde gösterilir. İlki, hissedilen duygunun bilinçli bir şekilde kontrol altına alınmasıdır. İkincisi ise, duyguların eğitilmesidir. Bu süreç, iş görenin göstereceği duygu ile ilgili daha önceki deneyimleri ve imgeleri düşünmesidir (Hochschild, 1983, s. 32). Derinlemesine davranış iş görenin karşısındakini kandırmak için önce kendisini kandırması olarak da ifade edilmektedir (Hochschild, 1983, s. 33).

Derinlemesine davranışın yüzeysel davranıştan en temel farkı, iş görenin doğrudan duygulara yoğunlaşması ve bu duyguları değiştirebilmek için gayret göstermesidir (Yang & Chang, 2008, s. 881). İş gören, derinlemesine davranışta hissettiği duyguları içeriden değiştirirken, yüzeysel davranışta dışarıdan değiştirmektedir (Chu, 2002, s. 19). Ayrıca iş gören, yüzeysel davranışta değişmeyen duygularını hissediyormuş gibi yaparken, derinlemesine davranışta duygularının değişmesini istemekte ve değiştirmektedir. Kısacası, bu durumda iş gören empati kurarak davranış göstermektedir (Schmidt & Diestel, 2014, s. 1453)

Hochschild (1983)'in iki boyutlu yaklaşımına Ashforth ve Humphrey (1993)'in katkıda bulunduğu ve daha sonra Diefendorff, Croyle ve Gosserand (2005)'in araştırmaları ile geliştirdikleri samimi davranış, duygusal emeğin üçüncü boyutu olarak eklenmiştir. Samimi davranış, çalışma sırasında iş görenlerin göstermiş olduğu davranışları gerçekten hissederek yapması şeklinde tanımlanmaktadır (Ashforth & Humphrey, 1993, s. 94; Diefendorff vd., 2005, s. 340).

Samimi davranış, örgütün iş görenlerden gerçekleştirmesini istediği davranışlar ile iş görenler tarafından sergilenen davranışların benzerlik göstermesidir. Örneğin, bir anaokulu öğretmenin çocuklara sevecen şefkatli ve sabırlı davranmasının nedeni çocukları çok sevmesi olabilir. Ayrıca hastası için üzülen bir doktor veya kötü hisseden müşterisi ile gerçekten ilgilenen bir barmen kendi gerçek duygularını gösterebilir. Örneklerde görüldüğü gibi işletmenin kendisinden beklediği davranış şeklini içtenlikle hissederek yapması samimi davranış olarak değerlendirilmektedir (Ashforth & Humphrey, 1993 s. 94; Bağcı, 2015, s. 75).

Duygusal emek ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, duygusal emeğin örgüt ve iş görenler açısından sonuçları olduğu görülmektedir (Kaya & Özhan 2012, s. 114; Mengenci, 2015, s. 127). Örgütlerin amacına uygun olarak oluşturulmuş davranış şekilleri iş görenleri karmaşık duygulardan uzak tutarak onların belirli sistematik davranış göstermelerini sağlamıştır. Örgütler tarafından düzenlenen duygulara iş görenlerin uyması belirli kurallar içerisinde tarafsız kalmalarını ve duygusal dengenin korunmasını, aynı zamanda örgüt içindeki ilişkilerin örgütlere daha faydalı ve verimli olmasını sağlamaktadır (Kaya & Serçeoğlu, 2013, s. 317; Oral & Köse, 2011, s. 473-474). Örgütün amacına uygun olarak duygusal emeğin düzenlenmesi, örgüt içerisinde bir düzen oluşturarak verim artışına neden olmaktadır (Eroğlu, 2010, s. 27; Yürür & Ünlü, 2011, s. 87).

Müşterinin çok değerli olduğu süreçte, müşteride olumlu duygular uyandırabilen, bu duyguları sürekli hale getirebilen iş gören davranış şekillerinin örgütün imajına olumlu etkisi olduğu ifade edilmektedir. Olumlu duygusal davranışlar gösteren iş görenler, müşterilerin ürüne, örgüte olumlu duygular hissetmelerine ve aldığı hizmet kalitesini olumlu olarak algılamalarına ve örgüte karşı olumlu bir tutum göstermelerine neden olmaktadır (Özkan, 2011, s. 71).

2.2. İş Stresi Kavramı

Günümüz modern toplumlarında üretim ve tüketim süreçlerinde oluşan hızlı değişimler, çalışma ve sosyal hayata önemli oranda hareket ve hız getirmiştir. Böyle bir ortamda yaşayan bireyler, hızla gelişen ve değişen sosyal çevredeki değişikliklere uyum sağlama sürecinde zorlanmaktadır. Bu nedenle bireyler stresle karşılaşmaktadır (Güney, 2016, s. 325; Örnek & Aydın, 2008, s. 33).

Stres kavramının, Latince "estrica" ve Fransızca "estrece" sözcüklerinden türediği bilinmektedir. Stres kavramı, farklı zamanlarda çeşitli şekillerde adlandırılmıştır. Stres 17. yüzyılda insanları etkileyen olumsuz durumlar, felaket, musibet, dert, keder, vb. için

kullanılırken, 18. ve 19. yüzyılda ise kavramın anlamı değişmiş güç, baskı ve zorluk anlamında kullanılmıştır (Yirik vd., 2014, s. 6223).

Stres, bireyin fazla çalışma çok az dinlenmeye dayalı fiziksel, zihinsel ve duygusal durumunda ve sosyal çevresinde meydana gelen pozitif veya negatif değişiklikler karşısında oluşturduğu tepkilerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Griffits, 2010, s. 4).

Örgütlerde iş görenlerin karşılaştıkları stres, iş stresi olarak ifade edilmektedir. Literatürde iş stresi ile ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. İş stresi, iş görenin yüksek arzular, sınırlamalar ve fırsatlar nedeni ile hissettiği gerilim durumudur (Schermerhorn, 1989, s. 647). Bir başka tanıma göre iş stresi, bireyin kendisinden yapması istenen rol ve görevleri yapamaması sonucunda oluşan olumsuz psikolojik, fiziksel, duygusal tepkilerdir (Antonova, 2016, s. 10).

Farklı bir tanıma göre iş stresi, örgütlerin beklediği davranış şekillerinin, iş görenin sahip olduğu yeteneklerle örtüşmemesi nedeniyle, bireyde oluşan olumsuz fizyolojik ve psikolojik tepkiler olarak da ifade edilmektedir (Babatunde, 2013, s. 73). Erkoç'a (2006, s. 244) göre iş stresi, örgütlerde işle ilgili olarak hissedilen gerilimler, endişeler, kuşku ve kaygılardır. İş stresi, iş görenin istemi ve kontrolü dışında oluşan olumsuz iş süreçlerinin sonunda meydana gelen, fiziksel ve psikolojik bir duruma girmesi olarak ifade edilmektedir (Judge ve Colquitt, 2004, s. 395). Başka bir ifadeyle, iş stresi, iş gören ile çalışma koşullarının karşılıklı etkileşimi sonucunda oluşan olumlu ve olumsuz özellikler içeren bir durum olarak da tanımlanmaktadır (Landrum vd. 2011, s. 223; Ross & Altmaier, 1994, s. 55).

Bir başka tanıma göre iş stresi, iş görenin içinde bulunduğu sosyal ortamın beklentileri ile kendi inançları, değerleri, yetenekleri, gereksinimleri arasında oluşan duygusal uyumsuzluktan ve rol çatışmasından kaynaklanan fiziksel ve sosyo-psikolojik bir gerilim halidir (Yüksel, 2003, s. 219).

İş gören, yoğun iş yaşamından ve örgütlerin beklentilerinden kaynaklanan farklı stres durumlarıyla karşılaşmaktadır. Örgütler iş görenlerden, hizmet sunarken gerçek hissettikleri duyguları değil, örgütün hedeflerine göre belirlenmiş gösterim kurallarına uygun davranış göstermesini beklemektedir. Hizmet sunarken duygusal emeğin boyutlarından olan yüzeysel davranışı yoğun olarak gösteren iş gören duygusal uyumsuzluk ve rol çatışması yaşamaktadır. Örgütün bu beklentisinin iş görenler üzerinde oluşturduğu baskı sonucu ortaya çıkan duygusal gerilimler ve çatışmalar da iş stresi olarak ifade edilmektedir (Altuntaş, 2003, s. 3-6; Broheridge & Grandey, 2002, s. 25).

İş stresi kimi çalışmalarda tek boyutlu olarak ele alınmıştır. Parker ve DeCotiis (1983) tarafından iş stresini belirlemeye yönelik olarak geliştirilen ölçek ise başlangıçta tek boyut olarak ele alınmıştır. Fakat daha sonra yapılan çalışmalarda iş stresinin iki boyutlu olarak ele alınması gerektiği belirtilmiştir. Bu boyutlar endişe stresi ve zaman stresi olarak tanımlanmaktadır (Jamal, 1999, s. 153; Parker & DeCotiis, 1983, s. 172).

Endişe ile ilgili literatürde birçok tanım yapılmıştır. Bunlardan bazıları; endişe, bireyi tehdit eden herhangi bir şeyin yol açtığı korku ve huzursuzluğu birleştiren, aynı zamanda hoş olmayan heyecansal bir durumun yaratılmasıdır (Cüceloğlu, 1991, s. 277). Başka bir tanıma göre endişe, psikolojik bir gerginlik veya duygusal bir tepki olarak ifade edilmektedir (Nair, 2007, s. 47). Endişe, iş görende, kendi yerinde olmayı istememe bir başkasının yerinde olmayı isteme ve kendini unutma duygusunu yaratabilmektedir. Endişe, dengeli bir bilincin kişide yarattığı olumlu düşünceleri bertaraf ederek umutsuzluk, zayıflık gibi düşüncelerin oluşmasına ve gerçeklikten uzaklaşarak intihara kadar giden olumsuz bir süreci oluşturabilmektedir (Gall, 2006, s. 50-55). Bu bağlamda endişe stresi, yapılan iş ile ilgili iş görenin psikolojik ve fiziksel durumunu olumsuz etkileyen gerginlik ve kaygı olarak tanımlanmıştır (Netemeyer vd., 2005, s. 132). Nair (2007) tarafından endişe stresi, insan-çevre etkileşimlerinin sonucunda ortaya çıkan kaygı ve öfke gibi duyguların oluştuğu süreç olarak ifade edilmektedir (Nair, 2007, s. 42).

Parker ve Decotiis'in (1983, s. 172) yaptığı çalışmada, endişe stresini oluşturan stres yapıcıları incelenmiş ve endişe stresini etkileyen boyutların, formaliteler (yapı, şartlar, bilgi) ve rol çatışması olduğu açıklanmıştır. Endişe stresi ile ilişkili en güçlü stres yapıcı unsurun rol çatışması olduğu belirtilmiştir.

Daha önce bahsedildiği üzere, iş stresi boyutlarından bir diğeri zaman stresidir. Zaman ile ilgili birçok farklı tanım yapılmıştır. Zaman, Türk Dil Kurumu tarafından, "bir iş veya oluşun içinde geçtiği, geçeceği ya da geçmekte olduğu süre, vakit" olarak ifade edilmektedir (TDK, 2019). Örgütlerin en önemli kaynaklarından biri zamandır. Başka bir ifadeyle, yöneticilerin zamanları örgütsel yaşamın stratejik değerlerindedir. Örgütlerin hedeflerine ulaşabilmesi için, zaman boyutuna da iş gücü ve hammadde kadar özen gösterilmesi gerektiği belirtilmektedir (Önder, 1991, s. 25). Tüketilen zamanın yakalanması ve tasarruf edilmesi mümkün değildir. Belirli bir sürede gerçekleştirilmesi gereken hedefler ve yapılması gereken farklı görevler olması nedeniyle, zaman, iş gören için önemli bir stres kaynağı olabilmektedir. Bundan dolayı, yapılması gereken işler, iş görende gerçekte olduğundan daha tehdit edici olarak algılanabilmektedir. Bu durumun, iş görende yarattığı olumsuz duygu hali zaman stresi olarak ifade edilmektedir (Onbaşıoğlu, 2004, s. 110). Parker ve Decotiis'in (1983, s. 175) yaptığı çalışmada, zaman stresini oluşturan stres yapıcıları incelenmiş ve zaman stresini etkileyen boyutların; otonomi (işin kendisi), ücret ve performans ilişkisi (işin kendisi), iletişimdeki açıklık (yapı, şartlar, bilgi), yönetici desteği (ilişkiler) ve bağlılık (ilişkiler) olduğu belirtilmiştir. Nair'in (2007) yaptığı çalışmada, zaman stresini iş stresinin bir boyutu olarak kategorize etmiştir ve iş taleplerinden birisi olan zaman baskısının birçok örgütte görüldüğü belirtilmiştir. Zaman baskısı gibi stres etkenlerinin, iş tutumları ve davranışlara etki ettiği belirtilmiştir (Nair, 2007, s. 133).

Yapılan bir araştırma sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır. Zaman stresinin endişenin anlamlı bir ön göstergesi olduğu ve zaman stresi ile endişe arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin bulunduğu ifade edilmiştir (Nair, 2007, s. 107-109).

Örgütte yaşanan iş stresinin örgütün bütününe etkileyen olumsuz sonuçları olacağı belirtilmektedir. İş stresinin örgütsel sonuçları; düşük performans ve verimsiz çalışma, yanlış kararlar verme, iş yeri kazaları, işe yabancılaşma, iş yerine geç gelme, devamsızlık ve yüksek iş gören devir hızı şeklindedir (Durna, 2006, s. 323; Tutar, 2014, s. 257-258).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Günümüzde örgütlerin müşterilerine sunmuş oldukları ürün ve hizmetler her geçen gün daha da benzeşmektedir. Bu durum örgütlerin müşteri odaklı çalışmalarını zorunlu kılmıştır. Özellikle hizmet sektöründe müşteri odaklı çalışmanın önemli bir rekabet avantajı sağlaması iş görenlerin, kendilerine verilen görevleri yerine getirirken duygusal olarak da emek harcamalarını gerektirmektedir.

Diğeri taraftan, günden güne artan rekabet koşulları, müşteri memnuniyet kriterlerinin artmasına neden olmakta bu durum da örgütlerin, iş görenlerden beklentisini yükselterek iş görenler üzerinde baskı oluşturabilmektedir. Bu durum insanların iş stresi ile karşı karşıya kalmalarına neden olabilmektedir. İş görenin yoğun stres altında çalışması, hizmet verdiği müşterilerde olumsuz etkiler yaratabilmekte ve örgütü olumsuz etkileyebilmektedir.

Bu nedenle örgütler, müşteri memnuniyetini artırarak rekabet avantajı sağlayabilmek için iş görenlerin müşterilerle etkileşimleri sırasında sergilemeleri beklenen duygusal gösterim kurallarını belirlemektedir. İş görenlerin müşterilere hizmet sunmaları sırasında hissetmedikleri duyguları hissediyormuş gibi sergilemeleri, yoğun

bir duygusal emek davranışı göstermesine neden olmaktadır. Ayrıca, bu durum iş görenler üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Bu olumsuz sonuçlardan biri iş stresidir. Bir başka ifadeyle, iş görenlerin sergiledikleri duygusal emek davranışları yaşadıkları iş stresi düzeylerini etkilemektedir.

Ulusal ve uluslararası yazın incelendiğinde, duygusal emek ve iş stresi ilişkisi ile ilgili birçok alanda çalışma yapılmış (Akdu & Akdu (2016); Karakaş & Gökmen, (2018); Kaya (2009); Sohn vd. (2018); Özgün (2015); Yoon & Kim (2013) olmasına rağmen kamu kuruluşlarına yönelik pek fazla çalışma yapılmadığı görülmüştür. Bu nedenle, bu çalışmanın konuyla ilgili yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmanın amacı belediye iş görenlerinin duygusal emek davranışları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresi (zaman stresi ve endişe stresi) arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamına İstanbul'da bulunan bir belediyenin ana merkez binasında görev yapan iş görenler alınmıştır. Bahsi geçen belediyenin insan kaynakları yöneticileri ile 2019 yılı Ocak ayında görüşülmüş ve toplamda 540 iş görenin belediyede çalıştığı bilgisi edinilmiştir.

Ana kütle üzerinden örnek kütle hesabına göre 540 örnek büyüklüğü yüzde 95 güven sınırları içerisinde ve yüzde 5 anlamlılık düzeyinde 240 olduğu hesaplanmıştır. Belediye iş görenleri ile birebir görüşme yolu ile anket paylaşılmış, gönüllülük esasına göre uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda tüm iş görenlerle anket paylaşılmış olup araştırmanın örneklemini 347 kişi oluşturmaktadır.

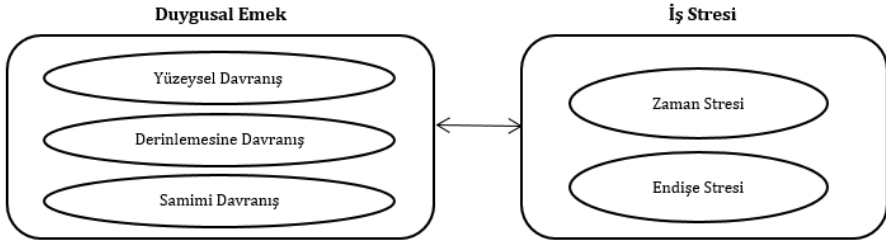
Araştırmada belediye iş görenlerinin tercih edilme sebebi, belediye iş görenlerinin vatandaşlar ile direkt temas halinde hizmet vermeleridir. Günümüzde Belediyeler vatandaş memnuniyetinin sağlanabilmesi için belirlenmiş olan kuralları iş görenleri tarafından göstermelerini beklemektedir. Hissetmedikleri duyguları belediyenin beklentileri doğrultusunda sergilemek zorunda olmaları da iş görenler üzerinde iş stresine neden olmaktadır. Dolayısıyla, belediye iş görenlerinin iş stresine maruz kalacağı düşüncesiyle bu çalışma belediyede gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Değişkenleri, Modeli ve Hipotezleri

Araştırma amacıyla geliştirilen model duygusal olaylar teorisine dayanmaktadır. Duygusal Olaylar Teorisi (DOT), örgütlerdeki duygusal durumların yapısını, nedenlerini ve sonuçlarını inceleyen teoridir. Duygusal olaylar teorisinde, iş görenin örgütte yaşadığı duygusal olayların çalışanın tutum ve davranışlarını etkilediği belirtilmektedir. Bu bağlamda da iş görenin örgütte yaşadığı duygusal emek ve iş stresi duygusal olaylar teorisine dayandırılmaktadır (Weiss & Cropanzano, 1996, s. 11-12).

Araştırmanın değişkenlerinden biri yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış boyutlarından oluşan duygusal emek olup bir diğer değişkeni ise zaman stresi ve endişe stresi boyutlarından oluşan iş stresidir.

Araştırmanın modeli Şekil 1'de gösterildiği gibi, duygusal emek ile iş stresi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla oluşturulmuştur.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Araştırmada duygusal emek ile iş stresi arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla aşağıdaki H₁ hipotezi ve bu hipotez doğrultusunda alt hipotez kurulmuştur:

H₁: Duygusal emek ile iş stresi arasında ilişki vardır.

H_{1a}: Duygusal emeğin boyutları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresi boyutları (zaman stresi ve endişe stresi) arasında ilişki vardır.

3.4. Değişkenlere İlişkin Ölçme Araçları

Çalışmada kullanılan ölçekler, detaylı literatür taramasından sonra belirlenmiş ve geçerliliği kanıtlanmış ölçeklerdir. Bu çalışmada duygusal emek ve iş stresi ölçekleri kullanılmıştır.

Araştırmada Diefendorff vd. (2005) tarafından geliştirilen duygusal emek ölçeği kullanılmıştır. Duygusal emek ölçeği yüzeysel davranış (7 ifade: 1, 2, 3, 4, 5, 6 ve 7), derinlemesine davranış (4 ifade: 8, 9, 10 ve 11) ve samimi davranış (3 ifade: 12, 13 ve 14) olmak üzere üç boyut ve 14 ifadeden oluşmaktadır. Duygusal emek ölçeğinde yer alan 7. ifade "Vatandaşlarla ilgilenirken sergilediğim duygularda gerçeği yansıtmam." ters yönlü ifade olup bu ifadede puanlama tersine yapılmıştır. Ölçeğin Türkçeye çevirisinde Basım ve Beğenirbaş'ın (2012) çalışmasından yararlanılmıştır.

Katılımcıların iş stresini belirlemeye yönelik, Parker ve Decotiis (1983) tarafından geliştirilen 13 ifade "endişe/kaygı (anxiety)" ve "zaman stresi (time stress)" olmak üzere iki boyuttan oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Orijinal ölçekte yer alan 1., 3., 5., 7. ve 10. ifadeler endişe boyutuna; 2., 4., 6., 8., 9., 11., 12. ve 13. ifadeler ise zaman stresi boyutuna yöneliktir. Yapılan literatür taramasında bahsi geçen ölçeğin araştırmacılar tarafından 9 ifadeden oluşan kısa formu kullandıkları tespit edilmiş olup bu çalışmada da 9 ifadeden oluşan kısa form kullanılmıştır (Aydın, 2018; Jamal & Baba, 1992; Koçoğlu, 2014; Fields, 2002; Nair, 2007). Ölçeğin kısa formu orijinal ölçekte yer alan 1. 3. 5. 7. 9. 10. 11. 12 ve 13. ifadelerden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan 1., 2., 3., 4. ve 6. ifadeler endişeye yönelik; 5., 7., 8. ve 9. ifadeler ise zaman stresine yöneliktir. Ölçeğin Türkçeye çevirisinde Koçoğlu'nun (2014) çalışmasından yararlanılmıştır.

Anketin son bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, eğitim durumu, pozisyon, medeni durum, çocuk sahibi olma, çalışma hayatı kıdemi, mevcut yöneticiyle çalışma süresi ve kurum kıdemlerini belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır.

Anket formu, demografik ifadeler haricinde, 5'li likert ölçeğine göre derecelendirilmiştir. 5'li likert ölçeğine göre derecelendirmeler; Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kısmen Katılıyorum (3), Katılıyorum (4), Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde sıralanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Demografik Özellikler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	199	57,3
Erkek	148	42,7
Yaş		
18-25	33	9,5
26-30	64	18,4
31-35	51	14,7
36-40	61	17,6
41-50	75	21,6
51 ve üzeri	63	18,2
Eğitim Durumu		
İlköğretim	13	3,8
Lise	76	21,9
Lisans	116	33,4
Yüksek Lisans	142	40,9
Pozisyon		
Yönetici	54	15,6
Çalışan	293	84,4
Medeni Durumu		
Evli	224	64,5
Bekâr	123	35,5
Çocuk Durumu		
Var	194	55,9
Yok	153	44,1
Çalışma hayatı kıdemi		
1-5 yıl	60	17,3
6-10 yıl	77	22,2
11-15 yıl	58	16,7
16-20 yıl	45	13
21-30 yıl	80	23
31 ve üzeri	27	7,8
Mevcut Yönetici ile Çalışma Süresi		
1 yıl	42	12,1
2-3 yıl	117	33,7
4-5 yıl	133	38,3
6-7 yıl	16	4,7
8 yıl ve üzeri	39	11,2
Belediyede Çalışma Süresi		
1 yıl	28	8,1
2-3 yıl	58	16,7
4-5 yıl	95	27,4
6-7 yıl	32	9,2
8 ve üzeri	134	38,6

N=347

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamına alınan 347 katılımcının demografik verileri incelendiğinde, katılımcıların %57,3'ü kadın, %42,7'si erkek, %9,5'i 18-25 yaş aralığında, %18,4'ü 26-30 yaş aralığında, %14,7'si 31-35 yaş aralığında, %17,6'sı 36-40 yaş aralığında, %21,6'sı 41-50 yaş aralığında ve %18,2'si 51 yaş ve üzerindedir. Anket cevaplarına göre katılımcıların %3,8'i ilköğretim, %21,9'u lise, %33,4'ü lisans, %40,9'u yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların %15,6'sı yönetici, %84,4'ü çalışandır. Ankete katılanların %64,5'i evli olup %55,9'u çocuk sahibidir. Katılımcıların %17,3'ü 1-5 yıl, %22,2'si 6-10 yıl, %16,7'si 11-15 yıl, %13'ü 16-20 yıl, %23'ü 21-30 yıl, %7,8'i 31 yıl ve üzerinde çalışma hayatı kıdemine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Ankete katılanların %12,1'i 1 yıl, %33,7'si 2-3 yıl, %38,3'ü 4-5 yıl, %4,7'si 6-7 yıl ve %11,2'si 8 yıl ve üzerinde mevcut yöneticisi ile çalışmakta olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %8,1'i 1 yıl, %16,7'si 2-3 yıl, %27,4'ü 4-5 yıl, %9,2'si, 6-7 yıl, %38,6'sı ise 8 yıl ve üzerinde kurum kıdemine sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmanın bu bölümünde duygusal emek ve iş stresi ölçeklerine ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yer almaktadır.

4.2.1. Duygusal Emek Ölçeğine İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Duygusal emek ölçeğine uygulanan geçerlilik analizi sonucunda KMO değeri 0,83 olup KMO değeri 1'e yakındır. Bu sebeple elde edilen veri grubu, geçerlilik analizi için uygundur. Barlett testi 0,000 olarak anlamlı çıkmıştır (Durmuş vd., 2011, s. 80).

Duygusal emek ölçeğine uygulanan geçerlilik analizi sonucunda yüzeysel davranış boyutunun 7. ifadesinin ("*Vatandaşla ilgilenirken sergilediğim duygularda gerçeği yansıtmam.*") faktör yükü 0,50'nin altında kaldığı için analizden çıkarılmıştır (Durmuş vd., 2011, s. 85).

Duygusal emek ölçeğini analiz etmek için varimax rotasyon yöntemi kullanılarak geçerlilik analizi uygulanmıştır. Ölçek, orijinal ölçekteki gibi, Tablo 2'de görüldüğü üzere, 3 alt boyutlu yapı oluşturmuştur.

Duygusal Emek İfadeleri	1	2	3
YD2: "Vatandaşla etkileşimdeyken iyi hissediyormuşum gibi yaparım."	0,81		
YD1: "Vatandaşla uygun bir şekilde ilgilenebilmek için rol yaparım."	0,81		
YD4: "İşim için göstermem gereken duyguları hissediyormuş gibi davranırım."	0,77		
YD5: "Mesleğimin gerektirdiği duyguları sergileyebilmek için bir maske takarım."	0,74		
YD3: "Vatandaşla etkileşimdeyken bir "şov" ya da "performans" sergilerim."	0,72		
YD6: "Vatandaşla içimde hissettiğim duygulardan farklı duygular sergilerim."	0,62		
DD3: "Vatandaşlara göstermem gereken duyguları hissedebilmek için elimden geleni yaparım."		0,87	
DD2: "Başkalarına göstermem gereken duyguları gerçekte de hissetmek için çaba harcarım."		0,87	

DD4: "Vatandaşlara sergilemem gereken duyguları içimde de geliştirmeye çalışırım."	0,86
DD1: "Vatandaşa göstermek zorunda olduğum duyguları gerçekten yaşamaya çalışırım."	0,74
SD2: "Vatandaşlara gösterdiğim duygular doğal olarak içimden gelir."	0,88
SD3: "Vatandaşlara gösterdiğim duygular o an hissettiklerimle uyumludur."	0,82
SD1: "Vatandaşlara ifade ettiğim duygular samimidir."	0,80
Açıklanan Varyans	26,4 22,3 18,1
Toplam Açıklanan Varyans	66,8

YD: Yüzeysel Davranış; DD: Derinlemesine Davranış; SD: Samimi Davranış

Tablo 2: Duygusal Emek Ölçeğine İlişkin Geçerlilik Analizi Sonuçları

6 ifadeden oluşan birinci alt boyut olan yüzeysel davranış ifadelerinin faktör yüklerinin 0,81 ile 0,62 arasında, 4 ifadeden oluşan ikinci alt boyut olan derinlemesine davranış ifadelerinin faktör yüklerinin 0,87 ile 0,74 arasında ve 3 ifadeden oluşan üçüncü alt boyut olan samimi davranış ifadelerinin faktör yüklerinin 0,88 ile 0,80 arasında olduğu görülmektedir. 13 ifadeden oluşan duygusal emek ölçeğine ait toplam açıklanan varyans ise 66,8'dir.

Duygusal emek ölçeğinin Cronbach alfa değeri 0,75'dir. Duygusal emeğin alt boyutlarının Cronbach alfa değerleri ise yüzeysel davranış için 0,72, derinlemesine davranış için 0,87 ve samimi davranış için 0,83'tür. Bu veriler doğrultusunda duygusal emek ölçeği güvenilir kabul edilmektedir (Cronbach, 1951).

Dolayısıyla, uygulanan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda ölçek orijinal ölçekteki gibi 3 boyutlu bir yapı oluşturmuştur.

4.2.2. İş Stresi Ölçeğine İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

İş stresi ölçeğine uygulanan geçerlilik analizi sonucunda KMO değeri 0,83 olup KMO değeri 1'e yakındır. Bu sebeple elde edilen veri grubu, geçerlilik analizi için uygundur. Barlett testi 0,000 olarak anlamlı çıkmıştır (Durmuş vd., 2011, s. 80).

İş stresi ölçeğine uygulanan geçerlilik analizi sonucunda endişe stresi boyutunun 5. ifadesinin ("*İşten izin aldığım zaman kendimi suçlu hissediyorum.*") faktör yükü 0,50'nin altında kaldığı için analizden çıkarılmıştır (Durmuş vd., 2011, s. 85).

İş stresi ölçeğini analiz etmek için varimax rotasyon yöntemi kullanılarak geçerlilik analizi uygulanmıştır. Ölçek, orijinal ölçekteki gibi, Tablo 3'te görüldüğü üzere 2 alt boyutlu yapı oluşturmuştur.

İş Stresi İfadeleri	1	2
ZS3: "Sanki hiç izin kullanmamış gibi hissediyorum."	0,78	
ZS4: "Şirketimde benimle aynı seviyede çalışan birçok insan işin gereklilikleri yüzünden tükenmiştir."	0,75	
ZS2: "Bazen evde telefonun çalmasından arama işle ilgili olabilir diye korkuyorum."	0,64	
ZS1: "Çok fazla işim ve bu işleri yapacak çok az zamanım var."	0,58	
ES3: "İşimin beni çıldırttığı çok zaman olmuştur."		0,80
ES2: "İşim beni olması gereğinden daha fazla rahatsız ediyor."		0,75

ES1: "İşim nedeniyle huzursuz ya da sınırlı hissettiğim olmuştur."	0,64	
ES4:"Bazen işimi düşündüğümde, göğsümde bir sıkıntı hissediyorum."	0,63	
Açıklanan Varyans	28,3	28,2
Toplam Açıklanan Varyans	56,5	

ES: Endişe Stresi; ZS: Zaman Stresi

Tablo 3. İş Stresi Ölçeğine İlişkin Geçerlilik Analizi Sonuçları

4 ifadeden oluşan birinci alt boyut olan zaman stresi ifadelerinin faktör yüklerinin 0,78 ile 0,58 arasında, 4 ifadeden oluşan ikinci alt boyut olan endişe stresi ifadelerinin faktör yüklerinin 0,80 ile 0,63 arasında olduğu görülmektedir. 8 ifadeden oluşan iş stresi ölçeğine ait toplam açıklanan varyans ise 56,5'dir.

İş stresi ölçeğinin Cronbach alfa değeri 0,80'dir. İş stresinin alt boyutlarının Cronbach alfa değerleri ise zaman stresi için 0,71 ve endişe stresi için 0,72'dir. Bu veriler doğrultusunda iş stresi ölçeği güvenilir kabul edilmektedir (Cronbach, 1951).

Dolayısıyla, uygulanan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda ölçek orijinal ölçekteki gibi 2 boyutlu yapı oluşturmuştur.

4.3. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde, araştırmanın değişkenlerine ilişkin ortalama, standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerleri yer almaktadır. Değişkenlerdeki ifadeler 5'li likert ölçeğine göre derecelendirilmiştir.

Duygusal Emek İfadeleri	İfadelere İlişkin Ortalama Değerler	Standart Sapma	Basıklık Değerleri	Çarpıklık Değerleri
YD1: "Vatandaşla uygun bir şekilde ilgilenilebilir için rol yaparım."	2,18	1,20	-0,509	0,701
YD2: "Vatandaşla etkileşimdeyken iyi hissediyormuşum gibi yaparım."	2,39	1,25	-1,058	0,401
YD3: "Vatandaşla etkileşimdeyken bir "şov" ya da "performans" sergilerim."	2,04	1,61	-0,022	0,959
YD4: "İşim için göstermem gereken duyguları hissediyormuş gibi davranırım."	2,36	1,23	-0,874	0,508
YD5: "Mesleğimin gerektirdiği duyguları sergileyebilmek için bir maske takarım."	2,07	1,14	-0,402	0,784
YD6: "Vatandaşa içimde hissettiğim duygulardan farklı duygular sergilerim."	2,26	1,21	-0,501	0,550

Yüzeysel Davranış	2,22	1,27		
DD1: "Vatandaşa göstermek zorunda olduğum duyguları gerçekten yaşamaya çalışırım."	3,17	1,25	-0,941	-0,290
DD2: "Başkalarına göstermem gereken duyguları gerçekte de hissetmek için çaba harcarım."	3,20	1,20	-0,903	-0,278
DD3: "Vatandaşlara göstermem gereken duyguları hissedebilmek için elimden geleni yaparım."	3,46	1,21	-0,681	-0,535
DD4: "Vatandaşlara sergilemem gereken duyguları içimde de geliştirmeye çalışırım."	3,38	1,19	-0,707	-0,463
Derinlemesine Davranış	3,30	1,21		
SD1: "Vatandaşlara ifade ettiğim duygular samimidir."	4,04	0,99	1,113	-1,128
SD2: "Vatandaşlara gösterdiğim duygular doğal olarak içimden gelir."	3,89	1,05	0,384	-0,870
SD3: "Vatandaşlara gösterdiğim duygular o an hissettiklerimle uyumludur."	3,64	1,07	-0,111	-0,616
Samimi Davranış	3,86	1,04		
Duygusal Emek	3,13	1,17		

YD: Yüzeysel Davranış; DD: Derinlemesine Davranış; SD: Samimi Davranış

Tablo 4: Duygusal Emek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Duygusal emek ölçeğinin alt boyutlarının ortalaması şu şekildedir; "yüzeysel davranış" 2,22, "derinlemesine davranış" 3,30, "samimi davranış" 3,86'dır. Duygusal emek davranışının genel ortalaması ise 3,13'dür.

Ortalamalar incelendiğinde, katılımcıların duygusal emek davranışlarının orta düzeyde olduğu görülmektedir. Alt boyutlar bazında ortalamalar incelendiğinde katılımcıların yüzeysel davranışlarının düşük düzeyde; derinlemesine davranış ve samimi davranışın ise orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Aynı zamanda Tablo 4'de ifadelere ilişkin basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerleri gösterilmektedir. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında değişmesi gerekmektedir (Kline, 2015). Tablo 4'de görüldüğü üzere, basıklık değerleri -1.058 ile 1.113 arasında ve çarpıklık değerleri de -1.128 ile 0,959 arasındadır. Her iki değerde kabul edilebilir aralıkta olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir.

İş Stresi İfadeleri	İfadelere İlişkin Ortalama Değerler	Standart Sapma	Basıklık Değerleri	Çarpıklık Değerleri
ES1: "İşim nedeniyle huzursuz ya da sınırlı hissettiğim olmuştur."	3,59	1,11	-0,040	-0,774
ES2: "İşim beni olması gereğinden daha fazla rahatsız ediyor."	2,28	1,10	-0,137	0,723
ES3: "İşimin beni çıldırttığı çok zaman olmuştur."	2,66	1,23	-0,859	0,280
ES4: "Bazen işimi düşündüğümde, göğsümde bir sıkıntı hissediyorum."	2,23	1,13	-0,208	0,742
Endişe Stresi	2,69	1,14		
ZS1: "Çok fazla işim ve bu işleri yapacak çok az zamanım var."	2,73	1,22	-0,838	0,245
ZS2: "Bazen evde telefonun çalmasından arama işle ilgili olabilir diye korkuyorum."	2,21	1,18	-0,712	0,093
ZS3: "Sanki hiç izin kullanmamış gibi hissediyorum."	2,90	1,27	-1,008	0,137
ZS4: "Şirketimde benimle aynı seviyede çalışan birçok insan işin gereklilikleri yüzünden tükenmiştir."	2,74	1,19	-0,821	0,178
Zaman Stresi	2,64	1,21		
İş Stresi	2,66	1,17		

ES: Endişe Stresi; ZS: Zaman Stresi

Tablo 5. İş Stresi İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İş stresi ölçeğinin alt boyutlarının ortalaması şu şekildedir; "endişe stresi" 2,69, "zaman stresi" 2,64'tür. İş stresinin genel ortalaması 2,66'dır.

Ortalamalar incelendiğinde, katılımcıların iş stresinin düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Alt boyutlar bazında ortalamalar değerlendirildiğinde katılımcıların hem zaman stresi hem de endişe stresinin düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Aynı zamanda Tablo 5'de ifadelerle ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri gösterilmektedir. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında değişmesi gerekmektedir (Kline, 2015). Tablo 5'de görüldüğü üzere, basıklık değerleri -0,040 ile -1,008 arasında ve çarpıklık değerleri de -0,774 ile 0,742 arasındadır. Her iki değerde kabul edilebilir aralıkta olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir.

4.4. Değişkenler Arası İlişkiler

Bu araştırmada duygusal emek ile iş stresi arasında ilişki olabileceği ve duygusal emeğin boyutları olan yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış ile

iş stresi boyutları olan zaman stresi ve endişe stresi arasında ilişki olacağı beklenmektedir.

Bu bağlamda, ilişkilerin tespit edilmesi için korelasyon analizinden faydalanılacaktır. Korelasyon analizi, değişkenler arasındaki birlikte değişim ilişkisini ve ilişkilerin yönünü göstermek için kullanılan bir analiz yöntemidir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2007).

Duygusal emek ile iş stresi arasında ilişki olabileceği görüşünden hareketle araştırmanın hipotezi şu şekilde kurulmuştur;

H₁: Duygusal emek ile iş stresi arasında ilişki vardır.

	Duygusal Emek	Yüzeysel Davranış	Derinlemesine Davranış	Samimi Davranış	İş Stresi	Zaman Stresi	Endişe Stresi
Duygusal Emek	1						
Yüzeysel Davranış	0,686**	1					
Derinlemesine Davranış	0,743**	0,141**	1				
Samimi Davranış	0,273**	-0,316**	0,259**	1			
İş Stresi	0,138*	0,181**	0,027	-0,024	1		
Zaman Stresi	0,141**	0,168**	0,034	0,001	0,875**	1	
Endişe Stresi	0,104	0,153**	0,014	-0,041	0,882**	0,545**	1

** : Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı * : Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı

Tablo 6: Duygusal Emek ile İş Stresi Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları

Duygusal emek ile iş stresi arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi Tablo 6'da gösterilmektedir. Tablo 6'da görüldüğü üzere, duygusal emek ile iş stresi arasında ($r=0,138$) pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu doğrultuda '*H₁: Duygusal emek ile iş stresi arasında ilişki vardır.*' hipotezi desteklenmiştir.

Aynı zamanda Tablo 6'da duygusal emek ile boyutları olan yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış arasındaki ilişkiler de yer almaktadır. Duygusal emek ile yüzeysel davranış ($r=0,686$), derinlemesine davranış ($r=0,743$) ve samimi davranış ($r=0,273$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Yüzeysel davranış ile derinlemesine davranış arasında ($r=0,141$) pozitif ve anlamlı, samimi davranış ile ($r=-0,316$) negatif ve anlamlı bir ilişki vardır. Derinlemesine davranış ve samimi davranış arasında ise ($r=0,259$) pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

İş stresi ve iş stresi alt boyutları olan zaman ve endişe stresi arasındaki ilişkiler yine Tablo 6'da yer almaktadır. İş stresi ile zaman stresi ($r=0,875$) ve endişe stresi ($r=0,882$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Bunun yanı sıra, endişe stresi ile zaman stresi arasında da ($r=0,545$) pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Aynı zamanda, Tablo 6'da görüldüğü üzere, duygusal emek ile iş stresinin boyutlarından zaman stresi arasında ($r=0,141$) pozitif ve anlamlı bir ilişki varken endişe stresi arasında ise anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.

Duygusal emek boyutları ile iş stresi boyutları arasında ilişki olabileceği görüşünden hareketle araştırmanın alt hipotezi şu şekilde kurulmuştur.

H_{1a}: Duygusal emeğin boyutları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresi boyutları (zaman stresi ve endişe stresi) arasında ilişki vardır.

Tablo 6'da görüldüğü üzere, duygusal emeğin boyutlarından olan yüzeysel davranış ile iş stresi arasında ($r=0,181$) anlamlı ve pozitif ilişki vardır. Aynı zamanda, yüzeysel davranış ile zaman stresi ($r=0,168$) ve endişe stresi arasında ($r=0,153$) pozitif ve anlamlı ilişkiler vardır.

Yine Tablo 6'da görüldüğü üzere, duygusal emeğin boyutları olan derinlemesine davranış ve samimi davranış ile iş stresi ve iş stresi boyutları olan zaman stresi ve endişe stresi arasında anlamlı ilişkiler gözlemlenmemiştir.

Bu doğrultuda '*H1a: Duygusal emeğin boyutları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresi boyutları (zaman stresi ve endişe stresi) arasında ilişki vardır.*' hipotezi kısmen desteklenmiştir.

5. Araştırmanın Sonucu, Kısıtları ve Öneriler

Hizmet sektöründe rekabetin ve müşterilerin beklentilerinin arttığı buna paralel hizmet kalitesinin hızla yükseldiği bir ortamda, örgütler varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadır. Başarılarını sürdürebilir kılmak isteyen örgütler, rakiplerinden daha iyi olabilmek, örgüt stratejilerine uygun hedefleri yakalayabilmek için iş görenlerin duygu yönetiminin önemini kavramışlardır.

Bir başka ifadeyle, günümüzde müşteri memnuniyeti kavramı örgütler için önemli başarı kriterlerinden biridir. Bunun yanı sıra, hizmet sunumu sırasında örgütün amaçlarına uygun olarak iş görenin örgütü ne kadar iyi ve doğru temsil ettiği önemlidir. Bu nedenle örgütler, iş görenin duygu ve davranışlarının doğru yönetilmesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki önemini fark etmişler ve gösterim kuralları belirlemişlerdir. Dolayısıyla iş görenlerin hizmet sunumları sırasında kendi hissettikleri duygularına göre değil örgütün belirlediği gösterim kurallarına uygun davranmaları beklenmektedir. Bu noktada duygusal emek kavramı ortaya çıkmaktadır.

İş görenlerden gerçekleştirilmesi beklenen duygusal emek davranışının iş görenler üzerinde olumsuz çıktıları söz konusudur. Bu olumsuz çıktılardan biri iş stresidir. Dolayısıyla duygusal emek davranışı ile iş stresi arasında ilişki olacağı beklenmektedir. Özellikle müşteriler ile birebir etkileşimde bulunan iş görenlerin üzerindeki iş stresinin bireysel, fiziksel, psikolojik ve örgütsel olumsuz etkileri olabilecektir. Bu nedenle örgütlerin belirlediği amaçlara ulaşabilmesi için, iş görenlerin yaşadığı iş stresinin azaltılması ve yönetilmesi gerekmektedir.

Dolayısıyla bu çalışmanın amacı duygusal emek ile iş stresi arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmada bağımsız değişken yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranıştan oluşan duygusal emek iken bağımlı değişken ise zaman stresi ve endişe stresinden oluşan iş stresidir. Çalışmanın bir diğer amacı ise aynı zamanda duygusal emek boyutları (yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış) ile iş stresi boyutları (zaman stresi ve endişe stresi) arasındaki ilişkiyi de incelemektir.

Bu çalışmada, örneklem olarak bir kamu kuruluşu olan belediye seçilmiştir. Araştırmanın belediyede yapılmasının nedeni duygusal emek üzerine yapılan çalışmaların daha çok özel sektör üzerinde yapılmış olduğunun görülmüş olmasıdır. Fakat günümüzde kamu kurumlarında da müşteri memnuniyeti diye adlandırılan vatandaş memnuniyetinin önem kazanması, kamu çalışanlarının da duygusal emek davranışı göstermesi beklenilmesi nedeniyle bu çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırmanın bulguları genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların çoğunu kadınlar ve evliler oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan iş görenlerin çoğunluğu 41-50 yaş aralığında, çocuk sahibi, çalışan pozisyonunda ve çalışma hayatı kıdemleri 21-30 yıl aralığında, mevcut yönetici ile çalışma süresi 4-5 yıl aralığında, kurum kıdeminin ise 8 ve üzeri yıl olduğu görülmüştür.

Yapılan bu araştırmanın sonucuna göre duygusal emek ile iş stresi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Rekabet baskısı altındaki örgütler müşteri memnuniyetini arttırabilmek için iş görenlerin uyması gereken gösterim kurallarını belirlemişlerdir. İş görenlerin hizmet sunumları sırasında hissetmedikleri bu duyguları hissediyormuş gibi göstermeleri, yoğun bir şekilde duygusal uyumsuzluk ve çatışma yaşamalarına, bir başka ifadeyle, iş stresine neden olmaktadır. Bu bağlamda, duygusal emek ile iş stresi arasında ilişki olduğu söylenebilmektedir. Bir başka ifadeyle, iş görenin göstermiş olduğu duygusal emek davranışı ile iş stresi arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu bu çalışmanın sonucudur. Pugliesi (1999) & Akdu ve Akdu (2016) yapmış oldukları çalışmalar da bu sonucu desteklemektedir.

Bu çalışmanın bir diğer sonucu ise duygusal emeğin boyutlarından olan yüzeysel davranış ile iş stresi ve iş stresi boyutları olan endişe ve zaman stresi arasında anlamlı ve pozitif ilişki olduğudur. İş görenlerin davranışlarını örgütün beklentilerine uygun hale getirme (yüzeysel davranış) sürecinde, rollerle kişilik özelliklerinin uyumsuzluğu rol çatışması yaşamalarına neden olmaktadır. Yaşadığı rol çatışması iş göreni olumsuz etkilemekte ve endişe stresinin artmasına yol açmaktadır. Bunun yanı sıra, iş görenin örgüt hedeflerine uygun olarak zaman baskısı altında müşteri memnuniyeti sağlayacak şekilde çalışma zorunluluğunun olması da zaman stresi yaşamalarına neden olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, iş görenin yüzeysel davranışındaki değişimlere paralel olarak iş stresi ve iş stresinin boyutları olan endişe ve zaman stresi de yaşamaları beklenmektedir. Karakaş & Gökmen (2018), Sohn vd. (2018), Özgün (2015), Yoon & Kim (2013) yapmış oldukları çalışmalar da bu sonucu desteklemektedir.

Duygusal emeğin boyutları olan derinlemesine davranış ve samimi davranış ile iş stresi ve iş stresi boyutları olan zaman ve endişe stresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı bu çalışmanın bir başka sonucudur. İş görenin örgütün beklentilerine uygun olarak duygularını değiştirmesi (derinlemesine davranış) sürecinde iş gören duygusal çatışma ve zaman baskısı hissetmemekte ve endişe ve zaman stresi yaşamamaktadır. Aynı zamanda iş görenlerin örgütün kendisinden beklediği davranışları gerçekten hissederek sergilemeleri (samimi davranış) sonucunda herhangi bir baskı hissetmediklerinden endişe ve zaman stresi yaşamamaktadır. Sohn vd. (2018) yapmış oldukları çalışma da bu sonucu desteklemektedir.

Bu çalışmada elde edilen verilerin, belediyelerdeki iş gücünün öneminin kavranmasına ve etkin bir şekilde yönetilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, sektör uygulayıcılarına, iş görenlere ve araştırmacılara yönelik bazı önerilerde bulunulmuştur.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre, kamu kurumlarında duygusal emeğin önemi ile ilgili eğitimler düzenlenebilir. Eğitimlerde, iş görenin iş stresi yaşamadan çalışabilmesi için, hizmet süresince rol yapma davranışını azaltacak şekilde duyguların yönetilmesi ve içselleştirilmesi ile ilgili yöntemler öğretilebilir ve geliştirilebilir. Ayrıca bu eğitimler, iş görenlerin örgütsel özdeşleşmesini sağlayabilecek ve bağlılıklarını arttırabilecek motive edici sosyal aktivitelerle desteklenebilir.

Aynı zamanda, duygusal emeğin yoğun kullanıldığı pozisyonlara uygun vasıflara sahip iş görenler istihdam edilmelidir. Bu şekilde iş görenlerin örgütün davranış kurallarını benimsemesi ve kendi duyguları ile örgütün beklediği duygu gösterimlerini bütünleştirerek daha fazla derinlemesine ve samimi davranış göstermesi sağlanmalıdır. Başka bir ifadeyle, iş görende duygusal uyumsuzluk ve duygusal çatışma yaratacak yüzeysel davranışı ve iş stresini azaltarak, örgütün verimliliğini ve hedeflerine ulaşmasını olumsuz etkileyecek durumların önüne geçilmelidir.

Özellikle yöneticiler duygusal emek hakkındaki yönetsel becerilerini arttırarak, iş stresini azaltacak örgütsel stratejiler geliştirmeli ve iş görenlerin duygusal dünyaları ile ilgili olumsuz değişiklikler takip edilmelidir. Bunun yanı sıra, iş görenlerin iş stresi

yaşadıklarını fark ettikleri zaman danışmanlık hizmeti alabilecekleri profesyonel uzmanların bulunduğu birimler oluşturulmalıdır. Ayrıca iş görenlerin çalışma arkadaşlarından alacakları sosyal desteğin, duygusal emeğin olumsuz etkilerini azaltacağı gözlemlendiğinden, iş görenlerin birbirleri ile iletişim kurabilecekleri ortamlar oluşturulmalıdır.

Bu çalışmanın sonuçları iş görenler açısından değerlendirildiğinde, iş görenlerin, hizmet sektöründe duygusal emek davranışı göstereceklerinin ve bunun sonucunda iş stresine maruz kalacaklarının farkında olarak, kendilerini motive etmeleri ve kurumun hedeflerine uygun kendilerinden beklenen davranış şekillerini öğrenerek bu davranışları içselleştirmeleridir. Bunun yanı sıra, iş görenlere derinlemesine ve samimi davranış gösterme yeteneklerinin gelişmesini sağlayacak zaman ve endişe stresini azaltacak yöntemleri öğrenecekleri eğitimlere katılmaları önerilebilir.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlar ile literatüre belli bir katkı sağlamaya çalışılmış olmasına karşın bazı kısıtları bulunmaktadır Yapılan bu çalışmanın sadece İstanbul'da bir ilçe belediyesi iş görenleri üzerine gerçekleştirilmiş olması araştırmadaki bulguların diğer belediyelerdeki iş görenlerin görüşlerini yansıtacağı anlamına gelmemektedir. Diğer bir ifadeyle, araştırmada elde edilen sonuçlar, sadece araştırmaya katılan belediye iş görenlerinin oluşturduğu sınırlı örneklem için geçerli olacaktır. Ayrıca belediye iş görenlerinin çalışma temposunun yoğunluğu ve kısıtlı zaman nedeniyle veri toplama sürecinde sadece anket yöntemi kullanılmıştır. Karma veri toplama yöntemleri kullanılarak yapılacak çalışmalarda, geçerlilik ve güvenilirlik açısından çok daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilecektir.

Çalışma sadece İstanbul ilinde bir ilçe belediyesinde yapılmıştır. Daha sonra yapılacak çalışmaların farklı il ve ilçe belediye iş görenleri ile yapılması veya farklı meslek gruplarında, özel sektör ve kamu sektörü karşılaştırması veya farklı bölgelerdeki kamu kurumlarında karşılaştırılmalar yapılabilir. Bunun yanı sıra, belediye iş görenleri ile birlikte vatandaşların da araştırmaya katılması ile iş görenlerin hizmet sunarken duygusal emek davranışlarının ve iş stresi düzeylerinin vatandaşlar üzerindeki etkileri belirlenebilir. Diğer taraftan; örgüt kültürü, liderlik, kişilik, motivasyon, iş-yaşam dengesi, örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık, duygusal zekâ gibi konuların araştırmacılar tarafından incelenerek sosyal bilimler alanına katkı sağlamaları önerilmektedir.

Sonuç olarak, iş görenlerin örgütlerin belirlediği gösterim kurallarını içselleştirerek daha az iş stresi yaşayabilecekleri söylenebilir. Bu durumun iş görenlerin bireysel ve örgütsel yaşamına olumlu yansımaları olabilecektir.

KAYNAKÇA

AKDU, U. & AKDU, S. (2016). Duygusal emek ve iş stresinin tükenmişlik üzerindeki etkileri: Profesyonel turist rehberleri üzerinde bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 9(47).

ALTUNTAŞ, E. (2003). *Stres yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.

ASHFORTH, B. E. & HUMPHREY, R. H. (1993). Emotional labor in service roles: The influence of identity. *Academy of Management Review*, 18(1), 88-115.

ANTONOVA, E. (2016). *Occupational Stress, Job Satisfaction, and Employee Loyalty in Hospitality Industry: A Comparative Case Study of Two Hotels in Russia* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Modul Vienna University, Viyana.

BABATUNDE, A. (2013). Occupational stress: A review on conceptualizations, causes and cure. *Economic Insights – Trends and Challenges*, 2(3), 73-80.

- BAĞCI, Z. (2015). Duygusal emeğin iş performansı üzerindeki etkisi: Denizli ilinde hizmet sektöründe görgül bir araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(10), 71- 75.
- BASIM, H. N., & BEĞENİRBAŞ, M. (2012). Çalışma yaşamında duygusal emek: bir ölçek uyarlama çalışması. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 77-90.
- BEĞENİRBAŞ, M. & MEYDAN, C. H. (2012). Duygusal emeğin örgütsel vatandaşlık davranışıyla ilişkisi: Öğretmenler üzerinde bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 159-181.
- BROTHERIDGE, C. M. & GRANDEY, A. A. (2002). Emotional labor and burnout: comparing two perspectives of "People work". *Journal of Vocational Behavior*, 60(1), 17-39.
- CHU, K. H. L. (2002). *The effects of emotional labor on employee work outcomes*. (Unpublished Doctoral Dissertation). Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia.
- CÔTÉ, S. & MORGAN, L. M (2002). A longitudinal analysis of the association between emotion regulation, job satisfaction, and intentions to quit. *Journal of Organizational Behavior*, 23(8), 947-962.
- CRONBACH, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- CÜCELOĞLU, D. (1991). *İnsan ve davranış*. İstanbul: Evrim Matbaacılık.
- DIEFENDORFF, J. M., CROYLE, M. H., & GOSSERAND, R. H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 339-357.
- DIEFENDORFF, J. M. & GOSSERAND, R. H. (2003). Understanding the emotional labor process: A control theory perspective. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(8), 945-959.
- DURMUŞ, B., YURTKURU, S.E. & ÇINKO M. (2011). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. 4. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- DURNA, U. (2006). Üniversite öğrencilerinin stres düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 319-343.
- ERKOÇ, Z., (2006). *İnsan kaynakları yönetimi ve kalite yönetim sistemi terimler sözlüğü*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- EROĞLU, E. (2010). Örgütsel iletişimin iş görenlerin duygu gösterimlerinin yönetimine olan etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(3), 18-33.
- FIELDS, D. L. (2002). *Taking the measure of work: a guide to validated scales for organizational research and diagnosis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- GALL L. A., (2006). *Anksiyete ve kaygı*, (İ. Yerguz, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi, Nisan, Birinci Baskı.
- GRANDEY, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95.-117.
- GRANDEY, A. A. (2002). When "the show must go on": Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of Management Journal*, 46(1), 86-96.
- GRIFFITS, A. (2010). Work organization & stress. *World Health Cox, Tom: Organization, Protecting Workers' Health Series*, 3.
- GÜNEY, S. (2016). *Davranış bilimleri*. Ankara: Nobel Yayınevi.

- HOCHSCHILD, A.R. (1983). *The managed hearth: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
- JAMAL, M. (1999). Job stress and employee well-being: A cross-cultural empirical study. *Stress & Medicine*, 15, 153-158.
- JUDGE, T.A. & COLQUITT, J. A. (2004). Organizational justice and stress: The mediating role of work-family conflict. *Journal of Applied Psychology*, 89(3), 395-404.
- JUNG, H. S. & YOON, H. H., (2014). Moderating role of hotel employees: Gender and job position on the relationship between emotional intelligence and emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 47-52.
- KARAKAŞ, A., TÖSTEN, R., KANSU, V., & AYDIN, A. S. (2016). Öğretmenlerin duygusal emek davranışlarının işdoyumlarına etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(56), 177-188.
- KARAKAŞ, A. (2017). Duygusal emek, tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: Otel işletmesi çalışanları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 80-112.
- KARAKAŞ, A. & GÖKMEN, G. (2018). Kamu çalışanlarında iş tatmini, duygusal emek ve iş stresi: Konya'da bir araştırma. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 99-127.
- KAYA, U. & ÖZHAN, Ç. K. (2012). Duygusal emek ve tükenmişlik ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(2), 109-130.
- KAYA, U. & SERÇEÖĞLU, N. (2013). Duygu işçilerinde işe yabancılaşma: Hizmet sektöründe bir araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 36(1), 311-346.
- KLINE, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
- KOÇOĞLU, M. (2014). Cynicism as a mediator of relations between job stress and work alienation: A study from a developing country-Turkey. *Global Business and Management Research*, 6(1), 24.
- LANDRUM, B., KNIGHT, D.K. & FLYNN, (2011). The impact of organizational stress and burnout on client engagement. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 42(2), ss. 222-230.
- LEE, J. J. & OK, C. (2012). Reducing burnout and enhancing job satisfaction: critical role of hotel employee's emotional intelligence and emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1101-1112.
- MATTESON, M. L. & MILLER, S. S., (2012). Emotional labor in librarianship: A research agenda. *Library and Information Science Research*, 34 (3), 176-183.
- MENGENCI, C. (2015). İş tatmini, duygusal emek ve tükenmişlik ilişkilerinin belirlenmesi. *Ege Akademik Bakış*, 15(1), 127-139.
- MORRIS, J. A. & FELDMAN, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review*, 21(4), 986-1010.
- NAIR, P. K. (2007). A Path Analysis of Relationships Among Job Stress, Job Satisfaction, Motivation to Transfer, and Transfer of Learning: Perceptions of Occupational Safety and Health Administration Outreach Trainers. Unpublished Doctoral Dissertation, Texas A&M University, College Station.
- NETEMEYER, R. G., MAXHAM, J. G., & PULLIG, C. (2005). Conflicts in the work-family interface: Links to job stress, customer service employee performance, and customer purchase intent. *Journal of Marketing*, 69(2), 130-143.
- ONBAŞIOĞLU, M. (2004). Stresle baş etmede zihinsel yöntemler. *Türk Psikoloji Bülteni*, 10(34-35), 103-127.
- ORAL, L. & KÖSE, S. (2011). Hekimlerin duygusal emek kullanımı ile iş doyumunu ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiler üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 463-492.

- ÖNDER, D.G. (1991). *Yönetmel zaman ve verimlilik ilişkisinde yeni bir perspektif*. Ankara: MPM Yayınları.
- ÖRNEK, A. Ş. & AYDIN, Ş. (2008). *Kriz ve stres yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- ÖZGÜN, A. (2015). *Duygusal emek davranışının iş stresi üzerindeki etkisi: eğitim sektöründe bir uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İzmir.
- ÖZKAN, G. (2011). *Duygusal emek gerektiren mesleklerde örgütsel iletişim doyumunun duygusal emeğe bağlı iş doyumuna etkisi: Çağrı merkezlerinde bir uygulama örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- PARKER, D. F. & DECOTIIS, T. A. (1983). Organizational determinants of job stress. *Organizational Behavior and Human Performance*, 32(2), 160-177.
- PUGLIESI, K. (1999). The consequences of emotional labor: Effects on work stress, job satisfaction, and well-being. *Motivation and Emotion*, 23(2), 125-154.
- ROSS, R. R. & ALTMAYER, E. M. (1994). *Intervention in occupational stress: a handbook of counselling for stress at work*. Sage.
- SCHERMERHORN, J. R (1989). *Management for productivity*. New York: John Willey and Sons.
- SCHMIDT, K. H. & DIESTEL, S. (2014). Are emotional labour strategies by nurses associated with psychological costs? A cross-sectional survey. *International Journal of Nursing Studies*, 51(11), 1450-1461.
- SOHN, B. K., PARK, S. M., PARK, I. J., HWANG, J. Y., CHOI, J. S., LEE, J. Y., & JUNG, H. Y. (2018). The relationship between emotional labor and job stress among hospital workers. *Journal of Korean Medical Science*, 33(39), 1-10.
- THEODOSIUS, C. (2008). *Emotional labour in health care: The unmanaged heart of nursing*. Routledge.
- TOPRAK, L., SERÇEK, G. Ö., & KARAKAŞ, A. The relation between emotional labor job burnout and intention to turnover a research on travel agency workers. *Economy and Sociology*, (3), 47-57.
- TUTAR, H. (2014). *Örgütsel psikoloji*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- WEISS, H. M. & CROPANZANO, R. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behavior*, 18, 1-79.
- YANG, F. H. & CHANG, C. C. (2008). Emotional labour, job satisfaction and organizational commitment amongst clinical nurses: A Questionnaire Survey. *International Journal of Nursing Studies*, 45(6), 879-887.
- YAZICIOĞLU, Y. & ERDOĞAN, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık
- YİRİK, Ş., ÖREN, D., & EKICI, R. (2014). Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personelin örgütsel stres ve örgütsel tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkilerin demografik değişkenler bazında incelenmesi. *E-Journal of Yaşar University*, 6223-6234.
- YOON, S. L., & KIM, J. H. (2013). Job related stress, emotional labor, and depressive symptoms among Korean nurses. *Journal of Nursing Scholarship*, 45(2), 169-176.
- YÜKSEL, İ., (2003). İş stresi, işe bağlılık ve iş doyumunu arasındaki ilişkinin analizi: Teknisyenlere yönelik bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1-2). 213- 224.
- YÜRÜR, S. & ÜNLÜ, A. G. O. (2011). Duygusal emek, duygusal tükenme ve işten ayrılma niyeti ilişkisi. *The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(2).

Summary

Today, the products and services that organizations offer to their customers are more and more similar. This necessitates the customer-oriented activities of the organizations. In particular, the fact that customer-oriented work in the service sector provides a significant competitive advantage requires employers to emotionally spend their labor while performing the tasks assigned to them. Therefore, organizations that plan to achieve customer satisfaction at the highest level are now face with the process managing the emotional labor of the employees. In this direction, organizations have determined the rules of emotional representation that will arouse positive emotions with their customers and expect employees to follow these rules. Emotional labor is expressed as the intense effort of the employee to show the emotion that the employees do not feel but the organization expects from them.

On the other hand, employees' intense emotional labor sometimes leads to negative consequences. One of these results is job stress. Job stress is a condition that has positive and negative characteristics as a result of the interaction between employee and working conditions. In other words, organizations aiming competitive advantage are looking for more expectations from employees in order to meet the increasing customer satisfaction criteria. This situation causes job stress for the employees. In this context, emotional labor behavior is seen as an important factor affecting job stress.

When the literature is examined, it is seen that although there are many studies conducted with private sector that are related to the relationship between emotional labor and job stress, there are not many studies conducted for public institutions. Therefore, this study is thought to contribute to the literature on the subject, especially for the public sector. Therefore, the aim of this study is to reveal the relationship between emotional labor behaviors (surface acting, deep acting and naturally felt emotion) and job stress (time stress and anxiety stress) of municipal employees.

This study was conducted on 347 white-collar workers working in a district municipality in Istanbul in 2019 to examine the relationship between emotional labor and job stress.

The independent variable of the research was emotional labor consisting of surface acting, deep acting and naturally felt emotion. The dependent variable was job stress, which consists of time stress and anxiety stress dimensions.

In order to determine the relationship between emotional labor and job stress, the following hypothesis H_1 and the sub-hypothesis were established.

H_1 : There is a relationship between emotional labor and job stress.

H_{1a} : There is a relationship between the dimensions of emotional labor (surface acting, deep acting and naturally felt emotion) and job stress dimensions (stress of time and anxiety).

The scales used in the study were determined and validated after a detailed literature review. In this study, emotional labor scale was used. Emotional labor scale was developed by Diefendorff et al. (2005). And also in this study, the short form of the job stress scale was used. It was developed by Parker and Decotiis (1983).

The results of the study revealed that there is a positive and significant relationship between emotional labor and job stress. Thus, H_1 hypothesis is accepted. Additionally, there are positive and significant relationships between surface acting (one of the dimensions of emotional labor) and job stress and its dimensions which are time stress, anxiety stress respectively. However, deep acting and naturally felt emotions do not have significant relationships with job stress and its dimensions which are time stress and anxiety stress. Thus, H_{1a} hypothesis is partially accepted.

Yönetimde Duygusal Zekâ ve İşyeri Mutluluğu İlişkisi: Okul Yöneticileri Örneği*

Saffet KARAYAMAN**

Öz

Bu çalışmanın amacı, okul yöneticilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile onların işyeri mutlulukları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Okul yöneticisi olarak, okul müdür ve müdür yardımcıları ele alınmış ve İstanbul ili Avrupa yakası okulları evreninde anket uygulanmıştır. Anket, kişisel bilgiler formu, duygusal zekâ ölçeği ve işyeri mutluluğu olmak üzere üç kısımdan oluşmaktadır. Uygulanan ankete 404 okul yöneticisi katılmış ve elde edilen veriler SPSS programı yardımı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizlere göre, Okul yöneticilerini duygusal zekâ düzeyleri arttıkça, işyeri mutluluklarının da arttığı, yine tam tersi olarak duygusal zekâ düzeyleri düştükçe işyeri mutluluk düzeylerinin de düştüğü görülmüştür. Kendi duygularının veya başkalarının duygularının farkında olan, duygularını daha verimli kullanabilen, duygularını kontrol edip düzenleyebilen okul yöneticisinin işyeri mutluluğunun da artacağı beklenen bir sonuçtur. Yöneticilerin duygusal zekâ yeteneklerinin geliştirilmesi hem kendi işyeri mutluluklarına hem de tüm işyeri paydaşlarının işyeri mutluluklarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim, Okul Yöneticisi, Eğitim Yönetimi, Duygusal Zekâ, İşyeri Mutluluğu

Relationship between Emotional Intelligence and Workplace Happiness in Management: School Administrators Example

Abstract

The aim of this study is to determine whether there is a significant relationship between the emotional intelligence levels of school administrators and their workplace happiness. As a school administrator, school principals and assistant principals were discussed and a questionnaire was applied in the European side of Istanbul. The questionnaire consists of three parts: personal information form, emotional intelligence scale and workplace happiness. 404 school administrators participated in the survey and the data obtained were analyzed with the help of SPSS program. According to the analyzes,



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 16.08.2019

Kabul/Accepted: 12.11.2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusb.609054>

* Bu çalışma, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda 2019 yılında kabul edilen, Prof. Dr. Aydın BAŞBUĞ danışmanlığında yürütülen "Yönetimde Duygusal Zekâ, İşyeri Mutluluğu ve Etik Karar İlişkisi: Okul Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

** Dr., Okul Müdürü, İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü, E-posta; saffetkarayaman@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5624-4678>

it was seen that as the emotional intelligence levels of school administrators increased, workplace happiness increased, and vice versa, as the emotional intelligence levels decreased, workplace happiness levels decreased. It is expected that the workplace happiness of the school administrator who is aware of his / her own feelings or the feelings of others, can use his / her emotions more efficiently and control and regulate his / her emotions will also increase.

Keywords: Manager, School Management, Educational Management, Emotional Intelligence, Workplace Happiness

1. Giriş

En önemli yönetim meselesi, insanın kendini yönetmesi meselesidir. Kişiler arası ilişkilerden, toplumsal ilişkilere kadar, aile bireylerinin kendi aralarındaki ilişkilerinden iş yaşamındaki ilişkilere kadar, duyguları anlayabilme, onları kontrol edip yönetebilme, empati gibi kavramlar her geçen gün önemini daha da arttırmaktadır. Duygusal zekâ yeteneği düşük kişilerin, aile yaşamlarından işyeri hayatlarına, toplumsal ilişkilerinden fiziksel sağlık durumlarına kadar pek çok alanda sorunlarla karşılaşma olasılığının diğerlerine göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Duygusal zekâ kavramının; bireylerin hem kişisel hayatlarında hem de iş yaşamlarında kendilerini iyi ya da kötü hissettiren dinamikleri bilmelerini ve hayatlarını ona göre kurgulayabilmelerini ifade ettiği söylenebilir. Bu nedenle, kişinin hem özel hem de çalışma hayatında mutlu olabilmelerini etkileyen en önemli değişkenlerden birinin, onun duygusal zekâsıdır diyebiliriz. Özellikle işyeri mutluluğunu oluşturan iş tatmini, iş şevki, işe kenetlenme, işe adanma, örgütsel bağlılık gibi boyutları etkileyen en önemli faktörlerden biri kuşkusuz kişinin duygularını anlaması, diğer çalışanların duygularını anlaması, duygularını kontrol ve onları yönetebilme gücüdür.

Toplumların geleceğini şekillendiren en önemli unsurun eğitim olduğu bir gerçektir. Bu denli önemli bir kavram olan eğitim sürecinin yöneticisi aynı derecede önemlidir. Okul yöneticisinin duygusal zekâsı ve onun çalıştığı işyerinden mutluluk duyması, eğitim faaliyetlerinin amacına ulaşmasında doğrudan etkili olacaktır. Okul yöneticisinin duygusal zekâ düzeyi ile işyeri mutluluğu seviyesi arasında bir ilişkinin olduğu düşünülmektedir. Yöneticinin işyeri mutluluğunun, verdiği kararlarına da etkisinin olacağı söylenebilir. Yüksek duygusal zekâyâ sahip kişilerin, kendi duygularını tanıyan, ne istediğini bilen, güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olan ve duygularını yöneterek daha sağlıklı kararlar verebilen bireyler oldukları düşünülmektedir. Dolayısıyla yöneticilerin, en doğru kararı verebilmek için, büyük ölçüde duygusal zekâlarından faydalanmaktadır. Buna göre duygusal zekâyâ sahip bir bireyin, duygularını tanıyan ve kontrol edebilen, başkalarıyla empati kurabilen zorluklarla karşılaştığında duygusal yeteneklerinden faydalanarak bu süreci idare edebilen bir kişi olması beklenmektedir. Bu yeteneklere sahip bireyin özel hayatında ve iş yaşamında mutluluğu yakalamada daha avantajlı olacağı değerlendirilmektedir.

1.1. Amaç ve Kapsam

Okullar, toplumu oluşturan tüm bireylerin hayatlarında ortak bir süreci yaşadıkları çok önemli kurumlardır. Bu kurumların yöneticilerinin sevk ve idare ettikleri okul organizasyonlarına kattıkları manevi değer çok kıymetlidir. Onların işyeri mutluluklarının buldukları tüm okula yansımaları tartışılmaz bir gerçektir. Yine okul yöneticisinin tüm uğraşısının özünde insan ilişkileri vardır. İnsan ilişkilerini doğru ve başarılı yönetmenin temelinde ise duygusal zekâ yeteneği vardır. İşyeri mutluluğu ve

duygusal zekâ ilişkisini incelemek, bu iki önemli konuyu irdelemek, toplumu oluşturan her bireye pozitif anlamda ulaşabilmenin anahtarı niteliğindedir. Bu çalışmada okul yöneticilerin duygusal Zekâ düzeyleri ile işyeri mutluluğu düzeyleri arasındaki ilişki, niceliksel bir yöntemle incelenmiştir. Katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu yaş, yöneticilik süresi gibi demografik bilgilerin yanında; çalışılan okulun türü, öğretim şekli gibi değişkenlerine göre duygusal zekâ, işyeri mutluluğu ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Tek başına bilişsel zekâ, gündelik hayattaki problemleri çözmek için yeterli değildir. Örneğin, tehlike arz eden durumlarda, zorluklarla mücadele etmede, eş seçme ve aile kurmada, acı ve kayıplarda, bazı sosyal ilişkilerde bilişsel zekâ tek başına etkin sonuç vermez. Böyle durumlarda duygusal zekâyı ihtiyaç vardır. Çünkü duygular insanları belirli durumlarla belirli şekillerde hareket etme konusunda insanları yönlendirir. Güçlüklerle karşı karşıya geldiklerinde nasıl davranacakları konusunda fikir verir. Bunun için duyguları tanımak ve onları anlamak gereklidir. İşletmelerde, eğitim kurumlarında duygusal zekânın önemine gün geçtikçe daha fazla dikkat çekilmektedir. Tüm bu nedenlerden ötürü, duygusal zekânın organizasyonlar üzerinde etkisi son yılların en çok merak uyandıran konularından biri olmuştur. Yönetim ve organizasyon biliminin tarihsel gelişim sürecine bakıldığında, insanı bir makine gibi gören iş ve görev odaklı bir anlayıştan, çalışanı her şeyden önce duygu ve düşünceleri olan bir insan olduğu anlayışına ulaşıldığı görülmektedir. Modern örgütler, amaçlarına ulaşmada en önemli hususun çalışanı motive etmek, işi sahiplenmesini sağlamak ve onun duygu ve düşüncelerini dikkate almak olduğunu keşfetmişlerdir. Çalışan insanın işyeri mutluluğu belki de kurumun başarısında en önemli unsurdur.

Mutluluk hazzı için aşırı hırs sahibi yöneticinin, bulunduğu kuruma zarar verebileceği değerlendirilmektedir. "*Mutlu olmaya çabalamak sizi mutsuz kılabilir. İnat ve ısrarla mutluluk aramak kişiyi öz yıkıma götürüyor*" (<https://odatv4.com/mutsuz-insanteroru-14071918.html>, Erişim T:16.07.2019). Kişinin kendisini tanımasıyla, diğer bir ifadeyle duygusal zekâsıyla bu tehlike bertaraf edilebilir. Bu araştırma, duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu ve arasındaki ilişkiyi inceleyerek, yönetim ve organizasyon bilimine katkı yapacaktır. Literatür incelendiğinde duygusal zekâ, işyeri mutluluğu ve değişkenlerinin birlikte ele alınıp incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kavramları ayrı ayrı ele alınıp incelendiği çalışmalar var olup, eğitim kurumları üzerinden gerçekleştirilmiş çalışmalar sınırlı sayıdadır. Tüm bunlarla birlikte, araştırmacının yıllarca eğitim yöneticiliğinin her kademesinde ve çeşitli okul türlerinde çalışmış olması, alana hâkimiyet, teori ve uygulamanın birleştirilmesi ve verilerin toplanması ve anlamlandırılmasında önemli katkı sağladığı düşünülmektedir. Uygulamanın içindeki araştırmacıların daha verimli sonuçlar elde ettikleri ve bu tür çalışmaların daha değerli olabileceğine dikkat çekilmektedir (Karagül, 2018, s.12). Eldeki bu çalışma;

1-Yöneticinin duygusal zekâ düzeyi ile onun işyeri mutluluğu ve alt boyutları ile arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı,

2-Yöneticinin duygularını tanıma yeteneğinin onun işyeri mutluluğu ve alt boyutları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı

3-Yöneticinin başkalarının duygularını farkında olabilme yeteneğinin onun işyeri mutluluğu ve alt boyutları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı

4-Yine yöneticinin duygularının kullanımı ve duygularını düzenleyebilme yeteneği ile onun işyeri mutluluğu ve alt boyutları ile bir ilişkisinin olup olmadığını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Eldeki bu çalışmanın; Yöneticinin duygusal zekâ ve işyeri mutluluğunun önem düzeyinin anlaşılmasına; Okul yönetici seçimi ve yetiştirilmesinde duygusal zekâ kavramının dikkate alınmasına; Okul yöneticiliği faaliyetlerinde, bahsedilen değişkenler

hakkında farkındalık sağlayarak yönetimde kalitenin arttırılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.2. Kuramsal Arka Plan

Çalışmanın kuramsal çerçevesini, duygusal zekâ ve işyeri mutluluğu kavramları oluşturmaktadır. Öncelikle duygusal zekâ kavramı üzerinde durulacak, ardından ise işyeri mutluluğu kavramı ele alınıp incelenecektir.

1.2.1. Duygusal Zekâ Kavramı

Duygusal Zekâ, psikoloji ve diğer sosyal bilim dallarında en çok ilgi çeken ve yoğun olarak araştırılan bir kavramdır. 1995 yılında Daniel Goleman tarafından yayınlanan ve çok ses getiren "Duygusal Zekâ" adlı kitap (Goleman, 2017a, s.6), yoğun ilgi çekmiş ve zekâ alanındaki çalışmalara yeni bir kapı açmıştır. Goleman bu kitabında, bilişsel zekânın tek başına yeterli olmadığını, bununla birlikte duygusal zekânın da çok önemli olduğunu, kişilerin aile ve sosyal yaşantısını hatta sağlık ilişkilerini de direkt olarak etkilediğini ortaya koymuştur. Goleman'ın ortaya attığı bu yeni kavram, bu zamana kadar yalnızca bilişsel zekâyı temel zekâ türü varsayarak araştırma yapan, bilim insanlarının Zekâ kavramına bakışlarını değiştirmiştir. Böylece zekâ araştırmalarında yeni bir akımı başlatmıştır (Epstein, 1998, s.164).

Daniel Goleman'ın, 1995 yılında yazdığı "Duygusal Zekâ" isimli ve 1998 yılında yazdığı "İşbaşında Duygusal Zekâ" isimli kitaplar dünya çapında çok ilgi görmüş ve duygusal zekâ kavramının akademik anlamda da daha çok tanınması ve çalışılmasına yardımcı olmuştur. Psikoloji literatüründe duygusal zekâyı tanımlayan onlarca açıklama olduğu görülmektedir. Bunlardan en önemlilerinden biri yine David Goleman'a aittir. Ona göre duygusal zekâ, "kendini harekete geçirebilme, aksiliklere rağmen yoluna devam edebilme, dürtüleri kontrol ederek tatmini erteleyebilme, ruh halini düzenleyebilme, sıkıntıların düşünmeyi engellemesine izin vermeme, kendisini başkalarının yerine koyabilme" şeklinde açıklanmaktadır. Kişinin duygularını tanıması, onları kontrol edebilmesi, kendini motive edebilmesi ve empati yapabilmesinin önemli vurgulamaktadır. Örneğin, öfke negatif bir duygudur ve insanlara rahatsızlık verir. Öfke duygusuyla baş etmenin diğer bir yolu ise, daha çok öfkelenmeye sebep olabilecek başka faktörlerin olduğu ortamlardan uzak durmaktır. Örneğin, negatif bir olay yaşandığı zaman o ortamdan uzaklaşmak, öfke uyandıran kişilerden, sakinleşene kadar uzak kalmak, başka şeylerle ilgilenmek öfke duygusunu hafifletecektir. (Goleman, 2017'a, s.124) İşin bu boyutu duyguları kontrol edebilme becerisi ile ilgilidir.

Diğer önemli duygusal zekâ tanımı, ilk duygusal zekâ modelini oluşturan araştırmacılar, Mayer ve Salovey'in (Salovey & Mayer, 1990, s.185-211) tanımıdır. Onlar duygusal zekâyı, "bireyin kendisinin ve diğerlerinin hislerini ve duygularını izleme, bunlar arasında ayırım yapma ve bu süreçten elde ettiği bilgiyi, düşünce ve davranışlarında kullanabilme yeteneğiyle ilgili olan sosyal zekânın bir alt formudur" şeklinde tanımlamışlardır. Mayer ve Salovey, duygusal zekâyı, duyguyu algılamak, anlamak, ifade etmek, düşünce ve duyguyu kaynaştırabilmek, duyguyu analiz etmek ve kontrol etmek kabiliyetleri ile tanımlanmaktadır. İlk duygusal zekâ ölçeğini geliştiren Reuven Bar-On (Bar-On, 1997) ise duygusal zekâyı, "Bilişsel Olmayan Zekâ" (noncognitive intelligence) olarak tanımamış ve "bireyin çevresinden gelen baskı ve taleplerle başarılı şekilde baş edebilmesinde bireye yardımcı olacak, kişisel, duygusal, sosyal yetkinlik ve beceriler dizini" olarak açıklamıştır. Diğer bir önemli duygusal zekâ tanımı ise Cooper ve Sawaf'a (Cooper & Sawaf, 2003, s.12) aittir. Yazdıkları "Liderlikte Duygusal Zekâ" adlı eserde, organizasyon ve yönetim alanlarında duygusal zekânın etkin kullanımını ve duygusal

zekâ-liderlik ilişkisini ele almaktadırlar. Onlar duygusal zekâyı, "duyguların gücünü ve hızlı algılayışını, insan enerjisi, bilgisi, ilişkileri ve etkisinin bir kaynağı olarak duyumsama, anlama ve etkin bir biçimde kullanma yeteneğidir" şeklinde tanımlamışlardır.

Farklı duygusal zekâ tanımlarından da anlaşılacağı gibi, duygusal zekâ, kişinin kendisi ve çevresiyle ilgili davranışlarını etkileyen, kişinin kendini tanıma, motive edebilme, kontrol edebilme, duygularındaki farklılıkları anlayabilme ve kontrol edebilme, isteklerini erteleyebilme, diğer bireylerin duygularını anlayabilme, onlara anlayış gösterebilme, onlarla etkili ilişkiler kurma ve sürdürülebilir kabiliyetlerini içerir. Bunlar öğrenilebilen sosyal ve psikolojik becerilerdir ve bunların yardımıyla kişiler hayattaki doyum ve başarısını üst düzeylere çıkarabilir. Araştırmacılar, bilişsel zekânın (IQ) doğuştan geldiğini, ancak duygusal zekânın her yaşta geliştirilebileceğini göstermişlerdir. Bu sebeple duygusal zekâ çok önemlidir (Doğan & Şahin 2007, s.231-252). O halde, insanların zekâyı attığı anlamların tümünü kapsayan bir tanım yapmak gerekirse; kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını anlayarak, sosyal çevresinden gelen etkilerle baş edebilme ve bu sosyal çevreyi de etkileyebilme yeteneğidir diyebiliriz.

1.2.2. İşyeri Mutluluğu Kavramı

Çalışanların mutlulukları, kurumların gelecekları açısından son derece önem taşımaktadır. Çalışanları neyin mutsuz ettiğini bulup düzeltmekle birlikte, onları gerçek anlamda neyin mutlu ettiğini keşfetmek de organizasyonun sürdürülebilirliği için önemli bir nokta olacaktır. Bundan dolayı, iyi iş ilişkileri kurabilen, insanların hayatlarında bir fark oluşturabilen, organizasyona değer katabilen ve organizasyon paydaşları tarafından takdir edilen çalışanlar; daha fazla içten çalışacaklar ve işyeri mutlulukları da artacaktır. Ayrıca, mutlu çalışanlar organizasyonun temsilcileri olarak, sadece kurumlarını rekabet ortamında temsil etmekle kalmayıp, organizasyonun dışına gönderecekleri pozitif mesajlarla, kurumun dışarıda sergilenen itibarını da yücelteceği söylenebilir. Öte yandan mutsuz insan, çevresini de mutsuz edecektir. Okul yöneticisi konumundaki kişilerin işyerindeki mutsuzlukları; toplumu oluşturan her bireyin hayatının önemli bir bölümünü geçirdiği ve hayatla ilgili en temel bilgi ve davranışları kazandığı okul ortamına da yansiyacaktır.

Artan rekabet ortamının kendini iyice gösterdiği günümüzde, örgütler başarıya ulaşabilmek için çalışanlarının mutluluğunu arttırmaya çaba göstermektedirler. İşletmelerde kişinin mutluluğu, yaptığı işe de yansımaktadır. Yaptığı işten mutluluk duyan birinin bu mutluluğu hem sosyal hem de toplumsal hayatına yansımaktadır. İnsan günlük yaşamının büyük bir kısmını işinde geçirmektedirler. İşyerinde mutlu olan bireyler, paydaşı oldukları organizasyona çeşitli boyutlarda katkı sunarlar. Örneğin, iş kadını Leyla Alaton iş yerinde mutluluğu şu sözlerle ifade etmektedir: "*Aktif hayatımızın yüzde seksenini geçirdiğimiz yerde mutlu olmamak günah olur. Kendimize yapabileceğimiz en büyük kötülük, idare ettiğimiz ama bir türlü mutlu olamadığımız, kendimizi güvende hissettiğimizi zannettiğimiz ama hayatımızı yutan konfor alanlarından çıkamadan kaderimize razı oluvermek. İşyerinde mutlu olmak bir lüks değil, en doğal hakkımızdır. Yine Merhum İş adamı Sakıp Sabancı, "Herkes kendi işini severse, mutlu bir toplum yaratılır."* diyerek işyeri mutluluğunun ne denli kapsayıcı olduğunu ifade etmiştir. (Nazlı, 2015, s.49). Mutluluk, bireylerin pozitif duygu durumlarını yansıtan bir kavramdır. Bu kavramın bireyin hayatında önemli bir yer tutan iş yaşamında da çok önemli bir yeri vardır. İş yaşamının bireyin günlük yaşamında önemli bir yer tuttuğundan hareketle, işyeri mutluluğu konusunun incelenmesi daha da önem arz etmektedir. İşte mutluluğun bireyin iş dışındaki yaşamına taşıdığı dikkate alınır, genel yaşamındaki mutluluğa da etki ettiğini

söylemek mümkündür (Keser, 2018, s.43-57). Bu nedenle işyeri mutluluğu kavramı üzerinde çalışılması önem kazanmaktadır.

İşyeri mutluluğu kavramını, genel manada mutluluk kavramından ayırmak gerekir. İşyeri ortamında belirli kurallar, yetki ve sorumluluklar bulunmaktadır. Bu kuralların esnemesi, tartışılması ciddi sorunları beraberinde getirmesi muhtemeldir. İşyeri mutluluğu arayışı, bu temel öğelerden taviz verilmesi anlamına gelmemektedir. Örneğin dersin başladığı saatte sınıfa girmeyen bir öğretmen, sınıf içerisinde başka sınıftakilere neden olmaktadır. Bu öğretmenin uyarılması işyeri mutluluğu düzeyinin düşmesi sonucunu mu doğurmaktadır? İşyeri mutluluğu kavramını açıklarken, çalışanın o işyerinde varlık nedeni olan standart beklenti, kural ve görev tanımlarının belirli bir düzeyde ve çalışan tarafından özümsemiş olması, bunların tartışılma alanı dışında bulundurulması temel nokta olarak ele alınmalıdır. Yapılan araştırmalarda, ölçek geliştirme uygulamalarında bu noktaya vurgu yapılmalıdır.

2. Yöntem

Bu çalışma genel olarak nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. İlişkisel tarama modeli, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan incelemedir (Köse, 2014, s.110-123). Araştırma evrenin büyüklüğü, zaman ve maliyet gibi faktörler göz önüne alındığında, bu yöntemin daha faydacı olduğu görülmektedir.

2.1. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini İstanbul ili Avrupa yakasındaki resmi ve özel okullarda görev yapan okul yöneticileri oluşturmaktadır. Okul yöneticisi, okul müdürleri ve okul müdür yardımcılardır. Araştırmada erişebilen evrene ulaşılarak veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü yayınladığı 2016-2017 yılı resmi istatistik bilgilerine* göre İstanbul Avrupa yakasındaki 25 ilçede resmi ve özel olmak üzere, ilkokul ortaokul ve lise sayıları 2059 olarak verilmiştir. Bu okulların 631 tanesi ilkokul, 517 tanesi ortaokul ve 411'i lise türündeki okullardır. İlgili okullarda, müdür ve müdür yardımcılardan oluşan toplam yönetici sayısı 5807'dir. Anaokulları, bilim sanat merkezleri, öğretmenevleri, rehberlik araştırma merkezleri yöneticileri araştırmaya dâhil edilmemişlerdir.

Evrenimizdeki okul yöneticilerinden veri toplama araçlarını dolduranlar ise araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde basit tesadüfî örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Basit tesadüfî örnekleme yöntemine göre, evreni oluşturan her elemanın çalışmaya katılma şansı eşittir. Dolayısıyla her bireye verilen istatistiksel değer aynıdır (Arıkan, 2004, s.141). Bu örnekleme yönteminin kullanılabilmesi için ele alınan problemlerle ilgili bilgilerin evrene göre benzeşik (homojen) olması gerekir (İslamoğlu, 2003, s.147). Mevcut çalışmada evrende yer alan tüm okulların görev tanımları, temel standartları, yönetici seçim süreçleri aynı olduğundan, basit tesadüfî örnekleme yönteminin en uygun yöntem olduğu söylenebilir. Veri toplama araçları, evrendeki tüm okul yöneticilerine elektronik ortamda yollanmış, ulaşılabilir konumdaki okullara araştırmacı tarafından gidilerek çalışmaya katılımın artırılması sağlanmıştır. Gönüllülük esasına bağlı kalınarak araştırmaya katılmak isteyip

* İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü, Strateji Geliştirme Bölümü. *2016/2017 İstatistik Verileri*. İstanbul: İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü, 2017.

veri toplama araçlarını tamamlayanlar dikkate alınmıştır. Anketleri tam olarak dolduran 404 okul yöneticisine ait veriler analize sokulmuştur.

Araştırmacı, mesleği gereği eğitim kurumlarında çalışmakta, yıllardır okul yöneticiliği yapmaktadır. Dolayısıyla bu alanda geniş bir bilgi, deneyim ve yorum gücüne sahiptir. Bu açıdan bakıldığında da belirtilen alan, evren ve örnekleme çalışmanın daha etkili ve faydalı olduğu düşünülmüştür. Belirtilen nedenlerle bu çalışmanın literatüre önemli katkılar sunması beklenmektedir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, katılımcının demografik özelliklerini içermektedir. Demografik özellikler formunda, Katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu yaş, yöneticilik süresi, bulunduğu okulun seviyesi ve yine bulunduğu okulun ikili eğitim olup olmadığına ilişkin sorular yer almaktadır. Anketin diğer iki kısmı, duygusal zekâ ölçeği ve işyeri mutluluğu ölçeğinden oluşmaktadır. Kullanılan ölçeklere ilişkin genel bilgiler ve neden bu ölçeklerin seçildiği açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.1. Duygusal Zekâ Ölçeği

Duygusal Zekâ kavramının tüm boyutlarını kapsayan Wong ve Law'un geliştirdiği 16 maddelik Duygusal Zekâ Ölçeği araştırmacılar tarafından ilgi görmektedir (İlgin, 2010, s.175). Bu çalışmada Wong ve Law tarafından geliştirilen bu "Duygusal Zekâ Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek, Sudak (Sudak, 2011, s.49) tarafından 2011 yılında, doktora tezi bünyesinde Türkçeye uyarlanmış ve geliştirilmiştir. Sudak tarafından, akademisyenlerin duygusal zekâ düzeyini ölçmek için uygulanan ölçek, 16 sorulu, beşli likert tipinde, dört alt boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçeğin kullanılmasının sebebi, eldeki bu çalışmada tasarlanan modeli ve bu modelin bileşenlerini iyi karşılıyor olması, geliştirildiği ve Türkçeye uyarlandığı çalışmada güvenilirliğinin yüksek çıkması ($\alpha=0.91$) ve bireysel değerlendirmeye uygunluğudur (İlgin, 2010, s.174). Ölçeğin alt boyutları ve bu boyutları ölçen anket maddeleri ile ölçeğin güvenilirlik analizini içeren Cronbach Alpha, ortalama ve standart sapma değerleri Tablo-1'de gösterilmiştir.

Duygusal Zekâ Ölçeği Alt Boyutları	İlişkili maddeler	Cronbach's Alpha	\bar{X}	S.s
Kendi duygularının farkında olma (DFO)	Madde 1,2,3,4	0.90	17.51	2.51
Başkalarının duygularının farkında olma (BDFO)	Madde 5,6,7,8	0.81	17.16	2.31
Duygu kullanımı (DUD)	Madde 9,10,11,12	0.88	16.63	2.58
Duygu düzenlemesi (DUK)	Madde 13,14,15,16	0.80	15.53	2.84

Tablo-1: Duygusal Zekâ Ölçeği Alt Boyutları Madde Dağılımı ve Güvenilirlik Analizi.

Ölçeğin ilk dört maddesi bireysel duygusal değerlendirme boyutunu, ikinci dört maddesi başkalarının duygularını değerlendirme boyutunu, üçüncü dördüncü maddesi duyguları ayarlama boyutunu ve dördüncü dört maddesi de duyguları kullanma boyutunu temsil etmektedir. Ölçeğin her bir boyutun maddelerinin güvenilirliğini temsil eden Cronbach alfa değerleri sırasıyla 0.90; 0.81; 0.88 ve 0.80 olarak bulunmuştur. Duygusal

zekâ ölçeği genel güvenilirlik düzeyi 0.90 olarak bulunmuştur. Ölçek, kesinlikle katılmıyorum "1" puan en düşük derece, kesinlikle katılıyorum "5" puan en yüksek dereceyi ifade eden 5'li likert tipinde olup, soruların tamamı olumludur. Kesinlikle katılıyorum cevabı (5), ölçekte aranan duygusal zekâ düzeyinin en yüksek olduğunu, kesinlikle katılmıyorum (1) duygusal zekâ düzeyinin en düşük olduğu düzeyi ifade etmektedir. Ölçekten elde edilen puanların yüksekliği, duygusal zekâ seviyesi ile doğru orantılıdır. Yani ölçekten elde edilen puan ne kadar yüksekse, duygusal zekâ seviyesi de o oranda yüksektir. Araştırmanın bulgular bölümünde duygusal zekâ düzeyinin yüksekliği ile değişken ilişkileri ve hipotezler incelenmiştir.

2.2.2. İşyeri Mutluluğu Ölçeği

Araştırmada, okul yöneticilerinin işyeri mutluluğunu ölçmek için, Nazlı'nın "Hizmet Sektöründe Kurumsal Yönetimin İşte Mutluluk Üzerine Etkisi" isimli Doktora tezinde geliştirdiği İşyeri Mutluluğu Ölçeği kullanılmıştır (Nazlı, 2015, s.81). Ölçek, turizm işletmelerinde çalışanların işyeri mutluluğunu ölçmek için kullanılmıştır. Nazlı doktora tezinde, işyeri mutluluğu ölçeğini oluştururken; Allen ve Meyer'in (Allen & Meyer, 1990, s.1-18) örgütsel bağlılık ölçeği Karatepe ve Olugbade'nin (Karatepe & Olugbade, 2009, s.504-512) işe kenetlenme (iş şevki, işi özümseme ve işe adanma) ölçeği ile Hackman ve Oldham'ın (Hackman & Oldham, 1980, s.78-80) iş tatmini ölçeğini birleştirmiştir. Nazlı, ölçeğin güvenilirliğini temsil eden Cronbach alfa değerini 0.90 olarak belirlemiştir (Nazlı, 2015, s.82).

Eldeki çalışma için kullanılan bu ölçek, okul yöneticileri için özüne sadık kalınarak güncelleştirilip şu şekilde uyarlanmıştır: "İşim bana güvenliğimi sağlar" sorusunun amaca hizmet etmediği düşünüldüğünden, "İşyerimde rekabet etme fırsatı vardır" sorusu, yöneticinin aynı işyerinde rekabet edeceği düzeyde yeterince birim bulunmadığından, "İşimdeki gözetimin ve denetimin kalitesi iyidir" sorusu ise, denetim ve gözetimi yapanın da okul yöneticisinin kendisi olması gerekçesiyle ölçekten çıkarılmıştır. "Bana göre işim zorludur" sorusu, anlamını sabitlemek için "Yaptığım iş aslında zor bir iştir" şeklinde düzenlenmiştir. Ölçekte kodlanan "ne katılıyorum ne katılmıyorum" cevabı ise "kararsızım" olarak değiştirilmiştir.

Ölçek, 35 sorulu, beşli likert tipinde, 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin alt boyutları ve bu boyutları ölçek anket maddeleri ile ölçeğin güvenilirlik analizini içeren Cronbach Alpha, ortalama ve standart sapma değerleri Tablo-2'de gösterilmiştir.

İşyeri Mutluluğu Ölçeği Boyutları	İlişkili maddeler	Cronbach's Alpha	\bar{X}	S.s
Örgütsel bağlılık (ÖRB)	Madde 1,2,3,4,5,6,7,8	0.92	31.26	4.96
İş şevki (İŞŞ)	Madde 9,10,11,12,13,14	0.82	25.60	3.92
İş özümsenme (İŞÖ)	Madde 15,16,17,18,19	0.91	18.75	3.78
İşe adanma (İŞA)	Madde 20,21,22,23,24	0.79	22.07	2.71
İş tatmini (İŞT)	Madde 25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35	0.76	40.69	7.38
		0.87		

Tablo-2: İşyeri Mutluluğu Ölçeği Boyutları ve Madde Dağılımı

Ölçeğin ilk sekiz maddesi örgütsel bağlılık boyutunu, sonraki altı maddesi iş şevki boyutunu, devamındaki beş maddesi işe adanma boyutunu, son on madde ise iş tatmini

boyutunu temsil etmektedir. İşyeri mutluluğu ölçeği genel güvenilirlik düzeyi 0.92 olarak bulunmuştur. Ölçeğin ÖRB alt boyutu güvenilirlik düzeyi 0.82; İŞŞ boyutu güvenilirlik düzeyi 0.91; İŞÖ boyutu güvenilirlik düzeyi 0.79; alınan İŞA boyutu güvenilirlik düzeyi 0.76; alınan şans eseri İŞT boyutu güvenilirlik düzeyi 0.87 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu verilere göre, ölçeğin güvenilirlik düzeyinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

3. Bulgular

Öncelikle, Araştırmaya katılan okul yöneticilerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular ortaya çıkarılmıştır. Ardından, okul yöneticilerinin duygusal zekâ ölçeği alt boyutları ile işyeri mutluluğu ölçeğinden alınan puanlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını anlamak için testlerden alınan puan ortalamaları korelasyon analizi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular önce duygusal zekâ alt boyutlarının genel manada işyeri mutluluğu ilişkisi ortaya çıkarılmıştır. Ardından da İşyeri mutluluğu alt boyutlarının genel manada duygusal zekâ arasındaki ilişki incelenmiş ve analiz edilmiştir.

3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

İstanbul Avrupa yakasındaki okul yöneticileri üzerinde yürütülen bu çalışmaya, 98 (%24.2) kadın, 306 (%75.7) erkek olmak üzere toplam 404 okul yöneticisi katılmıştır. Katılımcıların 300 (%74.2)'ü evli iken, 104 (%25.7)'ü bekârdır. 50 katılımcı (%12.3) 20-30 yaş aralığında, 165 katılımcı (%40.8) 31-40 yaş aralığında, 129 katılımcı (%31.9) 41-50 yaş aralığında ve 60 katılımcı (%14.8) ise 51 yaş ve üstü aralığındadır. Okul yöneticilerin eğitim durumlarına bakıldığında, 248 kişinin (%61.4) lisans mezunu, diğer 156 kişinin (%36.6) ise lisansüstü eğitim aldığı görülmüştür. Okul yöneticilerinin görev yaptıkları okulların türlerine bakıldığında 226'sının (%55.9) ilkökulda, 89'unun (%22) ortaokulda, 89'unun (%22) ise lisede görev yapmaktadır. Ayrıca okul yöneticilerinin 316'sı (%78.2) ikili eğitim yapan okullarda, kalan 88'i (%21.7) ise teklî/normal eğitim yapan okullarda görev yapmaktadırlar.

3.2. Duygusal Zekâ Ölçeği Alt Boyutları ile İşyeri Mutluluğuna İlişkin Bulgular ve Analizi

Elde edilen veriler SPSS programı yardımı ile analiz edilmiş ve okul yöneticilerinin duygusal zekâ ölçeği alt boyutları ile işyeri mutluluğuna ilişkin bulgular ve analizi tablo 3 de gösterilmiştir.

	\bar{x}	S.s.	DFO	BDFO	DUK	DUD	ÖRB	İŞŞ	İŞÖ	İŞA	İŞT
DFO	17.51	2.51	1	0.50**	0.57**	0.34**	0.32**	0.52**	0.31**	0.22*	0.05
BDFO	17.16	2.31	0.50**	1	0.41**	0.42**	0.45**	0.53**	0.36**	0.39**	0.20*
DUK	16.63	2.58	0.57**	0.41**	1	0.54**	0.41**	0.63**	0.45**	0.35**	0.25**

DUD	15.53	2.84	0.34**	0.42**	0.54**	1	0.38**	0.57**	0.42**	0.36**	0.36**
ÖRB	31.26	4.96	0.32**	0.45**	0.41**	0.38**	1	0.58**	0.48**	0.46**	0.46**
İŞŞ	25.60	3.92	0.52**	0.53**	0.63**	0.57**	0.55**	1	0.61**	0.51**	0.36**
İŞÖ	18.75	3.78	0.31**	0.36**	0.45**	0.42**	0.48**	0.61**	1	0.52**	0.43**
İŞA	22.07	2.71	0.22**	0.39**	0.35**	0.36**	0.46**	0.51**	0.52**	1	0.38**
İŞT	40.69	7.38	0.05	0.20*	0.25**	0.36**	0.46**	0.36**	0.43**	0.38**	1

Tablo-3: Duygusal Zekâ Ölçeği Alt Boyutları ile İşyeri Mutluluğu Puan Ortalamalarına Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo-3’de okul yöneticilerinin duygusal zekâ ölçeğinin DFO alt boyutu ile; işyeri mutluluğu alt boyutlarından, örgütsel bağlılık (ÖRB) alt boyutu arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.32$; $p<0.01$), iş şevki (İŞŞ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.52$; $p<0.01$), işi özümseme (İŞÖ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.31$; $p<0.01$), işe adanma (İŞA) alt boyutuyla anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.22$; $p<0.01$) bulunmuştur. Öte yandan, DFO ile iş tatmini (İŞT) alt boyutu ile anlamlı bir korelasyon bulunmamıştır ($r=0.05$; $p<0.01$). Okul yöneticilerinin duygusal zekâ ölçeğinin BDFO alt boyutu ile; işyeri mutluluğu alt boyutlarından, örgütsel bağlılık (ÖRB) alt boyutu arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.45$; $p<0.01$), iş şevki (İŞŞ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.53$; $p<0.01$), işi özümseme (İŞÖ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.36$; $p<0.01$), işe adanma (İŞA) alt boyutuyla anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.39$; $p<0.01$), iş tatmini (İŞT) alt boyutu ile de anlamlı pozitif bir korelasyon bulunmamıştır ($r=0.20$; $p<0.01$). Okul yöneticilerinin duygusal zekâ ölçeğinin DUK alt boyutu ile; işyeri mutluluğu alt boyutlarından, örgütsel bağlılık (ÖRB) alt boyutu arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.41$; $p<0.01$), iş şevki (İŞŞ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.63$; $p<0.01$), işi özümseme (İŞÖ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.45$; $p<0.01$), işe adanma (İŞA) alt boyutuyla anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.35$; $p<0.01$), iş tatmini (İŞT) alt boyutu ile de anlamlı pozitif bir korelasyon bulunmamıştır ($r=0.25$; $p<0.01$). Okul yöneticilerinin duygusal zekâ ölçeğinin DUD alt boyutu ile; işyeri mutluluğu alt boyutlarından, örgütsel bağlılık (ÖRB) alt boyutu arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.38$; $p<0.01$), iş şevki (İŞŞ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.57$; $p<0.01$), işi özümseme (İŞÖ) alt boyutu ile arasında anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.42$; $p<0.01$), işe adanma (İŞA) alt boyutuyla anlamlı pozitif bir korelasyon ($r=0.36$; $p<0.01$), iş tatmini (İŞT) alt boyutu ile de anlamlı pozitif bir korelasyon bulunmamıştır ($r=0.36$; $p<0.01$).

Okul yöneticilerinin duygularının farkında olma düzeyleri ile işyeri mutluluğu düzeyleri arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Kişinin kendi duygularını tanıması ve anlamasının, işyeri mutluluğu algısını da pozitif yönde etkiliyor olması olası bir sonuçtur. Yapılan bilimsel çalışmalar, duygusal zekâ ile psikolojik iyi olma akıl/ruh sağlığı ve yaşam

doymu arasında pozitif yönde ilişki olduğunu belirtmektedirler (Neçare, 2017, s.137). Araştırma bulgularını destekler nitelikte başka çalışmalar da mevcuttur. Sudak tarafından, akademik personel üzerinde yapılan çalışmada duygusal zekâ düzeyi ile işyeri mutluluğu arasında güçlü bir ilişki olduğu bulunmuştur (Sudak, 2011, s.82). Literatürdeki diğer çalışmalar da bu durumu destekler niteliktedir. Örneğin Wong ve Lav, yaptıkları çalışmada, duygusal zekâ arttıkça, işyeri mutluluğunun da arttığını kanıtlamışlardır (Wong & Law, 2002, s.243-274). Okul yöneticilerinin duygusal zekâ bileşenlerinden duygularının farkında olma boyutu ile işyeri mutluluğu alt boyutlarından sırasıyla; iş şevkinin de arttığı, örgütsel bağlılıklarının da arttığı ve işini daha fazla özümsemişti bulunmuştur. Bunların yanında, yöneticinin duygularının farkında olma becerisi yükseldikçe, işinden daha fazla tatmin düzeyine ulaştığı saptanmıştır. Bireyin duyguları, sosyal yaşamı olduğu kadar iş hayatını da önemli ölçüde etkilemektedir. Duygusal zekâ bileşenleri içinden duygularını iyi tanıyan, duygularının olayları nasıl etkilediğinin farkında olan ve onları etkili biçimde kullanabilen bireyler, çalışma yaşamalarında daha başarılı olabilmektedir (Demir, 2009, s.189). Çünkü kişinin tüm bu duygusal süreçlerini yasama biçimi onun duygusal zekâsını oluşturmaktadır. Bu nedenle duygularını tanıyan yöneticilerin daha kolay iş doymu sağlaması beklenmektedir.

Okul yöneticisinin başkalarının duygularının farkında olma düzeyi ile işyeri mutluluğu düzeyi arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başkalarının duygularının farkında olma, onları anlama, ayırt edebilme ve çözümleyebilme yeteneği yüksek olan okul yöneticisinin, işyeri mutluluğu düzeyinin de aynı derecede yüksek olduğu söylenebilir. Empati düzeyi yüksek yöneticinin, diğerlerine göre işyerinde daha mutlu olması beklendik bir sonuçtur. Empati yeteneğinin, organizasyon işleyişinde ortaya çıkan birey kaynaklı sorunların yönetici tarafından anlaşılmasını, nedenlerinin bulunmasını sağlayan bir yetenek olduğu söylenebilir. Organizasyondaki insan kaynaklı defoların sebeplerinin anlaşılması ise, yöneticinin stresini azaltabilir. Neden bu hatayı yapıyor sorusu stres yapan bir durumdur. Empati ile sebep anlaşılabilir ve bu algoritmanın çözümü stresi azaltır, çözüm için doğru noktanın tespitini sağlayabilir. Nereden başlanması gerektiğini işaret eder. Empatinin, sorunların çözümünde önemi tartışılmaz. Başkalarının duygularının farkında olma yeteneği yüksek olan okul yöneticilerinin, örgütsel bağlılıklarının da aynı şekilde yüksek olduğu, işini yapmaktan daha fazla şevk duyduğu ve aynı şekilde işini daha fazla özümseyip işine daha fazla adanmışlık hissettiği bulunmuştur. Sözü edilenler kadar benzeri bir paralellik olmasa da, başkalarının duygularının farkında olma becerisi yüksek olan yöneticilerin iş tatminlerinin de kısmen arttığı gözlenmiştir. Başkalarının duygularını anlama yeteneğinin, işyerindeki ilişkilerin düzenlenmesine katkısı ve iş yaşamındaki olumlu etkileri oldukça önem arz etmektedir (Bailie & Ekermans, 2006, s.3-11). Bu bakımdan, başkalarının duygularının farkında olma düzeyi yüksek yöneticinin, örgütsel bağlılığının, iş şevkinin, işini özümsemesinin, iş tatmini ve işine adanma düzeyinin de yüksek olması literatürle de paralellik göstermekte olup, aynı zamanda beklendik bir sonuç olarak değerlendirilmektedir.

Okul yöneticisinin duygularını kullanma becerisi ile işyeri mutluluğu düzeyi arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Duygularını kullanma yeteneği gelişmiş ve bu anlamda daha iyi olan yöneticinin, işyerinde de diğerlerine göre daha mutlu olduğu söylenebilir. Okul yöneticilerinin duygularını kullanabilme yetenekleri arttıkça çalıştığı örgüte hissettiği bağlılığın, iş şevkinin, işi özümsemesinin de arttığı, aynı şekilde işe adanma düzeyinin de arttığı bulunmuştur. Karşılaştığı yeni durum ve olaylar karşısında duygularını kullanabilme yeteneği yüksek olan yöneticinin, az da olsa iş tatmininin de arttığı saptanmıştır. Organizasyonlarda hem olumlu hem de etkili duygular oluşturmabilmek ve bu yolla örgütleri olumlu olarak yönetebilmek için gerekli olanların iyi bilinmesi ve bu unsurların önemini iyi anlaşılması yarar sağlamaktadır. Bu faktörlerin

organizasyonlarda olumlu bir iklim oluşturmaları için kendilerine ait rolleri yerine getirmeleri ve karşılıklı etkileşim içerisinde olmaları iyi bir duygu yönetimi için elzem şartlar arasında sayılmaktadır (Barutcuğil, İsmet, 2004). Organizasyonlarda bu yönde olumlu bir iklimi oluşturmayı sağlayan duygusal zekâ faktörlerinden önemli bir tanesi de duyguları doğru zamanda ve doğru yerde kullanabilme becerisidir.

Okul Yöneticisinin duyguları düzenleme yeteneği ile işyeri mutluluğu düzeyi arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Daniel Goleman da "İşyerinde duygusal zekâ" adlı kitabında bir bütün olarak bu ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Okul yöneticisinin duyguları kullanabilme yeteneği yüksek ise, aynı şekilde işyeri mutluluğu düzeyi de yüksektir denilebilir. Duygu kullanımı yeteneğinin, işyeri iyilik algısını pozitif yönde etkilediği söylenebilir. Duygularını düzenleyebilme yetisinin tüm algı ve dış dünyayı olumlu okuyup yorumlamayı sağladığı düşünüldüğünde, ilgili sonucun beklendik bir sonuç olduğu söylenebilir. Diğer pek çok çalışmada da duygusal zekâ düzeyleri ile iş doyum düzeyleri arasında, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur (Şahin vd., 2011, s.986). Duygularını düzenleme konusunda yetenekli olan okul yöneticilerinin sırasıyla örgütsel bağlılıklarının, iş şevklerinin, işlerini özümseme seviyelerinin, işe adanma ve iş tatminlerinin de o derece iyi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duyduklarını anlayıp, onları karşılaşılan yeni durumlara karşı düzenleyebilen yöneticilerin, iş tatmini, işe adanma, işine bağlılığı gibi tüm işyeri mutluluğu bileşenleri üzerinde olumlu etkilerinin olduğu ifade edilmektedir (Demir, 2009, s.40). Duygu düzenleme, duygularını kontrol altına almayı ve onlara hükmedebilmeyi ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, öfkesini, hırsını, aşırı coşkunluğunu ve diğer uç veya zararlı duygularına hükmedebilen bir yöneticinin işinden daha fazla haz, tatmin ve doyum alabileceği, işine daha bir bağlanacağı ve şevk duyacağı beklenen bir sonuçtur denilebilir.

4. Tartışma ve Sonuç

Okul yöneticilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile işyeri mutlulukları arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal zekâ arttıkça, işyeri mutluluğu da artar. Yine tam tersi olarak duygusal Zekâ düzeyinde bir azalma olduğunda, işyeri mutluluğu düzeyinin de buna paralel olarak düştüğü söylenebilir. Duygusal zekâyı oluşturan tüm alt boyutlar ile işyeri mutluluğu arasında pozitif ilişkiler saptanmıştır. Duygularının farkında olan okul yöneticisinin işyeri mutluluğunun da yüksek olduğu, başkalarının duygularının farkında olan okul yöneticisinin işyeri mutluluk düzeyinin yüksek olduğu, duygularını kullanabilme becerisi arttıkça, işyerinde daha fazla mutlu oldukları, duygu düzenleme yetisinin gelişmiş olması ile paralel bir şekilde işyerinde daha fazla mutlu olabildikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde okul yöneticilerinin işyeri mutluluğu ile duygusal zekâ düzeyi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Örgütsel bağlılığı yüksek okul yöneticisinin duygusal zekâ düzeyinin de yüksek olduğu, işini özümsemediği durumlarda duygusal zekânın da yükseldiği, işine adanma düzeyi yükseldikçe duygusal zekâsının da yükseldiği ve iş şevki arttıkça duygusal zekâ yetilerinin de arttığı söylenebilir. Aynı şekilde iş tatmini artan okul yöneticisinin duygusal zekâ düzeyinin de arttığı saptanmıştır. İşyeri mutluluğu boyutlarının her biri arttıkça duygusal zekâ düzeylerinde de bir artış olduğu, azaldıkça da tam tersi bir durumun söz konusu olduğu söylenebilir.

Yine okul yöneticilerinin duygusal zekâ bileşenlerinden duygularının farkında olma becerisi arttıkça işyeri mutluluğu bileşenlerinden sırasıyla; örgütsel bağlılığın, işi özümsemelerinin, işe adanma düzeylerinin, iş şevklerinin de arttığı görülmüştür. Öte yandan, iş tatminleri ile arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Özetle, duygularının farkında olma düzeyi yüksek olan okul yöneticisinin örgütsel bağlılığı, işi özümsemesi, işe adanmışlığı, iş şevki de artmaktadır. Ancak yöneticinin duygularının farkında olma düzeyleri ile iş tatminleri arasında bir ilişki yoktur. Bununla birlikte, okul yöneticilerinin

duygusal zekâ bileşenlerinden başkalarının duygularının farkında olma yeteneği arttıkça işyeri mutluluğu arasında pozitif bir korelasyon saptanmıştır. Özetle, başkalarının duygularının farkında olma yetisi yüksek olan okul yöneticilerinin işyerinde daha mutlu oldukları bulunmuştur. Aynı şekilde, okul yöneticilerinin duygusal zekâ bileşenlerinden duygularını kullanabilme yetenekleri arttıkça işyeri mutluluğunun da yükseldiği saptanmıştır. Duygu kullanımı yeteneği gelişmiş okul yöneticilerinin işyerinde diğerlerine göre, daha mutlu oldukları görülmüştür. Duygularını kullanabilme yeteneğinin, mevcut çalışma ortamlarındaki tüm faktörler üzerinde olumlu etkilerinin olması muhakkaktır.

Çalışmamız İstanbul İli Avrupa yakasındaki resmi ve özel okul yöneticileri üzerinde uygulanmıştır. Her bölgenin, ilçenin toplumsal yapısı değişiklik göstermektedir. Her bir okulun çevresel değişkenleri oldukça farklıdır. Bir ilçede sığınmacı ağırlıkta iken, bazı ilçelerde sığınmacı sayısı çok az olabilmektedir. Yine veli sosyo ekonomik düzeyi okulun bulunduğu bölgeye göre değişiklik göstermektedir. Ayrıca, araştırmamız sınırlı değişkenler üzerinde uygulanmıştır. Bu nedenlerle her okulun yöneticisinde ya da okul habitatında benzer sonuçları söylemek mümkün olmayacaktır. Bu durum araştırmamızın sınırlılığıdır. Duygusal zekâ, İşyeri mutluluğu ilişkisini inceleyen benzeri araştırmalar öğretmenler üzerinde de uygulanabilir. Okul yöneticilerinin duygusal zekâ düzeylerini arttırmaya yönelik eğitim programları geliştirme amaçlı araştırma ve uygulamalar geliştirilebilir. Okul yöneticisi seçimi, öğretmen mülakatları ve eğitim ortamlarında bulunacak her paydaş için özellikle duygusal zekâ düzeylerini ölçmeye yarayan ölçekler, örnek olay üzerinde değerlendirme çalışmaları yapılabilir. Bundan sonraki araştırmalarda, farklı çalışma alanlarında birden çok sektör seçilerek, farklı örneklem kütleleri ile çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmalar kamu ve özel sektör olmak üzere ayrı ayrı da yürütülebilir. Duygusal zeka ve mutluluk ilişkisi günümüzde akademisyenlerin ve iş dünyasının ilgisini çeken bir konu olmaya başlamıştır*. Gerçekleştirilen araştırmaların bulgularına göre, çalışanların duygusal zekâlarının, işyeri mutluluklarının düzeylerinin geliştirilmesine yönelik eğitimler planlanabilir. Okul yönetiminin özünü insan ilişkileri oluşturmaktadır. Bu bakımdan okul yöneticisinin en ihtiyaç duyduğu yeteneğin duygusal zekâ yeteneği olduğu söylenebilir. Öte yandan mutsuz yöneticinin duygu durumunun bulunduğu kurumunu iklimini de etkileyeceği gibi, işyerinde mutlu yönetici, yönettiği kurumun iklimine de pozitif katkı sunacaktır. Bu bakımdan okul yöneticilerinin duygusal zekâ düzeylerini yükseltme amaçlı çalışmalara yoğunlaşılabilir, eğitim programları geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

ALLEN, N. J. & MEYER, J. P. (1990) The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, Cilt: 63, 1-18.

ARIKAN, R. (2004). Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama. Ankara, Asil Yayın.

* Son yıllarda işletmelerde duygusal zekâ üzerine eğitimler planlanmakta olduğu görülmektedir. (<https://tr.pearson.com/tr/kurumsal-egitim/pearson-professional-programs/programlar-dersler/emotional-intelligence.html>), (<https://www.hayatinritmi.com.tr>) Yine Mutluluk ve duygusal zekâ ilişki üzerine yoğunlaşan araştırmalar dikkat çekmektedir (<https://bccturkey.com/mutluluk-acisindan-dijital-cagda-duygusal-zeka-neden-kilit-onemdedir/>), (<https://www.dr.com.tr/Kitap/Mutluluk-Duygusal-Zeka/Kolektif/Egitim-Basvuru/Psikoloji-Bilimi>).

BAILIE, K. & EKERMANS, G. (2006) "An Exploration of the Utility of a Self-Report Emotional Intelligence Measure", *E-Journal of Applied Psychology: Emotional Intelligence*, Cilt: 2, 2, 3-11.

BAR-ON, R. (1997). *Emotional Quotient Inventory: Technical Manual*, Toronto, Multi Health Systems.

BARUTÇUGIL, İ. (2004) *Organizasyonlarda Duyguların Yönetimi*, İstanbul, Kariyer Yayınları.

CHI-SUM, W. & LAW K. S. (2002), The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study, *Leadership Quarterly*, Cilt: 13, p.243-274

COOPER, R. K. & SAWAF, A., (1997), *Liderlikte Duygusal Zekâ*, (Çev. Zelal Bedriye Ayman-Banu Sancar), Üçüncü Basım: Eylül 2003, İstanbul, Sistem Yayıncılık,

COTE, S. (2014), Emotional intelligence in organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behaviour*, Cilt: 1, 459-88.

DEMİR, M. (2009), *Konaklama İşletmelerinde Duygusal Zekâ, Örgütsel Sapma, Çalışma Yasamı Kalitesi ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Analizi*, Yayımlanmış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

DEMİRÖZ, E. (2019), "Mutsuz İnsan Terörü", <https://odatv4.com/mutsuz-insan-teroru-14071918.html>, (Erişim Tarihi: 16.07.2019)

DOĞAN, S. & ŞAHİN F. (2007), "Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Öneme Kavramsal Bir Bakış", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 16, 1, ss.231-252.

EPSTEIN, S. (1998), *Constructive Thinking: The Key to Emotional Intelligence*, Westport, CT, USA, Greenwood Publishing Group, Incorporated.

GOLEMAN, D. (2017). *Duygusal Zekâ* (47. baskı b.). (B. S. Yüksel, Çev.) İstanbul, Varlık Yayınları.

GOLEMAN, D. (2017), *İşbaşında Duygusal Zekâ*, (17. Baskı) (Ceviri; Handan Balkara) İstanbul, Varlık Yayınları.

ILGIN, B. (2010), *Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Oluşmasında Sosyal Kaytarma İlişkisinde, Duygusal Zekâ ve Lider Üye Etkileşiminin Rolü*, Yayımlanmış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

HACKMAN, J. Richard & OLDFHAM, G. R. (1980) *Work redesign*, Massachusetts, Addison-Wesley Publishing Company, p.78-80

İSLAMOĞLU, H. (2003). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. İstanbul, Beta Basım.

KARAGÜL, V. (2018) *Osmanlı-Türk Modernleşme Sürecinde Mülki İdare ve Mülki İdare Amirliği*, İstanbul, Kesit Yayınları.

KARATEPE, O. M. & OLUGBADE, O. A. (2009), The effects of job and personal resources on hotel employees' work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, Cilt: 28, 504-512.

KESER, A. (2018), «İşte Mutluluk Araştırması.» *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, Cilt: 14.1, 43-57.

KÖSE, E. (2014). Scientific research models, In R. Kınal, *Scientific research methods* (pp. 110-123). Ankara, Nobel Press.

MAYER, J. D. & P. SALOVEY (1997), "What Is Emotional Intelligence", In P. Salovey, & D. Sluyter, *Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications* (pp. 3-34). New York, Basicbooks, Inc.

MAYER, J. D., DIPAOLLO & P. SALOVEY (1990), "Perceiving Affective Content in Ambiguous Visual Stimuli: A Component of Emotional Intelligence", *Journal of Personality Assessment*, Cilt: 54: 772-781.

MEB Tamer Özyurt İlkokulu, 12.10.2018 Tarih ve 345 sayılı yazısı. «Yabancı uyruklu öğrenci sayıları.» Resmi yazı, 23.09.2018.

NAZLI, M. (2015), Hizmet Sektöründe Kurumsal Yönetimin İşte Mutluluk Üzerine Etkisi, Yayınlanmış Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

NEÇARE, E. (2017) "Duygusal Zekâ ve Etik Karar Verme İlişkisi: İnsan Kynakları Alanında Bir Araştırma" Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

SALOVEY, P. & MAYER, J.D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, Cilt: 9, 185-211.

SÖZER, B. Ö. (11 Ocak 2015). Arbejdsglaede ne demek biliyor musunuz? *Hürriyet*. (Erişim Tarihi: 12 Ocak 2015), <http://www.hurriyet.com.tr/ik/27931185.asp>

SUDAK, M. K. (2011), Kişilik tipleri, duygusal Zekâ, örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi üzerine bir araştırma, Yayınlanmış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.

ŞAHİN, S., AYDOĞDU, B., & YOLDAŞ, C., (2011) Duygusal Zekâ ve İş Doyumu Arasındaki İlişki: Eğitim Müfettişleri Üzerinde Bir Araştırma, *İlköğretim-Online Dergisi*, 10(3), 974-990, 2011, s. 986.

Summary

In this study, it was investigated whether there is a relationship between emotional intelligence levels of school administrators and workplace happiness levels. The study was conducted on primary, secondary and high school administrators on the European side of Istanbul. Firstly, a general literature review has been made and global sources have been examined. The questionnaires and scales which were used to measure the variables discussed in the study and which were thought to be best expressed were clarified. The collected data were converted into statistical data through SPSS program. Then, the available data were interpreted and discussed in the light of the literature. According to the results of the research, significant and positive relationships were found between the emotional intelligence sub-dimensions of school administrators and workplace happiness sub-dimensions. It was found that the higher the level of emotional intelligence, the higher the happiness of the workplace, and the higher the level of emotional intelligence of the school administrators who have high workplace happiness.

Although cognitive-logical intelligence (IQ) is the most important factor that plays a role in success, the most effective guide that will lead it to success is the capacity of emotional intelligence (EQ). We have no influence on the cognitive intelligence level of our children. However, by increasing the level of emotional intelligence, we have an influence in the process of making the individual a hardworking, honest and successful member of society. It is possible for us to use this power effectively and efficiently, by adding subjects that will increase emotional intelligence to the curriculum, and by educating teachers and education administrators to close this education gap and to raise awareness. Accumulated chronic problems in the field of education in Turkey scale influx of refugees in recent years and the extra hassle that you install it to the school, not giving grants to schools, especially in metropolitan problems such as the lack of schools in the suburbs, manager imposes a duty superhuman. In addition to being cognitively intelligent, the school manager who can handle this burden needs to have good emotional intelligence competencies and to act as the main actors in creating a positive working environment for such diverse stakeholders, and to have high levels of workplace happiness. It is obvious that school administrators perform a very important task because of the importance of the stakeholders and actors they address and the sensitivity of their work to the society. It is very important for the people who perform this important task to have a superior standard of emotional intelligence. However, being happy in their business is also vital for the moral motivation and happiness of the institution

and their stakeholders. The decision of the manager whose emotional intelligence is very strong will be passed through the ethical values filter and the emotional intelligence ability will be beneficial. Training programs should be developed to increase the emotional intelligence levels of school administrators. With the same variables of the research, it is possible to work on stakeholders at all levels of education.

The characteristics of the universe in which our study is applied may be different. Schools differ according to their environment. Therefore, Turkey can not be generalized to all school administrators. This is the limitation of our study. This study can be applied especially to the managers in provincial and district national education directorates which are responsible for making important decisions in the management services class. Scales to measure emotional intelligence levels should be developed especially for school administrators, teacher and all staff in educational environments, and evaluation studies should be conducted on case studies. On the other hand, more social chameleons can be caused by excessive mastery in the use of emotions and the ability to manage emotions; researches suggest that an emotional intelligence ability without ethical values is not good. It can be argued that this is a subject that needs attention in the studies to be carried out. Executive trainings can be programmed and scales can be developed for the concept of 'social chameleon'.

Havacılık Sektöründe Psikolojik Sahiplenme ve Devamsızlık İlişkisi

Leyla ŞENOL*, Burcu ÜZÜM**

Öz

İşe devamsızlık örgütler için iş kaybı oluşturacağından maliyetlerin artmasına neden olacaktır. Bu bağlamda çalışanların işe devamlarının sağlanabilmesi için psikolojik sahiplenmenin oluşturulması yönünde politikalar geliştirilmesi önemlidir. Bu araştırma ile havacılık sektöründe çalışanların psikolojik sahiplenme algılarının işe devamsızlığı etkileyip etkilemediğinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu ilişkinin belirlenmesi amacıyla nicel bir araştırma yapılması hedeflenmiştir. Bu çalışma Sabiha Gökçen ve Cengiz Topel hava alanlarında faaliyet gösteren işletme çalışanları üzerinde uygulanmıştır. Araştırma verilerinin analizine göre psikolojik sahiplenme ile işe devamsızlık arasında doğrudan bir ilişki olmadığı görülmüştür. Ancak devamsızlığın alt boyutları ile psikolojik sahiplenme arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç çalışanların işe devamsızlık oranını düşürmesi yönünde örgüt yönetimini memnun edecek bir sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sahiplenme, Devamsızlık, Havacılık, Havacılık Sektörü, Psikoloji

Psychological Ownership and Absenteeism Relationship in the Aviation Sector

Abstract

Due to the fact that absenteeism causes job loss, it may lead to an increase in the cost. In that sense, it is important to establish a policy for forming psychological appropriation in order to make employees come to work. In this study, it is aimed to measure if the employees' sense of psychological appropriation in aviation industry affects their absenteeism. It is intended to make a quantitative research so as to identify this relationship. This study has been applied to the employees working at the managements in Sabiha Gökçen and Cengiz Topel airports. According to the analysis of the research data, it has been understood that there is not a direct relationship between psychological appropriation and absenteeism. Nevertheless, it has been concluded that there is a meaningful relationship between sub-dimensions of absenteeism and psychological appropriation. This result is a result that will satisfy the organization management in reducing the rate of absenteeism of employees.

Keywords: Psychological Appropriation, Absenteeism, Aviation Industry, Aviation, Psychology



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 17.05.2019

Kabul/Accepted: 18.08.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.566559>

* Dr., Kocaeli Üniversitesi, Ali Rıza Veziroğlu MYO, Emlak ve Emlak Yönetimi Bölümü, Kocaeli, Türkiye, E-posta: senolleyla4@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5780-9690>

** Dr., Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli Meslek Yüksekokulu, Uzaktan Eğitim, Kocaeli, Türkiye, E-posta: burcugokay@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8675-8952>

1.Giriş

Havacılık sektörü; genel havayolu işletmeleri, zirai ilaçlama, balon, kargo uçakları, bakım işletmeleri gibi geniş bir yelpazede yer almaktadır. Havacılık sektörü ülkeler arası sınırları ortadan kaldırarak kültürel bağlar kurmakta ekonomik açıdan da ülkelerin refah düzeyini artırmaktadır. Havacılık sektörünün ekonomiye katkısı ihtiyaçlar hiyerarşisinin ilk basamağı olan gıda harcamaları ile karşılaştırıldığında dünya gayri safi hasılasındaki yeri iki kat fazladır.

Sektörel büyüme bakımından Türkiye'nin göz bebeği olan havacılık sektörü küresel işletmelerle rekabet etmektedir. Türkiye havayolu sektörü içerisinde taşıdığı yolcu sayısı ile dünyada 10. sırada yer alırken Avrupa'da 4. sıradadır. Bu sıralama ile Türkiye'nin dünya havacılık sektöründe kendine geniş bir yer edindiği görülmektedir (www.uab.gov.tr, 2018). 2019 yılı içinde havacılık sektörünün cirosu 110 milyar dolara ulaşmış durumdadır. Havacılık sektöründe çalışan personel sayısı ise 200 bin civarındadır (www.apronmedya.com; www.ekonomihaber.com).

Hızla büyümeye devam eden havacılık sektöründe Türkiye'de hizmet veren yaklaşık 160 havayolu işletmesi bulunmaktadır. Mevcut işletmeler sivil havayolu, hava taksi genel havacılık ve balon işletmesi olduğu düşüldüğünde gayri safi hasıladaki paydan her bir işletme daha büyük pay almak arzusundadır. Bu arzu birbirine benzer teknolojiyi kullanan işletmelerin sahip olduğu insan kaynağını en verimli şekilde kullanılmasıyla gerçekleşebilir. Bu bağlamda insan kaynakları örgütlerin önemli üretim etmenlerinden biridir ve işletmelerin hedeflerine ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Verimliliğin artırılması için oluşturulacak olan politikalarla iş gücü daha etkin kullanılabilir.

Havacılık sektörü çalışanlarının psikolojik sahiplenme algıları ile işe devamsızlık arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu ilişkinin insan kaynakları yönetimi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Literatür taraması sonucunda araştırmaya konu olan iki kavramın beraberce havacılık sektöründe pek fazla araştırılmadığı belirlenmiştir. Araştırmanın alan yazınına, havayolu işletmeleri yönetimlerine ve ilgili kavramlara yönelik araştırma yapanlara katkı sağlayacağı umulmaktadır.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. Psikolojik Sahiplenme

İnsanlar bir takım amaçlardan dolayı sahiplenme duygusu yaşayabilmektedirler. Bu amaçlar doğrultusunda belirli durumlarda, çalışanlarda örgüte ve örgütsel unsurlara yönelik sahiplenme duygusu gelişebilmektedir. Psikolojik sahiplenme; kişilerin kendinin olmadığı halde kendini bazı nesnelerin sahibiymiş gibi hissetmesidir. Çalışanların tutum ve davranışlarını etkileyen psikolojik sahiplenme; çalışanın örgütün kendine ait olduğunu hissetmesi olarak açıklanabildiği gibi (Pierce vd., 2003, akt., Yeşil vd., 2015, s. 65), iş yerine, çalışma arkadaşlarına, düşünceye, tavsiyeye, işe veya donanıma karşı hissedilen sahiplenme olarak da ifade edilmektedir (Van Dyne & Pierce, 2004, s. 439).

Psikolojik sahiplenme, iş ortamında taahhüt, tanımlama ve içselleştirme şeklinde ortaya çıkabilir (Pierce vd., 2001, s. 298). Yapılan araştırmalar, sahiplenme kavramını benliğin bir uzantısı gibi görmekte ve çoğunlukla benliğe sahip olunan değerlerin bir bütünü olarak açıklamaktadır (Litwinski, 1947, s. 240; Russell, 1988, s. 139; Yeşil vd., 2015, s. 61). Psikolojik sahiplenme kavramı; tutum ve davranışla, benlik ve sorumluluk duygusu ile ilişki içindedir. Kişiler, somut ve soyut kavramlara ilişkin sahiplik hissettiğinde daha pozitif bir tutum olmaktadır. Hatta benliğin devamı olarak görülüp sahiplenilen varlığa karşı bir sorumluluk duygusu gelişmesi mümkündür. Sahiplenmenin tutum ve davranışlara etkisi mevcut koşullardaki yapılardan (iş doyumu ve örgüte bağlılık

gibi farklı bir durumu ifade etmektedir (Van Dyne & Pierce, 2004, s. 459). Psikolojik sahiplenme resmi mülkiyetin olmadığı durumlarda oluşan sahiplenme duygusu olarak da açıklanabilir (Van Dyne & Pierce, 2004, s. 459; Mayhew vd., 2007, s. 477).

Psikolojik yönden olumlu duygu beslemek (Van Dyne & Pierce, 2004, s. 439) benlikle ilgilidir. Sahiplenme, bir nesneyi psikolojik açıdan "benimki" şeklinde kabul etmektir. Kısaca psikolojik sahiplenmedeki hedef olan somut ya da soyut nesne kimliğin bir tamamlayıcısı ve kimliği tanımlayan bir sembole dönüşmektedir (Pierce vd., 2001, s. 299; Avey vd., 2009, s. 174). Kişilerin çevrelerini değiştirme arzuları, bireyin sahiplenme arzusunun gelişmesine neden olmaktadır (Pierce vd., 2001, s. 300). Bölgecilik ise sahiplenmenin tutumsal açıdan yönünü çizmektedir (Brown vd., 2005, s. 577). Sahiplenme, sorumluluk duygusuyla da ilgilidir. Kişinin inançlarını, beklentilerini başka kişilerin onaylaması ihtiyacıyla ilgili bir duygudur (Lerner & Tetlock 1999, s. 255, Avey vd., 2009, s. 173).

Örgütsel davranış yazınında psikolojik sahiplenme ile ilgili araştırmaların, sosyoloji ve psikoloji alanlarında yapıldığı görülmektedir (Pierce & Jussila, 2010, s. 834). Bu bağlamda örgütsel davranışı açıklayan çalışmalar şeklinde sürdürüldüğü belirtilebilir (Uçar, 2017, s. 167). Psikolojik sahiplenmeye dayanak olan güdüler üzerinde de araştırmalar olduğu görülmektedir (Mayhew vd., 2007, s. 500; Van Dyne & Pierce, 2004, s. 459; Pierce vd., 2001, s. 459; Pierce & Rodgers, 2004, s. 613).

Psikolojik sahiplenmeyle örgütsel bağlılık, işi tatmini (Van Dyne & Pierce, 2004), örgütsel destek, örgütsel adalet, (Ökten, 2015), etik olmayan örgütsel davranışlar (Karadal & Akyazı, 2015), kontrol algısı (Uçar, 2016), işkoliklik (Dirik & Eryılmaz, 2016), sanal kaytarma, yenilikçi iş davranışları (Derin, 2018), algılanan kontrol (Kalyoncuoğlu, 2018), babacan liderlik (Bekmezci & Yıldız, 2019), iş tatmini-lider-üye etkileşimi (Işık & Uçar, 2019) gibi kavramların incelendiği görülmektedir.

Resmi sahiplenme yasal dayanaklara bağlıyken, psikolojik sahiplenme ise iş görenlerin bireysel anlamda sahip oldukları hislerine dayandığı araştırmalarla gösterilmiştir. Sahiplik duygusu ile ilgili önemli üç nokta bulunmaktadır (Pierce vd., 2003; akt., Yeşil vd., 2015, s. 65; Pierce vd., 2001, s. 298). Bunlardan birincisi, sahipliğin insana ait bir duygu olduğu, ikincisi kişilerin etrafındaki somut ve soyut tüm objelere karşı oluşan bir duygu olduğu, üçüncüsü ise sahiplik duygusunun kayda değer davranışsal, psikolojik ve duygusal anlamda sonuçlarının bulunduğudır (Pierce vd., 2003; akt., Yeşil vd., 2015, s. 65). Bu açıdan psikolojik sahiplenmeyi insan psikolojisi için olumlu bir fenomen olarak ifade etmek mümkündür.

2.2. Devamsızlık

İşletmelerin en önemli üretim faktörlerinden biri olan iş gücünün verimli kullanılması işletmenin amaçlarına ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. İşletme yönetimi, performans artırıcı politikalar oluşturarak iş gücünü etkin kullanmak durumundadır. Bu açıdan iş devamsızlık konusu da önem verilmesi gereken kavramlardan biridir. İş devamsızlık; çalışanların herhangi bir gerekçesi olmadan veya yöneticisine haber vermeden işte bulunmamasıdır (Tütüncü & Demir, 2003, s. 152). Başka bir ifadeyle iş devamsızlık; çalışanların çalışma takvimine göre çalışması gerektiği halde iş yerinde bulunmamasıdır (Eren, 2007, s. 267).

Çalışanın mazeretinin olması sebebiyle iş gelmemesinin devamsızlık sayılıp sayılmayacağı konusunda birbirinden farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlara rağmen devamsızlığın, işçinin herhangi bir sebepten dolayı çalışması gereken süre içerisinde iş gelmemesi noktasında birleşen genel bir kanı vardır (Örücü & Kaplan, 2001, s. 95).

İşe devamsızlık; gönüllü ve gönülsüz devamsızlık olarak da ele alınabilmektedir (Shultz, 1998). İşe devamsızlık ile ilgili yapılan çalışmalarda iki çeşit yaklaşım mevcuttur (Jex & Britt, 2002, s. 155; Nielsen & Ann, 2008, s. 1331; Ramsey vd., 2008, s. 98). Gönüllü (mazeretsiz) işe gelmeme (voluntary absenteeism) ve gönülsüz (mazeretli) işe gelmeme (unvoluntary absenteeism)'dir. Başka bir ortamda bulunmayı tercih edip işe gitmeme gönüllü devamsızlık olarak ifade edilebilir. İşe devamsızlığın nedeni ne olursa olsun, zaman ve tekrar unsuruna bağlı olarak sosyal ortamla da ilgili olduğu belirtilmektedir. Sosyal unsurun etkilerinden dolayı işe devamsızlık gönüllü olarak da yapılabilmektedir (Hanebuth, 2005; akt., Bacak & Yiğit, 2010). Yöneticilerin farkında olmadığı bir durumda, çalışanın çeşitli (psikolojik ya da fiziksel rahatsızlıklar, yakınların rahatsızlığı, özel nedenler, isteksizlik, randevular vb.) sebeplerle tüm gün ya da belirli bir zaman diliminde işe devamsızlık iş kaybına yol açmaktadır (Gregory, 2009; akt., Bacak & Yiğit, 2010). Çalışanın zorunlu hallerden dolayı işe gelmemesi ise gönülsüz devamsızlık durumu olarak ifade edilebilir.

Çalışanların devamsızlıkları için gösterdikleri gerekçelerin kabul edilip edilmeyeceği konusu iş yerine göre farklılık göstermektedir. İş yeri tarafından kabul edilen mazeretler ya da olaylar karşısında (sağlık sorunları veya diğer gerekçeler gibi) çalışanın mazeretli işe gelmemesi ile de devamsızlık oluşabilmektedir. Mazereti nedeniyle devamsızlık yapan çalışanın mazeretinin iş yeri tarafından kontrol edilmesi söz konusu değildir. Özellikle sağlık sorunları veya diğer mazeretlerin ne zaman gerçekleşeceği belli değildir. Bu durumda yöneticilerin yapabileceği pek bir şey bulunmamaktadır. Mazeretsiz işe gelmeme de ise durum biraz daha farklıdır. Çalışanların genellikle kişisel amaçları doğrultusunda vereceği karar ile ilgili kontrol bütünüyle kendisindedir (Ramsey vd., 2008, s. 98).

Bazı araştırmalarda, gönüllü ve gönülsüz devamsızlığı ortaya koyan faktörlerin iş yerinin kendine ait özelliklerine bağlı olduğu, kesin bir ayrıma gidilmesine şüphe ile bakılması gerektiği belirtilmektedir. Yalnızca mazeretsiz işe gelmeme konusunun çalışan motivasyonu ve iş memnuniyeti gibi psikolojik faktörlerle ilgili olduğu açıklanmaktadır (Kristensen vd., 2006, s. 1645). İster gönüllü ister gönülsüz devamsızlık olsun, devamsızlığın nedenleri şu şekilde sıralanabilir: Hastalık, yakınlarından birinin ölümü, yakınlarla ilgili yaşanan acil durumlar, çalışanların fiziksel rahatsızlıkları, uykunun alınmaması, fazla alkol kullanımı, sabah işe gitmeye isteğinin yanı sıra (Bacak & Yiğit, 2010), iş yerinden kaynaklı; iş memnuniyetinde azalma, olumsuz çalışma koşulları, yöneticilerin çalışanlara karşı adil olmayan tutum ve davranışları, işlerin rutin ve sıkıcı olması gibi nedenler bulunmaktadır (Levine, 2009, akt., Bacak & Yiğit, 2010).

Devamsızlıkla ilgili yapılmış olan araştırmalara göre; çalışma süresi ile iş tatmini arasında olumlu yönde ilişki bulunurken, devamsızlık ile arasında olumsuz ilişki bulunmaktadır. Kişisel demografik değişkenlerin devamsızlığı etkilediği yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur. Çalışanların aile ve çocuk sahibi olmasının işe devamsızlık davranışları üzerinde etkili olabileceği gösterilmiştir (Burton, Holtom & Lee 2002; akt., Şenel, 2012). Medeni durum ve sahip olunan çocuk sayısının devamsızlığı azalttığı söylenebilir (Golberg ve Waldman, 2000, s 665). Bekâr çalışanın, evli ve çocuk sahibi çalışana kıyasla daha fazla devamsızlık yaptığı ifade edilmektedir (Eren, 2007, s. 268; Bacak & Yiğit, 2010, s. 32). Yaş (Clegg, 1983; Steel vd., 1990, s. 423), eğitim seviyesi (Clegg, 1983, s. 88; Steel vd., 1990, s. 423), cinsiyet (Hammer vd., 1981, s. 561; Steel vd., 1990, s.423) ile devamsızlık üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Çalışanların eğitim seviyesi, hizmet süresi, kıdem gibi unsurların da örgütsel devamsızlık davranışı üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir (Harrison & Martocchio, 1998, s. 305). Çalışanın yaşı ilerledikçe iş ortamından kaynaklı gerginlik ve sağlığının bozulması gibi nedenlerle devamsızlığın arttığı bulunmuştur (Örücü & Kaplan, 2001, s. 97; Nielsen & Ann, 2008, s. 1333; Bacak & Yiğit, 2010, s. 32). Cinsiyetin devamsızlık üzerinde etkisinin araştırıldığı

çalışmada kadınların devamsızlığa daha fazla eğilimli oldukları belirlenmiştir (Herting, 1993; akt., Şenel 2012). Devamsızlığı etkileyen faktörlerin incelendiği çalışmada, kadın çalışanların erkek çalışanlardan daha sık ama daha az sürelerde devamsızlık yaptıkları sonucuna varılmıştır (Farrel & Stamm, 1988, akt., Şenel, 2012). Bazı araştırmalarda erkek çalışanların yaşlandıkça devamsızlığının azaldığı, kadın çalışanlar için ise aynı durumun geçerli olmadığı görülmüştür (Ramsey vd., 2008, s. 99). Çalışanların hizmet yıllarının ve yaşlarının devamsızlık ile arasında olumlu yönde ilişki olduğu belirlenmiştir (Harrison & Martocchio, 1998, s. 316). Çalışanların gönüllü ya da gönülsüz işe devamlarının azaltılması için psikolojik sahiplenmenin oluşturulmasına yönelik politikalar uygulanabilir.

Tüm bu kavramlar incelendiğinde iş gücü kaybına neden olan devamsızlığın negatif örgütsel davranış eğilimine neden olduğu belirtilebilir. Tam tersi olan çalışanın çalıştığı iş yerini kendi mülki gibi görmesi olarak tanımlanan psikolojik sahiplenmenin ise pozitif örgütsel davranış eğilimine neden olacağı söylenebilir. Psikolojik sahiplenmenin devamsızlığı etkileyeceği ve aralarında ters yönlü bir ilişki olacağı düşünülmektedir. Bu iki kavramın birlikte ele alındığı araştırmalara pek rastlanılmamış olması, araştırma bulgularının işletme yönetimine ve literatüre katkı sağlayacağını göstermektedir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın amacını; havacılık sektöründe çalışanların psikolojik sahiplenme algılarının işe devamsızlığı etkileyip etkilemediğinin ölçülmesi oluşturmaktadır. Bu ilişkinin belirlenmesi amacıyla nicel bir araştırma planlanmıştır. Literatür araştırması sırasında bu iki kavram ile birlikte havacılık sektöründe pek fazla araştırma olmadığı görülmüştür. Bu araştırma ile literatüre ve araştırma yapanlara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Ölçekleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda; İstanbul Sabiha Gökçen ve Kocaeli Cengiz Topel' de bulunan hava alanında etkinlik gösteren özel havayolu şirketleri araştırma evrenini oluşturmaktadır. Örneklem olarak iki farklı havayolu şirketi seçilmiştir. Her iki şirketin belirtilen hava alanlarında çalışan sayısı toplam 270 kişidir. Kolayda örneklem metodunun kullanıldığı araştırmaya gönüllü olarak katılımı sağlanan 178 çalışan katılmıştır. Araştırma betimleyici bir özellik göstermektedir. Araştırma sürecinde nicel yöntem benimsenmiş, veriler anket çalışması yapılarak toplanmıştır. Anket çalışmasında devamsızlık ölçeği ile psikolojik sahiplenme ölçeği kullanılmıştır. Araştırma verileri 2019 yılı içerisinde toplanmıştır.

3.3. Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri

Devamsızlık ölçeği: Nicholson ve Payne (1987) tarafından geliştirilen ölçek iki boyuttan oluşmaktadır. Paget ve arkadaşlarının (1998) kullandıkları ölçeğin gönüllü devamsızlık boyutunun güvenirliliği 0,87; gönülsüz devamsızlık boyutunun güvenirliliği 0,67'dir.

Psikolojik sahiplenme ölçeği: Uçar (2018) tarafından geliştirilen ölçeğin güvenirliliği 0,922 olarak hesaplanmıştır. Ölçekler 5'li likert tipinde hazırlanmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın verileri IBM SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde anlamlılık değeri 0,05 olarak kabul edilmiştir. Normal dağılımın görüldüğü verilerde korelasyon analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular aşağıda gösterilmiştir:

Devamsızlık ölçeğine uygulanan faktör analizine göre; KMO (0,813) ve anlamlılık değerinin ($p=0,00$); psikolojik sahiplenme ölçeğinin KMO (0,827) ve anlamlılık ($p=0,00$) olduğu görülmektedir ve bu değerler örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett normal dağılım test sonucuna göre χ^2 değeri 1354,335; serbestlik derecesi 78' dir. Devamsızlık ölçeği iki boyuta dağılmış, birinci boyutun en yüksek faktör yük değeri ,844; en düşük faktör yük değeri ,371; ikinci boyutun en yüksek faktör yük değeri ,917; en düşük faktör yük değerinin ise ,519 olduğu görülmüştür. Devamsızlık ölçeğinin açıkladığı toplam varyans değeri 59,785' tir. Psikolojik sahiplenme ölçeğinin açıkladığı varyans oranı ise 61,446'dır.

Tablo 1: Güvenirlik Katsayıları

Faktör	Cronbach Alfa	Faktör	Cronbach Alfa
Devamsızlık	0,811	Psikolojik sahiplenme	0,812
Gönüllü devamsızlık	0,831	Kimlikleştirme	0,871
Gönülsüz devamsızlık	0,864	Koruyucu odak	0,809
		İçsel sorumluluk	0,760

Devamsızlık ve psikolojik sahiplenme ölçeğinin güvenilirlik değerleri Tablo 1' de gösterilmiştir. Buna göre devamsızlık ve psikolojik sahiplenme ölçeğinin güvenilirlik değerlerinin yüksek olduğunu belirtmek mümkündür.

Tablo 2: Ölçek ve Boyutlarının Korelasyon Değerleri

Değişkenler	D	GL	GS	PS	K	KO	İS
Devamsızlık (D)	1	,706*	,819**	-,038	,240**	-,457**	-,177*
Gönüllü devamsızlık (GL)		1	,173*	-,180*	,105	-,493**	-,340**
Gönülsüz devamsızlık (GS)			1	,094	,249**	-,237**	,029
Psikolojik sahiplenme (PS)				1	,869**	,695**	,549**
Kimlikleştirme (K)					1	,284**	,201**
Koruyucu odaklılık (KO)						1	,542**
İçsel sorumluluk (İS)							1

** $p<0,01$; * $p<0,05$

Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değer alır; 0,00-0,49 arası zayıf bir ilişkiyi, 0,50-0,69 arası orta düzey bir ilişkiyi, 0,70-1,0 arası yüksek düzey bir ilişkiyi işaret eder. Psikolojik sahiplenme ile devamsızlık arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ancak devamsızlık ile kimlikleştirme ($r:0,240$) arasında zayıf ve doğru yönlü; kontrol odaklılıkla ($r:-0,457$) ters ve orta düzeyde, içsel sorumlulukla ($r:-0,177$)

ters ve zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Gönüllü devamsızlık ile psikolojik sahiplenme ($p: -0,180$) arasında zayıf ve ters yönlü; kontrol odaklılık ($r: -0,493$), içsel sorumlulukla ($r: -0,340$) zayıf ve ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Gönülsüz devamsızlıkla kimlikleştirme boyutu ($r: 0,249$) arasında doğru ve zayıf bir ilişki, kontrol odaklılık ($r: -0,237$) arasında ters ve zayıf bir ilişki görülmüştür.

Tablo 3: Psikolojik Sahiplenme ve Alt Boyutlarının Devamsızlıkla İlişkisi

<i>Bağımsız değişken</i>	R	R²	B	β	T	F	P
Psikolojik sahiplenme	,038	,001	-,036	-,038	-0,500	,250	,618
Kimlikleştirme	,240	,057	,319	,240	3,275	10,722	,01
Koruyucu Odaklılık	,457	,209	-1,142	-,457	-6,820	46,518	,00
İçsel sorumluluk	,177	,031	-,861	-,177	-2,387	5,699	,018
Psikolojik sahiplenme	,180	,033	-,101	-,180	-2,433	5,920	,016
Kimlikleştirme	,105	,011	,081	,105	1,399	1,957	,164
Koruyucu Odaklılık	,493	,243	-7,717	-,493	-7,515	46,518	,00
İçsel sorumluluk	,340	,115	-,961	-,340	-4,792	56,480	,00
Psikolojik sahiplenme	,094	,009	-,101	,094	1,249	1,560	,213
Kimlikleştirme	,249	,062	,238	,249	3,404	11,587	,001
Koruyucu Odaklılık	,237	,056	-,425	-,237	-3,237	10,477	,001
İçsel sorumluluk	,029	,001	,100	,029	0,381	,145	,704

Bağımlı değişken "Devamsızlık", "Gönüllü Devamsızlık", "Gönülsüz Devamsızlık" $p < 0,05$

Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,618 > 0,05$ olduğundan psikolojik sahiplenme ile devamsızlık arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,01 < 0,05$ olduğundan kimlikleştirme ile devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kimlikleştirme boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, devamsızlık üzerinde $0,240$ oranında artışa neden olur. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,00 < 0,05$ olduğundan koruyucu odaklılık ile devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Koruyucu odaklılık boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, devamsızlık üzerinde $0,457$ oranında azalışa neden olur. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,018 < 0,05$ olduğundan içsel sorumluluk ile devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. İçsel sorumluluk boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, devamsızlık üzerinde $0,177$ oranında azalışa neden olur.

Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,016 < 0,05$ olduğundan psikolojik sahiplenme ile gönüllü devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Psikolojik sahiplenme boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, gönüllü devamsızlık üzerinde $0,180$ oranında azalışa neden olur. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,164 > 0,05$ olduğundan kimlikleştirme ile gönüllü devamsızlık arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,00 < 0,05$ olduğundan koruyucu odaklılık ile gönüllü devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Koruyucu odaklılık boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, devamsızlık üzerinde $0,493$ oranında azalışa neden olur. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,00 < 0,05$ olduğundan içsel sorumluluk ile gönüllü devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. İçsel sorumluluk boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, gönüllü devamsızlık üzerinde $0,340$ oranında azalışa neden olur.

Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde; anlamlılık düzeyi $0,213 > 0,05$ olduğundan psikolojik sahiplenme ile gönülsüz devamsızlık arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,001 < 0,05$ olduğundan kimlikleştirme ile gönülsüz devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kimlikleştirme boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, gönülsüz devamsızlık üzerinde $0,249$

oranında artışa neden olur. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,001 < 0,05$ olduğundan koruyucu odaklılık ile gönülsüz devamsızlık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Koruyucu odaklılık boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, gönülsüz devamsızlık üzerinde 0,237 oranında azalışa neden olur. Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,704 > 0,05$ olduğundan içsel sorumluluk ile gönülsüz devamsızlık arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Devamsızlık ve psikolojik sahiplenme ölçeğinin güvenilirlik değerleri Tablo 1' de gösterilmiştir. Buna göre devamsızlık ve psikolojik sahiplenme ölçeğinin güvenilirlik değerlerinin yüksek olduğunu belirtmek mümkündür.

5. Değerlendirme ve Sonuç

Psikolojik sahiplenmedeki içsel sorumluluk duygusunun; kişinin işini sorumluluk olarak görmesine neden olduğu söylenebilir. Hasta olduğunda ya da ailevi sorunlar yaşandığında ve hatta ceza gibi olumsuz durumlarda bile yüksek içsel sorumluluk duygusu bireyi işe gitmekten yana tavır almaya itmektedir.

Kimikleştirme kültürel açıdan incelendiğinde sanki kendine aitmiş düşüncesiyle devamsızlıkla ve gönülsüz devamsızlıkla doğru yönlü ilişki halindedir. Kimikleştirme arttıkça gönülsüz devamsızlık da artmaktadır. Psikolojik sahiplenmede kişinin çalışılan kurumu bir kimlik gibi görmesi devamsızlıkta ve devamsızlığın alt boyutlarında bir artışa neden olmaktadır.

Koruyucu odaklılık arttıkça devamsızlık ve gönülsüz devamsızlık azalır. Benzer bir durum da içsel sorumlulukla devamsızlık arasında mevcuttur. Sorumluluk benimsedikçe devamsızlıkta azalma meydana gelmektedir.

Psikolojik sahiplenme arttıkça gönüllü devamsızlıkta azalma meydana gelmektedir. Koruyucu odaklılık arttıkça gönüllü devamsızlık azalmaktadır. İçsel sorumluluk arttıkça gönüllü devamsızlık azalır. Düşük iş tatmini örgüt personelinin işten ayrılma niyetini ve işe devamsızlığını artırmaktadır (Bacak & Yiğit, 2010). Çalışma yaşamının kalitesinin yüksek olması işe devamsızlık oranını düşürmektedir (Demir, 2011). Jex (2002) işe devamsızlığın öncüllerinden birinin psikolojik unsurlar olduğunu belirtmektedir. Bu sonuç; olumlu psikolojik duyguların devamsızlık üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğunu desteklemektedir.

Derin (2018) yapmış olduğu araştırmada psikolojik sahiplenme ile olumlu davranış olarak nitelendirilebilen yenilikçi iş davranışları arasında pozitif yönlü bir ilişki bulurken olumsuz bir davranış olarak değerlendirilen sanal kaytarmanın düzenleyici bir rol üstlendiğini belirlemiştir.

Araştırmanın bir takım kısıtları bulunmaktadır. Araştırma maddiyat ve zaman sınırı düşünülerek Sabiha Gökçen ve Cengiz Topel havaalanlarında faaliyet gösteren iki havayolu işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayalı olması ve katılımcıların anket formunu dürüstçe cevapladığının varsayılması da diğer bir kısıttır.

Devamsızlık geçici iş gücü kaybı, işletmeye ekstra bir maliyet getirmektedir. Çalışanların işe devam etmesini sağlamak amacıyla psikolojik sahiplenmeye yönelik insan kaynakları politikalarının oluşturulması önemlidir. Yine benzer bir sonuç olarak işe alım aşamasında işe alınacak adaylara uygulanan kişisel ve psikolojik testler psikolojik sahiplenmeyi ölçebilecek şekilde düzenlenebilir. Havacılık sektöründe psikolojik sahiplenme ile devamsızlık arasında doğrudan bir ilişki tespit edilememiş olsa bile devamsızlığın alt boyutlarıyla psikolojik sahiplenme arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Havacılık sektörünün günümüzde prestijli bir yere sahip olduğu ve mevcut sektörde faaliyet gösteren işletmelerin az sayıda olduğu da bir gerçektir. Bu açıdan mevcut sektördeki çalışanların çalıştıkları örgütü sahiplenmeleri ve devamsızlık oranlarını düşürmeleri insan kaynakları yönetimi açısından hoşnut bir durumdur. Mevcut

çalışmanın farklı sektörlerde uygulanmasının elde edilen bulguları zenginleştireceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

AVEY, J. B., AVOLIO, B. J., CROSSLEY, C. D., ve LUTHANS, F. (2009). Psychological ownership: theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes, *Journal Of Organizational Behavior*, 30(2), 173-191.

BACAK, B. ve YİĞİT, Y. (2010). İşe devamsızlığın nedenleri, ekonomik sonuçları ve azaltılması için alınması gereken önlemler. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 29-44.

BROWN, G., LAWRENCE, T. B. ve ROBINSON, S. L. (2005). Territoriality in organizations. *Academy of Management Review*, 30(3), 577-594.

CLEGG, C. (1983). Psychology of employee lateness, absence and turnover: a methodological critique and an empirical study. *Journal of Applied Psychology*, 68(1), 88-101.

EREN, E. (2007). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*. Beta Yayınları, İstanbul.

DEMİR, M. (2011). İşgörenlerin çalışma yaşamı kalitesi algılamalarının işte kalma niyeti ve işe devamsızlık ile ilişkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(3), 453-464.

DERİN, N. (2018). Kuruma duyulan psikolojik sahiplenme ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide sanal kaytarmanın düzenleyici rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36 (1) , 63-81.

GOLDBERG, C. ve WALDMAN, D. (2000). Modeling employee absenteeism: testing alternative measures and mediated effects based on job satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 665-676.

HAMMER, T., LANDAU, J., ve STERN, R. (1981). Absenteeism when workers have a voice: the case of employee ownership. *Journal of Applied Psychology*, 66(5), 561-573.

HARRISON, D. ve MARTOCCHIO, J. (1998). Time for absenteeism: a 20-year review of origins, offshoots, and outcomes. *Journal of Management*, 24(3), 305-350.

<https://www.apronmedya.com/turkiyede-havacilik-sektorunde-ne-kadar-kisi-calisiyor/>. (erişim tarihi: 13.08.2020).

<https://www.ekonomihaber.com/is-yasam/turkiye-sivil-havacilik-cirosu-110-milyar-liraya-ulasti-h30928.html> (2019). (erişim tarihi: 13.08.2020).

<https://www.uab.gov.tr/uploads/pages/havacilik/havacilik.pdf>. (2018). Ulaşan ve erişen Türkiye havacılık ve uzay teknolojileri, 356-448. (erişim tarihi: 13.08.2020).

İŞİK, M. & UÇAR, Z. (2019). İş tatmini psikolojik sahiplenme ilişkisinde lider üye etkileşiminin düzenleyicilik etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1119-1145.

JEX, S. ve BRITT, T. (2002). *Organizational psychology: a scientist-practitioner approach*. John Wiley & Sons, New York.

JEX, S. M. (2002). *Organizational psychology: a scientist-practitioner approach*. John Wiley & Sons, New York.

KRISTENSEN, K., JUHL, H. J., ESKILDSSEN, J., NIELSEN, J., FREDERIKSEN, N. ve BISGAARD, C. (2006). Determinants of absenteeism in a large Danish bank. *International Journal of Human Resource Management*, 17(9), 1645-1658.

LERNER, J. S. ve TETLOCK, P. E. (1999). Accounting for the effects of accountability. *Psychological Bulletin*, 125, 255-275.

LITWINSKI, L. (1947). The psychology of mine. *Philosophy*, 22(83), 240-251.

MAYHEW, M., ASHKANASY, N., BRAMBLE, T. ve GARDNER, J. (2007). A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings. *The Journal of Social Psychology*, 147(5), 477-500.

NIELSEN, L. ve ANN, K. (2008). Determinants of absenteeism in public organizations: a unit-level analysis of work absence in a large danish municipality. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(7), 1330-1348.

ÖRÜCÜ, E. ve KAPLAN, E. (2001). Kamu ve özel sektör çalışanlarında devamsızlık sorunu. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 7(1), 93-112.

PAGET, K., LANG, D. ve SHULTZ, K. (1998). Development and validation of an employee absenteeism scale, *Psychological Reports*, 82, 1144-1146.

PIERCE, J. ve JUSSILA, I. (2010). Collective psychological ownership within the work and organizational context: construct introduction and elaboration. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 810-834

PIERCE, J., KOSTOVA, T. ve DIRKS, K. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management*, 26(2), 298-310.

PIERCE, J. ve RODGERS, L. (2004). The psychology of ownership and worker-owner productivity. *Group & Organization Management*, 29(5), 588-613.

RAMSEY, J., PUNNETT, B. J. ve GREENIDGE, D. (2008). A social psychological account of absenteeism in Barbados. *Human Resource Management Journal*, 18(2), 97-117.

RUSSELL, W. B. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.

STEEL, R., SHANE, G. ve KENNEDY, K. (1990). Effects of social-system factors on absenteeism, turnover and job performance. *Journal of Business and Psychology*, 4(4), 423-430.

SHULTZ, K. (1998). Development and validation of an employee absenteeism scale. <https://www.researchgate.net/publication/293647365>.

ŞENEL, B. (2012). Devamsızlık nedenleri ve maliyetinin araştırılması. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 1-18.

TÜTÜNCÜ, Ö. ve DEMİR, M. (2003). Konaklama işletmelerinde insan kaynakları kapsamında işgücü devir hızının analizi ve Muğla bölgesi analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 1-24.

UÇAR, Z. (2017). Psikolojik sahiplenme: örgütsel alana ilişkin bir model önerisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 167-200.

VAN DYNE, L. ve PIERCE, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439-459.

YEŞİL, Ü., BANCAR, A. ve BUDAK, G. (2015). Psikolojik sahiplik kavramına ilişkin bir literatür incelemesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 59-82.

Summary

Under strong competition, organizations face more and more challenges to compete. Changing and developing technology has increased the importance of efficient use of human resources as well as new techniques and methods in production. Human resources are one of the important production factors of organizations. In this context, organizations play an important role in achieving their goals. In this study, it was aimed to determine the relationship between absenteeism and psychological ownership in the health sector.

Istanbul Sabiha Gokcen and the private airline companies operating in the airport in Kocaeli constitute the research universe. Two different airline companies were selected as a sample. The total number of employees working in the specified airports is 270 people. A total of 178 volunteers were included in the study. In the research process, quantitative method was adopted and data were collected by survey. In the questionnaire, absenteeism scale and psychological ownership scale were used.

The data of the study were analyzed with IBM SPSS 21 program. In the analysis of the data, the significance value was accepted as 0.05. Correlation analysis and regression analysis were applied to the data with normal distribution. No significant correlation was found between psychological ownership and absenteeism. However, the weakness and the right direction between absenteeism and identity; There is an inverse and weak relationship with internal and external responsibility. Voluntary absenteeism and psychological ownership are weak and inverse; There is a weak and inverse relationship with control and internal responsibility. An inverse and weak relationship was observed between the reluctance of absenteeism and the identity dimension with a correct and weak relationship, and control orientation. According to the regression analysis; Since the level of significance is $0,016 < 0,05$, there is a relationship between psychological ownership and voluntary absenteeism. "1" unit increase in the level of psychological ownership causes a decrease of 0.180 on voluntary absenteeism. According to the regression analysis; since the level of significance is $0.164 > 0.05$, there is no relationship between identity and voluntary absenteeism. According to the regression analysis; Since the significance level is $0.00 < 0.05$, there is a relationship between protective focus and voluntary absenteeism. The "1" unit increase in the protective orientation dimension causes a decrease of 0.493 on absenteeism. According to the regression analysis; Since the significance level is $0.00 < 0.05$, there is a relationship between internal responsibility and voluntary absenteeism. The "1" unit increase in the dimension of internal responsibility leads to a decrease of 0.340 on voluntary absenteeism.

According to the regression analysis; Since the level of significance is $0.213 > 0.05$, there is no relationship between psychological ownership and involuntary absenteeism. According to the regression analysis; Since the significance level is $0.001 < 0.05$, there is a relationship between identity and involuntary absenteeism. The 1-unit increase in the identity dimension results in an increase of 0.249 on the involuntary absenteeism. According to the regression analysis; Since the significance level is $0.001 < 0.05$, there is a relationship between protective focus and involuntary absenteeism. The üzerinde 1 unit increase in the protective orientation dimension causes a decrease of 0.237 on the reluctant absenteeism. According to the regression analysis; Since the level of significance is $0.704 > 0.05$, there is no relationship between internal responsibility and involuntary absenteeism. When identity is examined from a cultural point of view, employees feel like the owner of the organization. It has a correct relationship with voluntary and involuntary absenteeism. As the degree of identity increases, involuntary absenteeism increases. In psychological ownership, the employee's view of his organization as an identity causes an increase in the subdimensions of absenteeism and absenteeism. As the protective focus increases, absenteeism and involuntary absenteeism decrease. A similar situation exists between internal responsibility and absenteeism. The decrease in absenteeism occurs as the responsibility is adopted. As psychological ownership increases, there is a decrease in voluntary absenteeism. Voluntary absenteeism decreases as protective focus increases. Voluntary absenteeism decreases as internal responsibility increases.

The loss of temporary work force brings an extra cost to the enterprise. It is important to establish human resources policies for psychological ownership in order to ensure that employees continue to work. Similarly, personal and psychological tests applied to candidates to be recruited during the recruitment phase can be designed to measure

psychological ownership. Even though there is no direct relationship between psychological ownership and absenteeism in aviation sector, it is seen that there is a relationship between the sub-dimensions of absenteeism and psychological ownership. It is a fact that the aviation sector has a prestigious place and the number of enterprises operating in the current sector is few. In this respect, employees in the current sector have the ownership of the organization they work in and the decrease in absenteeism rates is satisfactory in terms of human resources management. It is thought that the application of the present study in different sectors will enrich the findings obtained.

Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığına Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi

Feyzi KAYSİ*, Emrah AYDEMİR**, Mehmet YAVUZ***

Öz

Akıllı telefonların sahip olduğu özellikler ve insanlar arasında kullanım oranlarının artması bu cihazlara yönelik algıları da değiştirmiştir. Günümüzde bu cihazları kullanan bazı kullanıcılarda bağımlılık düzeyinde bulgular görülebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığına yönelik görüşlerin incelenmesidir. Çalışma nitel tekniklere göre gerçekleştirilmiştir. Çalışma durum çalışması deseni olarak kurgulanmıştır. Bu kapsamda yarı-yapılandırılmış görüşme, gözlem ve metaforik algı formları üzerinden veriler toplanmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme formu üzerinden yedi katılımcıyla yüz-yüze görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın metaforik algı boyutunda 68 katılımcıdan akıllı telefonlara yönelik metaforik algı verileri toplanmıştır. Çalışmanın tüm aşamalarındaki katılımcılar gönüllülük ilkesine göre çalışmada yer almıştır. Elde edilen tüm veriler dijital ortama aktarıldıktan sonra içerik analizine tabi tutulmuştur. Metaforik algı boyutundaki veriler yüzde ve frekans şeklinde çalışmada yer almıştır. Yapılan analizlerde, bazı katılımcıların bu cihazları kontrollü şekilde kullanabildikleri belirlenmiştir. Buna karşın diğer katılımcılarda bağımlılık düzeyinde akıllı telefon ve internet kullanımı ortaya çıkmıştır. Bu bağımlılık derslere odaklanmalarına ve akademik başarılarına olumsuz şekilde etki etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Telefon Bağımlılığı, İnternet Bağımlılığı, Akıllı Telefon Metaforik Algı, Yoksunluk, Üniversite Öğrencileri.

Investigation of Opinions of University Students on Smartphone Addiction

Abstract

The features of smartphones and the increase in usage rates among people have also changed the perceptions about these devices. Today, these devices are used by some users at addiction level. The aim of this study is to examine the opinions of university students about smartphone addiction. The study was carried out according to qualitative techniques. The study is designed as a case study pattern. In this context, data were



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 30.01.2020

Kabul/Accepted: 28.09.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.680085>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Elektronik ve Otomasyon Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: fkaysi@istanbul.edu.tr

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6681-4574>

** Dr. Öğr. Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Kırşehir, Türkiye, E-posta: emrah.aydemir@ahievran.edu.tr

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8380-7891>

*** Öğretmen, Diyarbakır Milli Eğitim Müdürlüğü, Diyarbakır, Türkiye,

E-posta: yavuz.mehmet21@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6218-232X>

collected through forms of semi-structured interview, observation and metaphoric perception. Face-to-face interviews were conducted with seven participants through the semi-structured interview form. Metaphoric perception data for smartphones were collected from 68 participants in the metaphorical perception dimension of the study. Participants at all stages of the study took part in the study according to the principle of volunteering. After all the data obtained were transferred to digital media, they were investigation via content analysis. Data in the metaphoric perception dimension were included in the study as percentage and frequency. Among the findings of his study, some participants use these devices in a controlled manner. On the other hand, some participants use of smartphones and internet with high addiction. This addiction negatively affects their course focusing and academic achievement.

Keywords: Smartphone Addiction, Internet Addiction, Smartphone Metaphoric Perception, Deprivation, University Students.

Giriş

İnsanoğlu hayatı boyunca teknolojideki değişimlerden etkilenmiştir. Özellikle son yıllardaki teknolojik değişimin ivmelenmesi dikkat çekici düzeydedir (Eren vd., 2020). Bu değişiklikler doğal olarak insan davranışlarında ve ilişkilerinde de değişmelere neden olmuştur. Bilgisayar, internet ve akıllı telefon kullanımıyla birlikte, bu teknolojilerin hayatımızdaki yerleri daha da artmıştır. Önceleri kişiler arası iletişim çoğunlukla yüz-yüze iletişimle sağlanırken, günümüzde teknolojiler sayesinde farklı ortamlarda iletişim kanalları yer bulmuştur. Özellikle çevrimiçi ortamlar bu iletişim kanallarının başını çekmektedir. Sosyal gruplar yalnızca, birbirleriyle yüz-yüze karşılaştıkları fiziksel ortamlarda buluşmamakta, aynı zamanda çevrimiçi ortamlarda da iletişime geçebilmektedirler (Knop vd., 2016). Bireyler, çalışma ve eğitim amaçlı sosyal medya kanallarını kullanmanın bazı yararları olduğu ve genel olarak olumlu olduğu konusunda hemfikirdirler (Asterhan ve Rosenberg, 2015; Hershkovitz ve Forkosh-Baruch, 2013). Bu bakımdan, özellikle akıllı telefonlar insanlara eşsiz bir deneyim sunmakta ve zaman-mekân bağımsızlığı ile çevrimiçi olmalarını sağlamaktadır (Alan ve Eyuboğlu, 2012). Son yıllarda üniversite öğrencilerinin mobil internet araçlarına sahip olma oranları artmaktadır (Dahlstrom, Dziuban ve Walker, 2012). Üniversite kampüslerinin her köşesinde başını akıllı telefon ekranına gömmüş öğrencilerle karşılaşmak kaçınılmaz hale gelmiştir. Hatta caddede yürürken, asansörlerde, sınıflarda akıllı telefonlar, günümüz üniversite öğrencilerinin sürekli bir arkadaşı haline gelmiştir (Reese Bomhold, 2013).

İnsanları etkileyip hayatı kolaylaştıran teknolojilerin başında akıllı telefonlar gelmektedir. Akıllı telefon ve mobil telefon kullanımlarıyla ilgili veriler bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Dünya Bankasından alınan verilere göre dünya nüfusunun yaklaşık %45'i internet kullanmaktadır (Dünya Bankası, 2017). Avrupa'daki internet kullanımı verilerine bakıldığında ise her 10 kişiden 8'i internete akıllı telefondan bağlanmaktadır (Eurostat, 2016). Türkiye'deki telefon ile internet kullanım oranı Türkiye İstatistik Kurumu (2019) verilerine göre %98,7 olarak belirlenmiştir. Bu cihazlar kişilere; zaman ve mekân bağımsızlığı, hız, zaman tasarrufu, taşınabilir olma, kolay bir şekilde bilgi paylaşımı ve katılımcılığı artırma gibi çok sayıda imkân tanıyarak yüksek düzeyde kullanım sunmaktadırlar (Güler ve Veysikarani, 2019; Yengin, 2016). Bu da zamanla bireylerin bu cihazlara bağımlılıklarının artmasına neden olabilmektedir.

Akıllı telefon satın alma oranının ve kullanım sürelerinin zamanla artması, bu cihazlardan kaynaklanan farklı sorunlara neden olmaktadır. Bu cihazlar fazla kullanıma bağlı olarak fiziksel ve psikolojik sorunlara yol açmaktadır (Tamura, Nishida, Tsuji ve Sakakibara, 2017). Buna örnek olarak aşırı cep telefonu kullanımı, parmaklarda hasar

oluşturmakta (Ming, Pietikainen ve Hanninen, 2006), uyku sorunlarına yol açabilmekte (Tamura vd., 2017) bununla birlikte huysuzluk ve depresyon (Augner ve Hacker, 2012) gibi psikolojik problemlere yol açabildiği verilebilir. Cep telefonları ya da akıllı telefonların aşırı derecede kullanımının yarattığı olumsuz sonuçlardan biri de nomofobi denilen psikolojik rahatsızlıktır. İngilizce "no mobilephone phobia" ifadesinin kısaltılmış hali olan "nomophobia" Türkçesi genel anlamı ile "akıllı telefonsuz kalma korkusu" dur (Erdem, Türen ve Kalkın, 2017). Nomofobik bireyler sürekli ekrana bakmakta, telefonu düzenli bir şekilde kullanmakta, sürekli mesaj gelip gelmediğini kontrol etmekte ve telefondan ayrıldığında kaygı-endişe yaşamaktadırlar (Kocabaş ve Korucu, 2018). Bu nedenle, bu kullanıcıların akıllı telefonlarından uzak kalması halinde yoksunluk çekebilmektedirler.

Zamanla akıllı telefon kullanımının kişilerde bağımlılık oluşturduğu hakkında çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bağımlılık, kişinin bir duruma karşı yoksunluk çekme dâhil olmak üzere tolerans gösterememesi ve kontrol edememesi şeklinde ifade edilmiştir (Volungis vd., 2019). Bu çalışmalar arasında akıllı telefon bağımlılığı (Kuyucu, 2017), problemleri mobil telefon kullanımı (Doğan ve İlçin-Tosun, 2016) ve aşırı akıllı telefon kullanımı (Lee, Chang, Lin ve Cheng, 2014) gibi araştırmalar yer almıştır. Bu çalışmalar, bireylerin akıllı telefon kullanımıyla ortaya çıkan sorunları belirlemek üzerinde yapılmıştır. Bu ve buna benzer çalışmalar incelendiğinde; nomofobik kişilerin stres, gerginlik ve uykusuzluk yaşadıkları (Yorulmaz, Kırac ve Sabırlı., 2018), okul yaşantılarının ve akademik başarılarının olumsuz etkilendiği (Spitzer, 2015), telefonsuz dışarı çıkamadıkları (Yılmaz, Şar ve Civan, 2015), batarya bitmesi veya kapsama alanı dışına çıkılmasında mutsuzluk yaşamaları (Adnan ve Gezgin, 2016), sosyal ağ kullanıcılarının orta düzey nomofobik oldukları (Gezgin, Şahin ve Yıldırım, 2017), bu kişilerin telefonlarını 24 saat açık tuttıkları ve uyumadan önce-uyanır uyanmaz telefonlarını kontrol ettikleri (Kaplan-Akıllı ve Gezgin, 2016) görülmüştür. Bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda, özellikle üniversite öğrencilerin birçok açıdan zarar gördükleri ifade edilebilir. Özellikle bu süreçlerde öğrenimlerinin olumsuz şekilde etkilendiği gerçeği önemli görülmelidir. Bu çerçevede öğrencilerin akıllı telefon ve internet kullanım durumları incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarının çeşitli veriler çerçevesinde değerlendirilmesini yapmaktır. Bu sayede öğrencilerin akıllı telefon etkileşimleri ve öğrenme süreçlerine olan etkileri ortaya çıkarılabilecektir.

Yöntem

Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarını incelemeyi amaçlayan bu çalışma nitel tekniklerle gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalar, var olan bir olgunun katılımcıların bakış açısıyla incelenmesine olanak sağlar (Merriam, 2009). Çalışmada, sınırlı bir durumun derin bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan (Yıldırım ve Şimşek, 2008) durum çalışması deseni kullanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme, gözlem ve metaforik algı formları üzerinden veriler toplanmıştır. Yedi katılımcıyla yüz-yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yöntemi, olayları bireylerin bakış açısından anlamaya ve kavramaya çalışması şeklinde ifade edilmiştir (Patton, 1987). İki ders saati süresince gözlem yapılmıştır. Son olarak 68 katılımcıdan akıllı telefona yönelik metaforik algıları talep edilmiştir.

Katılımcılar

Çalışmanın yüz-yüze görüşme boyutundaki katılımcıları, İstanbul'daki bir devlet üniversitesinde öğrenim gören altı öğrenci ve bir öğretim elemanından oluşmaktadır. Öğrencilerin belirlenmesinde ölçüt örnekleme ile katılımcıların çalışmaya dâhil edilmesi sağlanmıştır. Bu katılımcılar akıllı telefon bağımlısı oldukları algısına sahip olan ve olmayan kişiler arasında belirlenmiştir. Çalışmaya başlamadan önce sınıflarda yapılan detaylı duyurular ile potansiyel katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan bilgilendirmelerde katılımcıların gönüllüğü aranmıştır. Katılımcıların çalışmada yer almak istemeleri sağlandıktan sonra aydınlatılmış onam formu kendilerine okunmuş ve imzalatılmıştır. Çalışmanın öğretim elemanı boyutunda dâhil edilen katılımcısı da gönüllülük ilkesi doğrultusunda çalışmaya katılmıştır. İlgili öğrenci katılımcıların derslerine en çok giren iki öğretim elemanının da çalışmada yer alması için teklifte bulunulmuştur. Fakat bu öğretim elemanlarından bir tanesinin çalışmada yer almak istemediğini ifade etmesi sonucu çalışmada bir öğretim elemanından alınan verilerle desteklenmiştir. Çalışmanın metaforik algı boyutundaki katılımcılar aynı kurumda öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinin akıllı telefon algılarını belirlemek amacıyla veriler toplanmıştır. Bu kapsamda 68 katılımcı, gönüllülük ilkesine göre çalışmaya dâhil olmuştur.

Verilerin Toplanması

Yarı-yapılandırılmış görüşme formu üzerinden katılımcılarla yüz-yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formları, önceden belirlenmiş soruların görüşülen kişiye sistemli ve tutarlı bir şekilde sorulması ile standart sorulara verilen yanıtların çok ötesine geçmeye imkân sağlamaktadır (Berg, 2012). Görüşmelerin yapılmasından önce tüm katılımcılardan uygun oldukları bir zaman talep edilmiştir. Katılımcıların belirttikleri gün ve saatte görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde ses kaydı alınmadan önce katılımcılardan izinler alınmıştır. Gözlem raporu, alandaki bir uzmanın derse davet edilmesi sağlanarak yapılmıştır. Gözlemcinin iki ders saati süresince öğrencilerin akıllı telefon etkileşimlerini gözlemlemesi sonucu kaydettiği notlar çalışmanın veri kaynakları arasında dâhil edilmiştir. Çalışmadaki verilere destek olması amacıyla katılımcıların akıllı telefonlara yönelik metaforik algıları da çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmanın metaforik algı boyutundaki veriler üç farklı sınıftaki katılımcılardan toplanmıştır. Veriler araştırmacılar tarafından hazırlanan form üzerinden toplanmıştır. Formda katılımcıların "Akıllı telefon benim için gibidir. Çünkü" ifadesini kendilerine en uygun şekilde doldurmaları istenmiştir.

Çalışmada nitel verilerin çeşitliliğini sağlamak amacıyla üçgenleme (triangulation) yapılmıştır. Üçgenleme nitel araştırma yöntemlerinin birden çok biçiminin kullanımı şeklinde ifade edilmiştir (Denzin, 1970). Bu bakımdan üçgenleme, söz konusu olgunun derinlemesine anlaşılmasını sağlama girişimi olarak ifade edilebilir (Denzin, 2012). Bu çalışmada kullanılan görüşme, gözlem ve metaforik algı formları ile üçgenlemenin sağlanması amaçlanmıştır. Üçgenleme ile veri çeşitliliğinin sağlandığı çalışmalarda sınırlılık ve yanlışlık riski en aza iner, geçerlik ise en üst düzeye çıkarılır (Maxwell, 1996).

Gözlem Raporu

Öğrencilerden bazıları belli zaman aralıklarında fotoğraflarının çekilmesini kabul etmedikleri için video veya görüntü kaydı alınmamıştır. Sınıf ortamında gözlem yapılmadan önce öğrencilere çalışma ve yapılacak gözlem hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Yapılan bu bilgilendirmede çalışmanın kapsamı ve gözlemin nasıl

yapılmasının planladığı açıkça belirtilmiştir. Çalışmaya katılımın gönüllülük ilkesi kapsamında olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada yer almak istemeyen öğrencilere yönelik hiçbir yaptırım uygulanmayacağı da ifade edilmiştir. Çalışmada yer almak istemeyen öğrencilerin araştırmacının belirtilen e-posta adresine bilgi vermesinin yeterli olacağı ifade edilmiştir. Gözlem raporunda, öğrencilerin ders süresince telefonlarıyla olan etkileşimlerinin sürekli takip edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda telefonuyla etkileşimde bulunan katılımcıların bunları yapma sıklıkları ve bunu gerçekleştirme şekilleri kayıt altına alınmıştır. Gözlemci sınıfta, öğrencileri en iyi görebileceği ama dersin işlenmesine de engel olmayacak bir açıda konumlanmıştır. İki ders süresince öğrencilerin telefonla kurdukları etkileşim ile ilgili notlar tutması amaçlanmıştır. Gözlemci ikinci dersin başlamasından önce, ilk derste oturduğu yerin çaprazında konumlanmıştır. Bu sayede daha fazla gözlem alanı bulmuştur. Gözlemin yapıldığı gün derse 32 katılımcı gelmiştir. Bu katılımcılardan gözlem içinde yer almak istemeyen dört katılımcı araştırmacı tarafından gözlemciye bildirilmiştir. Bu katılımcıları diğerinden ayırt edebilmek amacıyla gözlem öncesi katılımcılara iki seçenek sunulmuştur. Bunlardan birincisi oturacakları yerleri gözlemciye bildirmeleri veya sınıfın belirlenen bir bölümünde oturmaları istenmiştir. Bu katılımcılar sınıfın en ön sırasında yan yana oturmayı tercih etmişlerdir. Bu sayede gözlemciye, gözlem öncesi bu katılımcıların sınıftaki konumları paylaşılmıştır. Gözlemin başından sonuna kadar hiçbir katılımcıya yönelik kişisel veri kayıt altına alınmamıştır.

Verilerin Analizi

Elde edilen görüşmelerdeki ses kayıtları, transkript edilerek dijital ortama aktarılmıştır. Çalışmadaki bir araştırmacının, transkript edilen metni ses kayıtları ile birlikte okunması sağlanmıştır. Bu sayede dokümanda kayıp veri olmaması hedeflenmiştir. Elde edilen bu veriler çalışmadaki katılımcılara e-posta atılmıştır. Bu gönderide, katılımcıların görüşme dokümanlarını teyit etmeleri ve varsa düzenleme yapabilecekleri ifade edilmiştir. Katılımcıların belirlenen tarihe kadar geri dönüş yapmaması halinde analizlerin var olan doküman üzerinden yürütüleceği de ifade edilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, bir çalışma metnindeki kelimelerin daha az sayıda içerik kategorisine indirgenmesidir (Creswell, 2013). Görüşmelerin araştırmacılar tarafından eş zamanlı yapılan analizlerinde çalışmaya yönelik kodlar ve temalar belirlenmiştir. Gözlem raporu elde edilen kodlar ve temaları destekleyecek şekilde çalışmaya dâhil edilmiştir. Metaforik verilerin analizinde yüzde ve frekans üzerinden veriler incelenmiştir. Elde edilen bulguların sunumunda doğrudan alıntı şeklinde katılımcı ifadeleri ve gözlem raporundaki veriler de yer almıştır.

Bulgular

Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığının incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada, katılımcı ifadeleri ve gözlem raporu doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir. Yapılan analizler sonucunda (1) Odaklanma, (2) Akıllı Telefon Bağımlılığı, (3) İnternet Bağımlılığı ve (4) Yoksunluk temalarına ulaşılmıştır. Katılımcıların akıllı telefon metaforik algılarına yönelik elde bulgular Tablo 1'de verilmiştir. Elde edilen verilerin güvenilirlik hesaplamasında Güvenirlik = Görüş Birliği / Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı formülü kullanılmıştır. Yapılan bu hesaplamada güvenilirlik 0,88 olarak belirlenmiştir.

	Metaforlar	f	%
Olumlu Metaforlar	Araç	12	17,65
	Arkadaş	3	4,41
	Bilgi kaynağı	2	2,94
	İhtiyaç	8	11,76
	İletişim aracı	5	7,35
	Kolaylık	2	2,94
	Yardımcı	9	13,24
Olumsuz Metaforlar	Boş zaman aracı	2	2,94
	Dünya	2	2,94
	Eğlence	2	2,94
	Gıda	2	2,94
	Hayata bağlayan	4	5,88
	Her şeyim	2	2,94
	Oyuncak	4	5,88
	Vazgeçilmez	4	5,88
	Yük	3	4,41
	Zaman kaybı	2	2,94
Toplam		68	100,00

Tablo 1: Katılımcıların metaforik algı frekans ve yüzdeleri

Tablo 1'deki metaforik algılar incelendiğinde olumlu ve olumsuz metaforik algılar şeklinde iki boyutta gruplandıkları görülmektedir. Olumlu metaforik algılar arasında "Araç" 12 (%27,65), "Yardımcı" dokuz (%13,24) ve "İhtiyaç" sekiz (%11,76) katılımcı tarafından ifade edilmiştir. Bunlarla birlikte olumlu metaforik algıların oranı %60,29 olarak belirlenmiştir. Olumsuz metaforik algılarda ise "Hayata bağlayan" dört (%5,88), "Oyuncak" dört (%5,88) ve "Vazgeçilmez" dört (%5,88) katılımcı tarafından ifade edilmiştir. Olumsuz metaforik algılar çalışmada %39,71 oranında ortaya çıkmıştır. Elde edilen metaforik algıları betimleyecek bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur.

M4: Öncelikle normal telefonlardaki mesaj ücretindense internet ile çalışan mesajlaşma uygulamaları daha uygun. Bilgisayar olmadığında yapmam gereken işlerin çoğunu halletmemde akıllı telefon çok yardımcı olabiliyor. Teknoloji geliştiği için eski tip telefonlarda kullanılabilen imkânlar giderek azalıyor.

M12: ...telefonsuz kendimi bos eksik gibi hissediyorum artık hayatimizin tarzı.

M13: ...çünkü araştırma iletişim gibi ihtiyaçlarımı karşılayabiliyorum.

M19: İyi anlamda okul ve isim ile ilgili çoğu isimi neredeyse bilgisayara gerek kalmadan halledebiliyorum. Kötü anlamda ise bazen çok fazla vakit çalabiliyor.

M34: Boş vakitlerimizde zamanımızı gerektiğini düşündüğümüz şekilde doldurmaya yarar.

M58: Onu istediğim şekilde kontrol edebilirim. Doğru kullandığım zaman bilgiye ulaşmamı kolaylaştırır, ne zaman duracağımı bilirse benim için sadece bir araç olur; internete erişmek için kullandığım bir araç.

Katılımcı ifadeleri doğrultusunda, akıllı telefonların hem olumlu hem de olumsuz algılara neden olduğu ifade edilebilir. Özellikle olumlu algılar açısından, akıllı telefonların günlük hayatı kolaylaştıran bir araç olarak sıklıkla kullanıldığı ve bu sayede günlük işlerin yapılmasında yardımcı olan kolaylaştırıcı bir cihaz olarak algılandığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, olumsuz algıya neden olan metaforik algılarda ise akıllı telefonların eğlence, boş zamanları doldurma, oyun amaçlı kullanımları ile gereğinden fazla zaman harcanmasına neden olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bazı katılımcılarda zamanla yük

olarak algılandığı ve hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak görüldüğü de dile getirilmiştir. Bu bulgular çerçevesinde, akıllı cihazların çoğu katılımcı tarafından olumlu algılara neden olacak bir kullanımının olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, bazı katılımcılardaki akıllı telefon etkileşim ve kullanım oranı katılımcılarda olumsuz algılara neden olabilmektedir.

Odaklanma

Katılımcıların beyan ettikleri görüşler ve gözlem raporunun incelenmesi sonucunda odaklanma temasına yönelik bulgular elde edilmiştir. Bu temada katılımcıların akıllı telefon ve internet kullanımının derslere olan etkisi incelenmiştir. Bazı katılımcılar hiçbir neden olmaksızın sürekli telefonlarına dokunma veya internete girme gibi davranışlarda bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu ifadeleri destekleyecek nitelikteki öğretim elemanın görüşünde, bu durumun bazı öğrencilerde sürekli tekrar ettiği belirtilmiştir. Ayrıca öğrencilerin bu davranışlarının öğretim elemanının derse yönelik dikkatini ve konsantrasyonunu olumsuz etkilediği de dile getirilmiştir. Temaya yönelik ilgili gözlem raporu bölümünden bir kesit ve bazı katılımcı görüşleri doğrudan alıntı şeklinde aşağıda sunulmuştur.

Öğrenci_4: 15 dakikada bir en azından dokunma ihtiyacı istiyorum.

Dokunmadığımda kendimi rahatsız hissediyorum.

Öğrenci_3: İyi hissettiğimi düşünüyorum. Sebebi ise kendime daha fazla zaman ayırabilirim. Kendimce zamanım olmadığını inandığım şeyleri teker teker yapabiliyorum. Bu da benim gerek fiziksel gerek zihinsel açıdan gelişmemi sağlar.

Öğretim Elemanı: Öğrencilerin bazılarında odaklanma sorunuyla karşılaşyoruz. Bu öğrencileri uyarmamıza rağmen bazen 10 saniye sonra kafalarını ellerindeki telefona tekrar gömbiliyorlar. Bu durum aynı zamanda bizim de derse yönelik konsantrasyonumuzu ve dikkatimizi olumsuz etkiliyor.

Gözlem Raporu: C7 numaralı katılımcı neredeyse her fırsatta telefonu elleriyle kontrol etmiştir. Bazen sadece telefonun ekranını aktif hale getirmek amacıyla telefonuna dokunmuştur.

Elde edilen gözlem raporu ve katılımcı ifadeleri doğrultusunda, akıllı telefon kullanımının derslere yönelik olumsuz etkisinden bahsedilebilir. Bu olumsuz durumun aynı zamanda dersin işlenmesinde de olumsuz etkileri olduğu anlaşılmaktadır.

Akıllı Telefon Kullanımı

Katılımcı ifadeleri incelendiğinde, iki farklı durumun bulunduğu belirlenmiştir. Bu durumlardan ilki, bazı katılımcıların akıllı telefon kullanımlarını kontrollü şekilde sağladıkları ortaya çıkmaktadır. Bu sayede bu katılımcılar için akıllı telefonlara yönelik bağımlılık düzeyinde olmayan bir kullanımdan bahsedilebilir. İkinci durum ise, bazı katılımcıların bu cihazları kontrollü kullanmadıkları ve sürekli ihtiyaç duyacak bir derecedeki etkileşimleri belirlenmiştir. Bazı katılımcı ifadeleri incelendiğinde, akıllı telefonlardan uzak kalınması halinde kısıtlanma, yapılabileceklerin sınırlandırılması ve gıda gibi bir ihtiyaç olarak görülmesi dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, akıllı telefonlarını günlük hayatlarını kolaylaştırmak için bir araç olarak kullandıklarını ifade eden katılımcı görüşleri de dile getirilmiştir. Temaya yönelik bazı katılımcı görüşleri doğrudan alıntı şeklinde aşağıda sunulmuştur.

Öğrenci_1: Akıllı telefonum benim için çok önemli çünkü araştırma iletişim gibi ihtiyaçlarımı karşılayabiliyorum.

Öğrenci_5: Akıllı telefonumdan uzun bir süre ayrı kaldığımda yapabileceğimin kısıtlandığını düşünüyorum.

Öğrenci_3: Çoğunlukla telefonu müzik dinlemek bir şeyler izlemek ve araştırma yapmak için kullanıyorum. O yüzden bunları yapamazdım. Dolayısıyla kendimi geliştiremezdim.

Öğrenci_6: İnsanlar arası iletişimde ve dolayısıyla toplumlar arası iletişimde oldukça önemli rol oynuyor. Her telefon ve internet kullanıcısı sanal ağda kendi kimliğini oluşturup adeta sanal bir gerçeklikte var olup o sanal gerçeklikte çeşitli ağlarla ilişki içerisine girmekte. Bu yüzden telefon ve internet yeme içme gibi bir ihtiyaç haline gelmiştir. Yerine ve gerekliliğine göre kullanılmalı telefon ve internet.

Katılımcı ifadeleri doğrultusunda akıllı telefon kullanımında bazı kullanıcıların günlük hayattaki işlemleri gerçekleştirmek amacıyla bu cihazları etkin bir şekilde kullandıkları belirlenmiştir. Bu durum akıllı telefonların öğrenim amaçlı veya günlük işlerde yardımcı olma görevini yerine getirmesi amacıyla kullanılabilir olduğu şeklinde ifade edilebilir. Bununla birlikte bazı katılımcıların bu cihazlara karşı yoksunluk çekebilecek düzeydeki kullanım ve etkileşimde bulunmak istediği de çalışma verilerinden anlaşılmaktadır. Bu şekilde bir kullanım ise katılımcıların bu cihazlara olan bağılıklarının derecesinin anlaşılması için önemli bir veri olarak görülebilir.

Mobil İnternet Kullanımı

Katılımcı ifadeleri ve gözlem raporunun incelendiğinde, akıllı telefonları üzerinden erişilen internete yönelik bulgular dikkat çekmektedir. Bu bulgular arasında, internet kullanımının da akıllı telefonlarda olduğu gibi bağımlılık düzeyinde olduğu bazı katılımcı ifadelerinden anlaşılmaktadır. Bu ifadeleri teyit eden gözlem raporunda, bazı katılımcıların sürekli internette oldukları ve sosyal medya akışını güncelledikleri yer almaktadır. Bazı katılımcılar da internetin akıllı telefonun en önemli bileşeni olarak görülmesi gerektiği şeklindeki ifadeleri dikkat çekmektedir. Ayrıca, akıllı telefonlarda internet olması halinde işe yarar cihazlar oldukları doğrultusundaki ifadeleri de öne çıkmaktadır. Buna karşın bazı katılımcılar da internetin akıllı telefonlar gibi bir araç olarak kullanılması gerektiği şeklindeki ifadeleri belirlenmiştir. Temaya yönelik ilgili gözlem raporu bölümünden bir kesit ve bazı katılımcı görüşleri doğrudan alıntı şeklinde aşağıda sunulmuştur.

Gözlem Raporu: A2 numaralı katılımcı sürekli telefonundaki sosyal medya hesaplarına girmiş ve akışı sürekli güncellemiştir. Bazen de kendisine gelen mesajlara cevaplar vermek amacıyla telefonda bir şeyler yazdığı görülmüştür. Bu durum ders süresince sürmüştür.

Öğrenci_4: İnternetsiz telefon benzini bitmiş arabaya benzer doğal olarak internet bitince telefon da biter. Yani telefon bana anlamsız gelmeye başlar.

Öğrenci_2: İnternetim bittiğinde hiç üzülmem çevre yerlerdeki Wi-Fi ağlarına bağlanmaya çalışırım eğer hiç Wi-Fi ağı yoksa internetimin yenilenmesini beklerim.

Akıllı telefonların en önemli özellikleri arasında yer alan internet kullanımının, çoğu kullanıcı tarafından etkin bir şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Hatta katılımcı ifadeleri doğrultusunda, internet kullanımı ile birlikte akıllı telefonların işlevlerinin gerçekleştiği de anlaşılmaktadır.

Yoksunluk

Akıllı telefon ve internet yoksunluğuna yönelik elde edilen bulgular, çalışma açısından dikkat çekici ifadeleri barındırmaktadır. Bu ifadeler daha çok akıllı telefon ve internet bağımlılığının yüksek olduğu düşünülen iki katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Bu katılımcıların, günlük uzun süreli akıllı telefon kullanımları ve kendilerini bağımlı olarak görmeleri etkili olmuştur. Bu katılımcı ifadelerine ek olarak öğretim elemanı görüşü de yapılan analizlere eklenmiştir. Katılımcıların yoksunluk temasına yönelik görüşleri sonrasında bağımlılığın neden olduğu davranışlar dile getirilmiştir. Bazı katılımcılar internet yoksunluğunda, dünyadan soyutlanmış ve hayatın daha zor olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Buna ek olarak akıllı telefonları yanlarında olmadığında kendilerini kötü hissettikleri de dile getirilmiştir. Son olarak öğretim elemanı görüşünde, bağımlılığı yüksek öğrencilerden akıllı telefonun alınması halinde bu öğrencilerin kendilerini boşlukta gibi hissedecekleri anlaşılmaktadır. Temaya yönelik bazı katılımcı görüşleri doğrudan alıntı şeklinde aşağıda sunulmuştur.

Öğrenci_5: Dünyadaki olaylardan bihaber kaldığımı ve diğer insanların benden ileride olduğu hissine kapılıyorum. İnternetin eksikliğinde kendimi dünyadan soyutlanmış ve kopmuş gibi hissediyorum. Hayat sanki daha zormuş gibi geliyor.

Öğrenci_6: Telefonum yanımda olmayınca kötü hissederim. Gerektiğinde internetimi kullanamayacak olmam o anki işimi engeller. Bu da beni kötü hissettirir.

Öğretim Elemanı: Yani bazen ben de çok düşünüyorum. Acaba bu çocuklardan telefonlarını alsak o zaman derse konsantre olurlar mı? Bence bu öğrenciler dersin bir an önce bitmesini ister ve bir an önce telefonlarına ulaşmak veya internete girmek isteyeceklerdir.

Akıllı telefonlar günlük hayatta olduğu gibi çok farklı işlevlere sahip alanlarda da etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu çerçevede akıllı telefonların bu alanlardaki süreçlere olumlu etkilerinin olması beklenmektedir. Bununla birlikte akıllı telefon kullanım kullanımında olumsuz bir durumun olması, bu cihazların işlevlerinin yerine getirilmediği şeklinde ifade edilebilir. Çalışmada görüşleri alınan katılımcılardan bazıları için elde edilen veriler doğrultusunda, akıllı telefonların bazı katılımcılar tarafından aşırı kullanımı dikkat çekmektedir. Bu aşırı kullanıma rağmen katılımcıların bu cihazları kullanmaya devam etmek istemeleri ve bu durumdan şikâyet etmemeleri bu cihazlara karşı bağımlılık olarak ifade edilebilir. Bu cihazlardan ayrı kalmaları halinde katılımcıların endişelendikleri anlaşılmaktadır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Günümüz akıllı telefon ve mobil internet kullanım oranının yüksek olması, doğal olarak bu kavramlara yönelik bağımlılığının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Özellikle son yıllardaki teknolojik değişimin çok hızlı artışı dikkat çekmektedir (Eren vd., 2020). Katılımcı ifadelerinde de yer aldığı üzere, ister çoğu işin halledildiği akıllı telefonlar isterse de sürekli bir yerlere bağlı olmayı sağlayan internet olsun bazı katılımcıların aşırı kullanımı söz konusudur. Bu aşırı kullanımda dikkat edilmesi gereken en önemli konu, bağımlılık düzeyindeki bir kullanımın günlük hayatın doğal akışına olan etkisidir. Akıllı telefon veya mobil internetin aşırı kullanımı diğer bir ifadeyle bu kavramlara yönelik bağımlılık, bireylerde depresyon, anksiyete ve zararlı madde kullanımına neden olabilmektedir (Kim vd. 2019; Sánchez-Martínez M, Otero, 2009). Bu cihazları etkin bir şekilde kullanın ve yaşam kalitesini arttıranlar için bu kullanım olumlu görülebilir. Bu noktada bu kavramların etkin bir şekilde kullanımı büyük önem arz etmektedir. Özellikle akıllı telefonların bireylere sunduğu eşsiz deneyim ile her zaman ve her yerde çevrimiçi

olmalarını sağlama (Alan ve Eyuboğlu, 2012) bu bağımlılığın temelinde yatan sorunlar arasında ifade edilebilir. Bireyler akıllı telefonları daha çok meslekleriyle ilgili amaçlar, internet araması, eğlence, sosyal ağ servisleri ve anlık mesajlaşma uygulamaları için kullanmaktadır (Kim vd. 2019). Son yıllarda üniversite öğrencilerinin mobil cihaz ve internet araçlarına sahip olmaları artmaktadır (Dahlstrom, Dziuban ve Walker, 2012). Türkiye'de olduğu gibi Avrupa'da da bu oran artmaktadır. Avrupa'da 10 kişiden sekizinin internete akıllı telefondan bağlandığı bilinmektedir (Eurostat, 2016). Günümüzde bu oran Türkiye için çok daha yüksektir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2019). Üniversite kampüslerinde başını akıllı telefon ekranına gömmüş olan öğrenciler bulunmaktadır. Hatta sınıflarda akıllı telefonlar, günümüz üniversite öğrencilerinin sürekli bir arkadaşı haline gelmiştir (Reese Bomhold, 2013). Bu durum da bazı durumlarda öğrencilerin sınıf ortamının dışındaymış gibi hissetmelerine neden olabilmektedir. Hatta bu cihazların zamanla fazla kullanımdan dolayı fiziksel ve psikolojik sorunlar ortaya çıkmaktadır (Tamura vd., 2017).

Elde edilen tüm verilen üzerinden yapılan analizlerde, bazı katılımcıların bu cihazları kontrollü şekilde kullanabildikleri belirlenmiştir. Buna karşın diğer katılımcılarda bağımlılık düzeyinde akıllı telefon ve internet kullanımı ortaya çıkmıştır. Bağımlılık, kişinin yoksunluk çekme ve kontrol edememe davranışı sergilemesi şeklinde tanımlanmıştır (Volungis vd., 2019). Bu bağımlılık özellikle derse yönelik odaklanmaya olumsuz etki etmektedir. Nomofobik olarak sınıflanabilecek bu bireyler, sürekli ekrana bakmakta, telefonu düzenli bir şekilde kullanmakta, sürekli mesaj gelip gelmediğini kontrol etmekte ve telefondan ayrıldığında kaygı yaşamaktadırlar (Kocabaş ve Korucu, 2018). Ayrıca akıllı telefon veya internetin olmaması bazı katılımcılarda yoksunluk ve kısıtlanmış olmak hissi vermektedir. Bu sonuçlar hem gözlem raporu hem de metaforik algı formundaki verilerle desteklenmektedir. Bu bağımlılıklar derse yönelik odaklanmada sorun yaşamalarına neden olabilmektedir. Aşırı düzeyde akıllı telefon kullanımı öğrencilerin öğrenme süreçlerinde odaklanma gücünü çekmesine neden olmaktadır (Kushlev, Proulx ve Dunn, 2016; Wilmer vd., 2017). Bu durum aynı zamanda bazı katılımcıların sürekli telefonlarına dokunma ve internete girme ihtiyacı hissetmelerine de neden olmaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin derse yönelik dikkati düşmekte veya ortadan kalkmaktadır. Aşırı düzeyde akıllı telefon kullanımı aynı zamanda akademik başarıyı da düşürebilmektedir (Hawi ve Samaha, 2016). Bu durumdaki öğrencilerin eğitim başarıları düşük olabilmektedir (Alhassan vd., 2018; Horvath vd., 2020). Bu ihtiyaç hissi doğrultusunda yapılan eylemlerde derslerden kopabilmektedir. Nomofobik bireylerin akademik başarıları olumsuz etkilenmektedir (Ozer, 2020; Spitzer, 2015). Gözlem raporunun incelenmesinden de anlaşıldığı üzere, bu tür öğrenciler daha çok sınıfın arka bölümünde kümelenmiştir. Öğretim elemanının onları derse katma niyetiyle yaptığı girişimler çok kısa süre için etkili olabilmektedir. Öğrencilerin ders faaliyetlerinin dışında kalma istekleri ile eğitimleri arasında bir ilişkiden bahsedilebilir. Çünkü öğrencilerin kendilerine verilen eğitimden duydukları memnuniyetsizlik siber aylıklıkla ilgilidir (Zoghbi-Manrique-de-Lara, 2012). Bu çerçevede, öğrencilerin aldıkları eğitimden memnun olmadıkları ve aşırı düzeyde akıllı telefon kullanımı ile bunu gösterdikleri ifade edilebilir. Metaforik algı formunda belirtilen olumsuz algılar arasında *her şeyim, vazgeçilmezim, gıda ve hayata bağlayan* gibi metaforlar dikkatle incelenmelidir. Bu metaforlar, bağımlılık düzeyi yüksek öğrencilerin telefon algılarını saf bir şekilde ifade etmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda; bağımlılık düzeyi yüksek öğrenciler için uzman yardımı alınması ihtiyacının ortaya çıktığı ifade edilebilir. Bu süreçlerde üniversite yönetimi desteği ile öğrencilerin yaşadıkları sorunlara yönelik çözüm yolları desteklenebilir (Gökçearsan, Uluyol ve Şahin, 2018). Bu sayede öğrenme süreçlerine olumsuz etkisi bulunan bağımlılık ile ilgili çözümler geliştirilebilir.

Ayrıca öğrencilerde bağımlılığa neden olan etkenlerin araştırılması sağlanmalıdır. Bu tür bir araştırmada, henüz bağımlılık derecesinde akıllı telefon kullanmayan ama potansiyele sahip öğrencilere kolayca erişilebilir. Son olarak, bağımlılığı yüksek öğrencilerin öğrenme süreçlerinin olumsuz etkilendiği bilinmektedir. Bu öğrencilere yönelik yapılacak telafilerle bu olumsuzluklar azaltılabilir.

KAYNAKÇA

- ADNAN, M., & GEZGİN, D. M. (2016). Modern çağın yeni fobisi: Üniversite öğrencileri arasında nomofobi prevalansı. *Journal of Faculty of Educational Sciences*, 49(1), 86-95.
- ALAN, A. E., & EYUBOGLU, E. (2012). Generation Y Consumers in Turkey: Are They Really Social Media Nerds or Pretend To Be? *11th international marketing trends congress 19-21th*. Venice-Italy.
- ALHASSAN, A. A., ALQADHIB, E. M., TAHA, N. W., ALAHMARI, R. A., SALAM, M., & ALMUTAIRI, A. F. (2018). The relationship between addiction to smartphone usage and depression among adults: a cross sectional study. *BMC psychiatry*, 18(1), 148.
- ASTERHAN, C. S., & ROSENBERG, H. (2015). The promise, reality and dilemmas of secondary school teacher-student interactions in Facebook: The teacher perspective. *Computers & Education*, 85, 134-148.
- AUGNER, C., & HACKER, G. W. (2012). Associations between problematic mobile phone use and psychological parameters in young adults. *International Journal of Public Health*, 57(2), 437-441.
- BERG, L. B., & LUNE, H. (2012). *Qualitative Research Methods for Social Sciences (8th ed.)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- BIANCHI, A, PHILLIPS, JG. Psychological predictors of problem mobile phone use. *Cyber Psychol Behav.*; 8(1), 39-51.
- CRESWELL, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- DAHLSTROM, E., DZIUBAN, C., & WALKER, J. (2012). *ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology 2012*. EDUCAUSE Center for Applied Research, Louisville, CO.
- DENZIN, N. K. (1970). *The research act*. Chicago, IL: Aldine.
- DENZIN, N. K. (2012). Triangulation 2.0. *Journal of mixed methods research*, 6(2), 80-88.
- DOĞAN, U., & İLÇİN-TOSUN, N. (2016). Lise öğrencilerinde problemlı akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(22), 99-128.
- DÜNYA BANKASI. (2017). World development indicators. Science & Technology. <https://data.worldbank.org/topic/science-and-technology> (Erişim Tarihi: 20.01. 2020).
- EREN, B., KILIÇ, Z. N., GÜNAL, S. E., KIRCALI, M. F., ÖZNAÇAR, B. B., & TOPUZOĞLU, A. (2020). Lise öğrencilerinde nomofobinin ve ilişkili etkenlerin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 21(2).
- EUROSTAT. (2016). Internet use by individuals. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7771139/9-20122016-BP-EN.pdf/f023d81a-dce2-4959-93e3-8cc7082b6edd>. (Erişim Tarihi: 20.01.2020).
- GEZGİN, D. M., ŞAHİN, Y. L., & YILDIRIM, S. (2017). Sosyal ağ kullanıcılarının nomofobi düzeylerinin çeşitli faktörler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(1), 1-15.

GÖKÇEARSLAN, Ş., ULUYOL, Ç., & ŞAHİN, S. (2018). Smartphone addiction, cyberloafing, stress and social support among university students: A path analysis. *Children and Youth Services Review*, 91, 47-54.

GÜLER, E. Ö., & VEYSİKARANI, D. (2019). Nomofobi Üzerine Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(1), 75-88.

HAWI, N., & SAMAHA, M. (2016). To excel or not to excel: Strong evidence on the adverse effect of smartphone addiction on academic performance. *Computers and Education*, 98, 81-89. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.03.007>.

HERSHKOVITZ, A., & FORKOSH-BARUCH, A. (2013). Student-teacher relationship in the Facebook era: The student perspective. *International Journal of Continuing Engineering Education and Life-Long Learning*, 23, 33-52.

HORVATH, J., MUNDINGER, C., SCHMITGEN, M. M., WOLF, N. D., SAMBATARO, F., HIRJAK, D., ... & WOLF, R. C. (2020). Structural and functional correlates of smartphone addiction. *Addictive behaviors*, 105, 106334.

KAPLAN-AKILLI, G., & GEZGİN, D. M. (2016). Üniversite öğrencilerinin nomofobi düzeyleri ile farklı davranış örüntülerinin arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (40), 51-69.

KIM, S. G., PARK, J., KIM, H. T., PAN, Z., LEE, Y., & MCINTYRE, R. S. (2019). The relationship between smartphone addiction and symptoms of depression, anxiety, and attention-deficit/hyperactivity in South Korean adolescents. *Annals of general psychiatry*, 18(1), 1.

KNOP, K., ÖNCÜ, J. S., PENZEL, J., ABELE, T. S., BRUNNER, T., VORDERER, P., & WESSLER, H. (2016). Offline time is quality time. Comparing within-group self-disclosure in mobile messaging applications and face-to-face interactions. *Computers in human behavior*, 55, 1076-1084.

KOCABAŞ, D., & KORUCU, K. S. (2018). Dijital Çağın Hastalığı Nomofobi Üzerine Bir Araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(11), 254-268.

KUSHLEV, K., PROULX, J., & DUNN, E. W. (2016). Silence your phones': Smartphone notifications increase inattention and hyperactivity symptoms. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (s. 1011-1020). New York, NY: ACM. doi:10.1145/2858036.2858359

KUYUCU, M. (2017). Gençlerde akıllı telefon kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı sorunsalı: "Akıllı telefon (kolik)" üniversite gençliği. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 328- 359.

LEE, Y., K., CHANG, C. T., LIN, Y., & CHENG, Z.H. (2014). The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress. *Computers in Human Behavior*, 31, 373-383.

MAXWELL, A. J. (1996). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. London: Sage Publication.

MERRIAM, S. B. (2009). *Qualitative Research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: John Wiley and Sons.

MING, Z., PIETIKAINEN, S., & HÄNNINEN, O. (2006). Excessive Texting in Pathophysiology of First Carpometacarpal Joint Arthritis. *Pathophysiology*, 13(4), 269-270.

OZER, O. (2020). Smartphone Addiction and Fear of Missing out: Does Smartphone Use Matter for Students' Academic Performance?. *Journal of Computer and Education Research*, 8(15), 344-355.

PATTON, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation* (No. 4). London: Sage Publications.

REESE BOMHOLD, C. (2013). Educational use of smart phone technology: A survey of mobile phone application use by undergraduate university students. *Program*, 47(4), 424-436.

SÁNCHEZ-MARTÍNEZ M, OTERO A. (2009). Factors associated with cell phone use in adolescents in the community of Madrid (Spain). *Cyberpsychol Behaviour*, 12(2), 131-7.

SPITZER, M. (2015). M-Learning? When it comes to learning, smartphones are liability, not an asset. *Trends in Neuroscience & Education*, 4, 87-89.

TAMURA, H., T. NISHIDA, A. TSUJI, & H. SAKAKIBARA (2017). "Association Between Excessive Use Of Mobile Phone And Insomnia And Depression Among Japanese Adolescents", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(7) s. 1-11.

TÜREN, U., ERDEM, H., & KALKIN, G. (2017). Mobil telefon yoksunluğu korkusu (nomofobi) yayılımı: Türkiye'den üniversite öğrencileri ve kamu çalışanları örnekleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(1), 1.

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU. (2019). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028. (Erişim Tarihi: 20.01.2020).

VOLUNGIS, A. M., KALPIDOU, M., POPORES, C., & JOYCE, M. (2019). Smartphone addiction and its relationship with indices of social-emotional distress and personality. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-17.

WILMER, H. H., SHERMAN, L. E., & CHEIN, J. M. (2017). Smartphones and cognition: A review of research exploring the links between mobile technology habits and cognitive functioning. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00605>.

YENGİN, D. A. (2016). Sosyal Medya ve Akıllı Mobil Teknoloji: Akıllı Sosyal Yaşamlar. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 6(2), 105-113.

YILDIRIM, A., & ŞİMŞEK, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YILMAZ, G., ŞAR, A.H., & CİVAN, S. (2015). Ergenlerde Mobil Telefon Bağımlılığı İle Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Online J Technol Addict Cyberbullying*. 2015;2(2):20-37.

YORULMAZ, M., KIRAÇ, R., SABIRLI, (2018). Üniversite Öğrencilerinde Nomofobinin Uyku Ertelemeye Etkisi, *Journal Of Social And Humanities Sciences Research*, 5(27).

ZOGHBI-MANRIQUE-de-LARA, P. (2012). Reconsidering the boundaries of the cyberloafing activity: The case of a university. *Behaviour & Information Technology*, 31(5),469-479.

Summary

Smartphones are among the most important inventions of technology that effect human life. The acceleration of technological change in recent years is remarkable. Nowadays, the rate of university students owning mobile devices and internet devices has been increasing. The features of smartphones and the increase in usage rates among people have also changed the perceptions about these devices. Today, these devices are used by some users at addiction level. The aim of this study is to examine the opinions of university students about smartphone addiction.

In this study, a case study pattern that allows a deeper examination of a limited situation is used. Data were collected through semi-structured interview, observation and metaphoric perception forms. Face-to-face meetings were held with seven participants. Observations were made during two class hours. Finally, 68 participants were asked for their metaphoric perceptions towards their smartphone usages. The volunteers of the participants were sought in the study. It is aimed to provide triangulation with interview, observation and metaphoric perception forms used in this study. The data obtained in the study were subjected to content analysis. In the simultaneous analysis of the interviews by the researchers, the codes and themes for the study were determined. The observation report was included in the study to support the codes and themes obtained.

As a result of the analyzes, the themes were (1) Focus, (2) Smartphone Addiction, (3) Internet Addiction and (4) Deprivation. The metaphoric perceptions of the study are grouped in two dimensions as positive and negative metaphoric perceptions. Among the positive metaphoric perceptions, Tool was expressed by 12 (27.65%), Assistant by nine (13.24%) and Requirement by eight (11.76%) participants. In negative metaphoric perceptions, Connecting to life was expressed by four (5.88%), Toy by four (5.88%) and Indispensable by four (5.88%) participants. Effects of the participants' smartphone and internet usage on the lessons were examined by analyzing data. Some participants stated that they need touching their phones or accessing the internet for no reason. In the Smartphone Addiction theme, it was determined that some participants provided their smartphone use in a controlled manner. Some participants, on the other hand, were determined to be unable to use these devices in a controlled manner. So they use these at the level of addiction. It is noteworthy that if these participants stay away from smartphones, they think they restricted, limited, and need such as food. In the Internet Addiction theme, it is understood from some participant statements that the use of the internet is at the level of addiction via smartphones. The observation report confirming these statements, it is stated that some participants are constantly on the internet and they update their social media flow. In the theme of Deprivation, the opinions of the participants regarding the smartphone and internet deprivation were examined. Some participants stated that for internet deprivation when they away from their smartphones, they isolated from the world and life is more difficult. In addition, it was stated that they feel bad when their smart phones are not with them.

The high rate usage of smartphone and mobile internet causes addiction to these concepts. There is a certain level of addiction, whether it is smartphones where most of the work is done or the internet, which ensures constant connection to a place. The most important issue to be considered in this addiction is the effect of addiction on the natural flow of daily life. For those who use these devices effectively and improve their quality of life, this use can be seen as positive. At this point, the effective use of these concepts is of great importance. It was determined that some participants could use these devices in a controlled manner. On the other hand, the use of smartphones and internet at the level of addiction emerged in other participants. This addiction negatively affects the focus on the lesson. In addition, the absence of a smartphone or internet gives some participants the feeling of lack and restriction. These addictions cause some participants to constantly need to touch their phones and access to internet in focusing on the lesson. This situation reduces or eliminates the attention to the lesson. Among the negative perceptions stated in the metaphoric perception form, metaphors such as everything, indispensable, food and connecting to life should be examined carefully. These metaphors express the phone perceptions of students with high levels of addiction. Factors causing addiction in students should be investigated. It is known that learning processes of addicted students are negatively affected. These drawbacks can be reduced with the compensations to be made for these students.

Vakıfların Kurumsal İmajı Üzerinde Lider Etkisi: TEMA Vakfı ve Hayrettin Karaca

Ayla TOPUZ SAVAŞ*, Bahar SUVACI**

Öz

Küreselleşme çağı olarak adlandırılan günümüzde, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) toplumları şekillendiren temel etmen olarak görülmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetlerini temel görev olarak benimseyen vakıflar da, bir STK olarak değerlendirilmektedir. Türkiye’de, imajıyla farklılık yaratan vakıf sayısı oldukça azdır. Olumlu imaj, vakfın doğru algılanmasına topluma sağladığı faydanın anlaşılmasına ve beklentilere karşılık verebilmesine yardımcı olmaktadır. İmaj yaratmada, vakıf lideri önemli bir rol üstlenmektedir. Bu çalışmanın amacı, bir lider olarak Hayrettin Karaca ile TEMA Vakfı’nın imajı arasında bir ilişkinin varlığını belirlemek ve bir lider olarak TEMA Vakfı’nın imajı üzerindeki etkisini ölçmektir. Araştırmada kullanılan anket formunun linki katılımcıların Facebook hesaplarına gönderilmiştir ve anket formu 354 kişi tarafından cevaplanmıştır. Çalışmada amaca uygun olarak lider ile vakıf imajı arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Liderin vakıf imajı üzerindeki etkisini ölçmek için de regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, lider ile kurum imajı arasında bir ilişki bulunmaktadır. Sonuçlar ayrıca liderin TEMA’nın kurum imajı üzerinde bir etkisi olduğunu da göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Lider, Vakıf, STK, Kurum İmajı, TEMA.

Leader Impact on Foundations Corporate Image: TEMA Foundation and Hayrettin Karaca

Abstract

Today, Non-profit Organizations (NPOs) are seen as the main factors shaping societies. Foundations that adopt social responsibility activities as basic duty are considered as an NPO. In our country, the number of foundations that make a difference with its image is quite few. The positive image helps to understand the benefits of the society to the correct perception of the foundation and to respond to expectations. The foundation leader plays an important role in image creation. The aim of this study is to determine the existence of a relationship between as a leader Hayrettin Karaca and TEMA Foundation’s image and to measure the impact of TEMA Foundation on its image as a leader. The survey was used as data collection technique. The survey form was sent to the participants' Facebook accounts and 354 people answered the survey. Correlation



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 01.07.2019

Kabul/Accepted: 15.05.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.579457>

* Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Eskişehir, Türkiye,

E-posta: atsavas@anadolu.edu.tr ORCID <http://orcid.org/0000-0003-3604-5561>

** Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Eskişehir, Türkiye,

E-posta: bsuvaci@anadolu.edu.tr ORCID <http://orcid.org/0000-0002-1082-0497>

analysis was performed in order to determine the relationship between the leader and the foundation image. Regression analysis was also performed to measure the effect of the leader on the foundation image. According to the research results, there is a relationship between the leader and the corporate image. The results also show that the leader has an impact on TEMA's corporate image.

Keywords: Leader, Foundation, NPO, Corporate Image, TEMA.

1. Giriş

Küresel ekonominin gücünü giderek arttırdığı, sınırların kalktığı, iletişimin ve bilgi akışının tarihte hiç olmadığı kadar hızlandığı 21. yy'da, iletişim ve bilgi; ekonomi ve yönetimi etkilemekte ve şekillendirmektedir. Bu bilgiler, algıları şekillendirmekte kitlelerin zihninde kişiler, markalar, kurumlar hakkında imajlar oluşturmaktadır. Disiplinler arası bir kavram olan imaj; pazarlama, yönetim, reklam, halkla ilişkiler, kurumsal iletişim gibi farklı bilim dallarında tartışılmaktadır.

21. y.y.'da, bireyler, toplumlar, kurumlar, STK'lar ve hatta ülkeler, imaj kavramını sahip olduğu değerlerin/varlıkların ayrılmaz bir parçası olarak görmektedir. İmaj sayesinde, rakiplerden daha avantajlı hale gelmek, hedef kitlenin desteğini almak daha kolaylaşabilmektedir. Ticari kurumların olduğu kadar bir sivil toplum kuruluşu olarak vakıfların da olumlu imaja sahip olmaları, imaja bağlı olarak aldıkları destekle orantılı olarak varlıklarını sürdürebilmelerinin neredeyse temel koşuludur.

Vakıflar, güçlü bir imaja sahip olarak kamuoyunun desteğini alabilir. Gelirleri genellikle elde ettikleri bağışlar olan vakıflar, bu destek sayesinde varlıklarını sürdürebilirler ve kuruluş amaçları doğrultusunda çalışabilirler. Vakıfların bu desteği alabilmek için ihtiyaç duydukları güçlü imajın oluşturulabilmesinde gerekli olan unsurlardan biri de liderdir. Diğer deyişle vakıfların sürdürülebilir olması için güçlü bir lidere ve buna bağlı olarak güçlü bir kurumsal imaja sahip olmaları önemlidir. Ancak alanyazında, vakıfların hedef kitle üzerinde kurumsal imajını ölçen ya da liderin, yönettiği vakfın kurumsal imajı üzerindeki etkisini analiz eden bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Bu çalışmanın amacı, bir vakfın güçlü bir imaja sahip olabilmesinde liderin ne düzeyde etkili olduğunu ölçmektir. Bu amaçla, bir STK olan TEMA Vakfı'nın (Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı) kurucu lideri olarak Hayrettin Karaca'nın vakıf imajı üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

2. Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Vakıflar ve TEMA Vakfı

STK'lar, devletin denetimi altında olmayan, kararlarını bağımsız olarak vererek toplumsal etkinliklerde bulunan bireyler topluluğu olarak (tdk.gov.tr, 2017) tanımlanmaktadır. STK'lar toplum, çevre, temizlik, sağlık, eğitim gibi pek çok alanda sorunların çözümü için gönüllü olarak faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen kurumlardır.

Sivil toplumun, sosyal hayatı ve çevreyi ilgilendiren sorunların çözümüne yönelik tartışmaları ve kamusal alanlar çerçevesinde kurumlaştıracak yapılarını ise, "Vakıflardan, kültür derneklerinden ve akademilerden bağımsız medyaya, spor ve boş zaman derneklerine, tartışma kulüplerine, vatandaş forumlarına ve yurttaş inisiyatiflerinden, meslek birliklerine, siyasal partilere, sendikalara ve alternatif kurumlara dek uzanan devlet dışı ve ekonomi dışı gönüllü birliktelikler" oluşturmaktadır (Habermas, 2015, s. 33). Sivil toplumun varlığından ve gerçekliğinden bahsedilebilmesi için demokratik bir toplum gereklidir. Sivil toplum için yine devletin hukuk devleti olması yani hukukla

sınırlanmış ve temel hak ve hürriyetleri tanıyan bir yapıyı kurmuş olması gerekmektedir (Çaha, 2000, s. 58).

Türk Medeni Kanunu'nun 101. Maddesine göre, vakıf kavramı "Gerçek veya tüzel kişilerin yeterli mal ve haklarını belirli ve sürekli bir amaca özgülemeleriyle oluşan tüzel kişiliğe sahip mal toplulukları" olarak tanımlanmaktadır (TBMM, 2017).

Devletin, sosyal yardımlar ve sosyal yardım kurumları aracılığı ile yürüttüğü görevlerin yanı sıra, ekonomik güce sahip vatandaşların vakıflar kurarak, sosyal sorunların çözümünde devlete yardımcı olmaları, hem insani ve ahlaki görevleri, hem de yaşadıkları topluma karşı sosyal sorumluluk ödevleridir. Bu anlamda, vakıflar, belirtilen gereklilikler sonucu var olan/kurulan hukuki kurumlardır. Toplumla yardım edebilme açısından, ahlaki ve insani ödevlerin yerine getirilmesinde en elverişli kurum vakıflardır denilebilir (akt. Doğanlı, 2015, ss. 50-51).

Vakıflar, karşılıklı dayanışma ve ihtiyacı olanlara iyilik yapma duygusunu hukuki statüye kavuşturan ve ona süreklilik sağlayan, tüzel kişiliğe sahip hukuki ve sosyal kurumlardır (Özaydın, 2003, s. 4). Vakıflar uzun vadeli olarak kurulur, bireyin ve toplumun refahını esas alarak, sosyal sorumluluk temeline dayanır. Sosyal sorumluluk ise genel olarak, toplum yararı güderek, çevresel ve toplumsal sorunların çözülmesi, toplum yaşamında kültürel ve sosyal olarak olumlu değişimin sağlanabilmesi için farkındalık yaratmanın ve faaliyetlerin gerçekleştirilmesidir.

Araştırmanın konusu gereği vakıf imajının ölçülebilmesi için bilinirliğin yüksek olduğu varsayılan ve bir kurucu lidere sahip olan TEMA Vakfı seçilmiştir. TEMA Vakfı'nın resmi web sitesinde, vakfın kuruluşu şu şekilde anlatılmaktadır (Tema, 2017):

Hayrettin Karaca ve A. Nihat Gökyiğit, 1992 yılında TEMA Vakfı'nı birlikte kurdular. Amaçları Anadolu'da yaşanmakta olan erozyon ve çölleşme tehlikesine kamuoyunun dikkatini çekmekti. Hedefleri ise bu mücadelenin devlet politikası haline gelmesine katkı sağlamaktı. TEMA'nın "Türkiye Çöl Olmasın" sloganı toplumda büyük yankı uyandırdı. İlk kez önlem alınmazsa Türkiye'nin çöl olma tehlikesi ile karşı karşıya olduğu bu kadar yüksek sesle dile getirilmişti. TEMA Vakfı'nın kuruluş döneminde, doğa koruma konusu ülke gündeminde bugünkü kadar öne çıkmamıştı. Kamuoyu doğadaki bozulmaların farkına yeni yeni varmaya başlamıştı. Sosyal sorumluluk kavramı henüz gelişmemişti, iş adamları hayırseverlik adı altında çalışmalar yürütüyordu. 1992 Haziran'ında Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde yapılan dünyanın ilk "Yeryüzü" Zirvesi, devletlerin insanın ekosistemler üzerinde yarattığı tahribatı kabul etmesi ve buna karşı verilen mücadeleleri küreselleştirerek ön plana çıkarması açısından önemli bir dönüm noktası oldu. Zirve, aynı zamanda sivil toplumun güçlü bir aktör olarak sahneye çıkmasında önemli rol oynadı. "Toprak Yaşamdır" sloganıyla bugün 25. yaşını kutlayan TEMA Vakfı, Rio Zirvesi'nden sadece birkaç ay sonra, 11 Eylül 1992 tarihinde kuruldu (Tema, 2017). TEMA Vakfı kurucu lideri olarak Hayrettin Karaca, doğa ve erozyon için verdiği mücadelenin sonucu olarak ulusal ve uluslararası 51 tane ödül aldığını belirtmektedir. Bunlardan biri Birleşmiş Milletler ödülü (DHA, 2017), bir diğeri de Alternatif Nobel olarak kabul edilen Doğru Yaşam (youtube.com, 2017) ödülüdür.

Bilinirliği yüksek olan bir vakıf varsayılmasının yanı sıra, TEMA'nın 1992 yılından bu yana 25 yıldır faaliyet gösteriyor olması, Türkiye'nin çevre ve çölleşme sorunlarını ilk defa gündeme getirmesi, gerçekleştirmiş olduğu çok sayıda önemli ve başarılı proje, ülkedeki çok sayıda yerli ve yabancı kurumun desteğini almış olması, tüm ülkede çok sayıda temsilciliğinin olması, aldıkları çok sayıda ulusal/uluslararası ödül ve en önemlisi Hayrettin Karaca gibi ömrünü TEMA Vakfı'na ve vakfın faaliyetlerine adanmış (Tema, 2017) 'dünyayı kurtarmaya karar verdim' iddiasına sahip (youtube.com, 2017), doğa aşkı ve doğayı koruma heyecanıyla yaşayan, çalışan (youtube.com, 2017) bir lidere sahip olması, araştırma için seçilmesinin diğer nedenlerini oluşturmaktadır.

3. Lider Kavramı ve Bir Vakıf Lideri Olarak Hayrettin Karaca

İnsanlık tarihi kadar uzun bir geçmişi olan liderlik, alan yazında değişik açılardan ele alınarak incelenmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle dünyadaki dengeler değişmiştir. Günümüzde bu değişimi etkin ve etkili yönetebilecek, ufuk açabilecek liderlere çok daha fazla ihtiyaç vardır. Lider kavramı 1300'lü yıllarda ilk defa kullanılmıştır. Liderlik kavramı ise, 19. yüzyılın ilk yarısında İngiliz Parlamentosu'nun politik etkisi ve kontrolü konusundaki yazımlarda kullanılmaya başlanmıştır (Bass, 1981, s. 7). Pek çok insan liderlik ile ilgili olarak "Lider olunmaz, lider doğulur" ilkesini savunmakta ve dolayısıyla da liderliğin öğretilemez bir yetenek olduğunu kabullenmektedir. Ancak bazı araştırmacılar, liderlerin yerine getirmesi gereken görevleri, aslında tanımlanması mümkün olan görevler olarak ifade ederek bu savı çürütmekte ve liderliğin insanlara öğretilebilecek bir olgu olduğunu belirtmektedir. Lider, bireyin tek başına ulaşamayacağı bir takım ihtiyaçları ve amaçları belirleyebilen, bunları yerine getirebilmek için kendisiyle birlikte hareket etmektен yorulmayacak bireylerle bir araya gelerek bir grup oluşturabilen, bu gruba yön veren, örgütleyen ve bu grubu belirlenmiş olan strateji çerçevesinde harekete geçirebilme becerilerine sahip olan kişiye denir (Begeç, 1999, s. 12). Bu açıdan bakıldığında liderin iyi ve etkili bir iletişim yeteneğinin olması, kendisini takip edenlerle aynı duyguları ve tavrı paylaşabilmesi, grubun amacına ulaşabilmesi için gerekli tüm iş ve eylemleri yapabilmek için gerekli yetkinliklere sahip olması gerekmektedir. Türkiye'de faaliyet gösteren STK liderlerinin taşıması gereken özellikleri Sezik (2019, s. 123) aşağıdaki gibi belirtmektedir:

Türkiye'de özellikle 1990'lı yıllardan itibaren sivil topluma olduğundan fazla önem verilmesi, STK yönetici kadrolarının bu kurumları siyasete atlama tahtası olarak görmeleri ve güç devşirme alanı olarak değerlendirmelerine yol açmıştır. Oysa gönüllü kuruluşlarda liderlik yapan kişi ve yönetim kadroları kuruluşun misyonu konusunda tutkulu olmalı, güçlü insan ilişkilerine sahip örgütün vizyonunu en iyi aktaracak şekilde iletişim yeteneğine sahip olmalı, başış toplama konusunda kendine güvenmeli ve STK'nın hedefleri ile yönetim kadrosunun hedeflerini birleştirmelidir.

Çalışmada TEMA Vakfının kurucu lideri olarak ele alınan Hayrettin Karaca'nın da bir liderde aranan vasıfların pek çoğuna sahip olduğu görülmektedir. Hayrettin Karaca'nın yaşam öyküsü de bunu desteklemektedir.

Hayrettin Karaca 1922 tarihinde Balıkesir'e bağlı Bandırma ilçesinde trikotaj atölyesine sahip bir ailenin çocuğu olarak dünyaya gelmiştir. Lise eğitiminden sonra trikotaj atölyesinin başına geçen Hayrettin Karaca, Karaca trikolarını tanınmış bir marka hale getirmiş ve ilk triko ihracatını gerçekleştirmiştir. Edebiyata ve doğaya karşı ilgisi olan Hayrettin Karaca 50'li yaşlarda işlerini oğluna devrederek Anadolu'yu karış karış gezmeye ve ağaç ve bitki örnekleri toplamaya başlamıştır. Bu geziler sırasında Türkiye'nin hızla çöllerleştiğinin farkına varan Hayrettin Karaca bu konuda toplumu bilinçlendirmek amacıyla, 1992 yılında sanayici arkadaşı Nihat Gökyiğit'le birlikte TEMA Vakfı'nın kurulmasına öncülük etmiştir. Hayrettin Karaca, doğayı korumak adına başlattığı bu hareketten dolayı, gerek yurt içi gerekse yurt dışında pek çok ödüle layık görülmüştür. En son 2013 yılında Birleşmiş Milletler tarafından "Orman Kahramanı Ödülü" alan ve genellikle giydiği kırmızı kazakla hatırlanan Karaca bugün 95 yaşındadır (biyografi.info, 2017).

Hayrettin Karaca, TEMA Vakfı'nın kurucu lideri olarak hayatını vakfın faaliyetlerine adanmıştır. Lideri takip eden insanlar genellikle lideri kendilerine örnek alırlar ve liderin gücüne ve bilgisine inandıkları zaman başarıya ulaşabilirler (Ekici, 2006, s. 17). Hayrettin Karaca da bir lider olarak pek çok takipçisi tarafından örnek alınan bir kişiliktir. Bunun yanında iyi bir liderin sergilemesi beklenen bazı görev ve davranışlar bulunmakla birlikte, bunların büyük bir kısmına Hayrettin Karaca sahiptir. Bu görev ve davranışlar şu şekilde sıralanabilir (Çetin, 2008, s. 46);

Başarılı bir strateji belirleyebilmesi: Liderin belirleyeceği strateji değişikliği hissettirmeli, yaratıcı olmalı, takipçilerini yönlendirmeli ve insanların kendileri yapacakları görevlere adanmalarını sağlamalıdır. Belirlenen strateji öyle inandırıcı, cesur ve ulaşılabilir olmalı ki insanlar tüm zorluklara rağmen izleyecekleri yolun gitmeye değer olduğunu algılayabilmelidir. Bir sivil toplum hareketi olan TEMA Vakfı da, Türkiye'nin en uzak noktadaki köyünden, en merkezdeki şehrine kadar, başta topraklar olmak üzere doğal varlıklara sahip çıkmak ve korumak için TEMA temsilciliği, genç TEMA, mezun TEMA gibi yaratıcı stratejiler belirlemektedir. TEMA Vakfı'nın bugün ülke genelinde 400.000'i aşan ve her geçen gün artmakta olan kendini doğaya adanmış TEMA gönüllüsü bulunmaktadır. Bu gönüllüler TEMA Vakfı'nın kurucusu olan Hayrettin Karaca'nın liderliğinde doğal varlıkların korunması için çalışır, çevresel sorunların çözümü için yasal her yolu yılmadan dener, inisiyatif alır, yapıcıdır, doğruları söylemekten çekinmez. Hayrettin Karaca'nın geçmişte doğa adına yapmış oldukları sayesinde takipçileri de kendisine inanmış ve onun gibi doğa sorunlarına karşı yüksek duyarlılık göstermişler ve her daim çözüm odaklı olmuşlardır (Tema, 2017).

İşin özünü belirlemesi: İşin özünü belirlemek önceliklerin belirlenmesinde atılacak ilk adımdır ve bir liderin gerçekleştirmesi gereken en önemli sorumluluktur. Bu nedenle iyi bir lider, öncelikle vizyon ve misyon belirlemelidir. Belirlenen misyon tüm takipçiler tarafından benimsenmeli ve başarmak için çaba harcanmalıdır. Liderin takipçilerinin bir misyon etrafında toplanması, onları birbirine bağlayacaktır. Liderin bu noktada dikkat etmesi gereken nokta, misyonu belirlerken hedeflerin günlük rutin işlerden oluşmasını önlemek, hatta cesaret ve fedakârlık gerektiren hedefler haline dönüştürmektir. Nitekim Hayrettin Karaca'nın liderliğinde kurulan TEMA Vakfı'nın misyonu doğal varlıkları korumaktır. Bu misyon ışığında hedeflenen bilim temelli çalışan, toplumsal barışa inanan, halkla bütünleşen, gönüllü, bilinçli ve öncü bir STK haline dönüşmektir. Bu hedeflere ulaşabilmek için Hayrettin Karaca da konforlu evinden ayrılıp çevre köylere gitmiş ve hasat zamanı köylülere yardım ederek fedakârlıklar yapmıştır. Kendisi, anılarını dile getirirken gittiği köylerde "Mısır soyar, harmanda döven kullanır, tarla bekçiliği yapardım" demektedir (biyografi.net, 2017). Doğa ile iç içe yaşayan birisi olarak Hayrettin Karaca, Türkiye'deki insanın olumsuz etkisinden kaynaklanan hızlı çölleşmenin farkına vararak 1992 yılında TEMA'yı kurmuş ve bu vakfın özünde neler yapması gerektiğini belirlemiştir.

İnsanları ikna edebilmesi: Liderin ikna edici olabilmesi için öncelikle güvenilir olması, söyledikleri ile yaptıklarının birbiriyle uyumlu olması gerekmektedir. Özellikle değişim dönemlerinde liderin insanları ikna edebilmesi için onlarla gereğinden daha fazla iletişim kurması gerekmektedir. Bu sayede insanların hangi konularda bilgi sahibi olduklarını ve hangi konularda da yeterince bilgiye sahip olmadıklarını anlayabilirler. Hayrettin Karaca'nın doğayı koruma hakkında daha bilinçli olmak için oluşturduğu STK'nın hiçbir kar amacı gütmüyor olması ve kendisinin yaşına rağmen özverili bir şekilde bu kuruluş için çalışması, insanların ona karşı güven duymasına neden olmuştur. Hayrettin Karaca'nın 90'lı yıllarda doğa konusunda bir bilinç oluşturmak istemesi, Türkiye'de doğaya bakışı değiştirmek için ilk defa yapılan bir hareketti ve Hayrettin Karaca insanları bu konuda ikna edebilmek için köy köy ülkenin dört bir yanını gezmiştir. Bu amaçla bazen bir köy kahvesinde 5-6 kişiye, bazen ise akademisyenler ve hükümet görevlilerinden oluşan bilimsel bir topluluğa çevre bilincinin oluşabilmesi için toplantılar düzenlemiştir.

Harekete geçebilme: Bir liderin zamanında hareket geçebilmesi önemlidir. Özellikle de belirsiz ortamlarda zor kararların verilmesi gerektiği zamanlarda lider karar verebilmeli ve harekete geçmelidir. Liderin zamanında karar veremeyip harekete geçememesi durumunda, takipçilerinde kaygı, çaresizlik ve güvensizlik oluşur ve lider zayıf bir kişi olarak algılanmaya başlar. Liderin yeteneklerine, özgüvenine ve etkinliğine

inanmayan takipçiler, liderin belirlediği misyonu yerine getirmek istemeyebilir. Liderin takipçilerinde güven, kesinlik, güç, cesaret ve inanç yaratması gerekmektedir. Zamanında doğru kararlar vererek harekete geçen liderler bunları başarabilmektedir. Hayrettin Karaca da 50'li yaşlarında her şeyi göze alarak kendisini adadığı doğal hayatı koruma adına harekete geçmiş ve 1980 yılında Yalova yakınlarında kendisine ait 13,5 hektarlık araziye Türkiye'nin ilk özel Arboretum'una dönüştürmüştür. Hayrettin Karaca, bununla da kalmayıp yurt içinde ve yurt dışında gezdiği her yerden tohumlar toplamış, botanik bahçelerini gezmiş ve bağlantılar kurmuştur. Bugün Yalova'daki Karaca Arboretum'u dünyadaki pek çok botanikçi tarafından bilinmektedir. Yine kurucusu ve onursal başkanı olduğu TEMA Vakfını da 1992 yılında hayata geçirerek belirlemiş olduğu misyon için harekete geçmiştir.

İyi bir liderin gerçekleştirmesi gereken bu görevlerin yanında takipçilerini etkileyebilmesi belli bir süreci gerektirmektedir. Liderlik etkileme süreci olarak adlandırılan bu süreç 5 aşamadan oluşmaktadır. Bunlar (Çetin, 2008, s. 56);

Pozisyon: Liderler sahip oldukları pozisyonun kaynaklanan hakları ve yetki nedeniyle güçlü hale gelirler. Bu güç onların liderlik becerilerinin daha da güçlü hale gelmesini sağlar. Ancak liderlik sadece o pozisyonun vermiş olduğu güç ile başkalarını etkilemek değildir, gerçek liderler başkaları tarafından istekle ve inançla izlenmektedir. Özellikle STK liderlerinin takipçileri o lidere inandıkları ve STK'ya katkı sağlamak istedikleri için lideri takip etmektedirler. Hayrettin Karaca da TEMA Vakfının fikir babası ve kurucusu pozisyonunda bir lider olarak yaptığı konuşmalarda, özellikle çocuklarla asla emir kipi ile konuşmadığını, onların kendi kendilerine ne yapacaklarını bulmalarını istediğini belirtmektedir (biyolojigunlugu.com, 2017).

İzin: İkinci aşamada lider, zorunlu olmadıkları halde takipçilerini kendisi için çalışmasını sağlayabilmelidir. Bu aşamada liderin ne kadar bilgiye ve uzmanlık gücüne sahip olduğu değil, liderin takipçileri tarafından ne kadar anlaşıldığı ve de önemsendiği önemli olmaktadır. Liderin etki derecesi de bununla sınırlıdır. Lider, bu aşamada takipçileri ile ilişkisinin sağlam ve uzun süreli olması için enerjisini ve dikkatini takipçilerinin istek ve ihtiyaçları üzerinde yoğunlaştırır. Hayrettin Karaca, TEMA ile doğayı korumak ve kurtarmak adına başlattığı hareket, bugün pek çok gönüllü tarafından devam ettirilmektedir.

Ürün: Ürün aşamasında takipçiler lideri ortaya koydukları ürün ile izlerler. Bu aşamada artık kazanılmış bir ivme söz konusudur ve sorunlar en az çabayla çözülebilir hale gelmiştir. Takipçiler sonuca yönelmiştir ve herkes bir amacı gerçekleştirmek için birleşir. Hayrettin Karaca'nın bir lider olarak ürünü 13,5 hektar arazi üzerine kurduğu Türkiye'nin ilk özel Arboretum'u ve TEMA Vakfıdır. Takipçilerin hepsinin amacı TEMA Vakfı aracılığıyla ülkedeki orman, çayır, mera ve tarım alanlarının, su ve bitki gen kaynaklarının, doğanın korunması ve erozyonun önlenmesi için çaba harcamaktır.

İnsan Gelişimi: Bir lideri güçlü yapan şey başkalarını da güçlendirebilmesidir. Lider, bu aşamada takipçilerinin kişisel gelişimlerine katkıda bulunarak kalplerini kazanır. Başarılı liderler, öğretilbilir bakış açısını başkalarının geliştirmesinde özellikle kullanırlar. Hayrettin Karaca, takipçilerinin TEMA Vakfı aracılığıyla en küçükten en büyüğe kadar doğa konusunda bilgilendirilmeleri için değişik programlar hazırlamıştır. Örneğin TEMA Vakfı'na gönüllü olabilmek 0-13 yaş, 14-24 yaş ve 25 yaş ve üstü olarak her yaş grubuna dağıtılmaya çalışmıştır. Küçük yaşlarda TEMA Vakfı için aktif çalışan bir takipçinin doğaya bakış açısı olumlu yönde değişmektedir.

Kişilik: Liderin takipçileri lideri tutarlı kişiliği ve sahip olduğu kişilik özellikleri için izlemektedir. Liderin söylemleri ile yaptıkları arasında bir tutarlılık varsa takipçileri onu inandırıcı bulmaktadır. Doğayı korumak adına tüketimin olabildiğince az olmasını savunan, ihtiyaç kadar tüketilmesi gerektiğini söyleyen biri olarak Hayrettin Karaca, her ortama üzerinde aynı kırmızı kazakla katılarak bunu teyit etmektedir.

Sonuç olarak günümüzde iyi bir lider, doğru amaçlar belirleyebilen, iyi iletişim kurabilen, güvenilir, saygılı olan, saygı duyulan, bireylerin yaratıcılıklarını destekleyen, yeni fikir ve projelere fırsat tanıyan, geleceği ve başarıyı görebilen, kurumunun bütünsel başarısı için çabalayan, kurumunu temsil etmenin sorumluluğunu taşıyan kişidir. Kurum lideri kar amacı güden ticari kurumlar kadar, kar amacı gütmeyen STK'lar için de önemlidir. Ticari bir kurum için imaj oluşturma açısından bu kadar önemli olan lider kavramının, vakıflar için de önemli olduğu düşünülmektedir.

4. Vakıfların Kurumsal İmajı ve İmaj Üzerinde Liderin Etkisi

İmaj, herhangi bir olgu hakkında, bireyin çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla elde ettiği bilgileri değerlendirmesi, yorumudur. İmaj, sürekli aynı kalmamaktadır. Süreci içerisinde her bireyin zihninde yavaş yavaş ve birikimsel olarak biçimlenen imgeler bütününe dönüşmektedir (Tolungüç, 2000, s. 12).

Kurumların, sadece somut varlıkları ya da görünüşleri itibarıyla değil; toplum içinde oynadığı rol, faaliyetleri, olay ve durumlara yaklaşım biçimiyle kısacası kendi kişiliği ile onu diğerlerinden ayıran ve paydaşları tarafından diğerlerinden farklı algılanmasına yol açan bir imajı vardır. Bu imaj, kurumsal imaj olarak adlandırılır (Bakan, 2005, s. 14). Diğer bir ifadeyle, kurumsal imaj, bir kurumun paydaşları tarafından nasıl algılandığıdır. Burada kurumun tüm amaçlarının ve planlarının nasıl algılandığı önemlidir. Kurum imajı, kurumun ürünlerini, yönetim tarzını, iletişim faaliyetlerini ve dünya çapındaki diğer faaliyetlerini olumlu ya da olumsuz olarak etkiler (Okay, 1999, s. 259). Kurum imajı, kurumun hedef kitlesinin kurum hakkında sahip olduğu somut düşüncelerini, dışarıdaki grupların kurumu nasıl algıladığını ya da kurumun "olmasını istediği" durumu ifade etmektedir (Öztürk ve Şardağı, 2018, s. 120).

Bir kurumun varlığını devam ettirebilmesi, büyümesi, başarılı olabilmesi, paydaşlarından destek alabilmesi, nitelikli elemanları istihdam edebilmesi, herhangi bir krizden mümkün olan en az zararı alarak çıkabilmesi için güçlü bir kurum imajına ihtiyacı vardır. Kurumsal imaj, birçok kuruma rekabet üstünlüğü sağladığı gibi, iç ve dış çevresiyle uyum içinde bulunmasına da katkı sağlar. Diğer yandan kurumların imajı olumlu hale geldikçe, kuruma yönelik işbirliği ve destek de artmaktadır (Taşkın ve Dönmez, 2005, s. 7).

Kurumsal imaj, kurum için önemli bir varlıktır. Diğer varlıklar gibi imaja da, şayet doğru yönetilmezse değerini kaybedecek bir yatırım olarak bakılmalıdır (Schukies, 1998, s. 31). İmaj oluşumu için, bir kurum hakkında detaylı bilgi sahibi olmak da gerekmemektedir. Kurum hakkında yeterli bilgiye sahip olunmasa bile ağızdan ağıza iletişim, reklam ve sosyal medya aracılığıyla, hedef kitlenin zihninde kurum imajı oluşabilmektedir (akt. Marangoz ve Biber, 2007, s. 175). Bu durum, farkındalığın artırılması için bir avantaj olabilirken, yanlış bilgilerin ağızdan ağıza aktarılması sonucu olumsuz imaj oluşturulmasına sebep olabilecektir. Bu durumda imaj oluşumunun tesadüflere bırakılmaması, imajı oluşturan tüm kriterlerin dikkatle yönetilmesi önem taşımaktadır.

Kurumsal imajı oluşturan en etkili değişken, yönetimdir ve buna bağlı olarak liderdir (Ballen; 1992, s. 31). Kurum imajını ölçmeye yönelik bir araştırmaya katılanların % 80'inden fazlası, kaliteli bir yönetimin kurumun en önemli özelliği olduğunu vurgulamıştır (Bromley, 1993, s. 17). Toplum kadar liderler de güçlü ve olumlu bir imaj programına yatırım yapmanın önemini ve sağlayacağı katkıları; kısacası hem kendi önemlerinin hem de kurumsal imajın öneminin farkındadırlar (Gupta, 2002, s. 2). Kadıbeşegil de (1999, s. 36), benzer şekilde aynı zamanda bir yönetici olan liderin gücünü, kurumsal imaj oluşturmada etkili olabilecek stratejik araç olarak vurgulamaktadır.

Kurumun görünen yüzü liderler, kurum imajı ve itibarı üzerinde en etkili unsurlardan biridir. Kurumu kamuoyu ile buluşturan, aracı rolünü üstlenen lider, kurum felsefesini, misyonunu ve vizyonunu yansıtan ayna görevi görmektedir. Bu nedenle kurumu temsil eden liderin, kuruma transfer edilmesini istemediği her türlü davranış ve açıklamadan kaçınması gerekir. Çünkü lider, kurumdaki bağımsız olarak algılanamaz (Peltekoğlu, 2014, s. 581).

STK'ların kurumsal imajlarının oluşumunda, misyonları çerçevesinde sundukları çözüm önerileri ve bunun toplum içindeki yansımaları önemlidir. STK'ların toplum içerisinde kabul edilmesi, gelir ve gönüllü desteği elde etmesinin kolaylaşması için olumlu bir imaja sahip olması gerekmektedir (Öztürk ve Şardağı, 2018, s. 120). Toplum yararı için faaliyet gösteren bir STK olan vakıflar da, bir kurum olarak belirli bir imaja sahiptirler. Vakıf imajı, bir vakfın hedef kitlelerince algılanış tarzı, kamuoyunda oluşturduğu genel izlenim, vakfa duyulan saygınlık ve itibar, vakfın faaliyet alanlarında sağlanan destek ve oluşturduğu pozitif söylemlere dayalı görüntülerin tamamı olarak tanımlanabilir (Doğanlı, 2015, s. 50).

Vakıfların, güçlü imaj yaratarak her ne kadar iş hacmini arttırmak gibi ticari bir amaçları söz konusu olmasa da, vakıflar da olumlu imaj yaratmak zorundadırlar. Bu sayede, devlet kurumları, yerel yönetimler, kamuoyu, ticari kurumlar, medya, halk hatta diğer vakıfların desteğini almaları kolaylaşacaktır. Bu durum vakıfların kuruluş amaçlarına ulaşmaları buna bağlı olarak varlıklarını devam ettirebilmeleri açısından hayati önem taşımaktadır. Çünkü vakıfların en önemli gelir kaynakları paydaşlarının bağışları ve desteğidir. Örneğin TEMA Vakfı'nın sayfası incelendiğinde bağış ve destek bölümü görülecektir (tema.org.tr, 2017). TEMA da bir vakıf olarak bireysel ve kurumsal destekçilerin bağışlarıyla, gönüllülerin destekleriyle faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu nokta çok kritiktir. Çünkü bireysel ya da kurumsal hiç bir bağışçı, hakkında olumlu imaja sahip olmadığı bir vakfa mecburi herhangi bir zorunluluk olmazsa, kendi iradesiyle bağışta bulunmak istemez. İmajı sarsılan vakıfların, imaj tazelemeleri ve kamuoyunun desteğini tekrar kazanmaları pek kolay olamamaktadır. Bağışta bulunmanın amacına uygun olarak her bağışçı, bağışlarının toplum yararına kullanılacağı beklentisi içindedir. Hatta bağışların toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunacağından emin olmak, bağışta bulunduğu vakfa güvenmek ister. Olumlu imaja sahip olan vakıflar, bu imaj sayesinde gelirlerini, gönüllü desteklerini, kamu ve özel kurumların desteğini olarak vakfın kuruluş amacına ulaşabilmek için faaliyetlerine devam edebileceklerdir. Bu durum vakfın sürdürülebilirliği açısından çok önemlidir.

Güçlü ve güvenilir bir vakıf imajına sahip bir vakıf konumuna ulaşmak, vakfi kamuoyunda söz sahibi olan bir konuma kavuşturacaktır. İlk olarak yapılması gereken, söz konusu vakfın sahip olduğu imajın tespit edilmesi; halkla ilişkiler yöntem ve teknikleri ile de bu imajın güçlendirilmesidir. Ancak cevabı aranan soru, oluşturulması arzu edilen imajın hangi şartlarda gerçekleştirilecek olduğudur (Doğanlı, 2015, s. 50).

Vakıflar, toplumun ihtiyaçları doğrultusunda toplumun içerisinde ortaya çıkmakta, yarattıkları değerler topluma kazanım olarak geri dönmektedir. Bu kurumlar, kuruluş amaçlarını seçerken, faaliyetlerini devam ettirirken toplumsal öncelikleri tahmin etmek ve buna göre faaliyetlerini planlamak zorundadırlar. Yapılan tüm faaliyetler vakfın imajını da etkileyecektir. Bu faaliyetlerin her aşamasında, en önemli görev vakfın liderine düşmektedir.

Liderin, kurumsal imaj üzerine etkilerinin olması kaçınılmaz görünmektedir. Vakıf liderleri, vakfın imajından doğrudan sorumludur ve vakıfların imajını yönetmek zorundadır. İmajın yönetilmemesi halinde, vakıf imajı kurum dışı faktörlerle şekillenir. Bu durumda vakfın kendi iradesi dışında oluşan kurumsal imajını etkilemesi söz konusu olamaz. Vakıflar, ne kadar önemli faaliyetler yürütürlerse yürütürlerse, kendilerini kamuoyuna tutarlı, dengeli ve sürekli iletişimle anlatamadıklarında kamuoyunun

desteğini almaları zor olabilmektedir. Her geçen gün artan toplumsal sorunlar, başarısız STK'ların güven sarsıcı etkileriyle mücadele edebilmek açısından önem taşımaktadır.

Vakıf imajının, oluşturulabilmesi için samimiyet, halkla özellikle hedef kitleyle iç içe olma, bilgilendirme, huzur verme, gerçekçi olma, mutluluk verme, kurumsal olma, sorumluluklarının bilincinde olma, başarılı, çalışkan, saygın olma, kendine özgü olma, ilham verici, güçlü, bağımsız, cesur, alanında lider, gönüllüleri motive eden ve benzersiz olma gibi özelliklerinin yanı sıra, vakfın sağlayacağı güven, alanında lider olma gibi temel özelliklerde gereklidir (Okay, 2003, Bakan, 2005, Tuna ve Tuna, 2007, Doğanlı, 2015).

Bakan'ın (2005, s. 39) ifade ettiği gibi kurumsal imajın yerine getirdiği önemli bir işlev, iç ve dış hedef kitle üzerinde inandırıcılık, güven yaratmak ve bunu sürdürmektir. Bu durum kuşkusuz vakıflar için de geçerlidir hem kurum içinde, hem de dışında oluşturulacak imajın ise, tek ve inandırıcı olabilmesi için kurum gerçeğiyle uyum içinde olması gerekmektedir. TEMA temel değerleri arasında, *güvenilirlik, saygınlık, bilimsellik* olduğunu vurgulamaktadır (tema.org.tr, 2017). TEMA'nın güvenilir bir tablo çizmesinde bir diğer etken de kurumsal ve bireysel destekçilerdir ve TEMA'nın başta Koç Holding ve Koç Holding'e bağlı kurumlar olmak üzere çok sayıda destekçisi bulunmaktadır (tema.org.tr, 2017). Vakfın gerçekleştirmiş olduğu projeler ve faaliyetler incelendiğinde, çok sayıda *başarılı ve çalışkan* bir profil sergilediği gözlenmektedir (tema.org.tr, 2017).

TEMA misyonunu *dürüstlük*le ilişkilendirmektedir. TEMA'nın misyon, politika ve etkinlikleri *dürüstlük, şeffaflık ve açıklık* ilkelerine dayanır. Vakfın internet sitesi, en fazla bilgiyi kamuya ve tüm paydaşlarına vermek amacı ile ayrıntılı olarak oluşturulmuştur ve sürekli olarak güncellenmektedir. Bu güncellemeler kamuoyunun *bilgilendirilmesi* açısından önemlidir (tema.org.tr, 2017).

Vakfın güçlü bir imaja sahip olabilmesi için, emsallerinden farklı algılanması ve tanınma oranının yüksek olması gerekmektedir. Farkındalık yaratmak ve bilinirliğinin artırılması da bir gerekliliktir (Doğanlı, 2015, s. 50). Kurum imajını ölçmek için değişik yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir. Ancak, bütün yöntemlerin ortak sorunu geliştirilen ölçüm araçlarının standartlaştırılması olmuştur. Alanyazında bu konuda sağlanan bir düşünce birliği olmadığını görmekteyiz (Schwaiger, 2004, s. 51).

Anlaşıldığı üzere kurumların güçlü bir imaja sahip olması kadar vakıfların da güçlü bir imaja ihtiyaçları bulunmaktadır. Vakıfların, olumlu imaja sahip olması kadar bu imajı koruması ve devam ettirmesi de önem taşımaktadır. Ülkede vakıflar ve birlikleri de kapsayan on binlerce sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Bunların hepsini tanımak mümkün olmasa da, tanınan, hatırlanan STK'ların çok çok azının lideri bilinmekte, hatırlanmaktadır ya da aktif olarak ön plandadır diyebiliriz.

5. Amaç ve Yöntem

Kurumsal imaj, bir kurumun kamuoyu tarafından algılanmasında güçlü bir etkidir. Kamuoyu genellikle kurum imajından etkilenir ve kurum hakkında bir yargıya sahip olur. Aynı şekilde vakıflar da, kar amacı gütmeyen kurumlar olarak kamuoyu desteğini alabilmek için olumlu imaj yaratmaya çalışırlar. Tüm kurumlarda olduğu gibi vakıfların da olumlu imaj yaratmasına yardımcı olan etmenler bulunmaktadır. Bu etmenlerden biri de liderdir. Nitekim Ballen'in de (1992, s. 31) belirttiği gibi kurumsal imajın oluşturulmasında en etkili değişken yönetim ve liderdir.

TEMA, lideri ile beraber anılan, adeta liderle bütünleşen, lideri bilinen ve ülkemizde sayısı çok az olan vakıflardan biridir. Bu nedenle de araştırma için TEMA ve Hayrettin Karaca seçilmiştir. Bu araştırmanın amacı, TEMA Vakfı kurucusu Hayrettin Karaca'nın bir lider olarak TEMA Vakfı'nın imajı üzerindeki etkisinin kamuoyu tarafından nasıl algılandığını belirlemeye çalışmaktır. Bu bağlamda geliştirilen araştırma soruları şöyledir:

-Bir lider olarak Hayrettin Karaca'nın liderlik davranışları ile TEMA Vakfı'nın imajı arasında bir ilişki var mıdır?

-Hayrettin Karaca'nın liderlik özelliklerinin TEMA Vakfı'nın imajı üzerinde etkisi var mıdır?

Bu çalışmada, genel tarama modeli yaklaşımı kullanılmış ve betimsel araştırma yöntemiyle, anket tekniği aracılığıyla veri toplanmıştır. Bu yöntemde "Değişkenlerin tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacıyla yapılan tekil tarama modellerinde ilgilenilen olay, madde, birey, grup, kurum, konu vb. birim ve duruma ait değişkenler, ayrı ayrı betimlenmeye çalışılır" (Karasar, 2009, s. 79).

Çalışmada, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacıların Facebook hesaplarından, anket linki verilerek TEMA Vakfı hakkında bilgisi olan Facebook kullanıcılarının ankete ulaşımı sağlanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemine göre, araştırmacı kendi kolayına nasıl geliyorsa örnekleri o şekilde seçer (İslamoğlu ve Alıncık, 2014, s. 14). Anket formu, kwiksurveys.com'da 1 Ekim 2018-01 Kasım 2018 tarihleri süresince aktif kalmıştır. Facebook kullanıcısı, 354 kişi tarafından anket cevaplanmıştır. Bu araştırma bulguları, tüm Facebook kullanıcılarına ve tüm kamuoyuna genellenemez, sadece benzer hedef kitleler açısından yön gösterici olabilir.

Alanyazında kurum imajının ölçülmesi ile ilgili çalışmalar genellikle ticari kurumların kamuoyu üzerindeki imajının ölçülmesi (Gültekin ve Küçük, 2004; Tutar, 2007; Saraçoğlu, 2013) şeklindedir. STK'lar üzerinde bu bağlamda yapılan kurum imajı ve liderlik etkileşimi (Kilik, 2011), STK ve marka imajı ölçümü (Doğanlı, 2015), sivil toplum kuruluşlarında gelecek yönelimli lider performans profili (Özmutaf ve Kayalar, 2008), STK'larda liderlik ve iş tatmini ilişkisi ölçümü (Mufti vd., 2019), STK'ların örgüt hedeflerine ulaşabilmeleri için liderin önemi (Mwai vd., 2018), liderin STK'nın ünü üzerindeki etkisinin ölçümü (Mitchell, 2015), STK'ların başarısında liderin öneminin ölçülmesi (Çetin, 2013) şeklindedir. Yukarıda belirtilen bu çalışmalarda ağırlıklı olarak STK çalışanlarının, liderlerin, yöneticilerin görüşleri değerlendirilmiştir. Alan yazında, vakfın dışındaki hedef kitle üzerinde, liderin vakıf imajı üzerindeki etkisini ölçen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Dış müşteri de diyebileceğimiz vakfın hizmetlerinden etkilenen kişiler üzerinde liderin ve vakfın imajının ölçülmesi onların desteğinin de sağlanabilmesi için önem taşımaktadır. Çalışma, bu açıdan özgündür ve alanyazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kurum imajının ölçülmesinde, vakıflar ve ticari kurumlar farklılık göstermektedir. Ticari kurumların imaj ölçümünde ürün, hizmet, kalite, satış sonrası hizmetler, çalışanlar gibi pek çok değişken etkili olmaktadır. Bu nedenle alanyazındaki imaj ölçeklerinin dışında, vakıf imajı ölçümü için farklı bir soru formunun oluşturulmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu amaçla araştırmacılar tarafından soru formunun oluşturulabilmesi için alanyazındaki imaj ve liderlikle ilgili çalışmalar taranmış ve soru formu yapılandırılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın imaj soruları oluşturulurken Doğanlı'nın (2015) "STK (Vakıflar) ve Marka İmajı" başlıklı çalışmasından faydalanılmıştır. Liderlik soruları oluşturulurken ise Çetin'in (2008, s. 46) İstanbul Ticaret Odası için hazırlamış olduğu "Yöneticilerin Liderlik Stilleri, Değişim Yönetimi ve Ekip Çalışması Arasındaki İlişkilerin Çok Yönlü Olarak Değerlendirilmesi" başlıklı kitap temel alınmıştır. Ölçekte, TEMA'nın imajını ölçmeye yönelik 23 soru, Hayrettin Karaca'nın liderlik özelliklerini belirlemeye yönelik de 20 soru yer almaktadır. Sorular 5'li likert tipinde "1=Kesinlikle Katılıyorum" ve "5=Kesinlikle Katılmıyorum" olarak derecelendirilmiştir. Ölçekteki soruların güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizi özellikle soru formunun ikinci bölümünde yer alan Hayrettin Karaca'nın liderlik özelliklerini belirlemek üzere sorulan 20 soru ile üçüncü bölümde yer alan ve TEMA Vakfı'nın imajını ölçmeye çalışan 23 sorunun tamamına uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de verilmektedir;

Güvenilirlik analizi sonuçlarına göre Cronbach's Alpha değeri liderlik ölçeği için α : 0,912 TEMA Vakfı İmajı ölçeği için ise α : 0,924 olarak bulunmuştur. İslamoğlu'na (2011, 139) göre alfa değeri eğer $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek güvenilirliktedir.

6. Bulgular

Araştırmada öncelikle katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim gibi demografik bilgilerinin yanı sıra herhangi bir STK'ya üye olup olmadıkları, TEMA'nın faaliyetleri ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olup olmadıkları gibi bilgiler de elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri, STK'lara olan duyarlılıkları ve TEMA konusundaki bilgileri ile ilgili veriler Tablo 2'de verilmektedir.

Cinsiyet	N	%	Yaş	N	%
Kadın	193	%54,5	17 ve altı	5	%1,4
Erkek	161	%44,5	18-24	159	%44,9
Medeni Durum	N	%	25-29	50	%14,1
Evli	105	%29,7	30-34	44	%12,4
Bekâr	249	%70,3	35-39	33	%9,3
Meslek	N	%	40-44	22	%6,2
Öğrenci	180	%50,8	45-49	20	%5,6
Öğretmen	9	%2,5	50 ve üstü	21	%5,9
Akademisyen	69	%19,5	Eğitim	N	%
Mühendis	34	%9,6	İlköğretim	4	%1,1
Doktor	7	%2	Lise	164	%46,3
Mimar	0	%0	Ön lisans	11	%3,1
Sağlık Personeli	1	%0,3	Lisans	75	%21,2
Teknik Personel	7	%2	Yüksek Lisans	63	%17,8
Büro Personeli	5	%1,4	Doktora	37	%10,5
İşçi	3	%8	Bir STK'ya Üye	N	%
Memur	9	%2,5	Evet	51	%14,4
Diğer	30	%8,5	Hayır	303	%85,6
Bir STK Faaliyetine Katıldını mı?	N	%	TEMA'yı Duydunuz mu?	N	%
Evet	93	%26,3	Evet	345	%97,5
Hayır	61	%73,7	Hayır	9	%2,5
TEMA Faaliyetleri Biliniyor mu?	N	%	TEMA'nın Web Sayfasını Ziyareti	N	%
Evet	295	%83,3	Hiç	139	%39,3
Hayır	59	%16,7	En az bir	139	%39,3
			İki ve daha fazla	76	%21,5

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve STK ve TEMA Konusundaki Bilgileri ile İlgili Bulgular

Araştırmaya katılanların cinsiyet oranlarına bakıldığında eşit dağılıma çok yakın olduğu (%54,5 kadın, %44,5 Erkek) belirlenmiştir. Araştırmada soruların birbirine yakın oranlarda kadın ve erkek tarafından cevaplanmış olması, yapılan araştırmayı her iki cinsiyet için de genellemek açısından önemlidir. Katılımcıların büyük bir kısmı bekârdır (%70,3) ve çoğunluğu 17-24 yaş (%44,9) arasındadır. Örneklem dâhil edilen katılımcıların büyük bir kısmı (%46,3) lise mezunudur. Yarıya yakını ise lisans ve

lisansüstü (%49,5) eğitime sahiptir. Herhangi bir STK'ya üyelik konusunda, olumlu yanıt verenlerin toplam katılımcı sayısına oranla oldukça az olduğu (%14,4) gözlenmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%73,7) herhangi bir STK faaliyetine de katılmamıştır. Buna rağmen ankete katılanların büyük çoğunluğu (%97,5) TEMA Vakfı'nın varlığından ve faaliyetlerinden (%83,3) haberdardır. Katılımcıların %60,8'i TEMA'nın web sayfasını ziyaret etmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde lider ve imaj arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek amacıyla değişkenler arasındaki doğrusal ilişkiyi gösteren (Pearson testi kullanılarak) korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon katsayısı 0.629 ve anlamlılık düzeyi (Sig.) ise 0.000 olarak hesaplanmıştır. TEMA'nın imajı ile TEMA Vakfı lideri olarak Hayrettin Karaca'nın liderlik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Korelasyon analizi ile ilgili bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

		Tema (İmaj)	Hayrettin Karaca (Lider)
Tema (İmaj)	Pearson Korelasyonu	1	.629**
	Sig. (2-tailed)		.000
	Sum of Squares and Cross-products	111.909	78.279
	Kovaryans	.317	.222
	N	354	354
Hayrettin Karaca (Lider)	Pearson Korelasyonu	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	78.279	138.314
	Kovaryans	.222	.392
	N	354	354

**p<0,01

Tablo 3. Lider ile İmaj Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon

Çalışmada TEMA Vakfı lideri olarak, Hayrettin Karaca'nın liderliğinin, TEMA Vakfı imajı üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla Regresyon Analizi yapılmıştır. Regresyon analizinin yapılabilmesi için Hayrettin Karaca'nın liderlik özelliklerini belirlemek üzere sorulmuş 20 soru ile TEMA Vakfının imajı ile ilgili olarak sorulmuş 23 sorunun ortalaması alınmış ve liderlik soruları bağımsız, imaj soruları ise bağımlı değişken olarak regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon modelinin analizi sonucunda, model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=230.663, p = 0,00). Ayrıca modelin açıklama gücü olarak da değerlendirilen determinasyon katsayısı R^2 (0,396) olarak belirlenmiştir. Bu değer imaj ölçeği değişkeninin, bağımsız değişken tarafından yaklaşık % 39,6'sının açıklandığı yani vakıfların toplam imajının %39,6'sının lider etkisiyle şekillendiğini ifade etmektedir. Geriye kalan %60,4'lük kısmını liderin dışında kalan ve imajı etkileyen diğer unsurlar oluşturmaktadır. Nitelikim kurum imajını liderin yanında etkileyen ve modele dâhil edilmeyen çalışanlar, satış sonrası hizmet, reklamlar, ambalaj, fiziksel görünüm, endüstriyel ilişkiler gibi pek çok etmen bulunmaktadır (Güleç, 2014, s. 4). Regresyon analizi ile ilgili bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Tahmini Standart Hata
1	0,629 ^a	0,396	0,394	0,43825

Bağımlı Değişken TEMA'nın İmajı $R^2 = 0,396$ ** $p < 0,01$

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	SSig.
		B	Standart Hata	Beta		
1	(Constant)	0,611	0,096		354	000
	Hayrettin Karaca	0,566	0,037	0,629	5.188	000

Bağımlı Değişken: TEMA'nın İmajı Beta:0,629

Tablo 4. Lider'in İmaj Üzerindeki Etkisini Gösteren Basit Doğrusal Regresyon Analizi Tabloları

Analiz sonuçlarına göre; Hayrettin Karaca'nın liderlik özellikleri ile TEMA Vakfı'nın imajı arasında pozitif (0,566) bir ilişki vardır. Tabloda yer alan t değeri bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (t=15,19, p=000). Liderlik ile imaj arasında istatistiksel açıdan anlamlı pozitif doğrusal bir ilişki vardır.

7. Sonuç

Vakıfların, toplum/devlet desteğini almaya ve olumlu imaj yaratabilmeye ihtiyaçları bulunmaktadır. İmaj ve liderlik birbirini etkileyen kavramlardır. Ancak ülkede liderle bütünleşen vakıf çok azdır. TEMA ve Hayrettin Karaca adeta birbirleriyle bütünleşmişlerdir ve birinden bahsedildiğinde akla hemen diğeri gelmektedir. Bu araştırmada kurucu lider olarak Hayrettin Karaca'nın TEMA Vakfı'nın imajı üzerindeki etkisi analiz edilmiştir.

Çalışmada, katılımcıların yarıya yakını (%49,5) lisans ve üzeri eğitime sahip olmasına rağmen herhangi bir STK'ya üyelik konusunda, olumlu yanıt verenlerin toplamı sadece %14,4'dür. Buna rağmen ankete katılanların büyük çoğunluğu TEMA Vakfı'nın varlığından (%97,5) ve faaliyetlerinden (%83,3) haberdardır. Bu ise TEMA'nın farkındalık yaratmak konusunda oldukça başarılı olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %60,8'inin TEMA'nın web sayfasını en az bir kere ziyaret etmiş olması, yapılan çalışma için seçilen katılımcı profilinin uygun olduğunu göstermektedir.

TEMA Vakfı'nın imajı ile TEMA Vakfı lideri olarak Hayrettin Karaca'nın liderlik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Lider ile imaj arasında varlığı düşünülen bu ilişki korelasyon analiziyle ortaya konulmuştur ve bu ilişkinin varlığı regresyon analizinin gerçekleştirilebilmesi açısından önemli ve gereklidir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre bir lider olarak Hayrettin Karaca, TEMA Vakfı'nın imajını olumlu yönde etkilemektedir. Bir kurum olarak vakıfların imajı, halkla ilişkiler faaliyetleri, farklı mecralardaki reklamlar, gerçekleştirilen projeler, çalışanlar,

destekçiler gibi pek çok kriterden etkilenebilmektedir. Hayrettin Karaca'nın tek başına TEMA Vakfının imajı üzerinde %39,6 ($R^2=0,396$) oranında etkisinin olması son derece çarpıcıdır. Bunun nedeninin, bir lider olarak Hayrettin Karaca'nın vakfın faaliyetleri için maddi ve manevi olarak gösterdiği özverili ve etkileyici çalışmaları ve taşıdığı liderlik özellikleri olduğu söylenebilir.

Organik örgütler olarak da tanımlayabileceğimiz STK'ların "bilinir", "tanınır", "güvenilir", "sevilir" ve "etkinlikleri bilinir" olabilmesinde liderin payının çok yüksek olduğu bu araştırmayla da ortaya konulmuştur. Araştırmaya katılanların neredeyse tamamının TEMA'nın varlığından, %83,3'ünün ise faaliyetlerinden haberdar olması da bunu göstermektedir. Çalışma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu Hayrettin Karaca'yı genel olarak etkin ve başarılı bulmakta ve TEMA Vakfı ile özdeşleştirmektedir. Örneğin "Hayrettin Karaca TEMA Vakfı'nın lideridir" sorusuna katılımcıların sadece 11'i katılmadığını ifade etmiştir. Katılımcılardan 343 kişi Hayrettin Karaca'yı TEMA Vakfı'nın lideri olarak kabul etmektedir. Hayrettin Karaca'nın sahip olduğu kişilik ve liderlik özellikleri, TEMA Vakfı'nın imajını olumlu yönde etkilemiştir. Lideri ile bütünleşen ve lideri tanınıp bilinen vakıf ya da STK sayısının çok az olduğu düşünülürse Hayrettin Karaca'nın bu konudaki başarısı TEMA Vakfı'na da olumlu yönde yansımıştır.

Sonuç olarak Hayrettin Karaca kurucu lider olarak TEMA Vakfı ile özdeşleşmiştir ve vakfın imajı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Hayrettin Karaca'nın başarılı bir lider olması TEMA Vakfı'nın da başarılı olmasına ve takipçileri tarafından benimsenmesine neden olmuştur. Elde edilen bu sonuç vakıf liderlerinin de en az kar amacı güden kurumların liderleri kadar önemli olduğunu göstermektedir. Hatta bu kurumların, genellikle takipçilerinin gönüllü olarak verdikleri maddi desteklerle faaliyetlerini sürdürebildikleri düşünülecek olursa, vakıflar için liderin daha da önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle vakıfların başarılı olabilmeleri ve takipçilerinin maddi manevi desteklerini alabilmeleri için etkin, güvenilir, özverili, özgüveni yüksek, fedakâr ve aktif liderle çalışmaları gerekmektedir.

Türkiye'de dernekler, birlikler, vakıflar da dâhil olmak üzere 111.498 STK (dernekler.gov.tr) olmasına rağmen bu çalışma yalnızca bir vakıf ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca imajı etkileyen pek çok etmen arasından sadece liderliğin ele alınarak incelenmesi de başka bir sınırlılıktır.

Alanyazında, vakıfların imajının liderden etkilendiğini gösteren herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması nedeniyle çalışmanın özgün olduğu ve alan yazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Bulgular ışığında vakıfların takipçileri için de kar amacı güden işletmelerde olduğu gibi liderin önemli olduğu ortaya konulmuştur. Diğer vakıflara da imajlarını güçlendirebilmek için örgüt yöneticilerinden çok, bir lidere sahip olmaları önerilebilir.

Gelecek çalışmalarda aktif olarak faaliyet gösteren ve takipçisi TEMA'da olduğu gibi çok fazla sayıda olan diğer STK'larla da benzer bir çalışma gerçekleştirilip STK'lar arasında bir karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca bu konuyla ilgilenen araştırmacılara, imajı etkileyen diğer kriterler arasında lider etkisinin tespit edilmesi önerilebilir.

Bu çalışma Hayrettin Karaca (1922-2020) hayatayken gerçekleştirilmiştir. Makalenin, hakem süreci devam ederken ne yazık ki aramızdan ayrılmıştır. Kendisini rahmetle anıyoruz. Ülkemize yaptığı değerli katkıları unutulmayacaktır.

KAYNAKÇA

BAKAN, Ö. (2005). *Kurumsal imaj*. Konya: Tablet Kitabevi.

BALLEN, K. (1992). America's Most Admired Corporations. *Fortune*, 125 (3), 30-

- BASS, B. M. ve STOGDİLL, R. M. (1981). *Bass&Stogdill's handbook of leadership*. London: The Free Press, A Division of Macmillian Inc.
- BEGEÇ, S. (1999). *Modern liderlik yaklaşımları ve uygulamaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- BENOIT, W. L. (1997). Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*, 23 (2), 177-186.
- BROMLEY, D. B. (1993). *Reputation, image and impression management*. England: John Willey 8 Sons Ltd.
- ÇAHA, Ö. (2000). *Aşkın devletten sivil topluma*. İstanbul: Gendaş Kültür Sanat Yayıncılık.
- ÇETİN, C. (2008). *Yöneticilerin liderlik stilleri, değişim yönetimi ve ekip çalışması arasındaki ilişkilerin çok yönlü olarak değerlendirilmesi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No. 2008-15.
- ÇETİN, M. (2013) Sivil Toplum Kuruluşlarında Liderin Başarıya Etkisi ve Kurumsallaşma, (http://www.systems.org/stklarda_liderlik.htm)
- DOĞANLI, B. (2015). STK (Vakıflar) ve Marka İmajı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ss.47-59.
- EKİCİ, K.M. (2006). *Vizyoner liderlik*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- GUPTA, S. (2002). *Strategic dimensions of corporate image: corporate ability and corporate social responsibility as sources of competitive advantage via differentiation uni-dissertations*. Temple University.
- GÜLEÇ, Ş. N. (2014). *Kurumsal imaj*. Samsun: On Dokuz Mayıs Üniversitesi Uzaktan Eğitim Merkezi.
- GÜLTEKİN, N. ve KÜÇÜK, F. (2004). Kurum İmajı Açısından Paydaş Memnuniyeti, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt: XIX, 1.
- HABERMAS, J. (2015). *Kamusallığın yapısal dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- İSLAMOĞLU, A. H. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri : (SPSS uygulamalı)*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- İSLAMOĞLU, A.H. ve ALNİAÇIK, Ü. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri : (SPSS uygulamalı)*, İstanbul: Beta.
- KADIBEŞEGİL, S. (1999). *Halkla ilişkilere nereden başlamalı?*. Ankara: Media Cat Yayınları.
- KİLİK, M. (2011). *Kurum imajı ve lider etkileşimi: sivil toplum kuruluşları örneği*, İstanbul Kültür Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi
- KARASAR, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (19th Ed.), Ankara: Nobel Yayınları.
- KOÇEL, T. (2003). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- LIN, N. (1976). *Foundations of social research*. Usa: Mcgraw-Hill.
- MARANGOZ, M. & BİBER, L. (2007). Kurumsal İmajın ve Kurumsal Ünün Müşteri Bağlılığına Etkileri. *KMÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Aralık Sayısı.
- MITCHELL, G. E. (2015), The Attributes Of Effective Ngos And The Leadership Values Associated With A Reputation For Organizational Effectiveness. *Nonprofit Management and Leadership*, 26(1), 39-57.
- MUFTI, M., XIAOBAO, P., SHAH, S. J., SARWAR, A., & ZHENQING, Y. (2019), Influence of Leadership Style on Job Satisfaction of NGO Employee: The Mediating Role of Psychological Empowerment. *Journal of Public Affairs*, e1983.
- MWAI, G., NAMADA, J. & KATUSE, P. (2018), Does Leadership Style Influence Organizational Effectiveness in Non-Governmental Organizations?. *International Journal of Business and Management*; 13 (8).
- OKAY, A. (1999). *Kurum kimliği*. 2. Baskı, Ankara: Mediacat Yayınları.

ÖZAYDIN, M. (2003). *Vakıfların sosyal politika işlevleri ve günümüzde artan önemi*. Ankara: Kamu- İş, 7 (2).

ÖZMUTAF, N. ve KAYALAR, M. (2008). Sivil Toplum Kuruluşlarında Gelecek Yönelimli Lider Performans Profili: İstatistiksel Bir Yaklaşım. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 563-585.

ÖZTÜRK, C. M. ve ŞARDAĞI E., (2018). Kurumsal Kimlik Aracı Olarak Facebook: Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 28, 115-141. DOI: 10.16878/gsuilet.436034

PELTEKOĞLU, F. B. (2014). *Halkla ilişkiler nedir?*. 8. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.

PELTEKOĞLU, F. B. (1997). Kurumsal İletişim Sürecinde İmajın Yeri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (4), 125-145.

SARAÇOĞLU, N. T. (2013). *İşletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının müşteri güveni, müşteri bağlılığı ve firma imajı üzerindeki etkileri: otel işletmelerinde bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

SEZİK, M. (2019). Türkiye'de sivil toplum kuruluşlarının işlevleri ve sorun alanları. *Research Studies Anatolia Journal*, 2, (4), 118-125.

SCHUKIES, G. (1998). *Halkla ilişkilerde müşteri memnuniyetine dönük kalite*. (Çev. Ahmet Ünver), Altın Kitap Serisi, No:1, İstanbul: Rota Yayınları.

SCHWAIGER, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation: an empirical study. *Schmalenbach Business Review*, (56), 46-71.

TAŞKIN, E. & DÖNMEZ, S. (2005). Kurumsal imaj oluşturmada halkla ilişkilerin rolü ve bir alan araştırması. *Akademik Bakış Uluslararası Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (7).

TOSUN, N. B. (2003). *Pazarlama halkla ilişkileri ve reklam: bütünsel pazarlama iletişimi yönlü bir yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

TOLUNGÜÇ, A. (2000). *Turizmde tanıtım ve reklam*. Ankara: Mediacat Kitapları.

TUNA, M. ve TUNA, A.A. (2007). *Kurumsal kimlik yönetimi*. Ankara: Detay yayıncılık.

TUTAR, Ö. (2007). *Türkiye'nin kamu istihdam kurumu olarak Türkiye iş kurumunun toplumdaki imaj tespiti ve imaj geliştirme üzerine bir çalışma*. Uzmanlık Tezi, Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=sivil%20toplum&guid=TDK.GTS.52c5bbf7567e36.53450971 (20.8.2018).

http://www.tema.org.tr/web_14966-2_1/neuralnetwork.aspx?type=138# (21.08.2018).

http://arsiv.dha.com.tr/hayrettin-Karaca-alternatif-nobel-olarak-bilinen-dogru-yasam-odullerinden-buyuk-cevre-odulunu-kazandi-son-dakika-haberi_368559.html (21.08.2018).

https://www.youtube.com/watch?v=KjE2nm3H_bc (21.08.2018).

<https://www.youtube.com/watch?v=LYDDNE-QBiw> (21.08.2018).

<http://www.biyografi.info/kisi/hayrettin-Karaca> (23.08.2018).

http://www.tema.web.tr/web_14966-2_1/neuralnetwork.aspx?type=22 (21.08.2018).

http://www.tema.web.tr/web_14966-2_1/entitioalfocus.aspx?primary_id=247&type=23&target=categorial1&detail=single&sp_table=&sp_primary=&sp_table_extra=&openfrom=sortial (21-08-2018).

http://www.tema.web.tr/web_14966-2_1/neuralnetwork.aspx?type=55 (21.08.2018).

<http://www.elektrikport.com/universite/iyi-bir-liderde-gorebileceginiz-11-ozellik-nelerdir/12144#ad-image-0> (21.08.2018).

<http://www.biyografi.net/kisiyrinti.asp?kisiid=659> (23.08.2018).

<http://www.tema.org.tr> (29.09.2018).

<https://yoldanciktim.com/arboretum-nedir/> (05.10.2018).

<https://www.biyolojigunlugu.com/tema-vakfi-kurucusu-onursal-baskani-hayrettin-Karaca-kendi-cikari-icin-beni-ac-birakanlar-var/> (10.10.2018).

<https://www.dernekler.gov.tr/tr/Teskilat/tanitim.aspx> (27.10.2018).

<https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4721.html> (22.08.2018).

Summary

Today, individuals, societies, corporation, non-profit organizations (NPO) and even countries see the concept of image as an integral part of their values/assets. Image can facilitate competition and support from the target group. The sustainability of foundations as a NPO depends on the support they receive. One of the elements necessary for the establishment a strong image of foundations is the leader. In other words, it is important that foundations have a strong leader and a strong corporate image in order to be sustainable. However, no study has been found in the literature that measures the corporate image of foundations or analyzes the effect of the leader on the corporate image of the foundation.

The aim of this study is to determine the effect of the leader on having a strong foundation image. For this purpose, the effect of Hayrettin Karacan as the founding leader on the image of TEMA Foundation was tried to be measured. In this study, general survey model approach was used and data were collected through descriptive research method and survey technique. In this study, easy sampling method was used. Facebook users had access to the survey by giving a survey link from their Facebook accounts. The survey has been answered by 354 Facebook users. These research findings cannot be generalized to all facebook users and the general public, they can only be guiding for similar target groups.

The scale includes 23 questions to measure TEMA's image and 20 questions to determine Hayrettin Karaca's leadership characteristics. Reliability analyzes were conducted for the questions in the survey. According to the reliability analysis, Cronbach's Alpha value was α : 0.912 for the leadership scale and α : 0.924 for the TEMA Foundation Image scale.

According to the results of the research, gender ratios of the participants were very close to equal distribution (54.5% female, 44.5% male). Most of the participants were single (70.3%), and the majority were between 17-24 years (44.9%). Most of the participants (46.3%) were high school graduates. Nearly half of them have undergraduate and graduate education (49.5%). Among the participants, the number of participants (14.4%) who are members of any NPO is very low. The majority of the participants (73.7%) did not participate in any NPO activities. Nevertheless, the majority of the respondents (97.5%) were aware of the existence and activities of the TEMA Foundation (83.3%). 60.8% of the participants visited TEMA's website.

In the second part of the study, in order to determine the relationship between leader and image, correlation analysis (using Pearson test) was performed. The correlation coefficient was 0.629 and the significance level (Sig.) was 0.000. There is a positive relationship between TEMA's image and Hayrettin Karaca's leadership.

Regression Analysis was conducted in order to measure the effect of Hayrettin Karaca's leadership on TEMA's image. As a result of the analysis of the regression model, the model was found to be statistically significant ($F = 230.663, p = 0.00$).

As a result, Hayrettin Karaca is identified as a founding leader of TEMA and has a positive impact on the image of the foundation. Hayrettin Karaca's success as a leader led

TEMA to be successful and adopted by his followers. This result shows that NPO and foundation leaders are at least as important as the leaders of corporations. This is even more important for leading NPOs and foundations, as they are often able to carry out their activities voluntarily with the financial support of their followers. For this reason, NPOs and foundations need to work with effective, reliable, self-sacrificing, self-confident, altruistic and active leaders in order to be successful and to receive financial support from their followers.

In the light of the findings, it was revealed that the leader is also important for the followers of foundations as in profit-making corporations. The fact that 343 of the participants accepted Hayrettin Karaca as the leader of TEMA. Other foundations may also be advised to have a leader rather than organization managers to strengthen their image.

In future studies, a similar study can be carried out with other NPOs that are active and have a large number of followers as in TEMA, and a comparison can be made between them.

Çalışma Yaşamında Engelli Kadınların İstihdam Süreçleri: Yozgat Örneği

Hülya ÇAKIR*

Öz

Demografik göstergeleri incelendiğinde engelli bireylerin toplam nüfus içerisindeki oranının yüksekliği, engelli bireylerin sorunlarının toplumda büyük önem taşıdığını ortaya koymaktadır. Nüfusun önemli bir kısmını oluşturan engellilerin çalışma hayatı ve toplumla bütünleşme sorunları, üzerinde çalışılması gereken bir konudur. Yozgat ili örneği özelinde oluşturulan çalışma yaşamında engelli kadınların istihdam süreçleri araştırmasında, derinlemesine görüşmelerle öznel algılamaların önemli olduğunu ifade eden nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla Yozgat'ta ikamet eden 15 engelli kadınla gerçekleştirilen görüşmelerde katılımcıların engellilik durumlarının istihdam süreçlerine etkisi, çalışma süreleri, engellilerin işe girme süreçleri, iş hayatında karşılaştıkları sorunlar ve engelli istihdamının iyileştirilebilmesi için önerileri gibi konu başlıklarında kadınların yaşadıkları durumu nasıl algıladıkları ve anlamlandırdıklarını kendi ifadeleri ile anlayabilmek amaçlanmıştır. Bu çalışmada engelli kadınların istihdam süreçleriyle yaşadıkları sorunlar toplumsal cinsiyet kavramı ile ilişkilendirilerek araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Engellilik, Kadın, Toplumsal Cinsiyet, İstihdam, Çalışma Hayatı.

Employment Process of Disabled Women in Working Life: Yozgat Case

Abstract

When the demographic indicators of the societies are analyzed, the high ratio of individuals with disabilities in the total population reveals the importance of the problems of people with disabilities for societies. The working life and integration problems of the disabled, which constitute a significant part of the population, is an issue to be studied. Qualitative research method, which states that human actions contain subjective meanings in the employment processes of women with disabilities in the working life created in the case of Yozgat province, therefore, subjective perceptions are as important as numerical data in human studies. During the interviews conducted with 15 disabled women residing in Yozgat through the semi-structured interview form, how the participants perceived the situation they experienced in the topics of "the effect of disability conditions on employment processes, working times, employment processes of the disabled people, problems they face in business life and suggestions for improving the



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 10.02.2020

Kabul/Accepted: 29.07.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.646775>

* Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Yozgat, Türkiye, E-posta: hulya.cakir@yobu.edu.tr ORCID <http://orcid.org/0000-0001-8115-4076>

employment of disabled people" and It is aimed to understand what they make sense with their own expressions. In this study, the problems experienced by women with disabilities through their employment processes were investigated by associating them with the concept of gender.

Keywords: Disability, Women, Gender, Employment, Working Life.

Giriş

Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Türkiye'de de engelli bireyler temel haklardan yararlanmada ayrımcılıkla karşılaşmaktadır. Engelli bireylerin hakları sorunu ele alındığında ise bu sorunun temelde bir insan hakları sorunu olduğu görülmektedir. Türkiye genelinde engelli bireylerin il bazında dağılımını tahmin eden son araştırma "2011 Nüfus ve Konut Araştırması"dır. Nüfus ve Konut Araştırması sonuçlarına göre, en az bir engeli olan (3 ve daha yukarı yaş) erkeklerde %5,9 olan bu oran kadınlarda %7,9'dur (Url-1). Nüfusun önemli bir kısmını oluşturan engellilerin çalışma hayatı ve toplumla bütünleşme sorunları üzerinde çalışılması gereken bir konudur. Geleneksel/ataerkil toplumsal yapılarda kadınlar görünürlük, inisiyatif alma ve özgürlük konumunda daha edilgen durumdadır. Dezavantajlı grupta yer alan engelliler ve bir alt başlık olarak kadın engelliler açısından mevcut durumun nasıl olduğuna dair daha önce Yozgat'ta gerçekleştirilen bir çalışmanın olmaması araştırmanın ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bu çalışmada Yozgat ilindeki engelli kadınların aktif işgücüne katılım oranları, istihdamda yer almanın kamusal alanda görünürlüğe etkisi ve engelli olmanın çalışma hayatında yarattığı sorunlar ele alınıp değerlendirilmiştir.

1. Engellilik

Engelli, doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlüğü olan ve korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişidir (T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, 2008: 34). Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Bildirgesi "kişisel ya da sosyal yaşantısında kendi kendisine yapması gereken işleri herhangi bir noksanlık sonucunda yapamayanları engelli olarak tanımlamaktadır" (Url-2). İlk olarak Dünya Sağlık Örgütü 1980 yılında Yetersizlik, Özürlülük ve Engelliliklerin Uluslararası Sınıflandırılması (*International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps-ICIDH*) isimli bir sınıflama sistemini geliştirmiştir. ICIDH, özürlülük olgusunu üç kategoride ele almıştır (Minaire 1992, Akt. Bilsin ve Başbakkal, 2014: 66).

Yetersizlik (Impairment): Vücudun zihinsel, fiziksel veya işlevsel bozukluğudur. Yetersizlik doku, organ, fonksiyonel sistem ya da vücut mekanizmasındaki psikolojik, fizyolojik veya anatomik yapı ve fonksiyonların geçici, sürekli kaybı ya da anormalliğini ifade eder.

Özürlülük (Disability): Yetersizlik sonucu fonksiyonel kapasitede azalma ya da kayıptır. Yetersizlik sonucu günlük aktiviteleri içeren beklenen davranış ve fonksiyonlarda eksiklik ya da aşırılıktır.

Engellilik (Handicap): Bir yetersizlik ya da özürlülük sonucu oluşan, toplum tarafından kişiden beklenen bireysel performans veya durumdan sapmaya neden olan toplumsal bir bozukluk olarak ifade edilir. Engellilik, yetersizlik ve özürlülüğün sosyal ve çevresel sonuçlarıdır.

Türkiye Özürlüler Araştırması (2002) sonucuna göre engelli nüfusun toplam nüfus içindeki oranı %12,29'dur. Engelliler engel durumlarına göre ana hatlarıyla

zihinsel, ruhsal ve bedensel olarak tasnif edilirken; bedensel engelliler ise kendi aralarında görme, işitme, konuşma ve ortopedik engelli olarak dört kısma ayrılmaktadır. 2002 yılında T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ile T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı'nca yapılan Türkiye Özürlüler Araştırması'nda da engel türleri ortopedik, görme, işitme, dil ve konuşma, zihinsel engellilik ve süregelen hastalık olmak üzere altı başlıkta ele alınmıştır (DİE, ÖİB, 2002)

TÜİK tarafından 2011 yılında yapılan nüfus araştırmasına göre; toplam nüfusun %6,6'sının en az bir engeli bulunmaktadır. Tüm nüfustaki işsizlik oranı %7,9 iken, engelli nüfusta bu oran % 8,8'dir (TÜİK Nüfus ve Konut Araştırması, 2011). 2015 nüfus sayımına göre Türkiye'de toplam nüfusun %3,78'i okuma yazma bilmezken bu oran engellilerde üç kat daha fazladır. TÜİK 2019 işgücüne katılma oranlarına bakıldığında; en az bir engeli olan nüfusun işgücüne katılma oranı erkeklerde %35,4, kadınlarda %12,5, toplamda ise %22,1'dir (Url-1). Tüm bu istatistikler göz önüne alındığında engelliliğin görmezden gelinecek, ihmal edilecek bir olgu olmadığı görülmektedir.

2. Ataerki ile Çalışma Hayatı İlişkisinde Engelli Kadınlar

Ataerki ideolojinin hüküm sürdüğü toplumlarda engelli ve kadının yaratılışı itibariyle güçsüz ve zayıf olduklarına inanılmaktadır ve bu yüzden kadın ve engellilerin toplumsal yaşama katılımı sınırlı olmaktadır. Engelli birey, ailesinin yanında, evinde yaşamını sürdürmekte ve toplumdan soyutlanmaktadır. Benzer şekilde kadının da ataerki ideoloji nedeniyle çalışma hayatına katılımı sınırlı olmakta, evde yemek hazırlama, çocuk bakma, temizlik yapma gibi ev içi görevleri üstlenmesi beklenmektedir. Kadının toplumsal cinsiyet rolü olarak hizmet vermesinin, erkeğin ise hizmet almasının gerektiğine ilişkin bir anlayış bulunması da bu eşitsiz görev dağılımının önemli bir sebebidir. Kadınların çalışma hayatına atılımı ile bu çifte yük ile uğraşmak zorunda kalmaları nedeniyle istihdamları sınırlı olmaktadır (Karabulut, 2017: 25).

Ucuz emek gücü olarak kadınlar, kapitalistler için cazip birer kaynakken, ev içindeki erkek açısından otoritelerini sarsan unsurlar olarak görülmüştür. Bir yandan özel alanın düzenlenmesi problemi açığa çıkarken diğer yandan ücretlerin aşağıya çekilmesi erkek işçinin çalışacak iş bulamamasına sebep olmuştur. Bu durum kadınların emek piyasasından çekilmesi düşüncesini geliştirmiştir (Kautsky, 1971; Hartmann, 2012: 182). Kadınların ucuz emek gücü olarak sömürülmesi kapitalizmin minimum maliyet, maksimum kar felsefesine hizmet ederken; erkek istihdamını azaltmasıyla da ataerkilliği olumsuz etkilemiştir. Ataerki sistem toplumsal cinsiyet kalıpyargıları aracılığıyla kadın ve erkeklerin cinsiyet rolleri (rol ve faaliyetler) ve özelliklerine (psikolojik veya davranışsal) ilişkin olarak kadınları özel alana; erkekleri kamusal alana yönlendirerek süreci kendi adına işler hale getirmiştir.

Fine ve Asch (1981:242)'e göre toplumumuzda erkek olmak, güçlü, iddialı ve bağımsız olmak; kadın olmaksızın güçsüz, edilgen ve bağımlı olmak anlamına gelmektedir; ikincisi engellilerin toplumsal stereotiplerine uygundur. Her iki kategori için, kadının payına edilgenlik ve güçsüzlük düşmektedir. Engelli kadınlar kadın olmaları nedeniyle yaşadıkları ataerkillik sebebiyle ayrımcılığa ek olarak engelli olmalarının sonucunda ikinci kez ayrımcılığa uğramaktadırlar. Dünya Engellilik Raporu'nda belirtildiği üzere engellilik ile dezavantaj arasında bir ilişki söz konusu olmakla beraber, engelli insanların hepsi eşit derecede dezavantajlı değildir. Engelli kadınlar, kendilerini işlevsiz hale getiren engellerin yanı sıra toplumsal cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmaktadırlar (Dünya Engellilik Raporu, 2011:2). Ataerki düzen, kadının topluma yaptığı katkıları görmezden gelerek kadını ikinci cins olarak görür. Kadın, erkeğin belirlediği sınırları aşamaz ve özel alandan kamusal alana kolayca geçemez. Engelli kadın, bir taraftan kadın olduğu için engelli erkeklerin tahakkümüne mahkûm edilmeye çalışılırken, diğer taraftan da ne yazık

ki engelli olduğu için yaşamın tüm alanlarında ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Engelli kadın açısından toplumsal cinsiyete baktığımızda ise, bu sistemde engelli kadın aslında yoktur; hiç görünmez. Ataerkil düzen kadını özel alana sıkıştırmışken, engelli kadını özel alanda dahi istemez (Aksaç, 2017: 56-57). Engelli bireylerin çalışma hayatına katılımları için ön koşul olan çalışma alanlarının düzenlenmesi hususunun gerçekleşmemesi nedeniyle istihdam edilmeleri sınırlı kalmaktadır.

2.1. Engelli Kadınların Eğitim ve İstihdam Durumları

Dünya çapında, engelli olmayan insanlara kıyasla engelli insanlar; daha olumsuz sağlık durumuna, daha düşük eğitim başarısına ve iktisadi katılıma, bunun yanında daha yüksek yoksulluk oranlarına sahiptirler (Genç, 2015: 65). Kadın istihdamı konusunda birçok ülkede yapılan ampirik çalışmalar, özellikle 1970'li yıllardan itibaren, kadın istihdamında izlenen artışın, tüm iş ve meslek kategorilerinde olmadığını, ya hizmet sektörü gibi geleneksel olarak kadınların çalıştığı mesleklerde meydana gelen artıştan ya hızla kadınlaşan yeni sektörler yoluyla ya da bazı mesleklerin erkek mesleği olmaktan çıkıp kadın mesleğine dönüşmesiyle gerçekleşmektedir (Şenesen, Pulhan ve Özar, 2000: 9).

Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı önündeki engeller arasında toplumsal cinsiyet eşitsizliği, aile ve toplumsal yapı, düşük eğitim düzeyleri, yasal düzenlemeler, sosyo-ekonomik faktörler ve emek piyasasının talep yapısı sayılabilir. Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporu'na (2009) göre, "ekonomik katılım ve fırsatlar" sıralamasında Türkiye'nin 134 ülke arasında 130. sırada yer alması kadınların işgücüne katılımı ve istihdamı konusunda dünya sıralamasında geride bulunduğu göstermektedir. Uluslararası değerlendirme kriterlerine göre cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınlara sunulan olanaklar açısından iyi bir noktada olduğumuz söylenemez.

Engelli kadınların istihdamı konusunda da bu engeller süreci olumsuz etkileme özelliklerini korumaktadır. Ataerkil ilişkiler üzerine kurulu toplumsal yapılarda inşa edilen özel alan - kamusal alan ayrımı kadınlara daha çok özel alanda hareket imkânı tanımakta; eğitim ve istihdamda yaşanan eşitsizlikler kamusal alanda varlık göstermelerini karar mekanizmalarında çoğunlukla yer almamaları ya da edilgen olmalarının yarattığı öteki ve nesnel konuları nedeniyle toplumsal kaynaklara erişimleri sınırlı kalmaktadır. Kadınların eğitim almalarının önüne geçilmektedir ve ataerkil ideoloji nedeniyle toplumda kadınların eğitim almalarının gereksiz olduğuna ilişkin yaygın bir anlayış söz konusudur (Karabulut, 2017: 14). 2010 yılında yapılan Engellilerin Sorun ve Beklentileri Araştırması'na göre ortopedik, görme, işitme, dil/konuşma ve zihinsel engelli nüfus içerisinde okuma yazma bilmeyen kadınların oranı %48,01 iken; bu durum erkeklerde %28,14 olarak belirlenmiştir (Başbakanlık Özürülüler İdaresi Başkanlığı, 2010:5). Türkiye'de engelli öğrencilerin eğitim hizmetlerinden yararlanma oranları son yıllarda artış gösterse de engelli öğrencilerin okullaşma oranı hala olması gerekenin çok gerisindedir. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı verilerine göre engellilerin %41'i okuma yazma dahi bilmemektedir. 2014'te ise toplam üniversite öğrencileri içindeki engelli öğrenci sayısı sadece 10.000'de 18'dir, yani üniversitede okuyan her 1000 öğrenciye karşılık, 2'den az engelli öğrenci bulunmaktadır (Akbulut, 2017: 30).

Eğitimde yaşanan tüm bu olumsuzluklar doğrudan istihdama yansımaktadır. Eğitim düzeyi düşük olan kadınlar çalışma yaşamında da var olamamakta kamusal alanda yer alamayarak özel alana hapsolmektedir. Toplumsal cinsiyetin içinde yaşanan toplumun kültürel unsurlarından beslenmesi ve bireyler roller atfetmesiyle içselleştirilen yargılar, kadınların toplumsal hayatta cinsiyet eşitsizliğine maruz kalmalarına ek ve bu durumun uzantısı olarak eğitim, sağlık ve bazen yaşama haklarını

ellerinden alabilmektedir (Vatandaş, 2007: 48-49). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine maruz kalarak ikincilleştirilen, eğitim hakkı ihlal edilen kadınların sıklıkla da özel alanda çocuk, yaşlı ve hastaların bakımından sorumlu atfedilmesi, iş piyasasının dışında kalmalarına neden olmaktadır (Yılmaz, 2008: 1-4). Kadınların yaşadıkları bu durumlara ek olarak engellilik maruz kalınan olumsuzlukları artırmaktadır. 2011 yılında yayımlanan Dünya Engellilik Raporu'nda yer alan istatistikler de bu kanıyı destekler niteliktedir. Engelli olmayan erkeklere (%65) ve kadınlara (%30) kıyasla engelli erkeklerin (%53) ve kadınların (%20) daha az istihdam edildiklerini göstermektedir. Görülen o ki engelli bireylerin istihdam edilmesi herhangi bir engeli bulunmayan bireylere nazaran daha düşüktür. Kadınların işgücüne katılımı açısından "ikincil işgücü" olma özelliği engelli kadın işgücünün istihdamını olumsuz yönde etkilemekte ve engelli kadın işgücünün ekonomik faaliyetlere katılımını kısıtlamaktadır. Engelli bireylerin çalışma hayatına katılımları için ön koşul olan çalışma alanlarının düzenlenmesi hususunun gerçekleşmemesi nedeniyle istihdam edilmeleri sınırlı kalmaktadır. Özellikle engelli kadınların istihdamından kaçınılmakta, istihdam edilseler dahi vasıfsız işlerde düşük ücretli çalıştırılmaları söz konusu olmaktadır (Karabulut, 2017: 25).

Engellilerin toplumsal yaşama tam katılımlarının sağlanmasına yönelik kamusal alanda iyileştirmelerin yapılması, onların çalışan, kazanan ve kendilerine yeten bireyler olmaları için desteklenmeleri toplumsal yaşamın gereğidir (Yıldırım vd. 2011: 12). Ancak özellikle engelli kadın işgücünün ücret karşılığı istihdamında birden çok değişken etkilidir. Engelli kişilerin ücret karşılığı istihdamını belirleyen değişkenler arasında engelli kişinin mesleki bilgi ve tecrübe eksikliği, finansal teşviklerin yetersizliği, iş başvurusu ve mülakatta yaşadıkları sorunlar, işverenlerin bazı işlerin engellilere uygun olmadığına ilişkin kanılarını güçlendirmekte ve bu durum işveren ayrımcılığı olarak kabul edilmektedir (Burchardt, 2001:4). Türkiye'de bölgeler arası sosyo-ekonomik gelişme düzeyi farklılıkları da engelli kadın işgücünün ücret karşılığı istihdamında belirleyicidir. Engelli nüfusun bölgeler itibariyle dağılımında, engelli nüfus Marmara Bölgesi'nde yoğunudur. Burayı sırasıyla Ege ve İç Anadolu Bölgesi takip etmektedir. Yüksek sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip bölgelerde, kadın işgücünün ücret karşılığı işgücüne katılım oranının yüksekliğine bağlı olarak, bu bölgelerde engelli kadın işgücünün ücret karşılığı istihdam edilme olasılığının yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Engelliler araştırmasına göre, engelli kadın işgücünün ücret karşılığı iş bulma şansı ile Türkiye'de bölgesel gelişme düzeyi arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır (Kuzgun, 2008: 60). Engellilerin sosyal güvenlik kapsamında olup olmama durumları da işgücüne katılım konusunda önemli bir göstergedir. Özürlüler İdaresi Başkanlığı'nın 2006 yılı verilerine göre engelli erkeklerin %82,96'sı aktif sigortalıken; engelli kadınlar için bu oran %2,96'dır. Bu oran engelli kadınların sağlık yardımlarından pasif sigortalı olarak yararlanmalarının yanında engelli kadın işgücünün, işgücüne katılım oranının düşüklüğünü de göstermektedir.

3. Yozgat'ta İstihdam

Türkiye İstatistik Kurumu'nun en son il düzeyinde veri açıkladığı 2013 yılı istatistikleri incelendiğinde, Türkiye genelinde işgücüne katılım oranı %50,8 iken Yozgat ilinde işgücüne katılım oranı %51,5 olarak gerçekleşmiş olup Türkiye ve bölge ortalamasına göre (%50,7) dengelidir. Yozgat'ın dışarıya ciddi anlamda göç veren il konumu göz önünde bulundurulduğunda dışarıya göçün iş için olduğu ve iş bulanların gittikleri illere yerleştikleri söylenebilir. Yozgat'ın işsizlik oranı %8,6'dır. Yozgat'taki bu işsizlik oranı, %9,7 olan Türkiye ortalamasının ve %9,6 olan bölge (Kayseri, Sivas, Yozgat) ortalamasının altındadır (İŞKUR, 2018:1).

Tablo 2. TÜİK Verilerine Göre Temel Göstergeler (2014 ve sonraki verileri yayınlanmadığı için 2013 verileri baz alınmıştır.)

YOZGAT	İşgücüne Katılım Oranı	İşsizlik Oranı	İstihdam Oranı
2008	39,4	12,2	34,6
2009	41,7	11	37,2
2010	46,9	12,7	40,9
2011	49,4	7	45,9
2012	53,2	6,1	50,0
2013	51,5	8,6	47,1

İşgücüne katılım oranı Yozgat ilinde 2012 yılında %53,2 iken 2013 yılında %51,5'e (1,7 puan) düşmüştür. İşgücüne katılım oranı Türkiye'de 0,8 puan artarken Yozgat'ta 0,7 puan azalmıştır. Tablodaki beş yıllık veriler değerlendirildiğinde; işgücüne katılım oranının istikrarlı artışına rağmen işsizlik ve istihdam oranlarında dönemsel artış ve azalışlar yaşandığı görülmektedir. Tablodaki veriler istihdam olanaklarının nüfus artış hızını yakalayamadığı belirtmek de önemlidir.

3.1. Yozgat'ta Engelli Kadın İstihdamı

Yozgat engelli istihdam raporlarına bakıldığında 2009 yılı verilerinde sadece toplam 29 engellinin istihdam edildiği, sayının kadın ve erkek özelinde belirtilmediği görülmektedir. 2009-2017 yılları arasında istihdam edilen toplam kadın engelli sayısı ise 28'dir. Bu sayının içerisinde 2009 raporunda toplamda 29 verisi kadın ve erkek özelinde belirtilmediği için dâhil edilememiştir. İŞKUR kanalı ile işe girenlerden normal statüdeki kişilerin istihdamı %99,48 (2106 kişi) iken, engellilerin istihdamı %0,52'dir.

Tablo 3. İŞKUR Yozgat İl Müdürlüğü (2009-2017 Raporları)

İŞE YERLEŞTİRME (ENGELLİ)					
YILLAR	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)
2009	-	-	29	-	-
2010	1	17	18	5,56	94,44
2011	4	45	49	8,16	91,84
2012	4	63	67	5,97	94,03
2013	6	99	105	5,71	94,29
2014	7	76	83	8,43	91,57
2015	5	71	76	6,58	93,42
2017	1	10	11	9,09	90,91

Yukarıdaki tabloda İŞKUR tarafından işe yerleştirmede kadın ve erkek engelli bireylerin işe yerleştirilme sayılarında ciddi bir fark olduğu görülmektedir. Ayrıca kadın engellilere baktığımızda 2017 yılında sadece 1 engelli kadının işe yerleştirilmiş olmasıyla engelli kadın istihdamının kısıtlılığı görülmektedir.

Bu tablo aynı zamanda kayıtlı, sigortalı istihdam oranının düşüklüğünü göstermesi açısından önem taşımaktadır. Genel olarak kadın istihdamının büyük çoğunluğunun kayıtdışı (evde çalışma, esnek saatler, parça başı iş gibi) olması durumunun engelli kadın istihdamında da değişmediği görülmektedir. İstatistiki verilerde kayıtdışı rakamların resmi istatistiklere taşınamaması da sağlıklı ve güncel

veriye erişimi engellemektedir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Yozgat'ın merkez ve köylerinin istihdam koşullarında yaşanan olumsuzluklar dolayısıyla sürekli göç vermesinin dezavantajlı grupta yer alan engelliler ve bir alt başlık olarak kadın engelliler açısından değerlendirilmesine dair daha önce Yozgat'ta gerçekleştirilen bir çalışmanın olmaması araştırma bölgesinin seçilmesinde etkili olmuştur. Ayrıca araştırmacının da burada ikamet etmesinin sahayı doğrudan gözlem olanağı yaratması ve araştırmacıya zaman, maliyet avantajı sağlamıştır. Araştırmanın saha çalışması 2018 yılının Nisan-Eylül aylarında gerçekleştirilmiştir.

Yozgat'ta ikamet eden 15 engelli kadınla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bir ağıdaki örnek olayla başlanıp, daha sonra o örnek olaydan aldığı bağlantılı ilişkilerle ilgili bilgilere dayanarak başka örnek olaylar belirlediği ve süreci tekrarladığı bir örnekleme türü olan kartopu örnekleme ile engelli kadınlara ulaşılmıştır. Kartopu örneklemede önemli olan her bir kişinin ya da birimin bir diğeriyle doğrudan ya da dolaylı bir bağlantıyla bağlı olmasıdır (Neuman, 2008: 324). Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla derinlemesine görüşmelerin gerçekleştirildiği çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların engellilik durumlarının istihdam süreçlerine etkisi, çalışma süreleri, engellilerin işe girme süreçleri, iş hayatında karşılaştıkları sorunlar ve engelli istihdamının iyileştirilebilmesi için önerileri gibi konu başlıklarında kadınların yaşadıkları durumu nasıl algıladıkları ve anlamlandırdıklarını kendi ifadeleri ile anlayabilmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda görüşmelerden önce yapılan literatür çalışması sonucunda elde edilen bilgiler ve daha önce yapılmış bazı araştırmalardan yararlanılarak düzenlenen yarı yapılandırılmış görüşme formunun taslağı oluşturulmuş, sahada uygulanabilirliğini anlamak amacıyla çalışma hayatında aktif olarak yer alan 2 engelli kadın ile pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Geri bildirimler sonucunda bazı sorularda revizyona gidilmiştir. Görüşmelerde katılımcıların ses kayıt cihazı kullanılmamasına ilişkin talebi üzerine saha verileri görüşme notları olarak yazılı metin haline getirilmiştir. Araştırmada nitel verilerin betimsel analizi gerçekleştirilmiş; doğrudan alıntılarla araştırmaya ilişkin veri üst tema, kategori ve alt tema altında betimsel yaklaşımla sunulmuş ve temalar arası ilişkiler ortaya konulmuştur.

5. Araştırmanın Bulguları

Araştırma soruları "engellilik durumu, çalışma süresi, engellilerin işe girme süreçleri, iş hayatında karşılaşılan sorunlar ve engelli istihdamının iyileştirilebilmesi için neler yapılabileceği" konu başlıkları altında değerlendirilmiştir.

5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Analizi

Görüşülen katılımcılar 18-44 yaş aralığındadır. Katılımcıların tamamının okuma yazması vardır. En düşük eğitim seviyesi ilkokul, en yüksek eğitim seviyesi lisanstır. Aylık gelirleri sabit olmamakla birlikte, ortalama aylık gelirleri asgari ücret seviyesinde olduğu görülmektedir (Ek 1). Bu durum sosyo-ekonomik seviyelerinin düşük olmasına sebebiyet vermektedir.

5.2. Engellilik Durumları

Görüşme gerçekleştirilen 15 katılımcının engellilik durumlarına bakıldığında; 3'ü dil ve konuşma engelli kadın (dil yuvarlama ve ileri kekemelik), 7'si ortopedik engelli

kadın (kalça çıkıklığı, topallık, duruş bozukluğu, kamburluk), 3'ü işitme engelli kadın ve diğer 2 katılımcı da süregelen hastalığı olan kadınlardır. Görüşmelerde herhangi bir engel kota veya kriteri belirlenmemiş, kartopu örneklem tekniği ile diğer engelli kadınlara ulaşılmıştır. Görüşmeler doğrudan araştırmacı tarafından yapılmıştır. İşitme engelli katılımcıların tamamı işitme cihazı kullandığından iletişimde herhangi bir sorun yaşanmamıştır.

Katılımcıların görüşmelerde işverenlerin işlerinin niteliklerine göre engelli bireyler arasında tercihte bulduklarını, engel yüzdesinin düşük olmasının tercih kriterlerinde belirleyici olduğunu ifade etmeleri de görüşme notları arasında yer almaktadır. Katılımcıların 7'si doğuştan, 8'i ise sonradan engellidir. Katılımcılar hayatlarını engel durumlarına göre şekillendirmek zorunda kaldıklarını çeşitli şekillerde ifade etmişlerdir.

"...Konuşma engelli olmam dolayısıyla toplumsal hayatta kendimi rahat ifade edemiyorum. Düzeltmeye çalıştım ancak çok küçük yaşlarda sürece müdahale edilmediği için şimdiki çabalarım işe yaramıyor. Eğer böyle bir sorun olmasaydı öğretmen olmak isterdim (X, 35, Evde işleme yapıyor).

"...Akdeniz anemisi rahatsızlığım dolayısıyla hayatım boyunca gerek ataklarım gerekse de bende yarattığı genel halsizlik durumu dolayısıyla gerçekleştirmek istediklerimi yapamadım. Eğer bu hastalığım olmasaydı eminim her şey şimdikinden çok daha farklı olurdu. Evliliğim de devam edebilirdi (Ş, 38, Apartman görevlisi).

Katılımcıların doğuştan veya sonradan engelli olmaları arasında da kabullenme ile ilgili sorunlar yaşadıkları görülmüştür. Özellikle engelliliğin sonradan hayatlarına dâhil olmasıyla gelecek planlarının önemli ölçüde etkilendiğini ve sürekli olumsuzluğa doğru evrilen bir hayatı yaşamaya başladıklarını ifade etmişlerdir.

5.3. Çalışma Süresi

Görüşülen katılımcıların büyük çoğunluğunun asgari ücret veya daha da altında aylık gelir sahibi olmaları dolayısıyla sosyo-ekonomik düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Bazılarının ailelerinin geçimine katkı sağlamak bazılarının ise kendi ayakları üstünde durabilmek için çalışmaları gerekmektedir. Engellerinin yüksek standartlı işlere girmelerine "engel" olduğunu düşünmeleri dolayısıyla erken yaşlardan itibaren olumsuz şartları (kayıtdışı, sigortasız vb.) olan işlerde dahi çalışmayı kabul etme durumları söz konusu olabilmektedir.

"Evde parça başı işleme işini yapıyorum zaten engelim de dışarıda çalışmama çok olanak sağlamıyor doğuştan değil sonradan engellyim. İşitme cihazı kullandığım halde çok az duyabiliyorum. Kayıtlı ve sigortalı bir işim yok ancak zaten böyle bir işi bu kadar işsiz olduğu bir ülkede bana verilebileceklerini de düşünmüyorum. O yüzden koşulları hiç sorgulamadan emeğimle kazanç elde etme peşindeyim, 15 yaşından beri bu işi yapıyorum" (Q, 19, Evde işleme yapıyor).

Engelli bireylerin çalışması onların topluma kazandırılması demektir. İş hayatında aktif olarak rol alan, iş yerinde diğer çalışanlarla eşit haklara sahip olarak yer alan engelli bireyler motivasyon açısından da kendilerini yeterli hissedecekler, kendilerine olan güvenleri ve saygıları da artacaktır (Güney ve Göller, 2014: 1015). Kadınların çalışma yaşamına katılımlarını ve bu katılım sonrası iş tercihlerini belirleyen temel etkenlerden biri de işyerinde toplumsallaşmayla bağlantılıdır (Eyüboğlu, Özar ve Tanrıöver, 2000: 89). Katılımcıların tamamında çalışmayı ayrıca "hayata katılmak için bir fırsat olarak görmeleri" olarak anlamlandırdıkları görülmektedir.

"...Çalışıyor olmanın bizler açısından önemi daha büyük, az ya da çok gelir sağlamanın yanı sıra, aile kurmaya yardımcı olmakta, toplumdaki dışlanmak yerine içlerine girmemize yardımcı olmakta" (Y, 44, Terzi).

Alt sosyo-ekonomik sınıflarda kadınların çalıştıkları işyerleri ve çalışma ortamları, genellikle zaten cins ayrımına göre düzenlenmiş olduğundan (kadınların çoğunlukta oldukları konfeksiyon atölyeleri, fabrikalar ya da enformel sektörde temizlik, çocuk bakımı vb. ev hizmetleri) bu kesimdeki kadınlar işyeri/işveren düzeyinde bir cinsiyet ayrımı yapıldığı kanaatine sahip değildirler (Eyüboğlu, Özar ve Tanrıöver, 2000: 125). Ancak belli bir bilinç düzeyinde olunması farkındalık yaratmaktadır. Eğitim seviyesi yüksek olan kadınlar kayıtlı işlerde daha yüksek oranda istihdam edilmektedir. Katılımcıların sürekli bir işte çalışma süresi kayıtlı, sosyal güvenceli işlerinin olup olmamasına göre değişkenlik göstermektedir.

"... Emeğimin karşılığında ücretimi almam, sigortanın olması, düzenli ve sürekli bir işimin olması sadece çalışıyor olmamı sağlamadı hem geleceğe güvenle bakmamı hem de hayatımı düzenlememi, hayata katılmamı sağladı (Z, 29, İŞKUR tarafından işe yerleşti).

Ekonomik politikalar ve değişen iş organizasyonları, küresel ekonomik krizlerin yol açtığı kitlesel işsizlikler enformelleşmeyi hızlandırmaktadır. Kadınlar daha düşük ücretlerle, güvencesiz ve eğreti işlerde, sendikasız ve sosyal güvencesiz çalışmak zorunda kalmaktadır. Bu süreçte, enformelleşmenin getirdiği eşitsizlik, güvencesizlik, eğretilik ve yoksulluğun etkilerini en fazla yaşayanlar kadınlardır (Erdut, 2005: 46). *"5 yıldır çalışıyorum. İşleme işi neredeyse işverenimiz de oluyor. Aynı kişiyle çalıştığım en uzun süre 6 ay oldu (L, 35, Evde İşleme yapıyor).*

Enformel ekonomide çoğunlukla dezavantajlı gruplar (kadın, çocuk, yaşlı vb.) işgücü olarak kullanılmaktadır. Enformel sektör aynı zamanda işgücü piyasasının kural dışılaşmasına da neden olduğundan bu sektörde istihdam edilen engelli kadınlar sıklıkla iş değiştirmek zorunda kalmakta dolayısıyla sık iş değiştirerek kısa süreli çalışmaktadırlar.

5.4. İşe Girme Süreçleri

Katılımcılar kurumsal anlamda iş arama sürecine girdiklerini, bu amaçla İŞKUR başvurusu yaptıklarını ancak uzun süre herhangi bir geri dönüş alamadıklarını belirterek kamu kuruluşlarında engelli olarak istihdam ediliyor olmanın alım azlığı dolayısıyla imkânsıza yakın olduğunu bu durumun da kendilerini kayıtdışı istihdama yönelttiğini belirtmişlerdir. Kadınların ifadeleri çalışma şekillerinin literatürdeki Atipik çalışmaya yöneldiğini göstermesi açısından önemlidir. Tipik çalışmanın aksine zaman ve işyeri açısından esnetilmiş çalışma şekillerini içeren Atipik çalışma kadınların yaygın istihdam şeklidir. Zaman yönünden atipik çalışan kadınlar; kısmi süreli, yevmiyeli, arizi; istihdam şekli yönünden atipik çalışan kadınlar ise; evde çalışan, kendi adına çalışan ve ücretsiz aile çalışanıdır. Atipik çalışma şekilleri genellikle, içinde düzensizliği, kural dışılığı ve korumasızlığı barındıran eğreti istihdamın çeşitleri olarak ortaya çıkarlar. Türkiye'de Atipik çalışanlar büyük ölçüde iş ve sosyal güvenlik hukukunun kapsamı dışında bırakılmışlardır (Karadeniz, 2011: 83-91).

Kayıtdışı istihdamda taleplerinin az ve ücretlerinin düşük olması durumunda işverenler tarafından istihdam edildiklerini aksi bir durumda ise uzun süre işsiz kalabildiklerini, engelli olma durumunu işverenlerin minimum maliyet, maksimum kâr sürecine dönüştürdüklerini ifade etmişlerdir.

"...İŞKUR meslek edindirme kursuna (kuaförlük) katıldım, aynı zamanda iş başvurusunda bulundum. Kursu tamamladım ancak iş başvurusu ile ilgili 5 yıldır herhangi bir dönüş olmadı. Ben de bu kadar uzun süre bekleyemem evimi geçindirmem lazım onun için bir şirkette temizlik görevlisi olarak çalışıyorum (M, 27, Temizlik görevlisi).

Literatürde kota, korumalı işyerleri gibi yöntemler engelli istihdam yöntemleri arasında sıralanmaktadır. Kamusal hayatta en görünen ve toplumca bilineni kota sistemi olarak bilinen istihdam alanında işverenlerin belirli bir oranda veya sayıda engelli

çalıştırmasının mecburi kılınmasına ilişkin yöntemdir (Genç ve Çat, 2013: 375-376). Bu yöntem sosyal politika olarak da uygulanmıştır. Görüşmelerde katılımcılar da kota yöntemi ile engelli istihdamının arttırılacağını düşündüklerini ve böyle bir pozitif ayrımcılığa ihtiyaçları olduğunu ifade etmişlerdir. Görüşmelerde kadınlar kamuoyunda engelli istihdamı için yapılmakta olan veya yapılması planlanan koşulların gündelik hayatta aktif olarak uygulanmadığını ve bu konuda mağduriyet yaşadıklarını belirtmişlerdir.

"...Çevremde insanlar sanki ben iş beğenmiyormuşum gibi davranıyor. Çünkü haberlerde Engelli Personel Sınavı ile düşük puanlarla insanların atandığını ya da her kurumun çalışan normal personel sayısına oranlanan düzeyde kotaya uygun olarak engelli istihdam edeceği bilgisi dolayısıyla, ben kaç yıldır bekliyorum ama sonuç yok" (N, 35, Evde İşleme yapıyor).

İşgücüne katılımı etkileyen pek çok sebep olmakla birlikte bunların en önemlileri arasında eğitim yer almaktadır. Küreselleşen dünyada gelişen teknoloji ve enfomasyon akışı içinde vasıflı işçiye duyulan ihtiyaç artmaktadır. Vasıflı bir işte çalışmak da mesleki formasyon gerektirmektedir. Kadınların aile ve toplum içinde kişisel anlamda güçlenmelerini sağlayacak kaynaklara ulaşabilmelerinde eğitim oldukça önemlidir.

"Ailemde cinsiyet eşitsizliğine maruz kalmadım. Babam ve annem kısıtlı da olsa her türlü imkânlarını eğitim almam için seferber etti. Özellikle babam benim kadın ve engelli olmam dolayısıyla kendi ayaklarının üzerinde durmamın önemli ve gerekli olduğunu düşünüyordu. Lisans eğitimimi tamamladım, bu da iş bulmamda bana çok büyük avantaj sağladı (R,35, İŞKUR tarafından işe yerleşti).

İş başvuru sürecinde sorun yaşamadan işe yerleştirilen engelli kadınlar da bulunmaktadır. Bu kadınları diğerlerinden ayıran en önemli özellik eğitim düzeylerinin daha yüksek olmasıdır. Eğitim imkânının sağlanmasında aile ve toplumsal yapının etkili olduğundan herkes bu imkândan eşit biçimde yararlanamamaktadır. Görüşmelerde sadece bir katılımcı, ailesinin tanıdığı fırsat eşitliğiyle eğitim hakkında yararlandığını ve istihdamda bu şekilde yer aldığını ifade etmiştir.

5.5. İş Hayatında Karşılaşılan Sorunlar

Genellikle kayıt dışı istihdamla beraber anılan sosyal korumasızlık, çalışma yaşamındaki önemli sorunlardan bir diğeridir. Bu grubun savunmasızlığı, büyük ölçüde, yoksulluktan ve sosyal güvenlik mekanizmalarından dışlanmalarından kaynaklanmaktadır. Yasal anlamda kayıt altına alınamayan bu grup ücret, örgütlenme, sosyal güvenlik, işçi sağlığı ve güvenliği, çalışma ve dinlenme süreleri gibi işçilik haklarından yararlanamamaktadır (Kaya ve Doğan, 2016: 1092). Mevzuata rağmen sigortasız çalışma, bir yandan çalışanları hastalık, işsizlik, yaşlılık ve iş kazaları gibi risklere karşı korunmasız bırakırken, diğer yandan da enformel sektörün genişlemesine sebep olmaktadır (Alp, 2007: 58). Katılımcılar işverenlerden haklarını talep edemedikleri gibi mevcut işlerinde güvencelerinin de olmaması dolayısıyla yaşanabilecek herhangi bir aksaklıkta (işlerin yetiş(e)memesi veya özel durumlar konularında) yerlerine yeni bir kişinin bulunacağı tehdidiyle karşılaşmalarının en büyük sorunları olduğunu ifade etmişlerdir.

"... Çocuğumun rahatsızlığı dolayısıyla gelen siparişi tarihinde yetiştiremedim işveren 'en az sen kadar iyi ve bu işi yapabilecek yeterlikte ayrıca çocuğu da olmayan bir kişi varmış onunla mı çalışsam artık...' dediğinde işimizin var ama yok olduğunu anladım (K, 44, Ev yemekleri yapıyor).

Katılımcılar, eğitim düzeylerinin düşük olması ve iş deneyimlerinin yetersizliği dolayısıyla da işverenlerin kendi çıkarları doğrultusunda çok daha rahat hareket edebildiklerini, pek çok işveren tarafından güvenlerinin suistimal edildiğini, çoğunlukla

da emek sömürsüne maruz kaldıklarını belirtmişlerdir.

"... Bu benim ikinci işim daha öncesinde de mağazada çalışıyordum. İşten ayrılmak istediğimde işveren sözleşme gereği çıkamayacağımı, eğer çıkarsam da para ödemek zorunda olduğumu söyledi. Durumu bir yakınıma anlattım onun yardımıyla o işten çıktım. Ancak gerek bizim deneyimsizliğimiz gerekse de eğitimsizliğimiz dolayısıyla kandırmaya, kullanmaya çalışıyorlar (S, 18, Reyon çalışanı).

Modern toplumlarda ortaya çıkan yeni çalışma şekilleri, eğreti istihdamda yoğunlukla istihdam ediliyor olması, mevcut yapısında da düşük ücret, sosyal güvence yetersizliği ve belirsizlik gibi riskleri bünyesinde barındırması dolayısıyla kadının çalışma yaşamındaki statüsünün düşük olmasına sebebiyet vermektedir (Çakır, 2019: 568).

"Eşim de boya, badana işleri yapıyor. Onun da benim de sigortam[ız] yok. Rahatsızlandığımızda çok çok büyük bir sorunumuz olmadığı sürece hastaneye gitmiyoruz, gidemiyoruz. Muayene, ilaçlar vb. maliyeti yüksek oluyor (P, 35, Evde İşleme yapıyor).

Özellikle evde iş yapan kadınlar eşlerinin de sigortalı işte çalışmadığından sosyal güvencelerinin olmadığını ifade etmiştir. Sağlık sorunlarında ciddi mağduriyetler yaşadıklarını, aylık gelirleri dışarıdan BAĞ-KUR primlerini ödemelerine de imkân vermediğinden sigortasız yaşamak zorunda kalmalarının en büyük sorunları olduğunu ifade etmişlerdir.

5.6. Deneyimden Devşirilen İyileştirme Önerileri

Kayıtlı, güvenceli istihdam edilen kadınların diğer kadınlara göre çalışma hayatında daha az sorunla karşılaştıkları, çalışma saatleri, mesai, ücretler konusunda süreçlerinin belli ve net olması söz konusudur. 15 katılımcı ile gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerdeki araştırma bulguları toplumsal cinsiyet eşitsizliği, aile ve toplumsal yapı, düşük eğitim düzeyleri, yasal düzenlemeler, sosyo-ekonomik faktörler ve emek piyasasının talep yapısının Türkiye'de kadınların işgücüne katılımının önündeki engeller olduğu görüşünü desteklemektedir.

Katılımcılar çalışma hayatına katılmadan önce engelliler için eğitim hayatında engel durumlarına göre düzenlemeler yapılmasını, ailelerin bu konuda desteklenmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu tür yollarla eğitim düzeylerinin yükselmesinin kendilerine gerek sosyal hayatta gerekse iş hayatında avantaj sağlayacağını düşünmektedir.

"Okul çağımda ergen psikolojisiyle arkadaşlarımın yanında kendimi kötü hissediyordum, özür, sakat gibi sözlerden dolayı okumak istemedim. Bizim zamanımızda daha katı bir yaklaşım vardı. İnsanlar durup bakardı. Ailem de üzüldüğümü gördüğü için ısrarcı olmadı. Ama bu durumdan zararlı çıkan da yine ben oldum. Her şeyi geçtim çocuklarımı yetiştirmekte bile zorlanıyorum. Şimdiki aklım olsaydı yapmazdım (L, 35, Evde işleme yapıyor).

Toplumsal hayatta cinsiyet eşitsizliği ve buna bağlı olarak geliştirilen eylem ve söylemlerin kişilerin eğitim, sağlık gibi temel insan haklarının ihlal edilmesine neden olduğunu ifade etmişlerdir.

"Çocukluğumu babam ve ağabeyimin okutmama kararıyla, genç kızlığıma çalıştırmama kararlarıyla geçirdim. Hakkında karar verilen bendim ama kimse bana sormazdı. Evlendirildim, olmadı boşandım. Annem ve babamı da kaybettim şimdi onlar yok ama onların benim hakkımda verdikleri, bana zararı olan kararları hala var. Aşılması gereken şey kadın ya da erkek olarak değil insan olarak görmek ve haklarını kullanma imkânı sunmak değerlendirip değerlendirmemekte bireye kalmalı (Ş, 38, Apartman görevlisi).

Katılımcının ifadesi cinsiyet eşitsizliğini ve kadınların kendilerine biçilen rollerin içerisinde ne kadar mutsuz olduğunu göstermektedir.

Simone De Beauvoir'ın "İkinci Cins sırasında ihtiyaç duyulan mücadelenin farkına

vardım. Anladım ki, kadınların büyük bir çoğunluğu benim sahip olduğum seçeneklere sahip değildi, o kadınlar ki, aslında, o tanımlama yıkıldığında tamamıyla çökecek olan erkek egemen toplum yapısı içinde ikinci bir cins olarak tanımlanmışlar ve ele alınmışlardır. Ancak aynı diğer bütün ekonomik ve politik olarak tahakküm edilen insanlarda olduğu gibi, isyan çok zor ve yavaş gelişebilirdi. Bu insanlar önce o tahakkümün farkına varmalıydılar. Sonra, değişim için kendi güçlerine inandıydılar." (Url-3). Bu bilinç ve farkındalığın oluşması sevindiricidir çünkü yine Beauvoir'ın "Sadece erkek değildi kadını ezen. Kadın kendi hayatından sorumlu olmaktan vazgeçerek kendi kendini de eziyor" (Url-3) olmasını da engelleyecektir.

Görüşmelerde, kadınlar aleyhine geliştirilen iş tasnifinden katılımcıların olumsuz etkilendikleri, iş piyasasında kadın işi/erkek işi ayrımının yapılmasının kadın engellilerin kısıtlı alanda daha da zorlanmasına sebebiyet verdiği ifade edilmiştir Erkek işi tasnifi erkeklerin çoğunlukla metalaşmış, parasallaşmış bir değiş tokuş üretim tasnifinde yer almalarından dolayı erkeklerle özdeşleştirilmesinden kaynaklanmıştır. Ev işleri, çocuk bakımı, yaşlı bakımı gibi farklı üretim faaliyetleri kapsayan yeniden üretim ise üç başlık altında irdelenir: işgücünün yeniden üretimi, mevcut yaşamın sürdürülmesi için harcanan emek anlamında toplumsal yeniden üretim ve bir sonraki kuşağın yetiştirilmesi için harcanan emek olarak insanların yeniden üretimi; hepsi de görünmeyen kadın emeğidir (Özkaplan, 2009: 15).

"Özellikle Yozgat gibi iş olanakları sınırlı olan illerde zaten başvurabilecek iş sayısı az oluyor. Aynı zamanda çevrenin belirleyiciliği de yüksek olduğu için çalışacağın işin hem senin niteliklerine hem de çevrenin kriterlerine uygun olması gerekiyor. Bir de o işin gerek işveren gerekse de çevre tarafından ortamı veya işin niteliği gereği erkek işi olarak tanımlanması sizi en başta ellediği için başvuramıyorsunuz bile..." (V, 22, Reyon çalışması).

Böylece üretim/yeniden üretim ikiliği, kadın işi, erkek işi ayrımını da ortaya çıkarmıştır. Katılımcılar öncelikle engelliler için istihdam alanlarının genişletilmesi ve kadın işi/erkek işi ayrımının ortadan kaldırılması gerektiğini savunmaktadırlar.

Sonuç

Kadınların sosyal ve ekonomik gelişimleri işgücüne katılımları ile yakından ilgilidir. Kadınların çalışma yaşamından dışlanmaları temelde eğitim ve meslek edinmedeki fırsat eşitsizliği ile başlamakta, ücret ve kazançlar, işe alma, işten çıkarma gibi diğer uygulamalarda karşılaştıkları ayrımcı uygulamalar ile sürmektedir. Oysa işgücüne katılım engellilere gelir sağlamakta, aile ortamı kurmaya yardımcı olmakta, sosyal dışlanmayı önlemekte ve engellileri toplumla bütünleştirmektedir.

Görüşme yapılan katılımcıların çoğunluğu (10 kadın) Yozgat merkez ve köylerinde ikamet etmekte kayıt dışı, evde, esnek çalışma şeklinde ücretli istihdam edilmektedir. Diğer katılımcılar ise İŞKUR Yozgat İl Müdürlüğü'nün raporlarında da görüldüğü üzere 2009-2017 yılları arasında, yani 8 yılda Yozgat ilinde işe yerleştirilen 28 engelli kadın arasında yer alan 5 kadındır. Bu çalışma İŞKUR tarafından işe yerleştirilen kayıtlı, sigortalı işlerde çalışan engelli kadınlarla da görüşülerek kayıtlı ve kayıtdışı istihdam farklılıklarını ortaya koyması açısından da önem taşımaktadır.

Katılımcılar genellikle kayıtdışı, sigortasız işçi olarak çalışmaktadır. Görüşmelerde bu duruma ilişkin çift yönlü işleyen bir sürecin olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcılar engelli oldukları için beklenti geliştirmemekte, sunulan koşullara rıza göstermekte, işveren kesimi de ucuz işgücü olarak engelli emeğini kullanmaktadır. Görüşmelerde katılımcıların tamamının özellikle vurguladığı nokta ise Yozgat gibi gerek iş imkânlarının kısıtlı olduğu gerekse de toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının hala varlığını sürdürdüğü bir ilde yaşamının kendileri için mevcut sorunlarına ek sorunlar yarattığıdır. Araştırmanın teorik bölümünde de değinildiği üzere engelli istihdamında bölgelerin

gelişmişlik düzeyi önemli bir belirleyici faktör olmaktadır.

Çalışma hayatında kadın denildiğinde cam tavan sendromu, eşit işe eşit ücret verilmemesi sorunları, cinsel taciz, her iki cinsiyet için de geçerli olmakla birlikte mobbing gibi kavram tanımları üzerinden sorunlardan bahsedilmektedir. Kadınların çalışma hayatında istenilen düzeylerde istihdam edilememelerinde bu şekilde ekonomik ve kültürel nedenlerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Engelli kadınlar için de tüm bu süreçlere ek olarak engel durumları süreci olumsuz etkilemektedir. Özellikle eğitim, istihdam gibi alanlarda imkân sunulmaması veya fırsat eşitsizliği engelli bireylerin toplumsal kaynaklara erişmelerini engellemekte, onları edilgen hale getirmektedir.

Bu sorunlara yönelik iyileştirilmelerin gerçekleştirilebilmesi için öncelikli olarak yapılması gerekenler engellilik gerçeğinin kabul edilmesi ve engelli bireylerin işlevsel hale getirilmesidir. Sosyal dışlanma riski yaşayan engellilere istihdam alanı ve mesleki rehabilitasyon imkânları sunularak toplumla bütünleşmeleri sağlanmalıdır. Engelli ve kadın işgücü istihdamını artırmaya dönük politikalar belirlenip uygulanmalı, engelli istihdam yöntemleri geliştirilip, çeşitlendirilmeli, engelli kadın işgücü istihdamına dönük belirlenmiş bir politika bulunmaması da sorunun çözümü konusunda engel oluşturmaktadır bu engel ortadan kaldırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKBULUT, S. (2017). *Normallerin narsisizminin yarattığı kentte, engelli kentin yalnızızdır!* (İçinde: beyond.istanbul: mekanda adalet ve sakatlık). İstanbul: Mart Matbaacılık.
- AKSAÇ, T. G. (2017). Yaşamın içindeyiz! (İçinde: beyond.istanbul: mekanda adalet ve sakatlık). İstanbul: Mart Matbaacılık.
- ALP, A. (2007). *Yeni çalışma biçimleri ve değişen aile yapısı bağlamında çalışan kadınlar*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Tezsiz Yüksek Lisans Projesi.
- BİLSİN, E. ve BAŞBAKKAL, Z. (2014). Dünya'da ve Türkiye'de engelli çocuklar. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*. 30(2).
- BURCHARDT, T. (2001) "Moving in, staying in, falling out: employment transition of disabled people", Manuscript prepared for B/ps 2001 Conference, 5-7 July Colchester, Essex, England.
- ÇAKIR, H. (2019). İstihdamda yer almayan kadının kamusal alandaki görünmezliği. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24).
- ERDOĞAN, O. (2017). İnsan hakları bağlamında engelli kadınların sosyo-ekonomik sorunları: trabzon ili örneği. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(14).
- ERDUT, T. (2005). İşgücü piyasasında enformelleşme ve kadın işgücü. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, (6).
- EYÜBOĞLU, A., ÖZAR, Ş. ve TANRIÖVER, T. H. (2000). Kentlerde kadınların iş yaşamına katılım sorunlarının sosyo-ekonomik ve kültürel boyutları. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- FINE, M. ve ASCH, A. (1981). Disabled Women: Sexism without the Pedestal. *The Journal of Sociology and Social Welfare*, 8(2).
- GENÇ, Y. (2015). Engellilerin sosyal sorunları ve beklentileri. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 35(2).
- GENÇ, Y. ve ÇAT, G. (2013). Engellilerin istihdamı ve sosyal içerme ilişkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1).
- GÜNEY, D. ve GÖLLER, V. (2014). *Konaklama işletmelerinde engelli istihdamı:*

potansiyel engelli iş görenlere yönelik bir uygulama. A. Kılıçlar (Ed.), Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi 15. Ulusal Turizm Kongresi: Engelsiz Turizm (ss. 1014- 1022). Ankara: Nobel Yayınları.

HARTMANN, H. (2012). Marksizmle Feminizmin Mutsuz Evliliği. (içinde, G. A. Savran ve N. T. Demiryontan *Kadının Görünmeyen Emeği*). İstanbul: Yordam Kitap Basın ve Yayın.

KARABULUT, A. (2017). *Ataerkil ideolojinin toplumsal cinsiyet çerçevesinde ortopedik engelli kadın ve erkeklerin deneyimlerine yansımaları*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmet Anabilim Dalı.

KARADENİZ, O. (2011). Türkiye’de atipik çalışan kadınlar ve yaygın sosyal güvencesizlik. *Çalışma ve Toplum Dergisi*.

KAYA, M. ve DOĞAN, B. B. (2016). Esnek Çalışma Modeli: Ev Eksenli Çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58).

KUZGUN, İ. (2008). Türkiye’de ücret karşılığı özürlü kadın işgücü istihdamının belirleyici değişkenleri. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*. 19(2).

ÖZKAPLAN, N. (2009). Duygusal emek ve kadın işi/erkek işi. *Çalışma ve Toplum Dergisi*. Sayı:2.

ŞENESEN, G. G., PULHAN, E. ve ÖZAR, Ş. (2000). Kadın istihdamı için yeni perspektifler ve kadın işgücüne muhtemel talep. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.

VATANDAŞ, C. (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. Sosyoloji Konferansları.

YILMAZ, S. (2008). Toplumsal cinsiyet rollerinin günlük hayattaki yansımaları: çorum/ alaca örneği. *İmgelem Dergisi*. Sayı.2.

Raporlar:

ÇALIŞMA VE İŞ KURUMU YOZGAT İL MÜDÜRLÜĞÜ (2018). 2017 Yılı Faaliyet Raporu.

T.C. BAŞBAKANLIK DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ BAŞKANLIĞI VE T.C. BAŞBAKANLIK ÖZÜRLÜLER İDARESİ BAŞKANLIĞI. (2002). Türkiye Özürlüler Araştırması. Ankara: Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası.

T.C. BAŞBAKANLIK ÖZÜRLÜLER İDARESİ BAŞKANLIĞI (2008). Özürlüler Kanunu ve İlgili Mevzuat (3.baskı). Ankara: T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları.

İnternet Kaynakları:

Url 1: *Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü. "Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni (Mart 2020)* Erişim Tarihi: 05.06.2020,

<https://ailevecalisma.gov.tr/media/42250/istatistik-bulteni-2020-mart.pdf>

Url 2: *Convention on the Rights of Persons with Disabilities and Optional Protocol, United Nation*. Erişim Tarihi: 05.06.2020,

<http://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-e.pdf>

Url 3: *Kadının üzerindeki edilgenlik pelerini yırtıp attı: Simone De Beauvoir*.

Erişim Tarihi: 13.07.2020 <https://gazetekarinca.com/2017/10/kadinin-uzerindeki-edilgenlik-pelerini-yirtip-atti-simone-de-beauvoir/>

ÖZİDA (2006). *Türkiye Özürlüler Araştırması Temel Göstergeleri*, Erişim Tarihi: 11.11.2019, <http://www.ozida.gov.tr/arastirma/oztemelgosterge.htm>

ÖZİDA (2006). *Türkiye Özürlüler Araştırması Temel Göstergeleri*, Erişim Tarihi: 05.11.2019, <http://www.ozida.gov.tr/arastirma/oztemelgosterge.htm>

Summary

Determining the problems experienced by women with disabilities in areas that are a direct indicator of gender inequality, and following interviews with 15 women with disabilities, the data obtained from the analyzes conducted under the headings of u disability status, working time, the processes of employment of disabled people, problems encountered in business life and what can be done to improve disabled employment " This is a descriptive field research in terms of aiming to provide solutions to possible problems in the light of the aim.

In this research, it is aimed to investigate the problem experienced by disabled women with employment processes by associating them with gender concept. Gender inequality is most prominent in terms of income distribution, decision-making, social status, education and health. From this point of view, it is aimed to determine the problems experienced by women with disabilities in areas that are a direct indicator of gender inequality and to determine the factors that affect them.

In this research, qualitative research method, which states that human actions contain subjective meanings, is used to express that subjective perceptions are as important as numerical data in human researches. With this method, it is aimed to understand how women perceive and make sense of the situation in their own words. In addition to the in-depth interviews, field notes observed during data collection were also included in the study. In the study, women were reached with snowball sampling which is a sampling type in which a sample case in a network was started and then determined other case studies based on the information about the related relationships from that case. What is important in snowball sampling is that each person or unit is connected directly or indirectly with another.

In the interviews, women mentioned that the problems experienced due to gender inequality are an obstacle that prevents them from being disabled in their lives. They strengthen their theses with the fact that male disabled people are in a better position in employment than they do. They stated that their rights (education, employment, etc.), which were violated due to being women, turned into a more compelling process by being disabled.

The employment of women who cannot receive education is also hampered, and disability and poverty often coexist. Disability is both the justification and the consequence of poverty. Women with disabilities are highly affected by poverty and discrimination. In researches comparing disabled men and women with disabilities, it was found that women with disabilities were more affected by poverty and discrimination. When women with disabilities receive education, they will pave the way for their employment and prevent the formation of poverty. In this way, interrelated problems will be solved. In addition, the creation of work environments for disabled people and the opening of workplaces will accelerate their integration and integration with society.

Women with disabilities are more discriminated against than women without disabilities. It is important to inform and encourage the private sector about the employment of women with disabilities. It should be encouraged to apply for a job and the private sector should be helped in this sense; they should be made aware of the creation of appropriate physical conditions both for recruitment and for the disabled. As recruitment increases, income levels rise, making it easier for them to participate in social life.

When the employment of people with disabilities in Turkey examined methods; the quota system, which is based on the necessity of employing a certain proportion or number of disabled people in the field of employment and which aims to increase the employment of disabled people, and that the state is supported technically and financially by the state in order to create vocational improvement and employment for disabled people who are difficult to gain into the normal labor market. It is seen that the incentive method is preferred more like protected workplace method.

The priority is to ensure that the disabled individual is functional by accepting the fact of disability. People with disabilities who are at risk of social exclusion should be provided with employment opportunities and vocational rehabilitation opportunities to integrate with the society. Policies to increase the employment of women with disabilities and women should be determined and implemented.

EK 1: KATILIMCI BİLGİLERİ

Kod Adı	Engel Durumu	Yaşı	Öğrenim Durumu	Medeni Durumu	Mesleği	(Varsa) Aylık Geliri
X	Dil ve Konuşma Engelli	35	İlkokul	Evli	Evde İşleme Yapıyor	1.600 TL (sabit değil)
Y	Ortopedik Engelli	44	İlkokul	Evli	Terzi	2.500 TL
Z	Ortopedik Engelli	29	Lisans	Evli	İŞKUR tarafından işe yerleştirildi.	4.000 TL
K	Dil ve Konuşma Engelli	44	İlkokul	Evli	Ev Yemekleri Yapıyor	2.000 TL (sabit değil)
L	Ortopedik Engelli	35	İlkokul	Evli	Evde İşleme Yapıyor	1.600 TL (sabit değil)
M	Ortopedik Engelli	27	Lise	Evli	Temizlik Görevlisi	2.200 TL
N	Ortopedik Engelli	35	Ortaokul	Evli	Evde İşleme Yapıyor	1.600 TL (sabit değil)
P	Dil ve Konuşma Engelli	35	Ortaokul	Evli	Evde İşleme Yapıyor	1.500 TL (sabit değil)
R	Ortopedik Engelli	35	Lisans	Evli	İŞKUR tarafından işe yerleştirildi.	4.000 TL
S	Ortopedik Engelli	18	Ortaokul	Bekâr	Reyon Çalışanı	1.200 TL
Ş	Süreğen Hastalık	38	İlkokul	Boşanmış	Apartman Görevlisi	1.600 TL
Q	İşitme Engelli	19	Lise	Bekâr	Evde İşleme Yapıyor	1.200 TL (sabit değil)
T	İşitme Engelli	42	İlkokul	Evli	Ev Yemekleri Yapıyor	1.600 TL (sabit değil)
V	Süreğen Hastalık	22	Lise	Bekâr	Reyon Çalışanı	1.200 TL
W	İşitme Engelli	29	Lise	Bekâr	Evde İşleme Yapıyor	1.500 TL

Destinasyon İmajının Algılanan Değer ve Deneyim Kalitesine Etkisi: Kültür Turistleri Üzerine Bir Araştırma

Çetin AKKUŞ*, Aykut ŞİMŞEK**

Öz

Bir turistik destinasyonun sahip olduğu olumlu imaj, o bölgenin aldığı turistik varış ve turizm gelirleri açısından büyük önem arz etmektedir. Olumlu bir imaj yaratabilmek stratejik bir karar olması dolayısıyla uzun vadeli bir süreci ifade etse de çıktılarını buna değdiği çarpıcı bir şekilde gözler önüne sermektedir. Özellikle sahip olunan pozitif imaj, deneyim kalitesi ve algılanan değer gibi turistik talebi önemli ölçüde etkileyebilecek birçok değişkenin de kontrol altında tutulmasını sağlamakta, hatta etkilenmesine sebebiyet vermektedir. Bu gerçeklerden hareketle araştırmada destinasyon imajının algılanan değer ve deneyim kalitesi üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Kastamonu şehir merkezinde üç ay süreyle anket yapılmıştır. Değerlendirmeye tabi tutulan 397 anketle birlikte oluşturulacak modele ilişkin ölçeklere faktör analizi yapılmış ve yapısal model oluşturulmuştur. İnceleme neticesinde destinasyon imajının algılanan değer ve deneyim kalitesi üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon İmajı, Algılanan Değer, Deneyim Kalitesi, Kültür Turistleri, Kastamonu

The Effect of Destination Image on the Perceived Value and Experience Quality: A Research on Cultural Tourists

Abstract

The positive image of a tourist destination is great importance in terms of the tourist arrival and tourism revenues of the region. Creating a positive image is a strategic decision, but the output is clearly worth it. Particularly, the positive image, the quality of the experience and the perceived value of the touristic demand can significantly affect the many variables are kept under control or even cause to be affected. Based on these facts, it was aimed to determine the effect of destination image on perceived value and experience quality. In this context, a survey was conducted in Kastamonu city center for three months and 397 people were surveyed. Structural model was formed as a result of



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 07.02.2019

Kabul/Accepted: 13.04.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.522024>

* Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, Kastamonu, Türkiye, E-posta: cakkus@kastamonu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-6539-726X>

** Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kastamonu, Türkiye, E-posta: asimsek@kastamonu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-3317-2330>

factor analysis. As a result of the study, it was determined that the destination image has a significant and positive effect on the perceived value and experience quality.

Keywords: Destination Image, Perceived Value, Experience Quality, Culture Tourists, Kastamonu

1. Giriş

Turizm, bölgesel gelişme açısından önemli bir itici güç olarak kabul edilmektedir. Bir destinasyonda gerçekleştirilen başarılı turizm faaliyetleri, bu gücü harekete geçirerek bölgenin turizm gelirlerini arttıracak ve istihdama katkı sunacaktır. Bu sebeple tüm destinasyonların ortak kaygısı turizm gelişiminin başarılı bir şekilde sağlanması ve turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmelerinin ve tavsiye etme niyetlerinin artırılmasıdır (Chen ve Tsai, 2007). Turistlerin bu davranışları sergileyebilmesi ise destinasyona ait zihinlerinde oluşturdukları yorumlar yani algıladıkları destinasyon imajı ile yakından ilişkilidir. Bu durum turistlerin yaşadıkları deneyimlere ilişkin hissettikleri kalite anlayışını da etkilemektedir. Ziyaretçilerin destinasyonda yaşadığı tüm deneyimler hakkındaki yargıları olarak tanımlanan deneyim kalitesi (Lemke vd., 2011), hem destinasyonların hizmet kalitesini hem de turistlerin memnuniyet düzeyini ifade etmektedir. Destinasyon imajı aynı zamanda destinasyonun algılanan değerini de doğrudan etkilemektedir (Yu ve Fang, 2009; Chen ve Chen, 2010; Meng vd., 2011; Mahasuweerachai ve Qu 2011; Phillips vd., 2013). Algılanan değer, kazanılan turistik tecrübelerden çok tatil döneminde harcanan zaman ve paranın bilişsel olarak değerlendirilmesidir (Murphy vd., 2000). Kişinin bir ürünün net değerini, genel faydalar ile kendisinin elde ettiği faydaları karşılaştırarak değerlendirmesine dayanmaktadır (Quintal ve Polczynski, 2010). Bununla birlikte bir destinasyona yönelik yüksek değer algısına sahip olan ziyaretçilerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme ihtimalleri oldukça yüksektir (Tam, 1999; Cronin vd., 2000; Petrick ve Backman, 2002; Petrick, 2004; Quintal ve Polczynski, 2010). Destinasyonun sahip olduğu olumlu imaj, turistlerin destinasyon için harcadıkları paraya ya da zamana değip değmediğine ve yaşadıkları deneyimlerin kalitesine yönelik düşüncelerini büyük oranda etkilemektedir.

Bir turizm destinasyonun rekabette öne çıkabilmek için öncelikle mevcut ya da potansiyel ziyaretçiler nezdinde olumlu bir imaj yaratmış olması beklenir. Özellikle de bir destinasyonun sahip olduğu pozitif imaj, deneyim kalitesi ve algılanan değer gibi değişkenleri etkilemektedir. Ancak imajın destinasyon gelişmesindeki önemi çok sayıdaki akademik çalışmada incelenmişken (Chen ve Tsai, 2007; Jin, Lee ve Lee, 2015; Martin Santana, Beerli Palacio & Nazzareno, 2017) turistin destinasyonda yaşadığı deneyimlerin kalitesi ve algıladıkları değer üzerindeki etkilerini araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple bu çalışmada literatür incelemesinden hareketle destinasyon imajının algılanan değer ve deneyim kalitesi üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığı test edilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve ve Hipotezlerin Oluşturulması

2.1. Destinasyon İmajı

İmaj, ziyaretçinin gözünde, destinasyonun özellikleri ile ilgili birtakım tasvirlerin canlanmasıdır. İmajın oluşumu, Reynolds (1965) tarafından bir bilgi akışından seçilerek birkaç izlenime dayanan zihinsel bir yapının gelişimi şeklinde ifade edilmiştir. Bu bilgi akışı, yazılı tanıtımlar (seyahat broşürleri, posterler), başkalarının görüşleri (aile, arkadaş, seyahat acenteleri) ve medya (gazete, TV, kitap, dergi, film) gibi birçok kaynaktan sağlanmaktadır (Echtner ve Ritchie, 2003).

Destinasyon imajı genellikle, bir kişinin bir destinasyona ait inanç, fikir ve izlenimlerinin toplamı olarak tanımlanmakta (Ak: Stylidis vd., 2017) olup, hem seyahat davranışını anlamak hem de etkili turizm pazarlama stratejileri oluşturmak açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla kapsamlı ve doğru yöntemler geliştirmede destinasyon imajının büyük paya sahip olduğu söylenebilir (Echtner ve Ritchie, 2003). Bu sebeple günümüze değin birçok araştırmaya konu olmuştur. Ancak bir destinasyonun algılanan imajını ölçmek için evrensel anlamda kabul edilmiş bir ölçek bulunmamaktadır. Araştırmacılar alana katkı sunmak amacıyla birçok ölçek geliştirmiştir. Bu ölçeklerin tamamının derlendiği destinasyon imajı bileşenleri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Turistik Destinasyon İmajını Oluşturan Boyutlar ve Özellikler

Doğal Kaynaklar	Genel Altyapı	Turizm Altyapısı
Hava * Sıcaklık * Yağış * Nem * Güneşlenme Süresi Sahiller * Deniz Suyu Kalitesi * Kumlu veya taşlı sahiller * Aşırı kalabalık sahiller Manzara Zenginliği * İyi korunmuş doğal alanlar * Dağlar, çöller, göller vb.	Liman, havayolu ve yolların gelişmişliği ve kalitesi Özel ve toplu taşıma imkânlarının gelişmişliği Sağlık hizmetlerinin gelişmişliği İletişim olanaklarının gelişmişliği Ticari olanakların gelişmişliği İnşaat sektörünün gelişmişliği	Otel ve konaklama hizmetleri * Yatak sayısı * Sınıf * Kalite Restoranlar * Sayı * Sınıf * Kalite Bar, disko ve kulüpler Kolay ulaşım Geziler Turist merkezleri Bilgi ağı
Turistik Eğlence ve Rekreasyon	Kültür, Tarih ve Sanat	Destinasyon Atmosferi
Temalı parklar Eğlence ve sportif aktiviteler * Balık tutma, golf, kayak vb. * Su parkları * Hayvanat bahçeleri * Trekking * Macera aktiviteleri * Kumarhaneler * Gece hayatı * Alışveriş	Müzeler, tarihi yapılar ve anıtlar vb. Festivaller, konserler vb. El sanatları Gastronomi Folklor Din Hayat tarzı ve gelenekler	Lüks Şık Ünlü Aileye uygun Egzotik Esrarengiz Rahatlatıcı Stresli Eğlenceli Memnun edici Sıkıcı Çekici veya ilginç
Doğal Çevre	Sosyal Çevre	Politik ve Ekonomik Faktörler
Güzel manzara Güzel şehirler ve kasabalar Temizlik Yoğun nüfus Hava ve gürültü kirliliği Trafik yoğunluğu	Yerel halkın konukseverliği ve cana yakınlığı Yoksulluk Yaşam kalitesi Dil engelleri	Siyasi istikrar Siyasi eğilimler Ekonomik gelişme Güvenlik * Suç oranları * Terör olayları Fiyatlar

Kaynak: Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis-a case study of Lanzarote, Spain. Tourism management, 25(5), 623-636.

Tablo 1’de görüldüğü üzere hava, sahiller, manzara zenginliği turistik destinasyon imajının doğal kaynaklar boyutunu oluştururken, temalı parklar, eğlence ve sportif

aktiviteler de turistik eğlence ve rekreasyon boyutunu ifade etmektedir. Liman, havayolu ve karayollarının, toplu taşıma imkânlarının, sağlık hizmetlerinin, ticari olanakların vb. kalitesi ve gelişmişliği turistik destinasyonun imajının belirlenmesinde önemli olan genel altyapı özellikleridir. Turizm altyapısı, otel ve konaklama hizmetlerini, restoranları, gezileri, turist merkezlerini vb. ifade ederken, kültür, tarih ve sanat; festivalleri, konserleri, yöre gastronomisini, müzeleri, tarihi yapıları içine almaktadır. Politik ve ekonomik faktörler, doğal çevre, sosyal çevre ve destinasyon atmosferi söz konusu imajın diğer boyutlarını oluşturmaktadır.

2.2. Deneyim Kalitesi

Deneyim kalitesi, tüketicilerin tüketim aktivitelerine katıldıklarında servis alanı, serviste görevli personel, müşteriler, müşterilerin arkadaşları ve diğer unsurlarla girmiş oldukları etkileşim neticesinde deneyimlerini duygusal olarak nasıl değerlendirdiklerini ifade etmektedir (Chang ve Horng, 2010). Diğer bir tanıma göre ise insanların bir turistik gezi ya da aktivite sonucunda yaşamış oldukları faydalar ve sonuçlardır (Cole ve Scott, 2004).

Deneyim kalitesinin değerlendirilmesi, nitelik tabanlı olmaktan ziyade bütünsel olarak gerçekleşmektedir. Değerlendirme işlemi tüketicinin duruma yüklediği anlamla yakından ilgilidir ve dışsal (hizmet çevresi) değil içsel (kendi içinde) gerçekleşmektedir. Yani tüketici deneyimini duygusal açıdan değerlendirmektedir (Chen ve Chen, 2010). Dolayısıyla deneyim kalitesi, müşterilerin tüm deneyimleri hakkında duygusal kararları olarak tanımlanabilir (Chang ve Horng, 2010).

Deneyim kalitesi ile ilgili akademik çalışmalar incelendiğinde, deneyim kalitesi arttıkça ziyaretçilerin turizm destinasyonunu tekrar ziyaret etme isteklerinin pozitif yönden etkilendiği sonucuna ulaşıldığı görülmektedir (Tian-Cole vd., 2002; Cole ve Illum, 2006; Chen ve Chen, 2010). Turizm alanındaki çalışmalarda ise deneyim kalitesinin, bağlılığı ve memnuniyeti etkilediği (Fernandes ve Cruz, 2016), bireylerin bir ürün veya hizmetle ilgili kişisel değer yargılarının oluşmasında (Yu ve Fang, 2009) etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Cole ve Scott (2004) performans kalitesi ile deneyim kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir ve performans kalitesi ve genel memnuniyet arasındaki ilişkiyi deneyim kalitesinin aracılık etkisinin olduğu sonucuna varmışlardır. Cole ve Illum'un 2006 yılında yapmış oldukları çalışmada, deneyim kalitesinin festival ziyaretçilerinin genel memnuniyetlerine ve davranışsal niyetlerine önemli ölçüde katkıda bulunduğu tespit edilmiştir.

2.3. Algılanan Değer

Algılanan değer birçok farklı şekilde tanımlanmıştır. Çünkü değer, çok sayıda yorumlama, ön yargı içeren çok yönlü ve karmaşık bir kavramdır (Huber vd., 2001). Zeithaml (1988), algılanan değeri, alınan ve verilen şeylerin algılanmasına bağlı olarak ürünün faydasına yönelik tüketicinin genel memnuniyeti şeklinde tanımlamıştır (Ak: Hu vd., 2009). Algılanan değeri, müşterilerin ürün veya hizmetten hissettikleri faydanın derecesi olarak tanımlamak mümkündür (Yu ve Fang, 2009). Algılanan değer hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti ile yüksek oranda ilişkili olduğu düşünülmektedir (Tam, 1999).

Bir ürün veya hizmetle ilgili olarak, tüketicilerin algılamış oldukları faydaları ve maliyetleri değerlendirmesinin sonucunda zihinlerinde o ürün veya hizmetle ilgili algılanan değer oluşmaktadır (Dursun ve Çerçi, 2004). Algılanan değer, bir müşterinin tüketiminde harcadığı zaman ve fiyat gibi algılanan maliyet ve kalitenin karşılaştırmasının sonucunu içerir (Oh, 2000). Algılanan faydaların algılanan

maliyetlerden daha fazla olması, algılanan değer yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Dursun ve Çerçi, 2004).

2.4. Destinasyon İmajı ve Algılanan Değer İlişkisi

Chen ve Tsai (2007) destinasyon imajı ile algılanan değer arasında bir ilişki olmadığını ifade ederken Ryu, Han ve Kim (2008), imajın algılanan değeri doğrudan ve pozitif etkilediğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde Sun, Chi ve Xu (2013) çalışmasında destinasyon imajının algılanan değeri pozitif yönde etkilediği sonucuna varmıştır. Ayrıca destinasyon imajı ile algılanan değer ilişkisini inceleyen çalışmalarda çoğunlukla pozitif bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır (Pandža Bajs, 2015; Ramseok-Munhurrin vd., 2015; Kim vd., 2013; Chi ve Qu, 2008; Lee vd., 2007; Castro vd., 2007; Meng vd., 2011). Bu çalışmaların dışında destinasyon imajı ile ilgili yapılmış birçok araştırmada destinasyon imajının sadece destinasyon seçimini değil aynı zamanda turistlerin davranışsal niyetlerini de etkilediği sonucuna varılmıştır. Yani turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmesinde ve başkalarına söz konusu destinasyonu tavsiye etmesinde imaj büyük öneme sahiptir (Chen ve Tsai, 2007; Wang ve Hsu, 2010). Ayrıca destinasyon imajının destinasyon bağlılığını önemli ölçüde etkilediği, bireyin sadakatinin ve turist memnuniyetinin sağlanmasında önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir (Prayag ve Ryan, 2012; Chi ve Qu, 2008; Veasna vd., 2013).

2.5. Destinasyon İmajı ve Deneyim Kalitesi İlişkisi

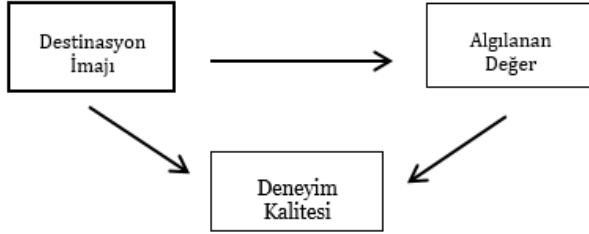
İmajın destinasyon gelişimindeki önemi akademik alanda farklı birçok araştırmaya konu olmuştur (Martin Santana vd., 2017). Ancak destinasyon imajı ile deneyim kalitesine odaklanan araştırmalara bakıldığında sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Jin, Lee ve Lee (2015) çalışmasında deneyim kalitesinin algılanan değer, memnuniyet, imaj ve davranışsal niyet üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Deneyim kalitesinin imajı olumlu yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Wu ve Li (2017) de benzer şekilde deneyim kalitesinin miras imajını olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Cavlak ve Cop (2018) ise turistlerin yaşadıkları deneyimlerinin algılanan destinasyon imajına etkisini karşılaştırmalı olarak incelemişlerdir ve müşteri deneyiminin destinasyon imajı üzerine olumlu bir etkisinin olduğu sonucuna varmışlardır. Fakat bahsi geçen çalışmalarda imaj boyutu için kullanılan ölçme araçları oldukça spesifik ve sınırlıdır. Bu nedenle hem akademik çalışma sayısının sınırlı olması hem de ölçme araçlarının genellenebilirliğindeki güçlükler destinasyon imajı ve deneyim kalitesi ilişkisinin yeniden ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu durum çalışmanın literatürdeki boşluğun doldurulmasına katkı sağlaması bakımından önemini göstermektedir.

2.6. Algılanan Değer ve Deneyim Kalitesi İlişkisi

Chen ve Chen (2010) yapmış oldukları çalışmada algılanan değer deneyim kalitesini önemli ölçüde etkilediği sonucuna varmışlardır. Algılanan değer memnuniyeti ve davranışsal niyeti doğrudan ve olumlu bir şekilde etkilediğini ifade etmişlerdir. Doğrul, Ateken ve Şahin (2015) ise çalışmalarında algılanan değer ve tüketici tatmini arttıkça sadakat de arttığı sonuca varmışlardır. Ayrıca algılanan değer hem müşteri memnuniyetini hem de satın alma sonrası davranışı etkileyen önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir (Tam, 2004; Hu vd., 2009). Altunel ve Günlü (2015) de turistlerin deneyim kalitesine odaklanarak memnuniyet, algılanan değer ve tavsiye etme eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre deneyim kalitesinin

memnuniyet, algılanan değer ve tavsiye etme eğilimini olumlu yönde etkilediği sonucuna varmışlardır.

Destinasyon imajının algılanan değer ve deneyim kalitesi üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada geliştirilen model aşağıdaki gibidir;



Şekil 1. Araştırma Modeli

Model kapsamında üç hipotez geliştirilmiştir:

H₁: Destinasyon imajının algılanan değer üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır.

H₂: Destinasyon imajının deneyim kalitesi üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır.

H₃: Algılanan değerın deneyim kalitesi üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı

Günümüz dünyasında bir turistik destinasyonun sahip olduğu olumlu imaj, o bölgenin aldığı turistik varış ve turizm gelirleri açısından büyük önem arz etmektedir. Olumlu bir imaj yaratabilmek stratejik bir karar olması dolayısıyla uzun vadeli bir süreci ifade etse de çıktıkları buna değdiği çarpıcı bir şekilde gözler önüne sermektedir. Özellikle sahip olunan pozitif imaj, deneyim kalitesi ve algılanan değer gibi turistik talebi önemli ölçüde etkileyecek birçok değişkenin de kontrol altında tutulmasını sağlamakta, hatta etkilenmesine sebebiyet vermektedir. Bu gerçeklerden hareketle araştırmada destinasyon imajının algılanan değer ve deneyim kalitesi üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını Kastamonu il merkezinde yer alan kültür turizmi noktaları oluşturmaktadır. Fakat il merkezinde yer alan turistik noktaların çokluğu ve bu noktaların bazılarının turistik ziyaretçi sayısının yeterli düzeyde olmaması nedeniyle araştırma Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi ve çevresi ve Nasrullah Meydanı üzerinde bulunan turistik noktalarla sınırlandırılmıştır. Ayrıca araştırma Mart -Haziran 2018 tarihleri arasında bu bölgeleri ziyaret eden yerli turistler ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın evrenini söz konusu noktaları belirlenen tarihlerde ziyaret eden 18 yaş ve üzeri kültür turistleri oluşturmaktadır. Evrenin ilgilenilen özellikler bakımından homojen olması sebebiyle tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın %95 güven aralığında 0,05 önem seviyesinde toplam 384 kişiye yapılması uygun görülmüştür (Altunışık vd., 2012: 137). Çalışmanın güvenilirliğini

artırmak adına anket formunda zıt (reverse) ifadeler yer almıştır. Bu sebeple hatalı cevaplanan anket sayısının artacağı göz önünde bulundurularak toplam 430 anket formu dağıtılmıştır. Hatalı ve eksik doldurulan anketlerin elenmesi sonucu toplam 379 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

3.3. Ölçüm Araçları

Araştırmada nicel bir tasarım benimsenmiş ve anket tekniği kullanılmıştır. Dört bölümden oluşan anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini tespiti yönelik cinsiyet, yaş, medeni durum gibi bilgileri ve destinasyona geliş sayılarına yer verilmiştir. İkinci bölümde Chen ve Phou (2010) tarafından geliştirilen beş boyut, 16 ifadeden oluşan destinasyon imajı ölçeğinden, üçüncü bölümde Sweeney ve Soutar (2001)'ın geliştirdiği dört boyut, 19 ifadeyi kapsayan algılanan değer ölçeğinden, dördüncü kısımda ise Otto ve Ritchie (2006)'nın dört boyut ve 23 ifadeden oluşan deneyim kalitesi ölçeğinden faydalanılmıştır. Birinci bölüm dışındaki tüm ifadeler 5'li likert ölçeği (5= Kesinlikle katılıyorum; 1= Kesinlikle katılmıyorum) ile derecelendirilmiştir. Anket formları gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde açıklayıcı faktör analizi ve Yapısal Eşitlik Modeli uygulanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde öncelikle modeli oluşturan ölçeklere geçerlilik ve güvenilirlik analizleri kapsamında SPSS üzerinden açıklayıcı faktör analizi uygulanmış, daha sonra AMOS yazılımı aracılığı ile oluşturulan modele ilişkin yol tahminleri sınanmış ve yapısal eşitlik modellemesi uygulanmıştır.

3.5. Bulgular

3.5.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 2'de verilmiştir. Araştırmaya katılan 397 yerli turistten %51,2'si kadın, %48,8'ise erkeklerden oluşmuştur. Ayrıca bu kişilerin %53,3'ünün evli, %46,7'sinin ise bekâr oldukları tespit edilmiştir. Cevaplayıcıların eğitim durumları incelendiğinde en büyük bölümünü (%33,0) lise mezunları oluştururken, en düşük orana (%6,1) lisansüstü mezunları sahiptir. Yaş grupları açısından bakıldığında her yaş grubundan dengeli bir katılım olduğu görülmektedir. Bu durum araştırmanın gerçekleştiği turistik noktaların her yaştan turist grubuna hitap ettiğini göstermektedir. Araştırmaya tabi tutulan katılımcıların %71'lik bölümünün aylık gelirinin 3000 TL'nin altında olduğu görülmüştür. Katılımcıların önemli bir kısmının özel sektör (%16,9), kamu sektörü (%16,4) ve öğrenci (%19,5) gibi standart bir gelir ortalamasını içeren mesleklere sahip olduğu düşünüldüğünde gelire yönelik elde edilen bilgiler ile meslek bilgilerinin örtüştüğü söylenebilir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Tercihlerine İlişkin Bulgular

	f	%		f	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Kadın	194	51,2	Evli	202	53,3
Erkek	185	48,8	Bekâr	177	46,7
Eğitim Durumu			Yaş		
İlköğretim	66	17,4	18-24	92	24,3
Lise	125	33,0	25-35	95	25,1
Ön Lisans	91	24,0	36-45	80	21,1
Lisans	74	19,5	46-55	55	14,5
Lisansüstü	23	6,1	56 ve üzeri	57	15,0
Gelir			Meslek		
0-1600 TL	142	37,5	Özel Sektör	64	16,9
1600-2999 TL	127	33,5	Kamu Sektörü	62	16,4
3000-4999 TL	84	22,2	Öğrenci	74	19,5
5000 TL ve Üzeri	26	6,9	İşçi	27	7,1
Şehre Geliş			Esnaf	25	6,6
İlk Kez	182	48,0	Emekli	44	11,6
1-3 Defa	92	24,3	Ev hanımı	54	14,2
3-5 Defa	51	13,5	Serbest Meslek	20	5,3
5 ve Üzeri	54	14,2	Diğer	9	2,4
Toplam	379	100	Toplam	379	100

Katılımcıların %48'i Kastamonu'yu ilk defa ziyaret ettiğini belirtirken, üç defadan fazla ziyaret edenlerin oranı %27,7'de kalmıştır. Şehri ziyaret eden yaklaşık her iki kişiden birinin tekrar geldiği tespit edilmiştir.

3.5.2. Araştırma Ölçeklerine Yönelik Faktör Analizi

Destinasyon imajı ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonucu çarpıklık katsayıları incelenen verilerin normal dağılım gösterdiği gözlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Analizlerde açıklayıcı model olarak temel bileşenler analizi ve varimax döndürme seçenekleri kullanılmıştır. Ölçekte yer alan değişkenlerin ilişki katsayıları incelendiğinde 0,30 değeri altında kalan üç ifade ölçekten çıkarılmıştır (Büyüköztürk, 2002: 473-474). Düzenleme sonucunda dört boyuttan oluşan ölçek 13 ifadeye indirgenmiştir. Elde edilen yapıya ilişkin bilgiler Tablo 3'de sunulmuştur.

Faktörlerdeki maddeler ifade ettiği anlamlar doğrultusunda Faktör 1: Atmosfer, Faktör 2: Destinasyon markası, Faktör 3: Kültürel çevre ve Faktör 4: Doğa ve eğlence olarak isimlendirilmiştir. Genel olarak dört faktörün varyansı toplam açıklama oranı ise %69,140 olarak bulunmuştur. Faktörlerin varyansı açıklama oranlarına bakıldığında, atmosfer faktörünün daha yüksek bir açıklama oranına sahip olduğu görülmektedir.

Genel Cronbach Alpha değeri ise 0,865'tir. Alt boyutlar açısından incelendiğine Cronbach Alpha değerleri sırasıyla atmosfer için 0,848, destinasyon markası için 0,807, kültürel çevre için 0,756, ve doğa ve eğlence için 0,679'dur. Sosyal bilimler açısından incelendiğinde bu değerlerin güvenilir aralıkta bulunduğu söylenebilir (Hair vd. 2010: 92).

Tablo 3. Destinasyon İmajı Faktör ve Değişkenleri

<i>Destinasyon İmajı</i>	<i>Ort.</i>	<i>Faktör Yükü</i>	<i>Öz Değer</i>	<i>Açıkl. Vary.</i>	<i>Cron. Alpha</i>
<i>Atmosfer</i>			2,449	18,842	0,848
Burası dinlenmek için iyi bir yer.	3,66	0,890			
Burası dinlendirici bir yer.	3,68	0,886			
Burası barışçıl bir yer.	3,48	0,607			
<i>Destinasyon Markası</i>			2,322	17,863	0,807
İnsanlar dürüst ve güvenilirler.	3,33	0,797			
İnsanlar turistlere yardım etmeye isteklidir.	3,25	0,784			
Burada kendimi güvende hissediyorum.	3,49	0,740			
<i>Kültürel Çevre</i>			1,970	17,285	0,756
Şehir sıra dışı yaşam şekilleri ve geleneklere sahip.	3,17	0,831			
Bu şehirde birçok kültürel faaliyet yapılıyor.	3,03	0,760			
Şehir birçok kültürel çekiciliğe sahiptir.	3,41	0,680			
<i>Doğa ve Eğlence</i>			1,524	15,150	0,679
Şehirde iyi bir gece hayatı var.	2,37	0,869			
Şehirde iyi alışveriş imkânı var.	2,67	0,715			
Şehirde güzel göller var.	2,84	0,873			
Şehirde doğal parklar var.	3,33	0,726			

Açıklanan Varyans: 69,140 KMO: 0,863 Bartlett Testi, p < 0,000

Ortalamalar incelendiğinde destinasyon imajının 3,15'lik genel ortalama ile katılımcılardan yeterince olumlu dönüş alamadığı görülmüştür. Destinasyon imajı içerisinde en yüksek ortalamayı yakalayan faktör 3,61 ile atmosfer boyutu olmuştur. Bu boyutu sırası ile 3,36 ile destinasyon markası, 3,20 ile kültürel çevre ve 2,80 ile doğa ve eğlence izlemiştir. Katılımcıların şehirdeki gece hayatı, alışveriş imkânı ve yemek çeşitliliğine yönelik gösterdikleri tutum, şehirden beklentilerinin karşılanmadığını ve bu yönüyle şehri eğlenceli bulmadıklarını açıkça göstermektedir. Kastamonu ilinin bulunduğu konum itibarıyla sahip olduğu kısıtlar anlaşılabilir olmakta birlikte ilin %66'lık alanının ormanlardan oluşması, sahip olduğu milli parklar ve doğal güzelliklere rağmen doğal çevreye yönelik değerlendirmelerin ortalamasının beklentilerin altında gelişmesi şehrin önemli bir imaj problemi olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın üçüncü parametresini oluşturacak olan algılanan değer ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizine göre ilişki katsayısı sınırın altında (0,30) kalan iki ifade ölçekten çıkarılmış ve toplam 16 ifade ve dört boyuttan oluşan bir yapı elde edilmiştir. Yapısal bir değişiklik olmadığı için faktör isimleri orijinal ölçekteki haliyle bırakılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4 incelendiğinde faktörlerin varyansı açıklama oranı %73,258, genel Cronbach Alpha değeri 0,937 ve genel ortalama 3,03 olarak tespit edilmiştir. Cronbach Alpha değerleri boyutlar açısından incelendiğinde fiyat için 0,904, duygu için 0,890, kalite için 0,774 ve sosyal için 0,812 olarak ölçülmüştür. Boyutların ortalamalarına bakıldığında 2,80-3,21 aralığında birbirlerine oldukça yakın bir düzeyde buldukları görülmektedir. Fakat sonuçlar yakından incelendiğinde özellikle turistlerin gözünde şehrin kalite algısının yeterince iyi olmadığı görülmektedir.

Tablo 4. Algılanan Değer Faktör ve Değişkenleri

<i>Algılanan Değer</i>	<i>Ort.</i>	<i>Faktör Yüklü</i>	<i>Öz Değer</i>	<i>Açıkl. Vary.</i>	<i>Cron. Alpha</i>
<i>Fiyat</i>			4,045	25,282	0,904
Şehrin fiyat düzeyleri makul.	3,10	0,840			
Fiyatına göre iyi ürünler mevcut	3,05	0,827			
Şehir genel olarak ekonomik denilebilir.	3,10	0,818			
Ziyaretim harcadığım paraya değer.	3,06	0,815			
<i>Duygu</i>			3,066	19,161	0,890
Burası sürekli gelinebilecek bir yer.	3,21	0,781			
Burası tadı çıkarılabilecek bir yer.	3,15	0,748			
Burası yararlanmak isteyeceğim bir yer.	3,19	0,696			
Burası beni rahat hissettiren bir yer.	3,30	0,592			
Burası bana kendimi iyi hissettiriyor.	3,27	0,577			
Burada bulunmaktan haz duyuyorum.	3,14	0,508			
<i>Kalite</i>			2,572	16,078	0,774
Burası iyi yapılandırılmış bir şehir.	2,76	0,805			
Şehir kabul edilebilir bir kalite standardına sahip.	2,83	0,773			
Şehir tutarlı bir kaliteye sahip	2,87	0,698			
<i>Sosyal</i>			2,038	12,737	0,812
Burası algı düzeyimi geliştirmemi sağladı.	3,00	0,844			
Burası sosyal olarak kabul edilmeme imkân sağladı.	3,00	0,770			
Burası makul hissetmeme yardımcı oldu.	3,06	0,496			

Açıklanan Varyans: 73,258 KMO: 0,914 Bartlett Testi, p < 0,000

Araştırmanın son parametresini oluşturan deneyim kalitesi ölçeğine de açıklayıcı faktör analizi uygulanmış, model olarak ise temel bileşenler analizi ve varimax döndürme seçenekleri kullanılmıştır. Buna göre ilişki katsayıları 0,30'dan düşük olan üç ifade ölçekten çıkarılmış ve sonuç olarak dört boyut 20 ifadeden oluşan yeni bir yapı elde edilmiştir. Deneyim kalitesi ölçeğinin faktör ve değişkenlerine ilişkin bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

Faktörlerdeki maddeler ifade ettiği anlamlar doğrultusunda Faktör 1: İç huzur, Faktör 2: İlgî, Faktör 3: Haz ve Faktör 4: Macera olarak isimlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı %66,659, genel Cronbach Alpha değeri ise 0,927'dir. Ölçeğin alt boyutlarını oluşturan iç huzur için 0,899, ilgi için 0,864, haz için 0,839 ve macera için 0,855 olarak oldukça güvenilir aralıkta sonuçlar elde edilmiştir. Ölçeğin genel ortalaması 3,05 ile destinasyon imajına yönelik verilen cevaplarla paralellik göstermektedir. En yüksek ortalama 3,37 ile iç huzur boyutunda görülmektedir. Katılımcıların en düşük düzeyde puanladığı boyutlar ise 2,75 ile haz ve 2,80 ile macera boyutları olmuştur. İlgî boyutunun ortalaması ise 3,27 olarak ölçülmüştür. Bu sonuçlar ışığında Kastamonu'yu ziyaret eden turistler kendilerini nispeten güvende hissetseler de özellikle deneyime dayalı ve hatırlanabilir eylemler konusunda bölgeden yeterince etkileşim alamadığı görülmektedir. Bununla birlikte bölgede yaşayan halkla kurulan iletişimden ve bağımsız hareket etme hislerinden de yeterince memnun olmadıkları araştırma sonuçlarından çıkarılabilir.

Tablo 5. Deneyim Kalitesi Faktör ve Değişkenleri

<i>Deneyim kalitesi</i>	Ort.	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açıkl. Vary.	Cron. Alpha
<i>İç Huzur</i>			4,228	19,219	0,899
Burası fiziksel olarak rahat hissetmemi sağlıyor.	3,37	0,820			
Burada rahatlamış hissediyorum.	3,40	0,786			
Burada eşyalarımın güvende olduğunu düşünüyorum.	3,40	0,746			
Burada kişisel güvenliğimin sağlandığını hissediyorum.	3,41	0,729			
Gizliliğimin garanti altında olduğunu hissediyorum.	3,30	0,638			
<i>İlgi</i>			4,032	18,325	0,864
Burada öğrenmiş ve bilgilendirilmiş hissediyorum.	3,30	0,776			
Burada ciddiye alındığımı hissediyorum.	3,38	0,764			
Burada önemsendiğimi hissediyorum.	3,27	0,738			
Burada insanlarla iş birliği içinde olduğumu hissediyorum.	3,12	0,731			
Burada yaptığım şeyler üzerinde kontrol sahibi olduğumu hissediyorum.	3,27	0,627			
<i>Haz</i>			3,225	14,661	0,839
Burada unutulmaz şeyler yaptım.	2,76	0,828			
Burada heyecan verici şeyler yaptım.	2,76	0,761			
Burada yaptıklarım hayatımda bir defa yaşayacağım türden bir tecrübeydi.	2,55	0,739			
Şehirde gerçekten hoşlandığım şeyleri yaptım.	2,94	0,598			
<i>Macera</i>			3,180	14,454	0,855
Bir şekilde hayata meydan okuduğumu hissettim.	2,77	0,794			
Burada yaşadığım yerden kaçış duygusunu hissettim.	2,90	0,709			
Bir macera yaşadığımı hissettim.	2,72	0,706			
Hayal gücümün harekete geçtiğini hissettim.	2,74	0,697			
Yeni ve farklı şeyler yaptığımı hissettim.	2,99	0,479			
Eğlendiğimi hissettim.	2,93	0,478			

Açıklanan Varyans: 66,659 KMO: 0,914 Bartlett Testi, $p < 0,000$

3.5.3. Araştırma Modelinin Test Edilmesi

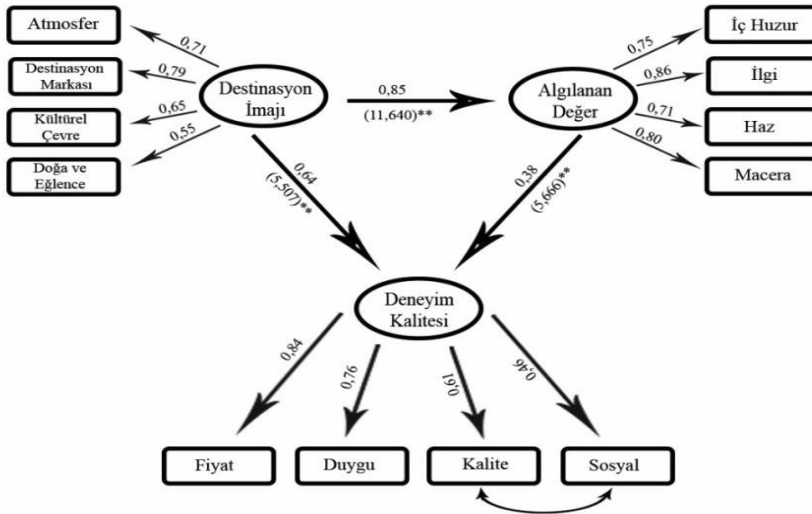
Faktör analizleri ardından yapısal eşitlik modelinin uygulanması sürecine geçilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinden önce modelin eldeki veri seti ile uyumunu ortaya koymak amacıyla modele ilişkin uyum iyiliği istatistikleri değerlendirilmiştir. Tablo 6'da sunulan değerlere göre, χ^2/df 3,304 olup, modeldeki parametrelerin fazlalığı

göz önünde bulundurulduğunda geçerli aralıkta olduğu söylenebilir (Hair vd., 2009: 649). GFI ve CFI değerleri 0,90'ın üzerindedir. AGFI değeri 0,85'in üzerinde iken, RMSEA değeri 0,03 ile 0,08 arasındadır. Bunun yanı sıra RMR ve NFI değerlerinin 0-1 arasında olduğu da görülmektedir. Tüm bu indeksler incelendikten sonra, yapısal modelin kabul edilebilir değerlere sahip olduğu belirtilmiştir.

Tablo 6. Araştırma Modeli Uyum İndeksleri

<i>Uyum İyiliği İndeksleri</i>	<i>Kabul Edilebilir Uyum</i>	<i>Model</i>
χ^2	-	158,583
Df	-	48
χ^2/df	1-3	3,304
GFI	$\geq 0,90$	0,932
AGFI	$\geq 0,85$	0,889
CFI	$\geq 0,90$	0,955
RMSEA	$0,03 \leq RMSEA \leq 0,08$	0,078
RMR	$0 \leq RMR \leq 1$	0,041
NFI	$0 \leq NFI \leq 1$	0,937

Modelin herhangi bir iyileştirmeye gereksinimi olup olmadığını anlamak amacıyla modifikasyon indeksi incelenmiş ve modelin bu haliyle kalması uygun bulunmuştur. Bu aşamanın ardından modelde yer alan boyutlar arasındaki ilişkiler, sunulan hipotezler çerçevesinde test edilmiştir. Önerilen modele ait yol analizi Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Araştırma Modeline İlişkin Path Analizi

Önerilen model için yol analizi tahminlerine ait değerler Tablo 7'de sunulmuştur. Path analizi sonucunda H₁ hipotezini ifade eden yapısal ilişki, tahminin var olan veri ile desteklendiği tespit edilmiştir. Destinasyon imajının algılanan değer üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre Kastamonu şehrini ziyaret eden kültür turistlerinin şehrin imajına yönelik düşünceleri şehrin kalitesi, fiyat düzeyi, duygusal yaklaşımları ve sosyal kabul edilebilirlik algılarını olumlu etkilediği söylenebilir. Bu sonuçlar ışığında "Destinasyon imajının algılanan değer üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır." şeklinde kurulan H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Önerilen Model İçin Yol Analizi Tahminleri

H	Yapısal İlişki	Yön	Standart Olmayan Tahmin	Standart Hata	t Değeri	Standart Tahmin	P	Sonuç
H ₁	Dİ → AD	Pozitif	0,920	0,079	11,640	0,85	***	Kabul
H ₂	Dİ → DK	Pozitif	0,684	0,106	5,507	0,64	***	Kabul
H ₃	AD → DK	Pozitif	0,540	0,095	5,666	0,38	***	Kabul

*** p<0.001

Destinasyon imajının deneyim kalitesi üzerindeki etkisi incelendiğinde 0,001 önem düzeyinde anlamlı pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Yani turistlerin şehre dair barışçıl, güvenilir ve kendine has özelliklerine duyduğu ilgi seyahat esnasında hissettiği iç huzuru, yaşadığı deneyimlerden aldığı hazzı, şehrin kendisine karşı ilgili olduğu ve macera duygularını olumlu yönde etkilemektedir. Bu doğrultuda "Destinasyon imajının deneyim kalitesi üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır." şeklinde kurulan H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Destinasyona yönelik algılanan değer deneyim kalitesine yönelik etkisinin incelendiği üçüncü yapıda 0,001 önem seviyesinde desteklendiği görülmüştür. Bu sonuç turistlerin şehre harcadığı zaman ve maliyete ilişkin görüşlerinin yaşadığı deneyimlere ilişkin anlamlı ve pozitif bir tutum belirlemelerini sağladığını göstermiştir. Dolayısıyla "Algılanan değer deneyim kalitesi üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır." şeklinde ifade edilen H₃ hipotezi kabul edilmiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Turistlerin turistik bir hizmeti satın almasında ve bir destinasyonu ziyaret etmesinde söz konusu destinasyonun imajı oldukça önemlidir. Çünkü destinasyon imajı turistlerin tercih kararlarını etkilemektedir. Dolayısıyla destinasyon imajı, turistlerin memnuniyetini doğrudan etkileyebilecek algılanan değer ve deneyim kalitesinin pozitif ya da negatif anlamda oluşmasına sebebiyet vermektedir. Buradan hareketle bu çalışmada destinasyon imajının algılanan değer ve deneyim kalitesi üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır.

Çalışma sonuçlarına göre turistlerin şehirdeki gece hayatı, alışveriş imkânı ve yemek çeşitliliğine yönelik gösterdikleri tutum, şehirden beklentilerinin karşılanmadığı ve bu yönüyle şehri eğlenceli bulmadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca Kastamonu'nun sahip olduğu milli parklar ve doğal güzelliklere rağmen şehrin önemli bir imaj probleminin olduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde turistlerin gözünde şehrin kalite algısının yeterince iyi olmadığı, özellikle deneyime dayalı ve hatırlanabilir eylemler konusunda bölgeden yeterince etkileşim alamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada Chen ve Tsai (2007)'nin çalışmasının aksine destinasyon imajının algılanan değer üzerinde anlamlı pozitif etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmaların (Ryu, Han ve Kim 2008; Sun, Chi ve Xu 2013; Pandža Bajs 2015; Ramseook-Munhurrun vd., 2015; Kim vd., 2013; Chi ve Qu, 2008; Lee vd., 2007; Castro vd., 2007; Meng vd., 2011) sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Yani pozitif destinasyon imajının, turistlerin seyahatleri sırasında hissettikleri faydanın derecesinin yüksek olmasında önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir. Dolayısıyla pozitif destinasyon imajı sadece algılanan değeri etkilemekle kalmayacak, diğer kültür turistlerinin ilgisinin de bu destinasyona çekilmesine yardımcı olacaktır.

Yapılan analizler sonucunda destinasyon imajının deneyim kalitesi üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Yani turistlerin destinasyona yönelik hissettikleri olumlu düşünceler ile iç huzur, yaşadıkları deneyimlerin kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Ancak doğrudan destinasyon imajı ile deneyim kalitesi arasındaki etki daha önceki çalışmalarda incelenmediği için literatürde bu duruma yönelik çelişkili ya da destekleyici sonuç bulmak mümkün değildir. Ayrıca algılanan değer in deneyim kalitesini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç daha önce yapılan çalışmaların sonuçlarını (Yu ve Fang, 2009; Chen ve Chen, 2010) destekler niteliktedir. Yani turistlerin şehirde harcadıkları zaman ve maliyete ilişkin görüşleri, yaşadıkları deneyimlere ilişkin pozitif bir tutum sergilemelerini sağlamaktadır.

Bu çalışma, destinasyon imajının deneyim kalitesi ve algılanan değer üzerindeki etkiyi incelemesi bakımından öncü bir özellik taşımaktadır. Bu durum da çalışmanın literatürdeki boşluğun doldurulmasına katkı sağlaması bakımından önemini göstermektedir. Dolayısıyla daha fazla çalışma yapılarak mevcut bulguların geçerliliği arttırılabilir. Ayrıca çalışmanın, belirli bir destinasyon (Kastamonu il merkezinde yer alan kültür turizmi noktaları: Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi ve çevresi ve Nasrullah Meydanı), zaman (Mart-Haziran 2018 tarihleri arası) ve kültür turisti örnekleme gibi sınırlamaları olduğu için çalışma sonuçlarını tüm turistik destinasyonlar için genelledebilmek mümkün olmayabilir. Bu sebeple gelecekteki araştırmalarda farklı destinasyonlar, farklı örneklem grupları seçilerek söz konusu çalışmanın sonuçlarının genellenebilirliğine katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

ALTUNEL, M., & GÜNLÜ, E. (2015). Deneyimleme kalitesi, algılanan değer ve memnuniyetin müze ziyaretçilerinin tavsiye etme eğilimi üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2): 191-206.

ALTUNIŞIK, R., ÇOŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. & YILDIRIM, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık

BEERLI, A., MARTÍN, J. D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis-a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism management*, 25(5): 623-636

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32: 473-474.

CASTRO, C. B., ARMARIO, E. M. & RUIZ, D. M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behaviour. *Tourism Management*, 28(1): 175-187.

CAVLAK, N., & COP, R. (2018). Müşteri deneyiminin destinasyon imajı üzerindeki etkileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 174, 196.

CHANG, T. Y., HORNG, S. C. (2010). Conceptualizing and measuring experience quality: the customer's perspective. *The Service Industries Journal*, 30(14): 2401-2419.

- CHEN, C. F., CHEN, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1): 29-35.
- CHEN, C. F., TSAI, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, 28(4): 1115-1122.
- CHI, C. G. Q., QU, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: an integrated approach. *Tourism management*, 29(4): 624-636.
- COLE, S. T., ILLUM, S. F. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2): 160-173.
- COLE, S. T., SCOTT, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16(1): 79-90.
- CRONIN, J. J., BRADY, M. K. & HULT, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2): 193-218.
- DOĞRUL, Ü., ATÇEKEN, K. & ŞAHİN, A. (2015). Festival kalitesinin ziyaretçilerin algıladıkları değer, tatmin ve sadakat üzerine etkisi: mersin uluslararası narenciye festivali üzerine bir uygulama. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1).
- DURŞUN, Y., ÇERÇİ, U. M. (2004). Algılanan sağlık hizmeti kalitesi, algılanan değer, hasta tatmini ve davranışsal niyet ilişkileri üzerine bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (23).
- ECHTNER, C. M., RITCHIE, J. R. (2003). The meaning and measurement of destination image (Reprint of original article published in v. 2, no. 2, 1991: 2-12.). *Journal of tourism studies*, 14(1): 37.
- FERNANDES, T., CRUZ, M. (2016). Dimensions and outcomes of experience quality in tourism: the case of port wine cellars. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31: 371-379.
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J. & ANDERSON, R. E. (2009). *Multivariate data analysis (7th Edition)*. USA: Prentice Hall.
- HAIR, J.F., BLACK, W.C., BABIN, B.J. & ANDERSON, R.E. (2010) *Multivariate data analysis. (7th Edition)*. New York: Pearson.
- HU, H. H., KANDAMPULLY, J. & JUWAHEER, T. D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study. *The Service Industries Journal*, 29(2): 111-125.
- HUBER, F., HERRMANN, A. & MORGAN, R. E. (2001). Gaining competitive advantage through customer value oriented management. *Journal of consumer marketing*, 18(1): 41-53.
- JIN, N., LEE, S., & LEE, H. (2015). The effect of experience quality on perceived value, satisfaction, image and behavioral intention of water park patrons: new versus repeat visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1): 82-95.
- KIM, S. H., HOLLAND, S. & HAN, H. S. (2013). A structural model for examining how destination image, perceived value, and service quality affect destination loyalty: a case study of Orlando. *International Journal of Tourism Research*, 15(4): 313-328.
- LEE, C. K., YOON, Y. S. & LEE, S. K. (2007). Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: the case of the korean dmz. *Tourism management*, 28(1): 204-214.
- LEMKE, F., CLARK, M. & WILSON, H. (2011). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(6): 846-869.

MAHASUWEERACHAI, P. & QU, H. (2011). The impact of destination image on value, satisfaction, and loyalty: moderating effects of tourist characteristics and involvement. *Scholarworks*. 1-4.

MARTÍN-SANTANA, J. D., BEERLI-PALACIO, A. & NAZZARENO, P. A. (2017). Antecedents and consequences of destination image gap. *Annals of Tourism Research*, 62: 13-25.

MENG, S. M., LIANG, G. S. & YANG, S. H. (2011). The relationships of cruise image, perceived value, satisfaction, and post-purchase behavioral intention on Taiwanese tourists. *African Journal of Business Management*, 5(1): 19-29.

MURPHY, P., PRITCHARD, M. P. & SMITH, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism management*, 21(1): 43-52.

OH, H. (2000). Diners' perceptions of quality, value, and satisfaction: A practical viewpoint. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), 58-66.

OTTO, J. E., RITCHIE, J. R. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3): 165-174.

PANDŽA BAJS, I. (2015). Tourist perceived value, relationship to satisfaction, and behavioral intentions: the example of the Croatian tourist destination Dubrovnik. *Journal of Travel Research*, 54(1): 122-134.

PETRICK, J. F. (2004). First timers' and repeaters' perceived value. *Journal of Travel Research*, 43(1): 29-38.

PETRICK, J. F., BACKMAN, S. J. (2002). An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research*, 41(1): 38-45.

PHILLIPS, W. J., WOLFE, K., HODUR, N. & LEISTRITZ, F. L. (2013). Tourist word of mouth and revisit intentions to rural tourism destinations: a case of north Dakota, usa. *International journal of tourism research*, 15(1): 93-104.

PRAYAG, G., RYAN, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to mauritius: the role and influence of destination image, place attachment, personal involvement and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3): 342-356.

QUINTAL, V. A. & POLCZYNSKI, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22 (4): 554-578.

RAMSEOOK-MUNHURRUN, P., SEEBALUCK, V. N. & NAIDOO, P. (2015). Examining the structural relationships of destination image, perceived value, tourist satisfaction and loyalty: case of Mauritius. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175: 252-259.

RYU, K., HAN, H. & KIM, T. H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3): 459-469.

STYLIDIS, D., SHANI, A. & BELHASSEN, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management*, 58: 184-195.

SUN, X., CHI, C. G. Q. & XU, H. (2013). Developing destination loyalty: the case of Hainan island. *Annals of Tourism Research*, 43: 547-577.

SWEENEY, J. C., SOUTAR, G. N. (2001). Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2): 203-220.

TABACHNICK, B.G., FIDELL, L.S. (2013) *Using Multivariate Statistics (sixth ed.)* Pearson, Boston.

TAM, J. L. (1999). The effects of service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 6(4), 31-43.

TAM, J. L. (2004). Customer satisfaction, service quality and perceived value: an integrative model. *Journal of marketing management*, 20(7-8), 897-917.

TIAN-COLE, S., CROMPTON, J. L. & WILLSON, V. L. (2002). An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge. *Journal of Leisure research*, 34(1): 1-24.

VEASNA, S., WU, W. Y. & HUANG, C. H. (2013). The impact of destination source credibility on destination satisfaction: the mediating effects of destination attachment and destination image. *Tourism Management*, 36: 511-526.

WANG, C. Y., HSU, M. K. (2010). The relationships of destination image, satisfaction, and behavioral intentions: an integrated model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8): 829-843.

WU, H. C., LI, T. (2017). A study of experiential quality, perceived value, heritage image, experiential satisfaction, and behavioral intentions for heritage tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(8): 904-944.

YU, H., & FANG, W. (2009). Relative impacts from product quality, service quality, and experience quality on customer perceived value and intention to shop for the coffee shop market. *Total Quality Management*, 20(11): 1273-1285.

Summary

The positive image of a tourist destination is great importance in terms of the tourist arrival and tourism revenues of the region. Creating a positive image is a strategic decision, but the output is clearly worth it. Particularly, the positive image, the quality of the experience and the perceived value of the touristic demand can significantly affect the many variables are kept under control or even cause to be affected. Based on these facts, it was aimed to determine the effect of destination image on perceived value and experience quality.

The scope of the research consists of cultural tourism points in the city center of Kastamonu. The population of the research consists of cultural tourists over the age of 18 who visit these places on the mentioned dates. Since the universe is homogeneous in terms of properties of interest, easy sampling method was preferred from non-random sampling methods. A total of 379 questionnaires were taken into consideration as a result of the missing and incomplete filled questionnaires.

In the research, a quantitative design was adopted and the survey method was used. In the first part of the four-part questionnaire; participants' demographic characteristics such as gender, age, marital status, and the number of arrival to the destination are included. In the second part, the destination image scale developed by Chen & Phou (2010), which consists of five dimensions and 16 expressions, in the third chapter, the perceived value scale developed by Sweeney & Soutar (2001), covering 4 dimensions and 19 expressions, in the fourth part, the experience quality scale of Otto & Ritchie (2006), consisting of 4 dimensions and 23 expressions, was used. All expressions except the first section were graded with a 5-point Likert scale (5 = Strongly agree; 1 = Strongly disagree). Survey forms were conducted face to face on a voluntary basis. In the evaluation of the obtained data, explanatory factor analysis and Structural Equation Model were applied.

According to the results of the study, it was determined that the tourists' attitude towards nightlife, shopping opportunities and food variety in the city, their expectations from the city were not met and the city was not found to be entertaining. Furthermore, despite the natural beauties and natural parks of Kastamonu, the city has an important image problem. In the same way, it was concluded that the quality perception of the city was

not good enough for tourists, and they could not get enough interaction from the region, especially in terms of experience-based and memorable actions.

In this study, it is concluded that, contrary to the study of Chen and Tsai (2007), the image of destination has a significant positive effect on the perceived value. This result is similar to the results of other studies (Ryu, Han and Kim 2008; Sun, Chi and Xu 2013; Pandža Bajš 2015; Ramseook-Munhurrin et al., 2015; Kim et al., 2012; Chi and Qu, 2008; Lee et al., 2007; Castro et al., 2007; Meng et al., 2011) in the literature. In other words, it can be said that the image of a positive destination has a significant effect on the high degree of benefit of tourists during their travels. Therefore, the image of a positive destination will not only affect the perceived value, but will also help attract other cultural tourists to this destination.

As a result of the analyzes, it was determined that the image of destination had a positive effect on the quality of experience. In other words, with the positive thoughts that tourists feel for the destination and their inner peace positively affects the quality of their experiences. However, it is not possible to find a contradictory or supportive outcome in the literature because the relationship between direct destination image and the quality of experience has not been examined in previous studies. In addition, it was determined that the perceived value positively affects the quality of experience. This result supports the results of previous studies (Yu and Fang, 2009; Chen and Chen, 2010). So, the opinions of tourists about the time and cost they spend in the city provide a positive attitude towards their experiences. This study has a special feature in terms of examining the effect between destination image and quality of experience. Therefore, more studies can be done to increase the validity of the current findings. Additionally, since the study has limitations such as a specific destination (cultural tourism points in the center of Kastamonu province: Sheikh Şaban-ı Veli Tomb and its surroundings and Nasrullah Square), time (between March and June 2018) and culture, it may not be possible to generalize the study results for all tourist destinations. For this reason, different destinations and different sample groups can be selected in the future researches to contribute to the generalizability of the results of the study.

Üreticilerin Bakış Açısından Coğrafi İşaretli Bir Yiyecek: Beypazarı Kurusunun Değerlendirilmesi

Emircan YILMAZ*, Cihan CANBOLAT**, Zuhal ÇİLİNGİR ÜK***

Öz

Bir yöreye özgü olan ürünlerin ayırt edici özelliklerinin korunup, gelecek nesillere aktarılmasını amaçlayan coğrafi işaretli ürünler ekonomik kalkınma ve kültürel mirasın tanıtılması konularında bölge açısından önemli rol oynamaktadır. Türkiye’de coğrafi işaretli ürün sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. 2020 yılı Temmuz ayı itibari ile yenilebilir ve içilebilir gıda türünde coğrafi işaret tesciline sahip ürün sayısı 367 olmakla beraber başvuru sürecinde olan birçok yöresel ürün bulunmaktadır. Ankara ili ise 8 adet coğrafi işaretli ürüne sahiptir. Yöresel lezzetlerin coğrafi işaret tesciline sahip olması, bölge kültürlerinin devamlılığını sağlarken, özellikle kırsal turizmin gelişmesi açısından önemli bir araç olarak kullanılabilir. Ankara ilinin ilçesi olan Beypazarı’nın sahip olduğu coğrafi işaretli bir ürün olan Beypazarı Kuru, köklü bir yöresel geçmişe sahiptir. Bu çalışmanın amacı, gastronomik bir ürün olarak ele alınan coğrafi işaret tescil belgesine sahip Beypazarı Kuru üreticilerinin perspektifinden meslek ve sektör bağlamında sürdürülebilirliğini değerlendirmek ve yerel ekonomisine katkısını ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Beypazarı Kuru, Turizm, Coğrafi İşaret, Ankara.

An Evaluation on Beypazarı Kuru –A Local Food with Geographical Indication- from Producer’s Perspective

Abstract

Products with geographical indications, which aim to preserve the distinctive features of products that are specific to a region and transfer them to future generations, play an important role in terms of economic development and promotion of cultural heritage. The number of products with geographical indications in Turkey is increasing day by day. As of July 2020, the number of products with geographical indication registration in food section is 367, but there are many local products in the application



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 17.05.2019

Kabul/Accepted: 28.07.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.565312>

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Samsun, Türkiye, E-posta: emircanyilmaz37@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4099-9782>

** Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Samsun, Türkiye, E-posta: cihan.canbolat@omu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-1705-7025>

*** Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Samsun, Türkiye, E-posta: zuhal.cilingir@omu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-3271-7765>

process. Ankara province has eight products in this manner. While the regional tastes have geographical indication registration, they can be used as an important tool for the development of rural tourism, while ensuring the permanence of the regional cultures. Beypazarı Kuru, which has a geographical indication is the product of Beypazarı (the district of Ankara province), has a long-established local background. The aim of this study is to evaluate its sustainability in the context of profession and sector and to show its contribution to the local economy from the perspective of the producers of Beypazarı Kuru - a gastronomic product.

Keywords: Gastronomy Tourism, Beypazarı Kuru, Tourism, Geographical Indication, Ankara.

Giriş

Dünyada son zamanlarda ülke ekonomisine katkı sağlayan sektörler sıralamasında turizm sektörü de kendine yer bulmaktadır. Turizm sektörü içerisinde, gastronomi turizmi de son yıllarda büyük revaç görmektedir. Bu sebeple, yörelere, bölgelere veya bir ülkeye ait olup turistik değer taşıyan yöresel lezzetlerin korunması amacı ile coğrafi işaret tescili verilmeye başlanmıştır (Orhan, 2010, s. 243).

Bir ürünün yöresel veya bölgesel bağlantısını ifade etmede coğrafi işaretler kullanılmaktadır. Coğrafi işaret tescili, hem bir yörenin değerlerinin korunmasına hizmet etmekte hem de yöre ekonomisine katkı sağlamaktadır (Dayısoylu, Yörükoğlu & Ançel, 2017, s. 80). Tüketicilerin son yıllarda özellikle yöresel ürünlere olan ilgilerinin artması, bir yöreye özgü olan ürünlerin coğrafi işaret ile koruma altına alınarak, üretiminden satışına kadar geçen süreçte belirli bir standarda sahip olmalarını gerektirmektedir.

Türkiye'nin geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması, kültürel zenginliğinin sebebi olarak gösterilebilir. Bir yörenin yemek kültürü ve genel kültürü birbirlerini etkilemekte ve bu iki kültürün etkileşimi gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Töre Başat, Sandıkcı & Çelik, 2017, s. 65). Birçok farklı bölgeye sahip olan Türkiye'nin her bölgesinde yöreye özgü olan çeşitli lezzetler bulunmaktadır. Bu yöresel lezzetlerden 367 tanesi coğrafi işaret tesciline sahiptir. Aynı zamanda coğrafi işaret tescili için Türk Patent Enstitüsüne (TPE) yapılmış ve henüz süreci tamamlanmamış çok sayıda başvuru da bulunmaktadır.

Çalışmanın amacı, coğrafi işaret tescil belgesine sahip gastronomik bir ürün olan Beypazarı Kurusunun, üreticileri nezdinde bugününü ve geleceğini değerlendirebilmektir. Bu amaçla, çalışmada öncelikle coğrafi işaret kavramı tanımlanacak, tarihçesi, unsurları, türleri, işlevleri, kullanımı ve denetimi anlatılarak, gastronomi turizmine değinilecektir. Sonrasında, konuya ilişkin literatüre yer verilerek, coğrafi işarete sahip gastronomik bir ürün olan Beypazarı Kurusu nitel bir araştırma ile meslek ve sektör bağlamında değerlendirilecektir.

1. Coğrafi İşaretin Kavramsal Çerçevesi

1.1. Coğrafi İşaretin Tanımlanması

Dünyada yaşamakta olan her toplumun kendine özgü kültürleri ve bu kültürden esinlenerek ortaya çıkan ürünleri bulunmaktadır. Coğrafi işaretler yöresel bir ürünün, bir ülke, yöre ya da bölge ile arasında bağlantıyı ifade etmek için kullanılmaktadır (Yenipınar, Köşker & Karacaoğlu, 2014, s. 14). Coğrafi işaret, belirli bir geçmişe sahip ve yöreye özgü niteliklere sahip ürünlere verilmektedir. Bu işarete sahip olan ürünler, ortaya çıktıkları yerlerin isimlerinden oluşmaktadır (Norrşjö, 2004, s. 7). Ilıcalı'ya (2005, s. 2) göre coğrafi işaret, belirli bir yörede üretilen ürünü tanımlayan, ürünün kalitesini ve ayırt edici

özellikleri itibarıyla coğrafi kaynağına atfedilen ve bir bölgeyi işaret gösteren sınai mülkiyet hakkıdır. Yöresel ürünlerin korunması için ortaya çıkan coğrafi işaretler, Dünya Ticaret Örgütü'ne göre "Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden kökeninin bulunduğu yöre, alan, bölge ya da ülkeyle özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir" (Altuntaş & Gülçubuk, 2014, s. 74-75). Bir başka ifade ile coğrafi işaretler, bir ürünün kaynağını göstermektedir (Şahin & Meral, 2012, s. 89).

Coğrafi işaretler, bir topluma özgü olan ürünlerin belirlenmesi ve bu ürünlerin korunarak devamlılığının sağlanması için uygulanmaktadır (Karakulak, 2016, s. 6). Coğrafi işaret, üretilen bir ürünün yöresel olarak önem kazanmasıyla birlikte, ürünün ayırt edilmesi için de kullanılmaktadır (Kan, 2011, s. 19). Coğrafi işaret, herhangi bir ürünün farklı özellikler ile ön plana çıkan ve bulunduğu yer ile özdeşleşen ürünlere verilen işarettir. Coğrafi işaretler içerisinde tarım, maden, el sanatları, yöresel yiyecekler ve sanayi ürünlerini barındırmaktadır (Oraman, 2015, s. 76).

Coğrafi işaretli ürünler, meydana geldikleri bölgelerin adları ile birlikte anılmaktadırlar. Bu bölgeler, bir köy, kasaba ya da şehir olabilmektedir. Coğrafi işaretli ürünler yetiştiği bölgeye özgü olduklarından başka bölgelerde üretilememektedir (Çakaloğlu, 2015, s. 15). Türkiye'den bölge isimleri ile anılan coğrafi işaretli ürünlere, Çorum Leblebisi, Antep Fıstığı, Isparta Halısı, Beypazarı Kurusu, Adana Kebap, İnegöl Köftesi örnek olarak verilebilir. Dünya'dan ise Bordeaux Şarabı, Roquefort Peyniri, Scotch Viskisi gibi örnekler vermek mümkündür (Tepe, 2008, s. 5).

Coğrafi işaretlerin kullanılması, bir bölgeye ya da yöreye özgü olan ürünlerin belirlenen koşullara göre üretilmesi ile mümkün olmaktadır (Zuluğ, 2010, s. 52). Bir ürünün coğrafi işarete sahip olması, ürünün satın alınmasını arttırarak üreticilerine de fayda sağlamaktadır (Çakaloğlu, 2015, s. 16). Coğrafi işaretin temel amacı, bir bölgeye has olan yöresel ürünleri koruyarak ve devamlılığını sağlayarak belgelendirmektir (Karakulak, 2016, s. 7). Coğrafi işaretin bir başka amacı ise, bir yörede üretim yapan üreticiyi korumak ve tüketicilere de kaliteli ürünler sunulmasını sağlamaktır (Tanrıkulu, 2011, s. 6).

Coğrafi işaretler, bir ürünün marka, patent gibi haklarının sadece tek bir üretici için değil, ürünün üretildiği belirli bir bölgede üretim yapan tüm üreticiler adına korunmasını sağlamaktadır. Bu durumdan coğrafi işaretlerin, bir ürün için belirli bir kişiye özel olarak hak sağlamadığı, aksine hak sahipliğini bütün bir yöreye ve ülkeye verdiği anlaşılmaktadır (Akın, 2006, s. 3). Koruma altına alınan bir coğrafi işaretli ürünün, hak sahibi olmayan kişiler tarafından kullanılması, taklit edilmesi ve tüketicilerini yanıltacak bilgilerin aktarılması gibi durumlar yasal değildir (Akın, 2006, s. 4-5).

Türk Patent Enstitüsü tarafından hazırlanan ve 2015-2018 yılları arasında kapsayan "Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı" ile "Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı" içerisinde ortaya konan, Türkiye'nin coğrafi işaretler ile ilgili SWOT analizi Tablo 1'de görülmektedir.

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ol style="list-style-type: none">1. Coğrafi işaretler alanında temel ulusal yasal düzenlemelerin yapılmış olması.2. Coğrafi işaretlere ilişkin ulusal düzenlemelerin, uluslararası sözleşmeler ve Avrupa Birliği düzenlemeleri ile önemli ölçüde uyumlu olması.3. Fikri haklar alanında ihtisas mahkemelerinin kurulmuş olması.4. Coğrafi işaretler alanında görev yapan kurumların kurumsallaşma ve tanıtım konularında başarılı bir gelişme göstermesi.5. Yerel yönetimler, kalkınma ajansları ve ticaret ve sanayi odaları gibi üreticilere yakın konumda bulunan kurumların üreticileri bilgilendirme ve destekleme konusunda istekli olmaları.6. Türk Patent Enstitüsü'nün üniversiteler ile sanayi ve ticaret odalarında yaygın bilgi ve doküman merkezlerinin kurulmuş olması.	<ol style="list-style-type: none">1. Coğrafi işaretler alanında çalışan kurumlar arası koordinasyonun yeterli düzeyde olmaması2. Coğrafi işarete konu olan ürünün ayırt edici özelliğinin tespiti ile coğrafi sınırlarının tespiti hususları için gerekli olan bilimsel çalışmaların yetersizliği.3. Coğrafi işaretli ürün üreticilerinin ortak hak ve ortak menfaat için birlikte hareket etme yönündeki örgütlenme eksiklikleri.4. Etkin işleyen, yaptırımı olan bir denetim sisteminin bulunmaması.5. Coğrafi işaretli ürünler ve üreticileri konusunda istatistikî verilerin yetersizliği.6. Coğrafi işaretler alanında çalışan avukatların ve vekillerin bilgi düzeylerinin henüz istenilen seviyede olmaması.7. Coğrafi işaretler konusunda toplumsal bilinçlenmenin yeterince yaygın olmaması.8. Coğrafi işaretlerin kapsam ve sınırlarının ilgili kesimlerce yeterince bilinmemesi.
Fırsatlar	Tehditler
<ol style="list-style-type: none">1. Fikri haklar sistemine ilişkin çeşitli desteklerin coğrafi işaretler için de kullanılma ihtimalinin olması.2. Coğrafi işaretler konusunun Türkiye'de güncel olması.3. Dünya genelinde yöresel ürünlere duyulan ilginin artması ve girişimcilerimizin bu pazarı değerlendirme isteği.4. Ülkemize ait coğrafi işaretler için Avrupa Birliği nezdinde gerçekleşen tescil ve başvuruların başarılı örnekler olarak özendirici olması.5. Ülkemizin özellikle coğrafi işaretler, genetik kaynakları ve bitki türleri konusunda zengin kaynaklara sahip olması.6. Dünyadaki ve ülkemizdeki coğrafi işaretlere dayalı endüstrilerin ülke ekonomilerine olumlu etkileri konusunda farkındalığın artması.	<ol style="list-style-type: none">1. Coğrafi işaret tescilinde belirtilen özelliklere aykırı yapılan üretimlerin coğrafi işaretlerin itibarına zarar vermesi, tüketicileri yanıltması ve üreticilere zarar vermesi.2. Kırsal nüfusun ve yöresel ürün üreticilerinin sayısının azalması ve aynı zamanda geleneksel bilginin kaybolması.3. Ülkemize ait coğrafi işaretli ürünlerin yurtdışı pazarlarda taklit edilmesi ve ününden faydalanılması

Tablo 1: Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı'na Göre Türkiye'nin SWOT Analizi

Kaynak: TPE, 2018.

Tablo 1'de görüldüğü gibi Türkiye'nin coğrafi işaretler bağlamında birçok güçlü yanı ve fırsatı olmasına rağmen, bir o kadar da zayıf yönü ve tehdit unsuru söz konusudur. Zayıf yönlerin ve tehditlerin, bir an önce coğrafi işaretli ürünlerle ilgili olan kurum TPE tarafından çalışmalar yapılarak azaltılması beklenmektedir. Özellikle coğrafi işaretli ürünlerin düzenli bir işleyişe sahip olması ve bu işleyişin takibine yönelik denetim sisteminin kurulması hususları büyük önem arz etmektedir.

1.2. Coğrafi İşaret Tarihçesi

Coğrafi işaretler, dünyada geçmişi en eskiye uzanan ayırt edici işaretlerdir. Bunlar, belli bir yöreye özgü olan ve coğrafi kökeninden dolayı önemli hale gelen ürünleri ayırt etmek için kullanılmaktadır (Kan & Gülçubuk, 2008, s. 59). Coğrafi işaretlerin tarihsel süreçte ilk olarak ortaya çıkış sebebi, ürünlerin üretildikleri yöreleri gösteren kaynaklar olmasıdır (İloğlu, 2014, s. 9).

Coğrafi işaretlerin ortaya çıkışının nasıl olduğu tam olarak bilinmemektedir. Bazı görüşlere göre; ilk kez 12.yüzyılda Orta Avrupa ve İngiltere'deki dokumacılar ve koloniler tarafından ürünlerin ticaretinde coğrafi kökenleriyle arasındaki bağlantıyı belirleyebilmek ve ürünleri etiketleyebilmek için kullandıkları ileri sürülmektedir (Rangnekar, 2003, s. 11). Eski Mısır'da ise ürünlerin yerlerini ve kalitelerini tanımlamak için coğrafi işaretlerin kullandıkları belirtilmektedir (Van De Kop & Sautier, 2006, s. 21). Coğrafi işaretlere örnek verilebilecek ürünlerin başında Parmesan peyniri gelmektedir. İtalya'da 1612 yılında yayınlanan bir kanun ile korunmaya alınan Parmesan peynirinin sadece Parma yöresinde üretilebileceği belirlenmiştir (Akın, 2006, s. 4). Coğrafi işaretlere ayrıca Hollanda'dan Edam peyniri, Fransa'dan Comte ve Gravyer peynirleri de örnek gösterilebilir (Van De Kop & Sautier, 2006, s. 21).

Bir bölgeye has olan ürünleri koruma girişimlerin geçmişi 19.yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Söz konusu ürünler uluslararası alanda ilk olarak "Sınai Mülkiyetin Korunması Hakkında Paris Sözleşmesi" ile korunma altına alınmıştır (Menapace, 2010, s. 8). Paris Sözleşmesi'nden sonra coğrafi işaretler ile ilgili olarak Madrid ve Lizbon Sözleşmeleri de yürürlüğe girmiştir (İloğlu, 2014, s. 11). Bu sözleşmenin dışında olan Amerika Birleşik Devletleri'nde ise 1946 yılında markaları garanti altına almak için Lanham Kanunu çıkarılmıştır (Gündoğdu, 2006, s. 8).

Türkiye'de coğrafi işaret tescillemesi konusundaki ilk girişim 1871'de düzenlenen "Alameti Farika Nizamnamesi"dir. 1930 yılında imzalanan T.C Başvekâlet Muamemat Müdürlüğü'nün yazısında, sahte olan menşelerin meni hakkında Madrid Sözleşmesi'ndeki 1925 tarihli La Haye metninin kabul edilmesinin uygun olacağı bildirilmiştir (İlgaz, 1995, s. 136). Ancak coğrafi işaretleme günümüzdeki şeklini 1995 yılında kabul edilen "555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname" ile almıştır. Bu düzenlemeden sonra Türk Patent Enstitüsü tescil haklarıyla ilgilenen resmi kurum haline gelmiştir (Şahin, 2013, s. 25).

1.3. Coğrafi İşaret Unsurları

Bir işaretin coğrafi bir işaret olarak temsil edilebilmesi için ürün, belirli bir coğrafya, işaret, ürünün ayırt edici özelliğe sahip olması ve ürünün ayırt edici özellikleriyle coğrafyası arasında bağlantı bulunması gibi unsurlara sahip olması gerekmektedir (Erol, 2014, s. 26). Bu unsurlar aşağıda sırasıyla açıklanacaktır.

Ürün: Coğrafi işaretlerin başlıca amaçlarından biri belli bir yöreye özgü olan ürünü, benzeri olan ürünlerden ayırmak ve farklılaştırılmasını sağlamaktır (Tepe, 2008, s. 9). Uluslararası sözleşmeler incelendiğinde, ürün kavramı ile ilgili herhangi bir ayırım yapılmadığı, ürünlerin genel olarak kategoriler şeklinde ifade edildiği görülmektedir (Erol, 2014, s. 26). Avrupa Birliği hukukunda da coğrafi işarete ilişkin ürünler ile ilgili kategorilerin oluşturulduğu ve söz konusu ürünlerin korunmasının oluşturulan kategoriler ile sınırlı olduğu görülmektedir (Kan, 2011, s. 20). Türkiye'de coğrafi işaretlerin belirlenmesi ve yasalaştırılmasında uluslararası yapılan anlaşmalar ve Avrupa Birliği mevzuatı dikkate alındığından, ürün kavramındaki yaklaşımlar 555 Sayılı Coğrafi İşaretler Kanun Hükmünde Kararname'de hissedilmektedir (Gündoğdu, 2005, s. 228). '555 Sayılı Coğ. İş. KHK'nın 1. Maddesindeki "*Bu Kanun Hükmünde Kararname, doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerinden bu Kanun Hükmünde*

Kararnamede yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaretlerle korunmasına ilişkin kuralları ve şartları kapsar" hükmüyle kategoriler oluşturulmuştur (Yürekli, 2015, s. 48). Bu hükümler doğrultusunda ülkemizde coğrafi işarete sahip olabilecek ürünler, doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri olarak kategorize edilebilmektedir (Gündoğdu, 2005, s. 228).

Belirli Bir Coğrafya: Bir ürünün coğrafi işarete sahip olup olamayacağından bahsedebilmek için ilk olarak ürünün bir coğrafyaya sahip olması gerekmektedir (Tepe, 2008, s. 7). Madrid Sözleşmesi'nde, sözleşmeye üye olan ülkelerin ya da ülkelerde yer alan belirli bir bölgenin coğrafi alan olduğu kabul edilmiştir (Bulut, 2013, s. 20). Lizbon Sözleşmesi'nde ise bir ürünün adının mutlaka o ürünün meydana çıktığı coğrafyadan olması gerektiği kabul edilmiştir. Lizbon Sözleşmesi'nce coğrafi işaret olarak tescillenmiş ürünlere bakılarak örnek verilecek olursa, Porto şarabı ve İskoç viskisi bu örneklerin başında gelecektir (Özgür, 2011, s. 35). Türkiye'de ise "555 Sayılı KHK'nın" 3.maddesinde yer alan coğrafi işaretlerin "*kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke*" olarak ifade edilen coğrafya ile ürünün iç içe geçmesini gösteren işaretler olduğu belirtilmektedir (Yürekli, 2015, s. 49).

İşaret: Coğrafi işaretler bir ürünün farklılıklarını belirlemek için kullanılmaktadır. "555 Sayılı KHK'nın" madde 17/1 de belirttiği gibi "*Coğrafi işaretlerden menşe adları, sicilde belirtilen coğrafi bölgede faaliyet gösteren üreticiler tarafından, sicilde belirtilen ürünlerin üzerlerinde veya ambalajlarında, bu ürünlerin sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özellikleri taşıması koşuluyla ticari olarak kullanılır*" (Özcan, 2016, s. 9). Burada işaret unsuruyla ürün ile kökeninin bağlantısı olmak koşuluyla, coğrafi bir yer ismi olup olmasına bakılmaksızın diğer ürünlerden ayırt edilen isimlerin ve işaretlerin varlığına atıfta bulunulmaktadır. Ürünlerin ait olduğu coğrafyanın adı kullanılmadan bazı semboller ile tanımlanmasına örnek olarak Paris "Eyfel Kulesi" verilebilir. Kısacası, bir ürünün kökeni ile kuvvetli bir bağ içerisinde olan semboller coğrafi işaret unsuru olarak kullanılabilir. Bu duruma örnek olarak hem coğrafyayı hem de ürün ismini belirten Kayseri pastırması, Malatya kayısı da verilebilir (Tepe, 2008, s. 12).

Ürünün Ayırt Edici Özelliğe Sahip Olması: Coğrafi işaretli ürünlerin en önemli özelliklerinden biri kendine has ayırt edici bir özelliğe sahip olmasıdır. Bu ayırt edici özelliğin oluşmasında ürünün meydana geldiği coğrafya, kültür, üretim teknikleri ve iklimin büyük rolü vardır (Tuncay, 2009, s. 10). Ürünlerin coğrafi işarete sahip olabilmeleri için karakteristik özelliklere sahip olması koşulu Paris ve Madrid Sözleşmeleri'nde aranmamıştır (Kan, 2011, s. 21). Lizbon Sözleşmesi'nde bir ürünün korunabilmesi için sözleşmenin 2/1. maddesine göre "kalitesinin ve karakteristik özelliklerinin" bulunması şartı istenmiştir. Fakat sözleşmede ürünün "kalitesi" ve "karakteristik özellikleri" gibi kavramlar açıklanmamıştır (Özgür, 2011, s. 36). Türk Hukukunda ise mahreç işaretler için "belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özelliklere" tabi olması istenirken, menşei isimleri ile ilgili bir açıklamaya yer verilmemiştir (Kan, 2011, s. 22).

Ürünün Ayırt Edici Özellikleri ile Coğrafi Köken Arasındaki Bağlantı: Coğrafi işarete sahip olan ürünler, yetiştikleri veya meydana geldikleri yöreden dolayı, belli başlı ayırt edici özellikleri kazanarak diğer benzer ürünlerden farklılık gösterirler (Erol, 2014, s. 27). Bir yörede yetişen, oraya özgü olan coğrafi işaretli ürüne o yörenin adının verilebilmesinin en temel şartı ürün ve yöre arasındaki bağlantıdır. Bu bağlantının olması ürünün ayırt edici özelliklerini ortaya çıkarmaktadır (İloğlu, 2014, s. 8). Bir ürünün ayırt edici olmasında doğal faktörler etkili olabilmektedir. Buna örnek olarak Amasya elmasının kokusu ve aroması verilebilir (Tepe, 2008, s. 14).

1.4. Coğrafi İşaret Türleri

Coğrafi işaretler Türkiye’de, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmaktadır (Dayısoyulu vd., 2017, s. 81; Gündoğdu, 2005, s. 214).

Menşe Adı: Ürünlerin üretimlerinin belirlendiği coğrafi alanlarda, ürünün üretilmesi zorunlu olan coğrafi işaretlere menşe adı verilmektedir (Çalışkan & Koç, 2012, s. 196). Menşe adını taşıyacak ürünlerin özgün niteliklerini ve farklılıklarını koruyabilmesi için başka herhangi bir coğrafi bölgede üretimi mümkün olmamaktadır (Gündeğer, 2014, s. 22). Ürünlerin nitelikleri, özellikleri ve doğal faktörleri buldukları coğrafya ile özdeşleşmiş olmalıdır. Bu duruma en güzel örnek Türkiye’de bulunan Pamukkale Travertenidir. Dünyada sadece Türkiye’de bulunduğu için menşe işareti ile tescillenmiştir (Durusoy, 2017, s. 75). Bu tür ürünlere ayrıca Fransa şarabı, Çerkez peyniri, Anamur muzu örnek gösterilebilir. Örneklerde de görüldüğü gibi adı geçen ürünler, yetiştikleri coğrafi bölgenin özellikleri ile özdeşleşmiştir (Tuncay, 2009, s. 14). Bu ürünlerin üretildikleri sınırlar dışında üretilmesi mümkün değildir. Kendi coğrafi özelliklerini taşımayan ürünlerin ayırt edici özelliği kaybolmaktadır ve bu durum ürünün özelliğini yitirmesine sebep olmaktadır (İloğlu, 2014, s. 18).

Mahreç İşareti: Bir ürünün tescillenmesi için kullanılan mahreç işareti, ürünün üretildiği bölgedeki özelliklerinden en az birini taşıması şartıyla, özgü olduğu yöre dışında da üretilebilmesi anlamına gelmektedir (Tuncay, 2009, s. 16). Mahreç işareti ile menşe adının arasındaki en önemli fark üretim yerleridir (Yürekli, 2015, s. 47). Menşe adı ile mahreç işareti arasındaki temel farklar aşağıdaki gibi gösterilebilir (Oğuz, 2016, s. 14).

Menşe Adı	Mahreç İşareti
Belirli bir yöre, bölge ya da ülkeye has bir ürün	Belirli bir yöreye, bölgeye has bir ürün
Ürünün tüm niteliklerin bu yöreye has olması ve yöreden kaynaklanması	Sadece belirgin bir niteliğinin yöreden kaynaklanması
Ürünle ilgili bütün işlemlerin belirli yörede yapılması	Ürünün üretimindeki işlemlerinden en az birinin yapılması

Tablo 2: Menşe Adı ve Mahreç İşareti Arasındaki Temel Farklar

Kaynak: Oğuz, 2016, s. 14.

Tablo 2’de görüldüğü gibi Menşe Adı ve Mahreç işareti arasındaki en temel fark, Menşe Adına sahip olan ürünün sadece belirli bir yörede yapılması, Mahreç işaretine sahip olan ürünün ise başka bir bölgede üretiminin yapılmasıdır. Mahreç işaretli bir ürünün başka bir bölgedeki üretiminde, üretim yöntemlerinin birebir kullanılması gerekmektedir. Mahreç işaretine sahip ürünlere örnek olarak; Antep Baklavası ve Beypazarı Kuruşu gösterilebilir (Taşdan, Albayrak & Albayrak, 2014, s. 1293).

1.5. Coğrafi İşaret İşlevleri

Coğrafi işaretin işlevleri asli işlevler ve tali işlevler olmak üzere 2 kategoride ele alınmaktadır. Bunlardan asli işlevler ayırt etmek, coğrafi kaynak belirtmek, ürünün üretim yöntemi ile kalitesini garanti etmek ve son olarak pazarlama aracı olmak üzere 4’e ayrılmaktadır. Tali işlevler ise kendi içerisinde, yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme, geleneksel bilgi ile kültürel değerleri koruma, turizme katkıda bulunma, çevre ile biyolojik çeşitliliği koruma ve son olarak ürün taktitçiliği ile mücadele etmek üzere 5 kategoride sınıflandırılabilir (Oğuz, 2016, s. 14).

1.5.1. Coğrafi İşaretin Asli İşlevleri

Ayırt Edicilik İşlevi: Coğrafi işaretin bu işlevi, bir ürünün benzer olan diğer ürünlerden ayırt edici özelliklerini ortaya koymaktadır (İloğlu, 2014, s. 22). Ayırt edici özelliğe sahip bir ürüne örnek verecek olursak Isparta halısı gösterilebilir. Dünyada birçok halı üretimi olmasına rağmen Isparta halısı diğer halılardan farklıdır.

Coğrafi Kaynak Belirtmek: Bir ürünün coğrafi işarete sahip olabilmesi için ilk olarak bir yöreye veya bölgeye has olması gerekmektedir (Tepe, 2008, s. 19). Coğrafi kaynağa sahip olmak coğrafi işaretin en önemli fonksiyonlarından biridir. Bu fonksiyonu olmayan bir ürünün coğrafi işarete sahip olması olanaksızdır (Özgür, 2011, s. 42).

Ürünün Üretim Yöntemi ve Kalitesini Kontrol Etmek: Coğrafi işaretler hem bir ürünün ait olduğu yöresine ilişkin bilgi vermekte hem de üretim şekli ve standartlarına sınırlandırmalar getirmektedir (Zuluğ, 2010, s. 6). Coğrafi işaretli bir ürünün, üretim yöntemleri, tüketicilere satışı ve denetimi gibi konular, alınan tescil belgesi ile standartlaştırıldığı için söz konusu ürünlerin belirlenen standartlara uygun olarak yapılması gerekmektedir (İloğlu, 2013, s. 23).

Pazarlama İşlevi: Coğrafi işarete sahip ürünler diğer ürünlerden farklı oldukları için tüketicilerin satın alma eğilimlerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bir ürünün belirli bir yöreye özgü olması ve söz konusu yörenin ürünü ile meşhur olması, tüketicilerin bu ürüne olan yönelimlerini arttırmaktadır (Tepe, 2008, s. 21). Bu nedenle coğrafi işaretler, hem yörelerin hem de işletmelerin pazarlama faaliyetlerini etkileyen önemli araçlardan biridir (İloğlu, 2014, s. 23).

1.5.2. Coğrafi İşaretin Tali İşlevleri

Yerel Üretim ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme: Coğrafi işaretler bir yörenin veya bölgenin kalkınması için ekonomik bir araç olarak kullanılabilir (Tepe, 2008, s. 23). Coğrafi işaretli ürünlerin kaliteli olması ve bir yöreye özgü olarak farklılık göstermesi hem üreticilerin hem de tüketicilerin ürüne yönelik ilgilerini arttırmaktadır. Bu sebeple coğrafi işaretlerin kırsal kalkınmaya önemli derecede etkileri bulunmaktadır (Özgür, 2011, s. 45).

Geleneksel Bilgi ve Kültürel Değerleri Koruma: Bir bölgeye ait olan yöresel ürünlerin üretim metotlarında zaman içerisinde değişikliklere gidilmesi ve ürün çeşitlendirmeleri yapılması standartlaşmayı arttırmaktadır. Standartlaşma yöresel ürünlerin geleneksel üretim aşamalarını tehdit etmektedir. Yöresel ürünlerin özgünlüğünü koruyabilmesi için etkin bir koruma yöntemi izlenerek üretim metotlarındaki standartlaşmanın azaltılması gerekmektedir (İloğlu, 2014, s. 24). Coğrafi işaret tescili bir ürünün gelecekteki nesillere değişime uğramadan aktarılmasına fırsat vermektedir. Bu şekilde de gelecekte kültürel değerlerin korunması sağlanabilmektedir (Tepe, 2008, s. 25).

Turizme Katkıda Bulunma: Coğrafi işaretli ürünlerin turizm içerisinde özellikle gastronomi turizmine etkisi oldukça yüksektir. Söz gelimi, kırsal bir bölgede bulunan bir yörenin coğrafi işarete sahip olan gastronomik ürününün tanıtımlarının başarılı bir şekilde yapılması bölge turizmine dolayısıyla genel olarak ülke turizmine katkı sağlayacaktır (Tepe, 2008, s. 26).

Çevre ve Biyolojik Çeşitliliği Koruma: Coğrafi işaretler bir bölgede sadece üretimi teşvik etmekle kalmaz, bulunduğu çevreyi ve biyolojik çeşitliliği koruyarak, gelecekte yaşayacak olan nesillere aktarır (Özgür, 2011, s. 56).

Ürün Taklitçiliği ile Mücadele Etme: Bir yöreye has olan ürünlerin koruma altına alınmaması o ürünün taklit edilmesine neden olur. Coğrafi işaretler ürünleri koruma altına alırken hem üreticileri hem de tüketicileri koruma altına almış olur. Ayrıca coğrafi

işarete sahip olan bir ürünün koruma altına alınması, başka kimseler tarafından kullanılmasının da önüne geçilmesi demektir (Tepe, 2008, s. 29).

1.6. Coğrafi İşaret Kullanımı ve Denetimi

Türkiye’de coğrafi işaretlerin tescilini Türk Patent Enstitüsü sağlamaktadır. Coğrafi işaret tescili, ürünün ayırt edici farklı özelliklerini belirleyen, üretim yöntemlerini açıklayan, ürünün üretim alanı için sınırlarını çizen ve denetimlerin nasıl gerçekleştiğini gösteren bilgilerin kaydedilerek korunmasını sağlayan bir işlemdir (İloğlu, 2014, s. 26).

Coğrafi İşaret Kullanımı: Türkiye’de coğrafi işaretler sadece "555 Sayılı KHK’da" belirtilen şartları taşıyan ürünler üzerinde kullanılmaktadır. Madde 17’ye göre menşe adları, yörede üretim yapan üreticiler tarafından, ürünlerin üzerinde kalite ve diğer çeşitli özellikleri taşıması şartı ile kullanılabilir. Menşe adının yöre coğrafyasına sıkı sıkıya bağlı olması, bu bölgede üretim yapan üreticiler tarafından kullanılabilir olması ifade etmektedir (Tuncay, 2009, s. 53). Mahreç işaretlerinin kullanımında ise ürünün üretiminde, sicilde belirtilen yöre özelliklerinden en az birini taşıması şartı aranmaktadır (Coşkun, 2001, s. 119).

Coğrafi İşaret Denetimi: 21. yüzyılda tüketicilerin tüketim bilincinde artış gözlemlenmektedir. Tüketiciler satın aldıkları ürünleri sadece tüketmekle kalmayıp bu ürünün hangi şartlar ve koşullar altında üretildiğine de önem vermektedirler (İloğlu, 2014, s. 27). Coğrafi işaretli ürünler söz konusu olduğunda, bu ürünlerin denetiminin nasıl ve kim tarafından yapılacağı sorusu akıllara gelmektedir. Coğrafi işaretlerin denetiminin nasıl olacağı, "555 Sayılı Coğ. İş. KHK’nın 20. maddesinde yer almaktadır. Bu maddeye göre, coğrafi işareti tescil ettirenler, örneğin belediyeler, dernek vb., ürünün gerekli kontrollerini yaparak denetimleri gerçekleştirmekle yükümlüdürler (Tuncay, 2009, s. 56). Denetimi yapmakla yükümlü olan kurumlar veya kuruluşlar, coğrafi işarete sahip olan ürünün, sicilde belirtilen şartları tamamen taşıyıp taşımadığını tarafsız bir şekilde kontrol etmelidirler (İlcalı, 2005, s. 38). Aynı Yönetmeliğin 14. maddesinde denetime ait raporların 10 yılda bir Enstitü’ye sunulmasının uygun görüldüğünden bahsedilmektedir (Coşkun, 2001, s. 120).

2. Literatür İncelemesi

Coğrafi işaretli ürünleri turizm bağlamında ele alan, bölgesel ve ulusal ekonomiye katkısını inceleyen literatüre yansıdığı kadarıyla sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Mercan & Üzülmaz (2014) çalışmalarında kurum ve kuruluş temsilcilerinin coğrafi işaretli ürünlerin yöreye turist çekerek, yöredeki turizmin gelişimine katkı sağlayabileceği yönünde görüş bildirdiklerini ileri sürmüşlerdir. Çalışmada katılımcılar, Çanakkale ilinin turizm gelirlerine katkısının henüz başlangıç aşamasında olduğunu, fakat ilde bulunan diğer turizm aktiviteleri ile coğrafi işaretli ürünlerin birlikte kullanılması gerektiği konusunda hem fikir olduklarını belirtmişlerdir.

Meral & Şahin (2013) çalışmalarında, araştırmaya katılan tüketicilerin %97,4’ünün coğrafi işaretli ürünleri tükettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Meral (2013) çalışmasında da benzer şekilde araştırmaya katılanların %97,4’ünün coğrafi işarete sahip olan ürünleri tükettiklerini ileri sürmüştür. Töre vd. (2017), yöresel ürünlerin tanıtılması, satışı ve tüketicilere ulaştırılmasının bir diğer anlatımla yöresel ürünlere yönelik pazarlama faaliyetlerinin başarısının ürünün varlığını koruması açısından çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Zuluğ (2010) araştırmasında, tüketicilere coğrafi işareti ürünler ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Tüketicilerin %47’si ürünleri bildiğini fakat coğrafi işarete sahip olduğunu bilmediğini belirtirken, %30’u coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ifade etmişlerdir. Kaya & Şahin (2018) çalışmalarında araştırmaya

katılan 15 kişiden 9'unun Adana kebabın coğrafi işaret ile tescillendiğini bildiklerini belirtmişlerdir. Suna & Uçuk (2018) çalışmalarında, mutfak alanında eğitim gören öğrencilerin, coğrafi işaret ile tescillenmiş bir ürünün yöreye gastronomik bir kimlik kazandırmasına yönelik görüşlerinin yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedirler.

Acar (2018) Türkiye'de en fazla coğrafi işarete sahip olan illerin (Şanlıurfa 2 menşe adı ve 17 mahreç işareti, Gaziantep 1 menşe adı ve 16 mahreç işareti, İzmir 7 menşe adı ve 9 mahreç işareti) turizm açısından hızla gelişim gösterdiğini belirtmektedir. Karakulak (2016) ise, bir ilin coğrafi işaretli ürüne sahip olmasının gastronomik amaçlı ziyaretleri artıracığına yönelik soruya, katılımcıların çoğunluğunun kesinlikle katıldıklarını ifade etmektedir.

Oğuz (2016) çalışmasında, Siirt'e gelen turistlerin %86'sının coğrafi işaretli ürünlerin turizme katkısı olduğu yönünde görüş bildirdiklerini ileri sürmektedir. Kan (2011) araştırmasında, Akşehir Kirazı üreticilerinin %85,71'inin coğrafi işaret tescilinin yöreye katkısının olabileceğini söylediklerini ifade etmiştir. Arıkan (2017) çalışmasında, üreticilerin %72'sinin coğrafi işaretin üreticilere katkı sağlayacağı yönünde görüş bildirdiklerini belirtmektedir. Ayrıca üreticilerin %78,7'sinin coğrafi işaretin bölge gelişiminde katkı sağlayacağını düşündüklerini ifade etmektedir. Özcan (2016) ise çalışmasında, coğrafi işaret hakkında işletmelerin %60'ının bilgisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Coğrafi işaret çalışmaları arasında, çalışmada olduğu gibi ürün olarak Beypazarı Kurusuna odaklanan çalışmalara da rastlanmaktadır. Taşdan vd. (2014), coğrafi işarete sahip olan Beypazarı Kurusu ve Çubuk Turşusu üretimi yapan işletmelerle görüşmeler yapmışlardır. Araştırmacılar, ankete katılan işletmecilerin %70'inin Beypazarı Kurusunun coğrafi işarete sahip olduğunu bildiklerini, Çubuk turşusunda ise bu oranın %30'un altında olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde Tuna & Özyurt (2018)'e göre, Ankara'nın en çok bilinen gastronomik ürünü Beypazarı Kurusudur. Konu ile ilgili çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, coğrafi işaretli ürünlerin bölge ekonomisine ve bölgenin tanıtımına yönelik olumlu katkıları olduğu ileri sürülebilir.

3. Gastronomi Turizmi

Gastronomi, Yunanca gaster (mide) ile nomas (yasa) sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur (Cömert & Özkaya, 2014, s. 63). Kivela & Crotts'a (2005, s. 41) göre; kavram 'iyi yiyecekleri seçme, hazırlama, servis etme ve bu yiyeceklerden zevk alma sanatı' şeklinde tanımlanmaktadır.

Birçok ülkede turizm gelirlerinin önemli bir kısmını sağlayan gastronomi turizmi, Türkiye'de de gelişim göstermesi beklenen bir alan konumundadır (Hatipoğlu, 2014, s. 25). Gastronomi turizmi açısından Türkiye, zengin mutfağıyla güçlü bir potansiyele sahip olmasına rağmen halen istenilen düzeyde rağbet görmemektedir. Bunun başlıca nedeni ülkemizin turizme yönelik pazarlama faaliyetlerinde ve özellikle tanıtımında halen deniz, kum, güneş üçlüsüne verilen ağırlıktır (Bucak ve Aracı, 2013, s. 207).

Gastronomi turizmi, hizmet ve deneyimlerin bir parçası olmasından dolayı mevcut turizm türleriyle birlikte geliştirilebilecek bir varış noktasıdır (Du Rand & Heath, 2006, s. 209). Yerel yemek kültürleri, destinasyonların kültürel mirasları olarak değerlendirilmekle birlikte yerel yemekler, bir destinasyonun sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmektedir (McKercher, Okumuş & Okumuş, 2008, s. 137). İşte bu nedenle gastronomi turizmi, tatil yörelerinin ve ilgi çekici mutfak kültürüne sahip yerlerin pazarlanmasında çekici bir unsur olarak kullanılabilir (Eren, 2011, s. 10).

Son yıllarda gastronomi turizminin gelişimi, yöre mutfağının sahip olduğu yöresel bir lezzetin, bir turizm ürününe dönüşmesi aşamasında olup, yerinin turizm gelirlerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir (Göker, 2011, s. 48). Değişen turist profilleriyle

birlikte gastronomi turizmi bölgeyi ziyaret eden turistlerin en önemli faaliyetlerinin başında gelmeye başlamaktadır (Selwood, 2003, s. 179). Buna bağlı olarak, 2012 yılında "Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO)" hazırladığı "Yemek Turizmi Küresel Raporu'na" göre turizm gelirleri açısından gastronomi turizminin diğer destinasyonlar içinde %30 civarında bir paya sahip olduğu tahmin edilmektedir (Global Report on Food Tourism, 2012, s. 14).

Literatürde gastronomi turizmi açısından, Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin, Türk mutfak kültürü ile ilgili görüşlerini araştıran çalışmalar mevcuttur. Örneğin, Özdemir & Kınay (2004, s. 15) çalışmalarında, yabancı turistlerin %87'sinin Türk yemeklerini beğendiklerini tespit etmişlerdir. Mankan (2012, s. 75) çalışmasında, turistlerin %66,3'ünün Türk Mutfağını çok lezzetli bulduklarını ileri sürmektedir. Aynı şekilde Albayrak (2013, s. 5058) katılımcıların %67,2'sinin yemekleri lezzetli buldukları sonucuna ulaşmıştır. Albayrak (2013, s. 5056) ayrıca katılımcıların %96,6'sının ülkelerine döndüklerinde Türk yemeklerini tavsiye edeceklerini iddia etmektedir.

Bu değerlendirmelerden yola çıkılarak, gastronomi turizmi açısından Türk Mutfağı'nın özellikle coğrafi işaret tescil belgesine sahip olan ve ayırt edici özellikleri ile ön plana çıkan yöresel lezzetlerinin pazarlanmasında ve özellikle tanıtımında izlenecek stratejilerin üst düzeyde olması ve profesyoneller tarafından yapılması gerektiği söylenebilir.

3.1. Ankara'nın Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünleri

Zengin iklim çeşitlerine sahip Türkiye'nin her yöresinde, yöreye özgü birbirinden farklı lezzetler bulunmaktadır. Bu yöresel lezzetlerin coğrafi işarete sahip olmaları için TPE'den tescil hakkının alınması gerekmektedir. Tablo 3'te Ankara'nın coğrafi işarete sahip olan gastronomik ürünlerine yer verilmiştir.

Coğrafi İşaret Adı	Türü	Başvurunun Yapıldığı İl	Durumu	Tescil Yılı
1. Ankara Döneri	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2017
2. Ankara Erkeç Pastırması	Menşee Adı	Ankara	Tescilli	2019
3. Ankara Simidi	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2017
4. Ankara Tava	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2017
5. Beypazarı Kuruusu	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2013
6. Çubuk Turşusu	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2008
7. Kalecik Karası Üzümü	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2007
8. Kızılcahamam Bazlaması	Mahreç İşareti	Ankara	Tescilli	2018

Tablo 3: Ankara'nın Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Gastronomik Ürünleri

Kaynak: TPE, 2020.

Tablo 3'te görüldüğü gibi Ankara ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürün sayısı 8 olup, bu ürünlerden sadece Ankara Erkeç Pastırması menşee adı ile tescillenmiştir.

3.2. Beypazarı ve Beypazarı Kuruşu

Beypazarı ilçesi, Ankara ilinin kuzeybatısında bulunmaktadır ve Ankara'ya uzaklığı 98 kilometredir. İlçe, Eski İpek Yolu güzergâhı üzerinde bulunan Ankara-Adapazarı-İstanbul yolu üzerindedir. Doğusunda Ayaş, Gündül ve Çamlıdere, batısında Nallıhan, kuzeyinde Bolu'nun Kıbrısçık ve Seben ilçeleri, güneyinde ise Polatlı bulunmaktadır.

Geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış Beypazarı, tarihi ve kültürel zenginliklerle birlikte yöresel lezzetlere de sahiptir. Anadolu'nun lezzetlerini içerisinde barındıran Beypazarı yemekleri, sunumunun inceliği ve zarafetinden dolayı "İnce Takım" olarak adlandırılmaktadır. Beypazarı, el yapımı tarhana çorbası, taş fırınlarda pişirilen ve özel güveçlerde ikram edilen etli güveci, parmak kalınlığında damarsız ve ince kara üzüm yaprağından yapılan etli dolması, 80 kat ince yufkadan hazırlanan baklavası ve yöresel bir tatlısı olan hoşmerimiyle zengin bir mutfağa sahiptir (T.C. Beypazarı Belediyesi, 2018). Beypazarı'ndaki yöresel yemek kültürünün zengin olmasının en önemli sebebi ilçede aktif olarak tarım yapılması ve dolayısıyla ürün çeşitliliğine sahip olunmasıdır. Verimli topraklara sahip olan ilçede, nüfusun yarısından fazlası tarımla uğraşmaktadır. Beypazarı birçok büyük şehrin domates, ispanak, havuç gibi sebze ihtiyacını karşılamaktadır. Türkiye'deki havuç ihtiyacının %60'ını kendi başına Beypazarı karşılamaktadır. Yöresel ürün olarak havuç suyu, lokumu ve reçeli de ilçede yetişen havuçtan yapılır ve en değerli yerel ürünlerdendir. Yörede yetiştirilen üzümlerden pekmez ve cevizli sucuk yapılmaktadır. Her yıl geleneksel olarak düzenlenen Havuç ve Güveç Festivali'nde yöresel yemek yarışmaları düzenlenmektedir (T.C. Beypazarı Kaymaklığı, 2018).

Türk Mutfağı içerisinde Beypazarı'nın kendine has Beypazarı Güveci, Beypazarı Dolması, 80 Kat Baklavası ve coğrafi işaret tescil belgesine sahip olan Beypazarı Kuruşu gibi yerel ürünleri vardır. Beypazarı Kuruşu yörenin en meşhur lezzetlerinden biridir. Beypazarı Kurusunun tarihçesi ile ilgili kesin bilgiler bulunmamakla beraber kuru üretiminin en az 100 yıllık geçmişe sahip olabileceği iddia edilmekte, hatta Çanakkale Savaşı'nda askerlere azık olarak dağıtıldığı söylenmektedir (Taşdan vd., 2014, s. 1296). Beypazarı Kuruşu parmak büyüklüğünde olup un, süt ve yağdan yapılırak bir sene saklanabilmektedir. Besleyici ve doyurucu bir özelliğe sahip olan kuruşun hazım kolaylığı ve uzun süre tazeliğini koruma özelliği vardır. Üretimde kullanılan un, sert buğdaydan elde edilen ekmeçlik olarak isimlendirilen undur. Süt, günlük olmakla birlikte sağıldıktan sonra bekletilmeden işlenmeye başlanmaktadır. Kendine has bir lezzete sahip olan Beypazarı Kurusunun coğrafi işaret tescil belgesi, 2009 yılında yapılan başvurunun 2012 yılında sonuçlanması ile Beypazarı Ticaret Odası tarafından alınmıştır (Türk Patent Enstitüsü, 2012).

4. Yöntem

Araştırmanın amacı, coğrafi işaret tescil belgesine sahip olan Beypazarı Kuruşu üreticilerinin yaşadıkları sorunları, meslek ile ilgili gelecekteki beklentilerini, coğrafi işaret tescil belgesinin satış durumlarına etkisinin olup olmadığını ve çırak yetiştirme durumuna bağlı olarak gelecek yıllarda Beypazarı Kurusunun varlığını sürdürüp sürdüremeyeceğini ortaya çıkarmaktır. Bu amaçla nitel araştırma desenlerinden durum (örnek olay) çalışması kullanılarak, çalışmaya konu olan ortam ve olaylar, kendi gerçek yaşam çerçevesinde bütüncül olarak yorumlanacaktır (Yıldırım & Şimşek, 2008: 278).

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma gözlem, görüşme ve dokümanların analizi gibi veri toplama tekniklerinin kullanıldığı bir araştırma süreci olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım &

Şimşek, 2008, s. 39). Derinlemesine görüşme tekniği, araştırılacak olan konunun bütün boyutlarını detaylı bir şekilde kapsayan, açık uçlu sorulara yer verilen, yüz yüze gerçekleştirilen ve daha detaylı cevapların alınmasını sağlayan bir yöntemdir (Tekin, 2006, s. 101).

Araştırmada, önceden hazırlanan 16 sorudan oluşan ve gerekli durumlarda ilave sorular sorulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. 16 sorudan 3'ü katılımcıların demografiklerini, 2'si ise tanımlayıcı istatistiklerini belirlemeye yöneliktir. Görüşme sorularının belirlenmesinde sektör ve akademiden uzman kişilerin görüşlerinden ve Köroğlu'nun (2013) çalışmasından yararlanılmıştır. 30 ila 60 dakika süren görüşmelerde, katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar, katılımcıların izinleri alınarak ses kayıt cihazına kaydedilmiştir.

Araştırma, Ankara ili Beypazarı ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Beypazarı Ticaret Odası'ndan alınan bilgiye göre, Beypazarı'nda toplamda 13 adet kuru imalatçısı bulunmaktadır. 13 adet kuru imalatçısından 9 tanesi resmi olarak kuru imalatı üreticisi olarak kayıtlı iken, diğer 4 firma unlu mamuller işletmesi olarak kayıtlıdır. Araştırma, Beypazarı Ticaret Odası'na kuru imalatçısı olarak kayıtlı olan 9 üreticiden mali ve zaman kısıtlılığı nedeniyle ve üreticilerin yoğun olmasından dolayı 7 üretici ile görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Tamsayım yapılamadığından, sonuçlar genellenemez ancak genel hakkında fikir verebilir. Bulgular tematik kategoriler üzerinden açıklanmış ve bulguların sunumunda "kısa olma" ve zengin veri içerme" özelliklerine odaklanılmıştır (Başfıncı, 2011, s. 121).

5. Bulgular

5.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmaya Ankara ilinin Beypazarı ilçesinde kuru imalatı yapan 7 üretici katılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların kişisel bilgilerinin korunması amacı ile isimleri kullanılmayarak, her bir katılımcı 1'den 7'e kadar (K1-K7) sırasıyla kodlamıştır. Katılımcıların demografik ve tanımlayıcı özellikleri Tablo 4'te görülmektedir. Katılımcıların 6'sı erkek 1'i kadın olup, 5'i lise, 1'i ortaokul ve 1'i lisans mezunudur. Araştırmaya katılan katılımcılardan en yüksek deneyime sahip olan K5 iken, en düşük deneyime sahip olan K6'dır. Katılımcıların yarısından fazlası (4) mesleği ustalarından öğrenmişlerdir.

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Deneyim	Mesleği Kimden Öğrendiği
K1	Erkek	36	Lise	12 yıl	Ailesinden
K2	Erkek	60	Lise	14 yıl	Kendisi
K3	Erkek	39	Lisans	6 yıl	Kendisi
K4	Erkek	31	Ortaokul	8 yıl	Ustalarından
K5	Erkek	40	Lise	21 yıl	Ustalarından
K6	Kadın	49	Lise	5 yıl	Ustalarından
K7	Erkek	23	Lise	8 yıl	Ustalarından

Tablo 4: Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Bilgileri

5.2. Beypazarı Kurusunun Geleceğine Yönelik Beklentiler

Araştırmaya katılan katılımcılara Beypazarı Kurusunun geleceğine yönelik beklentileri sorulduğunda; K1"Beklenti büyük. Türkiye'de hemen hemen tanımayan

yoktur. Daha çok tanınır olmasını ve yurt dışına satışının olmasını, güzelliğinin bozulmaması ve standartları dâhilinde yapılmasını istiyoruz" demiş, K2 "Amaçlarının dünyaya tanıtmak" olduğunu söylemiştir. K4 beklentilerinin "Ülkenin her yerine yayılması" olduğunu belirtirken, K6 ise "Daha çok beğenilip iyi yerlere gelmesi" olarak ifade etmiştir. K3 "Zamanla fabrikasyona döneceğini" belirtirken, K5 "Kullanılan malzemelerin maliyetinin artması ile kuru üretiminde farklı malzemeler kullanılıyor ve bu durum özelliğinin bozulmasına sebep oluyor. Maliyetlerin azalmasını bekliyoruz. Maliyet düşmezse kurunun özelliği bozuluyor. Bu da satışları etkiliyor" demiştir. K7 ise "Beypazarı Kurusunun imalatında çalışacak çıraklar, elemanlar yetişmediğinden ilerisi için fazla bir gelecek göremiyorum" diye ifade etmiştir.

5.3. Beypazarı Kuru Üretiminde Çalışan Elemanlarda Aranılan Nitelikler

Araştırmaya katılan bütün katılımcılar, elemanlarda aranılan nitelikler konusunda hemfikir olup; bu niteliklerin el çabukluğu, hamur bilgisi, hamuru kesme işlemini bilmesi, temiz ve titiz olunması ve hijyen belgesine sahip olunması şeklinde sıralamışlardır.

5.4. Beypazarı Kurusunun Satış Durumuna Yönelik Değerlendirmeler

Katılımcılara satış durumuna yönelik düşünceleri sorulduğuna; K1 "Beypazarı'na gelen herkes nerdeyse kuru alıp gider. Ne kadar çok turist gelirse o kadar satış olur" diye ifade ederken, K2 "Ürün kaliteli olursa daima satılıyor. Kaliteden ödün verilirse satılmaz" demiştir. K3 "Günden güne artarak ilerlemektedir" görüşünü ifade etmiş, K4 "Satışlar iyi, gelecekte daha iyi olacaktır" diye belirtmiştir. K5 "Turistler geldiği için iyi fakat dışarıya iyice yayılması lazım" olarak ifade ederken, K6 "Daha çok kesime ulaştırabilirsek ne mutlu bize" olarak görüşünü bildirmiştir. K7 ise "Son 1-1,5 yıldır yavaş. Hammaddelere zam geldi fiyat arttı" ifadelerini kullanmıştır.

5.5. Beypazarı Kurusunun Üretimi ile İlgili Yeni Teknikler Geliştirilmesi

Araştırmaya katılan katılımcılardan K1, K2, K3, K4, K5 Beypazarı Kurusunun özgün kalması gerektiğini, K6 ve K7 ise sipariş isteğine göre susamlı, çörek otlu Beypazarı Kuru ürettiklerini belirtmişlerdir.

5.6. Kuru Mesleğinin Geleceğine Yönelik Beklentiler

Katılımcılara mesleğin daha iyi yerlere gelmesi konusunda beklentileri sorulduğunda K1 "Ticaret odası ve belediye yanımızda, her zaman destekçimiz. Her daim bu kurumlar yanımızda olduğu sürece, kuru mesleği daha iyi yerlere gelecektir", K2 "Doğallığının bozulmadan üretimi artırılması", K3 "El işçiliğini azaltıp, otomasyona geçerek fabrika üretimine geçilmesi gerekir", K4 ise "Bence iyi bir noktada meslek" diye belirtmişlerdir. K5 "Daha çok tanıtımı yapılmalı ve yaygınlaştırılmalı" diye ifade ederken, K6 "Mesleğe daha çok imkân tanınmalı" diye görüş bildirmiştir. K7 ise "Çalışan elemanlara, ustalara daha iyi ücret sağlanarak iyi noktalara gelinebilir. Ustalar Ankara'da daha iyi maaş imkânına sahip olduğu için kuru işini bırakıp pastacılığa geçiyor" diye ifade etmiştir.

5.7. Üretimde Kullanılan Malzeme Temini

Katılımcılardan K1, K3, K4, K5 ve K6 kuru yapımında kullanılan sütün Beypazarı'ndan alındığını, tereyağı ve unun dışarıdan geldiğini belirtmişlerdir. K2 ve K7

ise süt ve tereyağının Beypazarı'ndan satın alındığını, diğer ürünlerin dışarıdan getirildiğini ifade etmişlerdir.

5.8. Beypazarı Kuruşu İmalatından Başka Bir İşe Sahip Olunup Olunmaması

K2, K4, K5 ve K6 başka bir iş ile uğraşmadıklarını, K3 ve K7 ise diğer yöresel ürünlerin üretilmesinde faaliyet gösterdiklerini belirtmişlerdir. K1 ise hayvancılık ve diğer yöresel ürünlerle ilgili bir işe sahip olduğunu ifade etmiştir.

5.9. Beypazarı Kuruşu ile İlgili Karşılaşılan Sorunlar

Araştırma katılımcılarından K1 "Toptan satışlarda, büyük marketlere satışta sıkıntı var" diye belirtirken, K2 "Bazen tedarik edilen malzemeler kaliteli çıkmıyor. En çokta unda bu problemi yaşıyoruz. Üretimi olumsuz etkiliyor" demiştir. K3 "Personel sorunu" yaşadıklarını ifade etmiş, K5 "Kuru üreticisinin çoğalması ile kurunun özelliğinin bozulması" diye belirtmiştir. K7 "Şu an tedarikte sorun yaşıyoruz" diye görüşünü ifade ederken, K4 ve K6 ise herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

5.10. Çıracak Yetiştirme Durumu

Katılımcılardan sadece K6 çıracak yetiştirdiklerini ifade etmiştir. Diğer katılımcılar, genç neslin kuru mesleğine sıcak bakmadığını ve çıracak bulmakta zorluk çektiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, genç neslin mesleğe kazandırılması konusunda K1 "Beypazarı'nda bulunan meslek yüksek okulunda ve meslek liselerinde fırıncılığın bir dalı olması gerekir" diye görüş bildirmiştir.

5.11. Beypazarı Kurusunun Coğrafi İşaret Tescil Belgesine Sahip Olmasının Yerel Ekonomiye Katkı Sağlayıp Sağlamadığı

K2, K4, K5 ve K6 yerel ekonomiye katkı sağladığını söylerken, K1 ise "Şu anda çok bir katkısı olduğunu sanmıyorum ama ileride daha iyi olacak" diye belirtmiştir. K7 "İlk başlarda iyiydi fakat sonradan işler durakladı. Fazla bir katkı sağlamadı" diye ifade etmiş, K3 ise "Tam takipçisi olunamıyor. Başka yerlerde kaçak çalışan işletmeler var. Bunların engellenmesi gerekiyor" şeklinde görüş bildirmiştir.

5.12. Coğrafi İşaret Tescil Belgesi Alındıktan Sonra Satışlarda Artış Olup Olmadığı

Katılımcılardan K1, K6 ve K7 satışlarda artış olduğunu, K2 ve K5 hemen hemen aynı olduğunu ifade etmişlerdir. K4 biraz artış olduğunu, K3 ise herhangi bir artış olmadığını belirtmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Gerek iklimin gerek coğrafi şartların sunduğu imkânlar Anadolu coğrafyasının çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmasının en temel sebebidir. Birçok medeniyetin yaşadığı Türkiye sınırları içerisinde, coğrafi şartların iyi olması ve çeşitli iklimlere sahip olunması ile birlikte birçok kültür birleşerek, Türkiye'nin 7 bölgesinde birçok yöresel lezzetlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu bölgelere has yöresel ürünlerin turizm endüstrisinde kullanılması, hem bölge halkının istihdamı ve kalkınması hem de bölge tanıtımı ve kent markalaşması bağlamında önem arz etmektedir.

Ankara ilinin Beypazarı ilçesi, kendine özgü birçok yöresel lezzete sahiptir. Bu yöresel lezzetlerden biri de coğrafi işarete sahip Beypazarı Kurusudur. Çalışmada nitel bir araştırma ile gastronomik bir ürün olarak Beypazarı Kurusunun, meslek ve sektör bağlamında sürdürülebilirliği üreticileri gözünden değerlendirilmiştir. Derinlemesine görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmaya, Beypazarı Ticaret Odası'na kayıtlı 9 imalatçıdan 7'si ile katılmıştır. Katılımcılardan sadece 1'inin kadın olduğu görülmektedir. Tatar & Armatlı Köroğlu (2017) çalışmalarında Beypazarı'nda kırsal turizmin gelişmesi ile kadınların yüksek oranda iş hayatına katıldıklarını tespit etmişlerdir. Altunöz Sürücü, Kargıoğlu & Ak'ın (2017) çalışmalarında belirtmiş oldukları gibi Beypazarı Belediyesi ve Kaymakamlığı geçmişte kadınlara yönelik yöresel ipek kilim dokuma, gümüşçülük gibi çeşitli seminer ve kurslar düzenleyip atölyeler kurarak, yöre kadınlarının turizm sektörü içerisinde yer almalarına yardımcı olmuşlardır. Gelecekte benzer şekilde, bir proje kapsamında veya halk eğitim merkezlerinde verilecek eğitimlerle yöre halkı kadınları kuru imalatına teşvik edilerek, hem Beypazarı Kurusunun sürdürülebilirliğine katkı sağlanabilir hem de yöre halkı kadınları için istihdam yaratılabilir.

Katılımcılara göre Beypazarı Kurusu üretimi faaliyetlerinde karşılaşılan sorunlar özetle, kalifiye personel eksikliği, üretim malzeme kalitesi ve tedarikindeki zorluklar, malzeme maliyetlerinin yüksekliği, çalışanlara verilen düşük maaş, ürünün tanıtımındaki eksiklikler ve bu nedenle pazar payının düşüklüğüdür.

Gerek Beypazarı ilçesinin gerekse Beypazarı Kurusunun tanıtımı ile ilgili eksikliklerin giderilmesinde, ilçenin tarihi ve kültürel yapısı ile gastronomik ürünlerinin bir arada tanıtımlarının yapılarak, kent markalaşmasının oluşturulmasına yönelik pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilebilir. Bu durum üstelik ilçeye gelen turist sayında ve dolayısıyla yöresel ürünlerin satışında artışa neden olarak, bölge ekonomisine de katkı sağlayacaktır. Coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliğini literatürce sınırlı iken (Çakaloğlu & Çağatay, 2017; Keskin, 2019; Toprak & Oğuz, 2017), coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımına yönelik izlenecek stratejiler, bu ürünlerin bilinirliğine de hizmet edecektir. Kısacası, Türkiye'nin sahip olduğu yöresel lezzetlere sadece coğrafi işaret verilmekle kalınmayıp, bu ürünlerin tanıtımının da en iyi şekilde yapılması gerekmektedir.

Beypazarı Kurusu coğrafi işarete sahip olmasına rağmen katılımcılardan alınan bilgilere göre geleceği tehlike altındadır. Bu tehlikenin en büyük nedenlerinden biri kuru imalatçılarının çirak yetiştirememe durumudur. Bu durum gelecek yıllarda yöresel bir lezzet olan kurunun son bulmasına neden olabilir. Keza katılımcıların hepsi mesleği ya ailesinden, ya kendi kendine ya da ustalarından öğrenmişlerdir. Hazırlanacak meslek edinme ve eğitim projeleri ile üreticilerin çirak yetiştirme ve bulma sorununa da çözüm bulunabilir. Ayrıca, Beypazarı Kurusu üretiminin sürdürülebilirliğini sağlamak için Beypazarı'nda bulunan meslek liseleri ve meslek yüksekokullarında ilgili bölümler açılarak, hem eğitim sorununa çözüm bulunabilir hem de yöre gençleri bu alana yönlendirilebilir.

Katılımcıların büyük ölçüde Beypazarı Kurusunun sürdürülebilirliğine ilişkin mevcut ve gelecek tahmini satışlarına yönelik olumlu beklentilere sahip; yeni üretim tekniklerine, otomasyona ve ürün çeşitlenmesine ise kapalı oldukları görülmektedir. Beypazarı Kurusunun fabrika yöntemiyle üretiminin yapılması, özgünlüğünü yitirmesi endişesinden dolayı, sıcak bakılmayan bir konudur. Kuru üretiminin el ile yapılmasının mevcut istihdama katkısı da oldukça yüksektir (Taşdan vd., 2014, s. 1296).

Araştırmada ayrıca Beypazarı Kurusunun coğrafi işaret tescil belgesine sahip olmasının yerel ekonomiye sağladığı katkıya yönelik görüşleri sorulduğunda, tam bir fikir birliğine rastlanamamakla birlikte, katılımcıların çoğunluğu olumlu yönde görüş bildirmişlerdir. Söz konusu belgenin satışlara etkisine yönelik ise benzer şekilde 7 katılımcıdan 4'ü satışlarda artış olduğunu diğer 3'ü ise herhangi bir artış olmadığını dile getirmişlerdir. Dolayısıyla literatürde olduğu gibi (Kan, 2011; Mercan & Üzülmöz, 2014;

Orhan, 2010), Beypazarı Kurusunun coğrafi işaret tescil belgesi almasının genel olarak yerel ekonomiye fayda sağladığı söylenebilir. Bu bağlamda, gelecekte Beypazarı'nın diğer yöresel lezzetleri için de ilgili kurumlar tarafından coğrafi işaret tescil belgesine başvurulup tescil hakları alınarak hem ilçenin tanıtımına hem de yöre ekonomisine katkı sağlanabilir.

Bu çalışmada coğrafi işaretli Beypazarı Kurusunun gastronomik bir ürün olarak, üreticiler nezdinde sürdürülebilirliği ile üreticilere ve yöreye sağladığı ekonomik katkısı değerlendirilmiştir. Çalışmanın en önemli kısıtı, kullanılan tekniğin ve örneklemin genellemeye izin vermemesi olup, bu kısıt gelecekte farklı teknikler benimsenerek ve tamsayımaya gidilerek bertaraf edilebilir. Gelecekte tüketiciler üzerinde bir araştırma gerçekleştirilerek, Beypazarı Kurusuna yönelik tüketicilerin coğrafi işaret bilinirliğini, ürün değerlendirmeleri, ürüne yönelik tutum ve eğilimleri çalışılabilir. Beypazarı'nın diğer yöresel ürünleri, coğrafi işaret belgesine sahip olduktan sonra bölgeye gastronomi turizmi için gelen turist sayılarındaki artış ve yöreye sağladığı ekonomik katkılar incelenebilir. Ayrıca, gastronomi turizmi için Beypazarı'na ziyaret eden turistlerin yöre mutfağı ve ürünlerine dair görüşleri ve tutumları araştırılarak, yöre mutfağının geliştirilmesine katkı sağlanabilir. Gelecekte benzer bir çalışma gerçekleştirilerek, mevcut ve gelecek durum karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- ACAR, Y. (2018). Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon markalanması kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. Cilt 6 (2), 163-177.
- AKIN, E.B. (2006). *Coğrafi işaret olarak tescil edilmiş Malatya kayısının teknolojik özelliklerinin saptanması ve gıda güvenliği açısından araştırılması*. Doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ALBAYRAK, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yaşar University*. Cilt30(8), 5049-5063.
- ALTUNÖZ SÜRÜCÜ, Ö., KARGIĞLIOĞLU, Ş. & AK, S. (2017). Kırsal turizmde geleneksel kültürün yansıtılması ve kadın istihdamı: Beypazarı örneği. *1. International Sustainable Tourism Congress Proceedings Books*. 550-565. Kastamonu.
- ALTUNTAŞ, A., GÜLÇUBUK, B. (2014). Yerel kalkınmada yaygınlaşan bir araç olarak geleneksel gıdalar ve geleneksel gıda mevzuatının yaygınlaştırılabilirliği. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. Cilt 31 (3), 73-81.
- ARIKAN, M. (2017). *Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlerin kırsal alana olan etkilerinin üretici açısından belirlenmesi: Finike portakalı örneği*. Yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- BAŞFIRINCI, Ç. (2011). Modern Türk tüketim kültürüne yönelik bir araştırma. *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*. Cilt 12 (91), 115-129.
- Beypazarı Ticaret Odası (2018). *Tanıtım broşürü*. Erişim: 28 Aralık 2018, <http://www.beypazarito.org.tr/Dokuman/tanitim.pdf>
- BUCAK, T., ARACI, Ü. E. (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt 17 (30), 7-18.
- BULUT, A. (2013). *Coğrafi işaretler ve kırsal kalkınma: Ezine peyniri örneği*. Yüksek lisans tezi. Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- ÇOŞKUN, A. Y. (2001). *Coğrafi işaretler*. Uzmanlık tezi. Türk Patent Enstitüsü, Ankara.

- CÖMERT, M.,ÖZKAYA, D. F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies. Cilt 2* (2), 62-66.
- ÇAKALOĞLU, M. (2015). *Marka ürünler, coğrafi işaret ve tüketici algısı*. Yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- ÇAKALOĞLU, M.,ÇAĞATAY, S. (2017). Coğrafi işaretler ve değişen tüketici algısı: Finike portakalı ve Antalya tavşan yüreği zeytini örnekleri. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi. Cilt 3* (1), 52-65.
- ÇALIŞKAN, V.,KOÇ, H. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi. Cilt 17* (28), 193-214.
- DAYISOYLU, S. K., YÖRÜKOĞLU, T. &ANÇEL, T. (2017). Kahramanmaraş’ın coğrafi işaretli ürünleri ve ilin potansiyel durumu. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi. Cilt 20* (1), 80-88.
- DU RAND, G. E., HEATH, E. (2006). Towards a framework food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism. Cilt 9*(3), 206-234.
- DURUSOY, Y. Y. (2017). *Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması üzerine analitik bir araştırma: Kars kaşarı örneği*. Doktora tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- EREN, D. (2011). *Alternatif bir turizm çeşidi olarak mutfak turizminin değerlendirilmesine ilişkin sektör temsilcilerinin görüşlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- EROL, Y. (2014). *Türkiye’de coğrafi işaretleme sisteminin mevcut yapısı*. Yüksek lisans tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- GÖKER, G. (2011). *Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi*. Yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- GÜNDEĞER, M. (2014). *Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği*. Yüksek lisans tezi. Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- GÜNDOĞDU, G. (2005). 555 Sayılı CoğışKHK’nın uygulanmasında “ürün” kavramı ve bazı sorunlar. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası. Cilt 62* (1-2), 213-238.
- GÜNDOĞDU, G. (2006). *Türk hukukunda coğrafi işaretler ve korunması*. İstanbul: Beta Yayınları.
- HATİPOĞLU, A. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağı’nın gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi*. Doktora tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- ILGAZ, D. (1995). Coğrafi işaretlerin korunması: Dünyada ve Türkiye’de durum. *Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi. Cilt 4* (1&2), 117-142.
- ILICALI, G. (2005). Coğrafi işaretler, coğrafi işaretlerde denetim ve denetimde akreditasyonun önemi. *Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma Uygulama Merkezi, 36. Dönem Avrupa Birliği Temel Eğitim Programı Semineri*, Ankara.
- İLOĞLU, N. (2014). *Coğrafi işaretlerin tescili ve denetimi üzerine farklı ülke sistemlerinin incelenmesi ve Türkiye uygulaması*. Uzmanlık tezi. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- KAN, M. (2011). *Yerel düzeyde ekonomik kalkınmada coğrafi işaretlerin kullanımı ve etkisi: Akşehir kirazı araştırması*. Doktora tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KAN, M.,GÜLÇUBUK, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. Cilt 22* (2), 57-66.

KARAKULAK, Ç. (2016). *Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği*. Yüksek lisans tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

KAYA, Y. S., ŞAHİN, E. (2018). Tescilden Uygulamaya Coğrafi İşaretler: Adana kebabı üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*. Cilt 2 (Ek:1), 189-196.

KESKİN, H. (2019). *Coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına etkileri- Balıkesir ili örneği*. Yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

KİVELA, J., CROTTS, J. C. (2005). Gastronomy tourism. *Journal of Culinary Science & Technology*. Cilt 4 (2-3), 39-55.

KÖROĞLU, N. O. (2013). Çalgı yapım ustaları; Antalya ili örneği. *Akademik Bakış Dergisi*. 39, 1-9.

MANKAN, E. (2012). *Yabancı turistlerin Türk Mutfağına ilişkin görüşleri: Ege Bölgesi örneği*. Doktora tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

MCKERCHER, B., OKUMUŞ, F. & OKUMUŞ, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Cilt 25 (2), 137-148.

MENAPACE, L. (2010). *Geographical indications and quality promotion in food and agricultural markets: Domestic and international issues*. Ph.D. thesis. Iowa State University, Iowa.

MERAL, Y. (2013). *Kahramanmaraş kent merkezinde coğrafi işaretli ürünlere ilişkin tüketicilerin tercihleri: Gemlik zeytini örneği*. Yüksek lisans tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.

MERAL, Y., ŞAHİN, A. (2013). "Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*. Cilt 16 (4), 16-24.

MERCAN, O.Ş., ÜZÜLMEZ, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt 29 (2), 67-94.

NORRSJÖ, L. G. (2004). *Indications of geographical origin as part of the Intellectual Property Law*. Master thesis. Stockholm University, Stockholm.

OĞUZ, Z. (2016). *Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde coğrafi işaretlerin kullanımı: Siirt ili örneği*. Yüksek lisans tezi. Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.

ORAMAN, Y. (2015). Türkiye'de coğrafi işaretli ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt 1 (1), 76-85.

ORHAN, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde 'Coğrafi İşaretlerin' kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. Cilt 21 (2), 243-254.

ÖZCAN, S. (2016). *Coğrafi işaret kavramı ve Devrek bastonu örneği*. Yüksek lisans tezi. Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bartın.

ÖZDEMİR, B., KINAY, F. (2004). Yabancı ziyaretçilerin Türk Mutfağına ilişkin görüşleri: Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2, 5-28.

ÖZGÜR, D. (2011). *Coğrafi işaretlerin korunması: Avrupa Birliği'ndeki hukuki çerçeve ve Türkiye uygulaması*. Doktora tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

RANGNEKAR, D. (2003). A review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to products other than Wines and Spirits. *Geographical Indications*. 12 (39), 11-53.

SELWOOD, J. (2003). *The lure of food: Food as an attraction in destination marketing in Manitoba, Canada*. In C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (eds.), *Food tourism around the world: Development, Management, and Markets*. 178-191. London: Butterworth Heinemann.

SUNA, B., UÇUK, C. (2018). Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürüne sahip olmanın destinasyon pazarlamasına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. Cilt 6 (3), 100-118.

ŞAHİN, A., MERAL, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*. Cilt 5 (2), 88-92.

ŞAHİN, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)’nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Enstitüsü*. 15, 23-37.

ŞANLIER, N. (2005). Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*. Cilt 25(1), 213-227.

T.C. Beypazarı Belediyesi (2018). *Yöresel yemekler. Geleneksel lezzetleriyle Beypazarı. Erişim: 28 Aralık 2018*, <http://www.beypazari.bel.tr/tr/sayfalar/yoresel-yemekler-130>

T.C. Beypazarı Kaymakamlığı (2018). *Yöresel yemekler. Geleneksel lezzetleriyle Beypazarı. Erişim: 28 Aralık 2018*, <http://www.beypazari.gov.tr/yoresel-yemekler>

TANRIKULU, M. (2011). Türkiye’de coğrafi işaretlerin tespiti ve tescil edilmesinin önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*. Cilt 1 (2), 173-184.

TAŞDAN, K., ALBAYRAK, M. & ALBAYRAK, K. (2014, Samsun). Coğrafi işaret tescilli geleneksel ürünlerde izlenebilirlik: Ankara ili örneği. *XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül 2014, Samsun*.

TATAR, F., ARMATLI KÖROĞLU, B. (2017). Ankara ili Beypazarı ilçesi kırsal turizm gelişimi ve yerel kalkınmaya etkisi. *Planlama Dergisi*. Cilt 27 (2), 115-128.

TEKİN, H. H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*. Cilt 3 (13), 101-116.

TEPE, S. (2008). *Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri*. Uzmanlık tezi. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.

TOPRAK, L., OĞUZ, Z. (2017). Coğrafi işaretler ve Siirt ili örneği. *18. Ulusal Turizm Kongresi*. 964-973. Mardin.

TÖRE BAŞAT, H., SANDIKÇI, M., & ÇELİK, S. (2017). Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: Ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. Cilt 5 (Special 2), 64-76.

Türk Patent Enstitüsü (TPE) (2012). *Beypazarı kuru coğrafi işaret tescil belgesi. Erişim: 28 Aralık 2018*, <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/050FC266-A26B-452A-80A3-0108BFE24C36.pdf>

Türk Patent Enstitüsü (TPE) (2020). *Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı istatistikleri. Tescilli coğrafi işaretler. Erişim: 19 Temmuz 2020*, <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredlist/>

Türk Patent Enstitüsü (TPE) (2018). *Ulusal coğrafi işaret strateji belgesi ve eylem planı. Erişim: 29 Aralık 2018*, <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/5D1DDECD-C004-4175-86B4-1BA236F79059.pdf>

TUNA, M., ÖZYURT, B. (2018). Ankara’da gastronomi turizminin değerlendirilmesi: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*. Cilt 6 (3), 73-87.

TUNCAY, M. (2009). *Coğrafi işaretlerin korunması*. Yüksek lisans tezi. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

- UNWTO (2012). *Global report on food tourism*. Erişim: 28 Aralık 2018, http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/food_tourism_report.pdf
- VAN DE KOP, P., SAUTIER, D. (2006). Origin-based products lesson for pro-poor market development. *Bulletin*. 372. 21-29.
- YENİPİNAR, U., KÖŞKER, H. & KARACAOĞLU, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlı peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. Cilt 2 (2), 13-23.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÜREKLİ, D. (2015). *Coğrafi işaretlerin tescili ve uygulama sürecindeki sonuçların analizi*. Yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ZULUĞ, A. (2010). *Coğrafi işaretli gıdalara ilişkin tüketici tercihleri üzerine bir araştırma: İstanbul örneği*. Doktora tezi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Summary

Products with geographical indications that aim to preserve the distinctive features of products that are specific to a region and transfer them to future generations, play an important role in terms of economic development and promotion of cultural heritage. The increasing interest of consumers in local products, especially in recent years, requires that the products that are specific to a region have a certain standard in the production and sales processes by protecting them with a geographical indication.

Turkey hosted many civilizations throughout the history and thus the cultural diversity emerged in the region. There are many different regions with a variety of delicacies that are specific to each region of Turkey. 367 of these local tastes have geographical indication registration. At the same time, there are many applications made to the Turkish Patent Institute (TPE) for geographical indication registration, which have not yet been completed.

Every society in the world has its own culture and products inspired by that cultural structure. Geographical indications are used to express the connection between a local product and a country, vicinity or region (Yenipınar, Köşker & Karacaoğlu, 2014, p. 14). Products with geographical indications are mentioned along with the names of the regions where they occur. These regions can be a village, town or city. Since these products are specific to the region, they cannot be produced in other regions (Çakaloğlu, 2015, p. 15).

Gastronomy tourism can be developed alongside existing tourism types as it consists of services and Experiences such as any other types of tourism (Du Rand & Heath, 2006, p. 209). Local food cultures are considered as the cultural heritage of the destinations and local food is considered as one of the most valuable attractions a destination may offer (McKercher, Okumuş & Okumuş, 2008, p. 137). For this reason, gastronomy tourism can be used as an attractive element in the promotion of a destination with a cuisine culture (Eren, 2011, p. 10).

Based on these evaluations, it can be said that the strategies to be followed in the marketing of local food, which have a geographical indication registration certificate, and which stand out with their distinctive features, should be run by professionals.

Beypazarı, which has hosted many civilizations from past to present, has local delicacies along with historical and cultural richness. In Turkish cuisine, Beypazarı has its own local products such as Beypazarı Casserole, Beypazarı Stuffing, Eighty Feuilles Baklava (a dessert with dough in the structure of mille feuilles) and Beypazarı Kuru, which has a geographical sign registration certificate. Beypazarı Kuru is one of the most famous tastes of the region. Although there is no definite information about the history of Beypazarı Kuru,

it is claimed that the production may have a history of at least 100 years, even it is said to have been distributed to soldiers in the Battle of Dardanelles (Taşdan et al., 2014, p. 1296). Bey pazarı Kuru is finger-sized and can be made from flour, milk and oil and has a shelf-life of one year. It has a nutritious and satisfying feature, and it eases digestion and offer freshness for a long time.

The aim of the research is to reveal Bey pazarı Kuru producers' problems and future expectations. On the other side, the effect of geographical indication on sales and the apprenticeship status in the profession is investigated. For this purpose, using the case study, one of the qualitative research patterns in which the environment and events that are the subject of the study will be interpreted as holistic within the framework of their real life (Yıldırım & Şimşek, 2008: 278). In research interviews which is a qualitative research method, were made with the producers. In the research, a semi-structured interview form consisting of sixteen questions was used and additional questions were asked when necessary. Three of the questions are for determining the demographics of the participants and two of them are for the descriptive statistics. The opinions of experts from the sector and academy and the study of Köroğlu (2013) were used in determining the interview questions. During the interviews, which lasted for 30 to 60 minutes, the responses of the participants to the questions were recorded in the voice recorder, with the permission of the participants.

According to the participants, the problems encountered in the production of Bey pazarı Kuru are briefly, lack of qualified personnel, difficulties in production material quality and supply, high material costs, low salary given to employees, deficiencies in the promotion of the product and therefore low market share. In the study, when the opinions about the Bey pazarı Kuru regarding the contribution of the geographical indication registration certificate to the local economy were asked, a full consensus could not be found, but the majority of the participants expressed a positive opinion. On the other hand, four of seven participants stated that there was an increase in sales and the other three does not mention any increase. Therefore, it can be said that the Bey pazarı Kuru received a geographical indication registration certificate benefited the local economy in general. In this context, for the other local tastes of Bey pazarı in the future, it may contribute to both the promotion of the district and the local economy by applying the geographical sign registration certificate by the relevant institutions.

Petrol Fiyatları, Döviz Kuru Rejimi ve Rusya Ekonomisi*

Levent GÜL**, Nühket DOĞAN***, Hakan BERUMENT****

Öz

Petrol ihracatçısı ülkelerde; petrol fiyatlarındaki beklenmedik artış, ihracat gelirlerinde önemli bir yükselişe neden olmaktadır. İhracat gelirlerindeki doğal kaynağa bağlı bu yükseliş ülkeye giren döviz artırmakta ve yerel para birimin değerinde istenmeyen bir artışa neden olabilmektedir. Bu değerlendirme ülkenin ekonomik performansını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu çalışmanın amacı petrol fiyatlarındaki değişimin, Rusya'nın para ve maliye politikaları üzerine direkt etkisi olduğu bilinen döviz kuru kanalının kontrol edilmesi varsayımı altında petrol fiyatlarındaki değişimin ekonomik performans üzerindeki etkilerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda 1994-2018 yılları arası üçer aylık veriler ile Bernanke, Gertler ve Watson'un (1997) önerdiği modifiye Vektör Otoregresif model kullanılmaktadır. Yapılan analizler sonucunda, rublenin aşırı değer kazanması engellendiğinde; petrol fiyatlarındaki beklenmedik artışın faiz oranını dalgalı kurun benimsendiği durumdan daha fazla düşürdüğü görülmektedir. Fiyatlar ise, dalgalı kurun benimsendiği durumdan başlangıçta daha yüksek olsa da ilerleyen dönemlerde daha düşük fiyatlarla sonuçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Petrol Fiyat Değişimi; Döviz Kuru Kanalı; Vektör Otoregresif Model; Para Politikası; Ekonomik Performans.

JEL Kodları: Q43; F41; C32; E5; O11.

Oil Prices, Exchange Rate Regime and the Russian Economy

Abstract

An increase in oil prices in oil exporting countries leads to a significant increase in export revenues. The increase in the export revenues due to natural resources export revenue increases the amount of foreign currency entering the country and can stimulate



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 04.03.2020

Kabul/Accepted: 24.11.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.697463>

* Bu makale, 12-14 Şubat 2020 tarihlerinde EYİ 2020: 20. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu'nda sunulan "Petrol Fiyatları, Döviz Kuru ve Rusya Ekonomisi" adlı bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş sürümüdür. Ayrıca bu makale, Prof. Dr. Nühket Doğan danışmanlığında hazırlanmakta olan "Petrol Fiyatları, Döviz Kuru ve Rusya Ekonomisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, E-posta: lgul0809@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-2517-2207>

*** Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü,
E-posta: nukhet.dogan@hbv.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-2115-1807>

**** Prof. Dr., İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi, İİSBF, Ekonomi Bölümü,
E-posta: berument@bilkent.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-2276-4741>

to have an undesired appreciation in the value of the domestic currency. This valuation may negatively affect the economic performance of the country. The aim of this study is to determine the effects of changes in oil prices on economic performances in Russia under the assumption of controlling the exchange rate channel, which is known to have a direct effect on Russia's economic performance. For this purpose, the modified Vector Autoregression model proposed by Bernanke, Gertler and Watson (1997) is used with quarterly data between 1994 and 2018. As a result of the analysis, when the ruble is prevented from appreciation, it is seen that the unexpected increase in oil prices decreased the interest rate more than when the floating exchange rate was adopted. On the other hand, prices are higher at the beginning than when the floating exchange rate is adopted but result in lower prices in the following periods.

Keywords: Oil Price Change; Exchange Rate Channel; Vector Autoregressive Model; Monetary Policy; Economic Performance.

JEL codes: Q43; F41; C32; E5; O11.

1. Giriş

Uluslararası Para Fonu'nun (International Monetary Fund, IMF) 2018 yıllık raporu verilerine göre Rusya Federasyonu, dünya doğal gaz ihracatında birinci ve ham petrol ihracatında ikinci sırada yer almakta ve ihracat gelirleri ülkenin nominal Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH)'sının %26.5'ini oluşturmaktadır. Yine aynı rapora göre, ülkenin ihracat gelirinin yaklaşık %59'unu (%46'sı petrol ihracatı ve %13'ü doğal gaz ihracatı) doğal kaynak ihracatı oluşturmaktadır. Rus ekonomisinin ihracat geliri ve doğal kaynak ihracatı payının büyüklüğü göz önüne alındığında petrol ve gaz gelirlerindeki değişikliklerin ekonomik performansı etkilemesi beklenmektedir. Petrol ihracat gelirlerindeki artışlar (azalışlar), esas olarak petrol üretim hacminin artmasından (azalmasından) değil petrol fiyatlarındaki artıştan (azalıştan) kaynaklanmaktadır. Benzer bir eğilim Rusya'nın doğal gaz ihracat hacminde ve değerinde de gözlenmektedir. Ancak doğal gaz fiyatlarının petrole endeksli olması ve sözleşmelerinin uzun vadeli yapılması fiyat istikrarı sağlamak ve ekonomik performansı petrol fiyatları kadar etkilememektedir (Beck, Kamps & Mileva, 2007). Petrol ihracatçısı çoğu ülkede olduğu gibi, Rusya'nın da bütçe gelirinde petrol ve doğal gaz sektörlerinin payı yüksektir. Rusya merkezi hükümet bütçe gelirlerinin %29'unu petrol ve doğal gaz gelirleri oluşturduğu için hükümetin para ve maliye politikaları petrol fiyatlarına bağlıdır (IMF, 2018). Petrol fiyatlarındaki dalgalanmalarda, tedbir alınmadığı takdirde bu durumun petrol ihracatçısı ülkelerde direk reel döviz kuru etkilediği bilinmektedir. (Mehrra & Mohaghegh, 2011). Bu sebeple çalışmada; petrol fiyatlarındaki değişimin, önemli petrol ihracatçısı ülkelere biri olan Rusya'nın döviz kuru kanalı kontrol edildiğinde, ekonomik performansının nasıl etkilendiği incelenmektedir.

1989 Sovyetler Birliği'nin dağılımı sonrası, petrol fiyatlarındaki düşüş ile ülke 1998 yılında ekonomik krize girmiş ve krizden kurtulabilmek için uluslararası kredilere başvurmuştur. Uluslararası krediler ile ülkeye giren döviz, yerel para biriminin değerlenmesine sebep olmuştur. Bununla birlikte kriz sonrası 1999-2009 yılları arasında petrol fiyatlarındaki artış, doğal kaynak bağımlısı tipik bir ekonomide olduğu gibi, yine yerel para birimini değerlendirmiştir. Rusya, yerel para biriminin değerlenmesinin sonuçlarından kurtulabilmek için kademeli olarak dalgalı kura geçmiştir. 1999-2014 yılları arasında yönetilen kısıtlı dalgalı kur rejimini takiben, 2014 yılında dalgalı döviz kuruna geçiş tamamen sağlanmıştır. Rusya'nın para ve maliye politikaları üzerine direk etkisi olduğu bilinen döviz kuru mekanizmasının kapatılması ya da farklı varyasyonlar durumunda, petrol fiyatlarındaki değişimin ekonomik performansı ne yönde etkileyeceği

bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Bernanke, Gertler ve Watson'un (1997) modifiye Vektör Otoregresif (Vector Autoregressive, VAR) modeli ile 1994-2018 dönemi üçer aylık verilerle analizler yapılmıştır. Analizler sonucunda; döviz kuru kanalının kapatılması veya petrol fiyatlarının direkt etkisinin kısıtlandırılması durumunda yerel para biriminin belirgin bir şekilde daha az değerlendirildiği, faiz oranının daha fazla düştüğü ve fiyatlardaki düşüşün başlangıçta daha az olsa da ilerleyen dönemlerde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde petrol ihracatçısı ülkelerin ekonomik performanslarını inceleyen çalışmalar derlenmiştir. Üçüncü bölümde Rusya'nın döviz kuru mekanizması özetlenmiş ve takiben dördüncü bölümde çalışmada kullanılan veri seti ve yöntem tanıtılmıştır. Beşinci bölümde ise petrol fiyatlarına verilen şokun farklı varsayımlar altında makroekonomik değişkenler üzerine etkileri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise genel değerlendirme yapılmıştır.

2. Petrol İhracatçısı Ülkelerin Ekonomik Performanslarını İnceleyen Çalışmalar

Petrol fiyatlarının, ülkelerin makroekonomik değişkenleri üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar literatürde geniş yer almaktadır. Bu geniş literatür çalışmamızın amacı kapsamında petrol ihracatçısı ülkeler ile sınırlandırılmıştır. Petrol ihraç eden ülkeler, petrol fiyatlarının yükselmesi ile daha yüksek üretim sağladığı ancak bu yüksek fiyatların ülkelerin ekonomik performansı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği bilinmektedir. Hollanda hastalığı olarak bilinen ilk başta iyileşen ekonomik durum daha sonra etkisini kaybederek; yüksek ücretler, imalat sanayi üretiminin engellenmesi, hizmet üretiminin sanayi üretimine göre daha hızlı artması ve doğal kaynak dışı ihracatta azalma olması gibi olumsuz etkiler doğal kaynak ihracatçısı ülkelerde görülebilmektedir. Rusya Federasyonu (Rautava, 2002; Ito, 2008a; Ito, 2008b; Ito, 2010), Nijerya (Aliyu, 2009), için yapılan çalışmalarda petrol fiyatları ile GSYİH arasında pozitif ilişki olduğunu tespit ederken. MENA ülkeleri (Berument, Ceylan & Doğan, 2010) ve Kazakistan (Köse & Baimaganbetov, 2015) için yapılan çalışmalarda, petrol fiyat artışının, sanayi üretimini arttırdığını göstermektedir. İhracatçı ülkeler için petrol fiyatlarındaki yükselme, milli gelir beraberinde ithalattı da artırmaktadır. İthalattaki artış, hem tüketici kaynaklı hem de yerel para biriminin değerinin artması sonucu ucuzlayan ithal sermaye mallarına olan talep artışından kaynaklanabilmektedir. Özellikle Rusya Federasyonu için yapılan çalışmalarda (Spatafora & Stavrev, 2003; Algieri, 2004; Oomes & Kalcheva, 2007; Sosunov & Ushakov, 2009; Algieri, 2011; Algieri, 2013; Bilan, Gedek & Mentel 2018) petrol fiyatlarındaki değişim ile döviz kurunun ilişkili olduğu ve petrol fiyatlarının artmasının yerel para birimini değerlendirdiği gösterilirken. Rusya'nın da içinde bulunduğu petrol ihraç eden ülkeler için yapılan çok ülkeli çalışmalarda (Habib ve Kalamova, 2007¹; Lizardo ve Mollick, 2010²; Mohammadi ve Jahan-Parvar, 2012³) sonucun değişmediği ve petrol fiyatlarındaki artışın, yerel para birimini değerlendirdiği görülmektedir. Ayrıca yerel para biriminin değerlendirilmesiyle Rusya Federasyonunda Hollanda hastalığının belirtilerini göstermektedir (Algieri, 2004; Oomes & Kalcheva, 2007; Algieri, 2011).

Doğal kaynak tabanlı milli gelir artışı ile reel döviz kurunun değerlendirilmesi, ithalat artışının yanı sıra düşük faiz oranına ve enflasyon artışına sebep olmaktadır. Rusya Federasyonu (Ito, 2008b), İran (Abounoori, Nazarian & Amiri, 2014), Kazakistan (Köse &

¹ Rusya Federasyonu, Norveç ve Suudi Arabistan.

² Rusya Federasyonu, Meksika ve Kanada.

³ Rusya Federasyonu, Kolombiya, Gabon, Endonezya, Meksika, Nijerya, Norveç, Venezuela, Cezayir, Angora, Bolivya, Kuveyt ve Suudi Arabistan.

Baimaganbetov, 2015), Vietnam (Trang, Tho & Hong, 2017), Meksika (Delgado, Delgado & Saucedo, 2018) ve Azerbaycan (Mukhtarov, Mammadov & Ahmadov, 2019) için yapılan çalışmalar, petrol geliri ile enflasyon arasında dolaylı bir ilişki olduğunu; petrol gelir artışının kamu harcamalarını ve yatırımlarını artırdığını ve bunun daha yüksek fiyatlara yol açtığını belirtmektedir. Ancak Ito (2010) yine Rusya Federasyonu için farklı olarak petrol gelirlerindeki artışın fiyatlar üzerine tam tersi etkisi olduğunu göstermektedir.

3. Rusya'da Döviz Kuru Mekanizması

1989'da Sovyetler Birliği'nin dağılması ve 1991 yılında yaşanan ekonomik kriz Rusya Federasyonu'nda serbest piyasa ekonomisine geçişi hızlandırmıştır. 1991 yılında Reel GSYİH yaklaşık %12 oranında gerilemiş ve bütçe açığı GSYİH'nın %26 sına kadar çıkmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, DPT, 1998). Rusya Hükümeti bütçe açığını kapatmak ve pozitif büyüme oranına geçebilmek için 1993 yılında GKO⁴-OFZ⁵ olarak bilinen kısa vadeli hazine bonoları uygulamasını hayata geçirmiştir. Vadesi gelen senetlerin faizlerini ödemek ve kamu çalışanlarına ödeme yapabilmek için GKO-OFZ faizleri 1995 yılında yüzde 240'lara kadar yükseltilmiştir. Hükümet, hazine bonolarının satışından elde ettiği geliri, vadesi gelen senetlerin faizlerini ödemek ve ücretlilere ödeme yapmak için kullanmıştır. 1997 sonbaharında GKO-OFZ veriminin yılda %18-19'a düşürüldüğü, menkul kıymetler piyasasına net yabancı sermaye girişinin neredeyse kesildiği görülmüştür (Rusya Federasyonu Merkez Bankası, CBR⁶, 1998). 1997-98 döneminde Rusya'nın başlıca ihraç mallarından biri olan petrolün fiyatlarındaki düşüş ve Asya krizinin beklenenden daha uzun süreceğinin anlaşılması Rusya'da durumun daha da kötüleşmesine neden olmuştur. Rusya hükümeti gelişen olaylar sonucu Ağustos 1998'de ekonomik krize girmiştir.

Ekonomik krizi atlatabilmek için Rus Hükümeti 1998 yılı Temmuz ayında IMF ile bir destek anlaşması imzalamış ve Dünya Bankasından 1999 yılı sonuna kadar 6 milyar dolar yardım almıştır. Sağlanan bu dış kredi ülkeye yüksek miktarda döviz girişine sebep olmuş ve yerel para birimini değerlendirmiştir. Rublenin aşırı değerlenmesi ile hükümetin devalüasyona gideceği söylentileri çoğalmıştır. CBR rublenin değişmeyeceğini değerini koruyacağını bildirse de devalüasyon spekülasyonlarını azaltamamış ve CBR başkanı George Soros'un Financial Times'a yaptığı açıklamada rublenin devalüe edilmesini gerektirdiğini söylemesi ile devalüasyon beklentilerini daha çok artırmıştır. Rus hükümeti piyasaları yatıştırmak üzere 17 Ağustos 1998 tarihinde daha önce ABD doları karşısında 5,27 - 7,13 olan ruble bandının aynı yılın sonuna kadar 6,0 - 9,5 olacağını açıklamıştır (DPT, 1998). CBR, döviz kurundaki değişikliklerde bu gibi gecikmeleri engellemek için 1999 yılında dış koşullardaki değişikliklerin Rusya finansal piyasaları ve ekonomisi üzerindeki etkisinin yumuşamasını sağlayan yönetilen dalgalı kur rejimine geçmiştir.

Rusya'nın 2000-2009 yılları arasında, ihraç ettiği ürünlerin fiyatlarındaki artışlardan kaynaklı yüksek ihracat gelirleri, ülkeye yüksek miktarda döviz girişinin olmasına sebep oldu ve bunun sonucunda Rusya'nın cari işlemler fazlası arttı (Benedictow, Fjærtøft & Løfsnæs, 2010). Sınırlı sermaye çıkışı ve yurtdışındaki Rus şirketleri tarafından aktif borçlanma nedeniyle, döviz girişi, iç piyasada yıl boyunca talep üzerine yabancı para arzının fazla olmasına sebep oldu. Bu durum göz önüne alındığında, CBR döviz kuru politikası, rublenin olağan hızında büyümesini, enflasyon oranını düşürmeyi ve yerli üreticilerin rekabetçi kalmasını sağlamayı amaçlamaktadır. 1 Şubat

⁴ Gosudarstvennoye Kratkosrochnoye Obyazatyelstvo (Government Short-Term Commitments, Devletin Kısa Vadeli Taahhütleri).

⁵ Obligatsyi Federal'novo Zaima (Federal Loan Obligations, Federal Kredi Tahvilleri).

⁶ The Central Bank of the Russian Federation.

2005'te ABD dolarının operasyonel gösterge olarak kullanılmasından vazgeçilerek %10 avro ve %90 ABD dolardan oluşan çift dövizli sepete geçilmiştir. Yurt içi döviz piyasası katılımcılarının yeni koşullara adapte olmasıyla, CBR çift dövizli sepetindeki avronun payını 2005 yılında, 15 Martta %20, 16 Martta %30, 1 Ağustosta %35 ve 2 Aralıkta %40 olarak arttırmıştır. Son olarak, Şubat 2007'de, çift dövizli sepetin kompozisyonu %55 ABD doları ve %45 avro olarak belirlenmiştir.

Rusya hükümeti, ulusal finansal sistemin istikrarını sağlamayı ve dış şokların ekonomi üzerindeki etkisini hafifletmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle, CBR döviz kuru politika çerçevesini değiştirmiş. Şubat 2009'da, Rusya hükümeti, CBR'nın döviz müdahalelerinin biriktirilmiş tutarına bağlı olarak operasyon bandının otomatik kayması için bir kural koymuş ve bu dalgalı bandın genişliğini 2 ruble olarak belirlemiştir. Genişliği daha esnek bir döviz kuruna geçişi sağlamak için kademeli olarak artırmıştır (CBR, 2009). Ekim 2010'da, CBR, çift dövizli sepetin ruble değerindeki sabit bandın terk edildiğini açıklamıştır.

10 Kasım 2014 tarihinden başlayarak, CBR, belirlenen usule uygun müdahalelerde bulunmayı öngören döviz kuru politika mekanizmasını kaldırmış, bu sayede dalgalı kur oranına geçişi tamamlamıştır. CBR göre yeni döviz kuru rejimi, para politikasının etkinliğinin artırılmasına yardımcı olmakta ve ekonominin dış koşullardaki değişikliklere daha hızlı adapte olmasına izin vermektedir. Bununla birlikte, dalgalı döviz kuruna geçiş, CBR tarafından yapılan döviz müdahalelerinin tamamen reddedilmesi anlamına gelmemektedir; finansal istikrara yönelik bir tehdit durumunda kullanılabilir. (CBR, 2014).

4. Veriler ve Yöntem

Petrol fiyatlarındaki değişimin Rusya ekonomik performansına etkilerini incelemek için 1994-2018 yılları arası üçer aylık; petrol fiyatı (PF), döviz kuru (DK), gecelik faiz oranı (R), sanayi üretim endeksi (SÜE) ve tüketici fiyat endeksi (TÜFE) verileri kullanılmaktadır. *PF* (Brent-Europe) ABD doları olarak ABD Enerji Bilgi İdaresinden, SÜE, *DK* (Ruble/USD), *R* ve *TÜFE* verileri ise Rusya Federasyonu Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden elde edilmiştir.

4.1. Verilerin Zaman Serisi Özellikleri

VAR modelinde kullanılan değişkenlerin durağanlığı, Genişletilmiş Dickey ve Fuller (Augmented Dickey ve Fuller, ADF) birim kök testi, Phillips ve Perron (PP) birim kök testi ve Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin (KPSS) durağanlık testi ile incelenmektedir. Sonuçlar Tablo 1'de gösterilmektedir. Ayrıca VAR modelinin eş bütünlük vektör sayısına Johansen (1988,1991) tarafından geliştirilen Johansen eşbütünlük testi ile incelenmekte ve sonuçlar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Durağanlık Test Sonuçları

DEĞİŞKEN		ADF	PP	KPSS
PF	Düzyey	0,647	-1,928	1,053 ***
	1.Fark	-7,017 ***	-7,521 ***	0,090
TÜFE	Düzyey	1,553	-5,621 ***	1,231 ***
	1.Fark	-4,923 ***	-	0,779 ***
	2.Fark	-	-	0,209

DK	Düzyey	1,044	-2,817	0,975 ***
	1.Fark	-5,551 ***	-5,848 ***	0,386 *
	2.Fark	-	-	0,265
SÜE	Düzyey	-1,547	-2,641	0,996 ***
	1.Fark	-4,200 ***	-4,042 ***	0,248
	2.Fark	-	-	0,038
R	Düzyey	-5,974 ***	-2,692	0,791 ***
	1.Fark	-	-8,364 ***	0,374 *
	2.Fark	-	-	0,038

Not: *** %1, ** %5, * %10 anlamlılık düzeyinde boş hipotezin reddedildiğini göstermektedir. ADF birim kök testinde sabitsiz ve trendsiz modelin sonuçları gösterilmiş ve gecikme uzunluğu AIC kullanılarak belirlenmiştir. PP birim kök testinde sabitli ve trendli model ve KPSS durağanlık testinde sabitli model sonuçları verilmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde, ADF test sonuçlarına göre faiz oranı ve PP test sonuçlarına göre TÜFE hariç tüm değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde birinci sıra fark durağan olduğu görülmektedir. KPSS sonuçları diğer iki testin aksine boş hipotez serilerin durağan olduğu şeklinde kurulmaktadır. Buna göre KPSS test istatistiklerine bakıldığında, petrol fiyatları ve sanayi üretiminin %1 anlamlılık düzeyinde, döviz kuru ve faiz oranının %10 anlamlılık düzeyinde düzeyde durağan olduğunu söyleyen boş hipotez reddedilmekte ve değişkenler birinci sıra fark durağan olduğu görülmektedir. Sonuç olarak üç farklı test istatistiği birlikte değerlendirildiğinde değişkenlerin birinci sıra fark durağan olduğu

λ_{ic} İstatistiği			
Hipotezler	Öz Değer	Test İstatistiği	p-değeri
$H_0 : r = 0; H_1 : r \geq 1$	0,435 **	120,059	0,000
$H_0 : r = 1; H_1 : r \geq 2$	0,308 **	65,718	0,003
$H_0 : r = 2; H_1 : r \geq 3$	0,145	30,711	0,140
λ_{max} İstatistiği			
Hipotezler	Öz Değer	Test İstatistiği	p-değeri
$H_0 : r = 0; H_1 : r \geq 1$	0,435 **	54,341	0,000
$H_0 : r = 1; H_1 : r \geq 2$	0,308 **	35,006	0,006
$H_0 : r = 2; H_1 : r \geq 3$	0,145	14,956	0,378

sonucuna varılmaktadır.

Tablo 2. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları

Not: ** %5, anlamlılık düzeyinde boş hipotezin reddedildiğini göstermektedir. "r" eş bütünlük vektör sayısını göstermektedir.

Eş bütünleşik vektör sayısını belirlemek için Johansen (1988, 1991) λ_{Iz} ve λ_{MAX} iki istatistik kullanılmaktadır. Tablo 2'deki Johansen eşbütünleşme analiz sonucuna bakıldığında, çalışmada kullanılan VAR modeli için λ_{Iz} ve λ_{MAX} istatistiklerine göre iki eş bütünleşik vektör olduğu boş hipotezi reddedilememektedir. Böylelikle VAR modelinde iki eş bütünleşik vektör olduğu tespit edilmektedir. Sims, Stock ve Watson (1990) ve Lutkepohl ve Reimers (1992), durağan olmayan serilerde eşbütünleşme varsa değişkenlerin düzeyde kullanılması VAR tahmininin tutarlı olacağı belirtmektedir. Bu sebeple VAR modelinde tüm değişkenler düzeyde kullanılmakta ve faiz oranı hariç tüm değişkenlerin logaritması alınmaktadır.

4.2. Alternatif Senaryolar

Çalışmanın amacı doğrultusunda üç farklı VAR model senaryosu tanımlanmaktadır. Temel senaryo olarak adlandırılan ilk senaryoda standart VAR modeli (Sims, 1980), ikinci ve üçüncü senaryolar için Bernanke vd., (1997) takiben Bayesyen yaklaşımlı VAR modeli kullanılmaktadır.

Temel senaryo için kullanılan Standart VAR modeli aşağıdaki gibidir:

$$PF_t = \sum_{i=1}^p (\Pi_{PF,PF,i} PF_{t-i} + \Pi_{PF,DK,i} DK_{t-i} + \Pi_{PF,R,i} R_{t-i} + \Pi_{PF,SÜE,i} SÜE_{t-i} + \Pi_{PF,TÜFE,i} TÜFE_{t-i}) \quad (1)$$

$$+ \varepsilon_{PF,t}$$

$$DK_t = \sum_{i=1}^p (\Pi_{DK,PF,i} PF_{t-i} + \Pi_{DK,DK,i} DK_{t-i} + \Pi_{DK,R,i} R_{t-i} + \Pi_{DK,SÜE,i} SÜE_{t-i} + \Pi_{DK,TÜFE,i} TÜFE_{t-i}) \quad (2)$$

$$+ G_{DK,PF,i} \varepsilon_{PF,t} + \varepsilon_{DK,t}$$

$$R_t = \sum_{i=1}^p (\Pi_{R,PF,i} PF_{t-i} + \Pi_{R,DK,i} DK_{t-i} + \Pi_{R,R,i} R_{t-i} + \Pi_{R,SÜE,i} SÜE_{t-i} + \Pi_{R,TÜFE,i} TÜFE_{t-i}) \quad (3)$$

$$+ G_{R,PF,i} \varepsilon_{PF,t} + G_{R,DK,i} \varepsilon_{DK,t} + \varepsilon_{R,t}$$

$$SÜE_t = \sum_{i=1}^p (\Pi_{SÜE,PF,i} PF_{t-i} + \Pi_{SÜE,DK,i} DK_{t-i} + \Pi_{SÜE,R,i} R_{t-i} + \Pi_{SÜE,SÜE,i} SÜE_{t-i} + \Pi_{SÜE,TÜFE,i} TÜFE_{t-i}) \quad (4)$$

$$+ G_{SÜE,PF,i} \varepsilon_{PF,t} + G_{SÜE,DK,i} \varepsilon_{DK,t} + G_{SÜE,R,i} \varepsilon_{R,t} + \varepsilon_{SÜE,t}$$

$$TÜFE_t = \sum_{i=1}^p (\Pi_{TÜFE,PF,i} PF_{t-i} + \Pi_{TÜFE,DK,i} DK_{t-i} + \Pi_{TÜFE,R,i} R_{t-i} + \Pi_{TÜFE,SÜE,i} SÜE_{t-i} + \Pi_{TÜFE,TÜFE,i} TÜFE_{t-i}) \quad (5)$$

$$+ G_{TÜFE,PF,i} \varepsilon_{PF,t} + G_{TÜFE,DK,i} \varepsilon_{DK,t} + G_{TÜFE,R,i} \varepsilon_{R,t} + G_{TÜFE,SÜE,i} \varepsilon_{SÜE,t} + \varepsilon_{TÜFE,t}$$

Standart VAR modelinde Cholesky ayrıştırması kullanılmıştır. Bu nedenle değişkenlerin sırası önemlidir. Değişkenler sırasına göre, önceki değişkenlerden eşzamanlı olarak etkilenir, ancak sonraki değişkenlerden eşzamanlı olarak etkilenmez. Bununla birlikte, tüm değişkenler birbirlerini gecikmeli olarak etkiler. Analizde kullanılan VAR modellerinde değişkenler sırasıyla; *PF*, *DK*, *R*, *SÜE* ve *TÜFE*'dir. Dolayısıyla, petrol

fiyatları, kendini, döviz kurunu, faiz oranını, sanayi üretimini ve tüketici fiyat endeksini aynı anda etkiler, ancak bu değişkenlerden eşzamanlı olarak etkilemez. Modelin gecikme sayısı Akaike Bilgi Kriteri ile 3 gecikme olarak belirlenmiştir.

İkinci senaryo, döviz kurunun petrol fiyat şokunun öncesinde kalacağı ve diğer değişkenlere cevap vermeyeceği diğer bir ifade ile döviz kurunun şoktan etkilenmeyip sabit kaldığı senaryodur. Bu senaryoda döviz kuru dolaylı ve dolaysız bütün etkilere kapatıldığından, (2) nolu denklemde $\prod_{DK,PF,i}$, $\prod_{DK,R,i}$, $\prod_{DK,SÜE,i}$, $\prod_{DK,TÜFE,i}$ ve $G_{DK,PF,i}$ değişkenlerin katsayılarına tüm i ler için sıfır kısıtı getirilmektedir. Üçüncü senaryo, döviz kuru değişkeninin diğer tüm değişkenlerin şoklarına cevap verirken petrol fiyatının şokuna cevap vermediği senaryodur. Petrol fiyat şokları döviz kuru değişkenini dolaylı olarak etkilemektedir. Petrol fiyatının etkisini modelde kapatabilmek için (2) nolu denklemde $\prod_{DK,PF,i}$ ve $G_{DK,PF,i}$ katsayılarına tüm i ler için sıfır kısıtı getirilmektedir.

5. Alternatif Senaryolarla Petrol Fiyat Şoklarının Etkileri

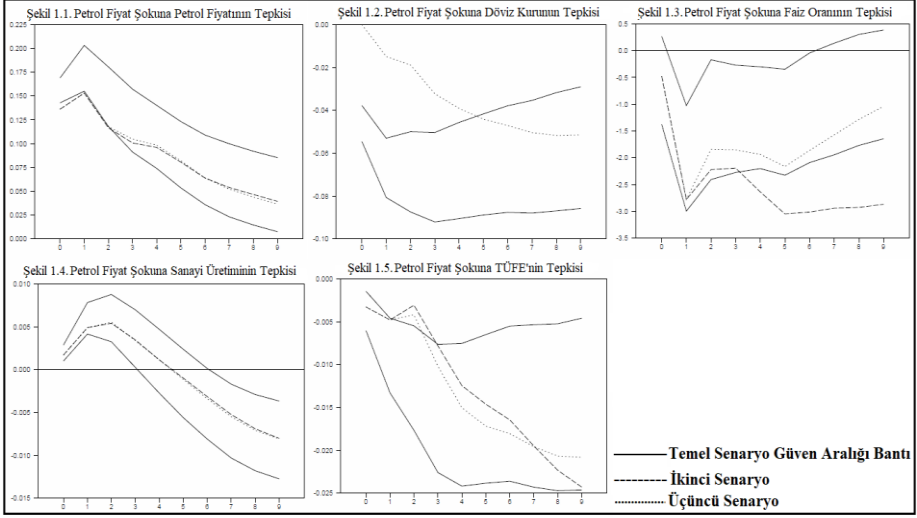
Petrol fiyatlarına verilen şokun, Rusya'nın makroekonomik değişkenlerinin döviz kuru kanalının kapatılması durumunda verdiği tepkiler Bernanke, vd. (1997) takiben VAR modeli ile tahmin edilmiştir⁷. VAR modelinden elde edilen etki tepki fonksiyonları Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1, petrol fiyatına verilen 1 standart sapmalı şoka, seçilen makroekonomik değişkenlerin 10 dönem boyunca nasıl tepki verdiğini temel senaryo ve alternatif senaryolar kapsamında göstermektedir. Temel senaryoda değişkenlerin verdiği tepki ± 1 standart sapmalı güven aralığı olarak verilmektedir. İkinci ve üçüncü senaryolarda değişkenlerin verdiği tepkiler güven aralığı olmadan sadece verdiği tepkiler gösterilmektedir.⁸ Alternatif senaryolarda değişkenlerin tepkileri, temel senaryonun güven aralığı bantlarını geçerse, bu tepkinin temel senaryo tepkisinden anlamlı olarak farklılaştığını göstermektedir. Şekil 1'in alt başlıkları 1.1-5 sırasıyla; petrol fiyatı, döviz kuru, faiz oranı, sanayi üretimi ve TÜFE'nin 1 standart sapmalı petrol fiyat şokuna verdiği tepkileri göstermektedir.

⁷ Modellerin tahmininde Rats 8.0 paket programı kullanılmıştır.

⁸ Şekil 1'de karışıklığa sebep olabileceği için alternatif senaryoların güven aralığı eklenmemiştir. İstenirse yazardan talep edilebilir.

Şekil 1. Bir Standart Sapmalı Petrol Fiyat Şokuna Değişkenlerin Verdiği Tepkiler



Şekil 1.1'de petrol fiyatının kendi şokuna tepkisi pozitifdir ve 10 dönem boyunca istatistiksel olarak anlamlıdır. Pozitif tepki, ikinci dönemden sonra azalarak devam etmektedir. Fakat her iki alternatif senaryoda incelenen dönemler boyunca temel senaryonun medyanından düşük olduğu ve sadece ilk dönemde anlamlı bir değişim gösterdiği görülmektedir.

Döviz kurunun, petrol fiyatlarına verilen bir standart sapmalı şok sonucu, 10 dönem boyunca istatistiksel olarak anlamlı seyreden düşüşü Şekil 1.2'de gözlenmektedir. Döviz kurundaki düşüş ile yerli para birimi rublenin değerini artırmakta ve bu durum ilk üç dönemde hızlı bir artış gösterirken, dördüncü dönemden itibaren yavaşlamaktadır. İkinci senaryo gereği döviz kuru şok öncesi dönemde kalacağı ve diğer değişkenlere cevap vermeyeceğinden tepkisi mevcut değildir. Üçüncü senaryo, ilk beş dönemde temel senaryodan anlamlı bir farklılık göstermekte ve temel senaryoya göre yerel para birimini daha az değerlendirmektedir.

Petrol fiyatlarına verilen bir standart sapmalı şok temel senaryoda, Şekil 1.3'de faiz oranını on dönem boyunca negatif etkilemektedir. Negatif tepki başlangıçta hızlı bir artış gösterirken, ikinci dönemden sonra yavaşlayan negatif tepki birinci ve altıncı dönemler arasında istatistiksel olarak anlamlıdır. Temel senaryoda gözlemlenen faiz oranındaki düşüş eğilimi Ito'nun (2008a) Rusya ekonomisi için yaptığı çalışmada da gözlenmektedir. İkinci senaryoda, faiz oranları genel olarak temel senaryonun medyanından daha düşük ve üçüncü dönemden sonra istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu sonuç; döviz kuru sabit tutulduğunda faiz oranlarındaki düşüşün daha fazla olduğunu göstermektedir. Üçüncü senaryo, temel senaryoya göre anlamlı bir farklılık gösterirse de genel olarak temel senaryonun medyanından daha düşük seyretmektedir. Dolayısıyla, petrol fiyatına verilen şok, döviz kurunu direkt etkilemediği senaryoda faiz oranlarını daha fazla düşürmektedir.

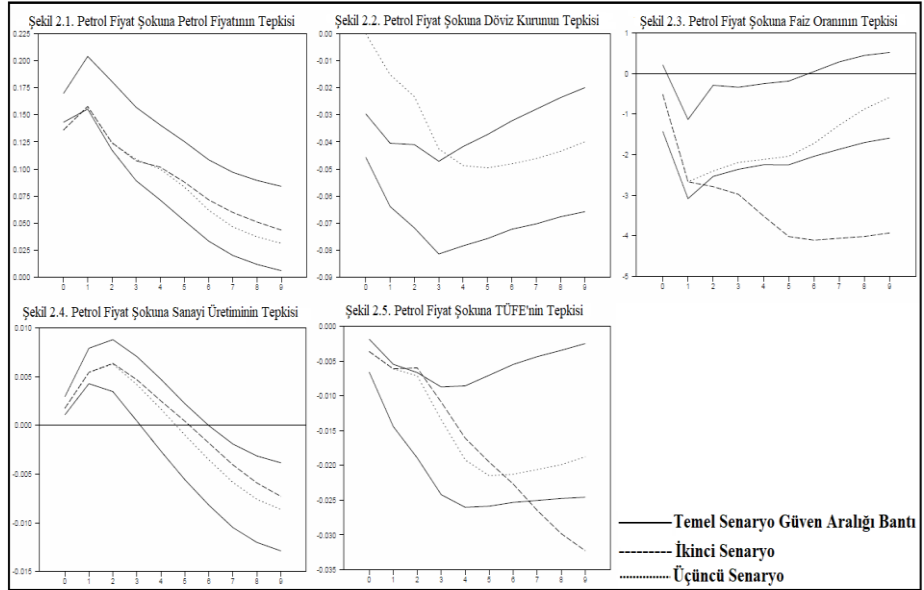
Şekil 1.4'de petrol fiyatlarına verilen şok temel senaryoda sanayi üretimini başlangıçta hızla artırmakta, bu artış daha sonraki dönemlerde azalarak üçüncü dönemden sonra negatife dönmektedir ve tepkiler istatistiksel olarak anlamlıdır. Başlangıç döneminde bulunan pozitif tepkiye paralel olarak, Rautava (2002) ve Ito

(2008b, 2010) Rusya, Aliyu (2009) Nijerya, Köse, vd. (2015) Kazakistan ve Mukhtarov, vd. (2019) Azerbaycan için yaptıkları çalışmalarında petrol fiyatındaki ani artışların ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşmaktadırlar. Alternatif senaryolar, başlangıçta temel senaryonun medyanından daha düşük olsa da temel senaryo ile aynı seyir izlemektedir. Dolayısıyla, döviz kuru sabit tutulduğunda veya döviz kuru petrol fiyatının direkt etkisinden korunduğunda sanayi üretimindeki artışın daha az olduğu görülmektedir.

Bir standart sapmalı petrol fiyat şoku, fiyatları Şekil 1.5'de görüldüğü gibi 10 dönem boyunca anlamlı bir şekilde düşürmektedir. İkinci senaryo da düşüş eğilimini takip etmekte ve düşüş dördüncü döneme kadar temel senaryonun medyanının üstünde seyrederken dördüncü dönemden sonra altında seyretmektedir. Ancak birinci ve üçüncü dönem arasında anlamlı bir farklılık göstermekte ve fiyatları daha az düşürmektedir. Bu da döviz kuru sabit tutulduğunda başta fiyatların düşüşünü anlamlı bir şekilde yavaşlatırken daha sonra hızlandırıldığını göstermektedir. Üçüncü senaryo, ikinci senaryo ile aynı seyir göstermekte ancak fiyatları daha fazla düşürmektedir.

Yapılan analizin sağlamlığını göstermek amacıyla ruble karşılığını veren döviz kuru yerine, Şubat 2007'de CBR'ın aldığı kararı takiben analizde, %45 avro ve %55 dolardan oluşan döviz sepeti ile tekrarlanan analizler Şekil 2'de verilmiştir. Etki tepki grafikleri incelendiğinde, döviz sepetinin kullanıldığı analizlerde hemen hemen aynı sonuçların elde edildiği görülmektedir.

Şekil 2. Bir Standart Sapmalı Petrol Fiyat Şokuna Bütün Değişkenlerin Verdiği Tepkiler (%55 Dolar + %45 Avro Döviz Sepeti ile)



Döviz sepeti, petrol fiyatlarına verilen bir standart sapmalı şok sonucunda on dönem boyunca istatistiksel olarak anlamlı düşüş göstermektedir. Üçüncü senaryoda, döviz sepeti incelenen dönemler boyunca temel senaryonun medyanından daha yüksek ve sadece ilk üç dönemde temel senaryodan anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu da

döviz kuru kullanıldığında olduğu gibi petrol fiyatının direkt etkileri kapatıldığında yerel para birimini daha az değerlendirdiğini göstermektedir.

Şekil 1’de kullanılan döviz kuru yerine sepet kullanıldığında faiz oranı, ikinci senaryoda, ikinci dönemden sonra temel senaryoya göre anlamlı farklılık göstermekte ve faiz oranını daha çok düşürmektedir. Fiyatlar seviyesi ise, ikinci senaryo da yedinci dönemden sonra temel senaryoya göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte ve fiyatları daha çok düşürmektedir.

6. Sonuç

Bu çalışmada, petrol fiyat değişimlerinin, Rusya ekonomisini nasıl etkilediği ve döviz kuru kanalı kontrol edilerek bu etkilerin nasıl değiştiği Bernanke, vd. (1997) modifiye VAR modeli ile analiz edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda üç farklı senaryo incelenmektedir. Birinci senaryo temel senaryo olarak adlandırılan, hiçbir kısıt getirilmeyen petrol fiyatlarının döviz kurunu serbestçe etkilemesine izin verilen Standart VAR modelidir. İkinci senaryo, döviz kurunun kapatıldığı; döviz kurunun petrol fiyat şoku öncesinde kaldığı ve hiçbir değişkene cevap vermediği senaryodur. Üçüncü senaryo ise, döviz kurunda petrol fiyat şokunun direkt etkisinin gözlemlenmediği fakat sistemdeki diğer değişkenler kanalı ile dolaylı bir etkinin var olduğu senaryodur.

Üç senaryoda da, petrol fiyatlarının artması sanayi üretimini pozitif etkilerken döviz kuru, TÜFE ve faiz oranını negatif etkilemektedir. Bu tepkiler, petrol fiyatlarının artmasının yerel para birimini değerlendirdiğini ve bu değerlendirilmenin fiyatları düşürdüğünü göstermektedir. Döviz kurundaki ve fiyatlardaki düşüşlere karşı Merkez Bankası fiyat istikrarını sağlama amacı ile faiz oranlarını düşürmektedir.

Temel senaryoda, faiz oranları ilk dönemlerde ani düşüşler gösterse de, sonraki dönemlerde yerel para biriminin değerlendirilmesi ve fiyatlardaki düşüş azalarak istikrar sağlanmaktadır. Ancak temel senaryo, döviz kurunun kapatıldığı ya da kısıtlandığı alternatif senaryolar ile karşılaştırıldığında; Merkez Bankası petrol fiyatlarındaki artış ile döviz kurunu sabit ya da kısıtlı tutabilmek için faiz oranlarını daha fazla düşürmektedir. Yerel para biriminin değer artışının engellenmesi başlangıçta fiyatların daha fazla düşmesini önlese de, ilerleyen dönemlerde faiz oranlarının daha fazla düşmemesi ve yerel para biriminin değer kazanması ile daha düşük fiyatlar gözlemlenmektedir. Sonuç olarak döviz kurunda hiçbir kısıtlama getirilmeyen temel senaryo petrol fiyat şokunun etkilerine daha hızlı adapte olmakta ve istikrarı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

ABOUNOORI, A.A., NAZARIAN, R. & AMIRI, A. (2014). Oil price pass-through into domestic inflation: The case of Iran. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 4(4), 662-669.

ALGIERI, B. (2004). The effects of the Dutch Disease in Russia. *ZEF Bonn Discussion Papers on Development Policy*, No. 83, 1-29.

ALGIERI, B. (2011). The Dutch Disease: Evidences from Russia. *Economic Change and Restructuring*, 44(3), 243-277.

ALGIERI, B. (2013). Determinants of the real effective exchange rate in the Russian Federation. *The Journal of International Trade and Economic Development*, 22 (7), 1013-1037.

ALIYU, S. U. R. (2009). Impact of oil price shock and exchange rate volatility on economic growth in Nigeria: An Empirical Investigation. *MPRA Paper*, No 16319, 1-21.

- BECK, R., KAMPS A. & MILEVA E. (2007). Long-term growth prospects for the Russian economy. *Occasional Paper Series*, 54, 1-29.
- BENEDICTOW, A., FJÆRTOFT, D. & LØFSNÆS, O. (2010). Oil dependency of the Russian economy: an econometric analysis. *Discussion Papers*, No.617, 1-60.
- BERNANKE, S. B., M. GERTLER, & M. WATSON. (1997). Systematic monetary policy and the effects of oil price shocks. *Brookings Papers on Economic Activity*, 91-157.
- BERUMENT, M.H., CEYLAN, N.B. & DOGAN, N. (2010). The impact of oil price shocks on the economic growth of selected MENA countries. *The Energy Journal*, 31(1), 149-176.
- BİLAN, Y., GEDEK, S. & MENTEL, G. (2018). The analysis of oil price and ruble exchange rate. *Transformations in Business & Economics*, 17 (3), 195-205.
- CBR, (1998). The Central Bank of the Russian Federation annual report. 68-79.
- CBR, (2009). The Central Bank of the Russian Federation annual report. 68-71.
- CBR, (2014). The Central Bank of the Russian Federation annual report. 53-56.
- DELGADO, N.A.B., DELGADO, E.B. & SAUCEDO, E. (2018). The relationship between oil prices, the stock market and the exchange rate: Evidence from Mexico. *The North American Journal of Economics and Finance*, 45, 266-275.
- DICKEY, D.A. & FULLER, W.A. (1981). Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- DPT. (2010), "1998 Rusya krizi ve Türkiye üzerine muhtemel etkileri." Devlet Planlama Teşkilatı Yıllık Programlar ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Ağustos, 1-14.
- HABIB, M.M. & KALAMOVA, M. M. (2007). Are there oil currencies? The real exchange rate of oil exporting countries. *ECB WP Series*, No. 839, 1-42.
- IMF, (2018). Russian Federation 2018 article iv consultation press release; Staff Report. *IMF Country Report*, No. 18/275, 1-61.
- ITO, K. (2008A). Oil prices and macroeconomy in Russia: The Co-integrated VAR model approach. *International Applied Economics and Management Letters*, No 1, 37-40.
- ITO, K. (2008b). Oil price and macroeconomy in Russia. *Economics Bulletin Papers*, No 17, 1-9.
- ITO, K. (2010). The Impact of oil price volatility on macroeconomic activity in Russia. *Economic Analysis Working Papers*, No 5, 1-11.
- JOHANSEN, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2-3), 231-354.
- JOHANSEN, S. (1991). Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models. *Econometrica*, 59(6), 1551-1580.
- KÖSE, N. & BAIMAGANBETOV, S. (2015). The asymmetric impact of oil price shocks on Kazakhstan macroeconomic dynamics: A structural vector autoregression approach. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 5(4), 1058-1064.
- KWIATKOWSKI, D., PHILLIPS, P. C., SCHMIDT, P., & SHIN, Y. (1992). Testing the Null Hypothesis of Stationarity Against the Alternative of a Unit Root: How Sure Are We That Economic Time Series Have a Unit Root. *Journal of Econometrics*, 54(1- 3), 159-178.
- LIZARDO, R.A. & MOLLICK, A.V. (2010). Oil price fluctuations and U.S. dollar exchange rates. *Energy Economics*, 32(2), 399-408.
- LUTKEPOHL, H. & REIMERS, H. (1992). Impulse response analysis of cointegrated systems. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 16, 53-78.
- MEHRARA, M. & MOHAGHEGH, M. (2011). Macroeconomic dynamics in the oil exporting countries: A panel VAR study. *International Journal of Business and Social Science*, 2(21), 288-295.
- MOHAMMADI, H. & JAHAN-PARVAR, M.R. (2012). Oil price and exchange rates in oil exporting countries: Evidence from TAR and M-TAR models. *Journal of Economics and Finance*, 36(3), 766-779.

MUKHTAROV, S., MAMMADOV, J. & AHMADOV, F. (2019). The impact of oil prices on inflation: The case of Azerbaijan. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 2019, 9(4), 97-102.

OOMES, N. & KALCHEVA, K. (2007). Diagnosing Dutch Disease: Does Russia have the symptoms? *IMF Working Paper WP/07/102, International Monetary Fund, Washington*, 1-43.

PHILLIPS, P. C. B., & PERRON, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.

RAUTAVA, J. (2002). The role of oil prices and the real exchange rate in Russia's economy. *Bank of Finland, DP 3/2002*, 1-25.

SIMS, C. A. (1980). Macroeconomics and reality. *Econometrica. Discussion Paper No. 77-91*, December 1977 1-48.

SIMS, C. A., STOCK, J. H. & WATSON, M. W. (1990). Inference in Linear Time Series Models with some Unit Roots. *Econometrica*, 58, 113-144.

SOSUNOV, K. & USHAKOV, N. (2009). Determination of the real exchange rate of Ruble and assessment of long-run policy of real exchange rate targeting. *Working Paper, WP12/2009/02*, 1-34.

SPATAFORA, N. & STAVREV, E. (2003). The Equilibrium real exchange rate in a commodity exporting country: The case of Russia. *IMF Working Paper*, No. 93, 1-23.

TRANG, N.T.N., THO, T.N. & HONG, D.T. (2017). The impact of oil price on the growth, inflation, unemployment and budget deficit of Vietnam. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 7(3), 42-49.

Summary

An increase in oil prices in oil exporting countries causes a significant increase in export revenues. The increase in the export revenues due to the natural resources increases the amount of foreign currency entering the country and can stimulate an undesired boost in the value of the appreciated domestic currency. This valuation may negatively affect the economic performance of the country. Namely, with the increase in demand for imported goods that are cheaper with the appreciated domestic currency, domestic producers can find themselves in a more competitive environment with imported products and domestic production may be adversely affected. With this study, it is aimed to determine the effects of change in oil prices on economic performance in Russia under the assumption of controlling the exchange rate channel, which is known to have a direct effect on Russia's monetary and fiscal policies. To that end, quarterly oil price, exchange rate, overnight interest rate, industrial production index and consumer price index (CPI) data belonging to years between 1994 and 2018 are used to examine the effects of the change in oil prices on Russian economic performance.

In the article, three different scenarios are analyzed by using the modified Vector Autoregression (VAR) model proposed by Bernanke, Gertler and Watson (1997). The first scenario is the Standard VAR model, called the base scenario, in which oil prices without any restrictions are allowed to freely affect the exchange rate. The second scenario is the scenario that the exchange rate is closed and remained before the oil price shock period and does not respond to any variables. In the last scenario in the study, the direct effect of oil price shock is not observed in the exchange rate, but there is an indirect effect through other variables in the system. In the end, in all scenarios, the increase in oil prices positively effects industrial production, while the exchange rate, CPI and interest rate affected negatively. These reactions show that the rise in oil prices increases the value of the domestic currency and this appreciation decreases the price level. In order to ensure price stability, the Central

Bank lowers the interest rates against the decrease in exchange rates and overall price level. In the base scenario, although the interest rate shows a sudden decrease in the first periods, the stability is provided through the decrease in the appreciation of the domestic currency and price level. However, compared to alternative scenarios in which the exchange rate is closed or restricted, with the increase in oil prices, the Central Bank further reduces interest rates to keep the exchange rate stable or limited. In the beginning, the prevention of domestic currency appreciation inhibits a decrease in the overall price level. In the following periods, lower prices are observed with the interest rates not decreasing anymore and the appreciation of the domestic currency. As a result, the base scenario, with no restrictions on the exchange rate, adapts to the effect of oil price shock more rapidly and ensures stability.

İş Bölümünün Evrimi: Antik Çağdan Klasik Yönetim Düşüncesine Bir İnceleme*

Duygu TOPLU YAŞLIOĞLU**, Murat YAŞLIOĞLU***

Öz

Bu çalışmada "bir işin iki ya da daha fazla bireye dağıtılarak, bir iş bileşenleri serisi haline getirilmesi" olarak tanımlanan iş bölümü kavramı, anlamından ve kullanımından ziyade evrimsel süreci içerisinde incelenmektedir. İş bölümü kavramı antik çağlardan başlayarak klasik yönetim düşüncesine kadar çeşitli alanlar dâhilinde incelenmiş ve yorumlanmıştır. İş bölümünün sadece teknik işlerde değil, zihinsel süreçlerde de ele alınması gerektiği savunulmaktadır. Bu bakış açısı, klasik yönetim düşüncesindeki iş bölümü kavramı ile değerlendirilmiş, klasik yönetim düşünürlerinden Fayol'un ortaya attığı yönetim ilkelerinin yönetsel iş bölümü çerçevesinde şekillenmesine yol açmıştır. Bu çalışmada söz konusu olan yönetsel iş bölümü, Fayol'un iş bölümü ilkesi hariç diğer 13 yönetim ilkesinin sınıflandırılması ile oluşturulmuştur. Bu doğrultuda, iş bölümü kavramının tarihsel incelemesi yapılarak işletme yönetimi açısından öneminin vurgulanması, kavramın birçok düşünce ve akımın çıkış noktası olduğunun anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: İş Bölümü, Uzmanlaşma, Klasik Yönetim Teorisi, Yönetsel Teori, Neoklasik Teori.

Evaluation of Division of Labor: An Investigation from Archaic Times to Classical Management Thought

Abstract

Concept of division of labor defined as "distributing a job into two or more individuals, making it a series of business components" is examined in its evolutionary process rather than its meaning and usage. The concept of division of labor has been examined and interpreted in various fields from the antique ages to the classical management thought. The division of labor should be addressed not only in technical affairs, but also in cognitive processes. This point of view has been evaluated with the concept of division of labor in classical management thought, and it has led to the shaping



Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 13.12.2018

Kabul/Accepted: 21.05.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.495809>

* Bu çalışma, 9 Nisan 2018 tarihinde gerçekleşmiş olan İşletme ve Yönetim Tarihi Konferansı'nda özet olarak sunulmuştur.

** Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, E-posta: duygut@istanbul.edu.tr [ORCID https://orcid.org/0000-0002-5637-8999](https://orcid.org/0000-0002-5637-8999)

*** Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, E-posta: muratyas@istanbul.edu.tr [ORCID https://orcid.org/0000-0003-2464-5439](https://orcid.org/0000-0003-2464-5439)

of the management principles introduced by Fayol in the framework of the managerial division of labor. This managerial division of labor is formed by the classification of 13 management principles. In this direction, it is important to emphasize the importance of the division of labor in terms of business management and to understand that the concept is the starting point of many thoughts.

Keywords: Division of Labor, Specialization, Classical Management Thought, Managerial Theory, Neoclassical Theory.

1. Giriş

İnsanlığın bilinen tarihinden buyana yönetim ve organizasyon kavramları şekillenmektedir; kimi zaman daha baskın kimi zaman da ahlaka ve insan doğasına ters düşmesi nedeniyle daha çekinik olarak iş bölümü ve uzmanlaşma üzerinde durulmuştur. İş bölümü ve uzmanlaşma kavramlarını birbirlerinden ayırmak neredeyse imkânsızdır. Uzmanlaşma iş bölümünün bir sonucudur; iş bölümü ile istenen sonuç da kesin bir uzmanlaşma ve standartlaşmadır. Tanımında ve etkileri üzerinde anlamsal bir değişme olmamasına rağmen zaman içinde iş bölümü ve uzmanlaşmaya verilen önemi yönetim tarihiyle birlikte incelemek doğru olacaktır. İnsanlık tarihi kadar eski bir kavram olan iş bölümü, insanın varoluşu ile birlikte nüfusun artması ve insanlar arasındaki dayanışma dolayısıyla iş ölümü kendiliğinden ortaya çıkmıştır. İnsanın var olduğu günden itibaren kendiliğinden oluşan iş bölümü kavramının 1776 yılında Adam Smith'in ve 1893'de Emile Durkheim'in yaptığı bilimsel çalışmalarla kavram olarak ortaya konduğu iddia edilmektedir. İş bölümü kavramına ilişkin yapılmış birçok bilimsel çalışma, kavramı farklı açılardan irdelemiş olsa da üzerinde en çok durulan konu toplumsal iş bölümü ve yönetimde iş bölümüdür. Adam Smith bir iktisatçı olarak iş bölümünü ilerlemenin başlıca etmeni olarak görmekte Durkheim ise toplumda iş bölümü kavramı üzerinde durmakta ve her ikisi de iş bölümünün insanların refah ve mutluluklarını arttırmak yönünde olumlu bir faydası olduğu konusunda hemfikir görüşler bildirmektedir. Klasik yönetim düşünürleri ise insanı bir makine olarak gören bir yaklaşım içerisinde iş bölümü ve uzmanlaşmanın verimliliği arttırdığı üzerinde durmakta ancak iş bölümüne teknik, yönetsel, bürokratik açılardan yaklaşmaktadır.

2. Eski Çağlarda İş Bölümü

Yönetim ve organizasyon kavramları insanların ortaya çıkışından itibaren süregelen bir kavramdır. Tüm uygarlıklar eserlerini ortaya koyarken örgütlenme sürecinden ve yönetimden faydalanmışlardır. Tarihte iş bölümünün en eski örneklerine Sümerlilerde rastlanmaktadır. Sümerlilerde ülkenin yönetiminden sorumlu insanlar olarak görülen rahipler tarafından her iş belirli gruplara verildi. Örneğin, tarımla uğraşan bir kişinin başka bir işle uğraşması tanrıların ona verdiği yeteneklere hakaret etmesi olarak düşünülür ve cezalandırılırdı, yine aynı şekilde rahiplerin görevleri de kontrol etmeyi ve herhangi bir işe yardım etmeleri ruhani liderlikten çıkmalarına neden olur ve kirlenmiş sayılırlardı. İş bölümü ve uzmanlaşmanın en eski örneği olarak vurgulanan bu yapı beraberinde sınıf ayrılıklarını doğurmakta ve binlerce yıl sonra en çok tartışılacak olan konu olan sınıf ayrılıklarının temelini ve belki de Rönesans'ın ilk temellerini ortaya koymaktaydı. Sümerlilerden sonra iş bölümünün örnekleri Mısırlılarda görülmektedir. Nil nehrinde sulama kanallarını kurarken marangozlar, mühendisler, kazıcılar, taşıyıcılar, montajcılar iş bölümünden faydalanmışlardır. Günümüzde de halen ayakta duran ve mimarının en eski örneklerinden bilinen piramitler yapılırken taşların kazılıp çıkarılması farklı kişilerce temizlenip yontulması ve daha farklı kişilerce ve

taşınması, yerleştirilmesi, yerleşimin planlanması yapılmıştır. Tüm organizasyon için de yine bazı kişiler görevlendirilmiş, bir nevi ellerinde kâğıt ve kalemler ile işleri düzenlemişlerdir (Wren, 1972). Bugünkü yönetimin temelleri olarak sayılabilecek bu düzen yine işlerin parçalara bölünmesi ve bunların organizasyonu ile ortaya çıkmıştır.

Çin'i uzmanlaşmaya götüren sebep ise yoğun savaş baskısıdır. Orta Asya Türkleri ile olan savaşları onların askeri örgütlenmeyi çok sıkı tutmalarına neden olmuştur. Çin binlerce yıllık tarihinde gerek Türkler gerekse Moğollar tarafından ya da batıdan gelen tehditlerle sürekli baskı altında yaşamış bir toplumdur. MÖ. 500 yılında Sun Tzu tarafından yazılan "Savaş Sanatı" adlı eserde askeri açıdan uzmanlaşmanın ve iş bölümünün hayati önemi üzerinde durulmuş ve bir askeri yapının kesin çizgilerle ayrılmış, çok ufak parçalara bölünmüş işbölümlerinden oluşması gerektiği ve her iş bölümünde görevlendirilmiş askerin sadece kendi işini yapması gerektiği vurgulanmıştır (Hodgetts, 1997). Tzu, yaptığı işte çok iyi uzmanlaşan bir askerin yapacağı hata ihtimalinin neredeyse sıfır olduğunu iddia etmektedir. Bu iş bölümü ve dolayısıyla uzmanlaşma durumu katı hiyerarşik yapı ile desteklenmeli ve kontrol, örgütlenme fonksiyonları çok iyi yerine getirilmelidir (Wren, 1972). Günümüz askeri sistemleri de bu iş bölümü ve uzmanlaşma ve yine bunların doğurduğu keskin hiyerarşik kademeler üzerinden işlemekte ve yürümektedir. Sun Tzu'nun bahsettiği yapı incelendiğinde Weber'in ortaya attığı bürokrasi modeline yakınlıkların mevcudiyeti göze çarpmaktadır.

18. yüzyılın ikinci yarısında meydana gelen "sanayi devrimi" ne kadar yönetim düşüncesi esas itibariyle filozofların işi olmuş, çalışma ve ticari faaliyetlerle, yönetim ve örgüt kavramlarına ilişkin fikir ve görüşlerinden oluşmuştur. MÖ 400 yılında Plato'nun iş bölümü ile para ve pazar arasındaki ilişkiyi ortaya koymasıyla tanımlanan iş bölümü kavramı Büyük İskender'in de sınırları okyanuslara dayanan ülkesinin idaresinde ve ordusunun bölümlendirilmesinde uzmanlaşmaya büyük önem vermesine yol açmıştır (Cheng, 2004).

MÖ 400 yılında Plato bilimsel yöntemlerin uygulanması ve çalışma ahenginin önemi üzerinde durmuş, iş bölümü ile para ve pazar arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur (Nişancı, 2015). Onun görüşlerinden fazlasıyla etkilenen Büyük İskender de sınırları okyanuslara dayanan ülkesinin idaresinde ve ordusunun bölümlendirilmesinde uzmanlaşmaya büyük önem vermiştir. Büyük İskender hükümdarlığı altında (MÖ 350) görkemli örgütlere sahip olan bir devlet ortaya çıkmıştır (Cheng, 2004).

Eski Mezopotamya, Grek ve Roma medeniyetleri, politik işlerin yürütülmesinde, yolların ve binaların inşa edilmesinde, karmaşık muhasebe sistemlerinin geliştirilmesinde, idari uygulamalarda yönetim ilkeleri uygulamış ve başarılı sonuçlar elde etmiştir (Nişancı, 2015). Romalılar tarafından kurulan uygarlıkta da daha çok askeri yapıya önem veren Roma lejyonları için silah üreten yarı fabrika üretim sistemleri geliştirilmiş ve daha sonraları aynı sistemi ticari amaçla ürettikleri tekstil için de kullanmışlardır. Büyüyen ihracat sistemi beraberinde standartlaşma zorunluluğunu getirmiştir. Ayrıca savaş ihtiyaçlarını karşılamak için tarihin ilk tüzel kişiliğe sahip işletmeleri ortaya çıkmıştır (Wren, 1972). Böyle bir sistem çok iyi uzmanlaşma ve iş bölümünü beraberinde getirmekte; ustabaşı ve usta kavramına temel olan bu yapı daha sonraları feodal yapıda üretimin temeli, daha sonraları da yeniden yapılanmada işletmelerin farklılaşmasının temeli haline gelmiştir.

Roma Katolik kilisesi büyük Roma imparatorluğunun yıkılmasından sonra yönetimin merkezi haline gelmiş, eski yönetim düşüncesine önemli katkılarda bulunmuştur. Neredeyse tüm Avrupa'yı dini baskılar ile idare eden bu yapı kendi içindeki yönetimde önemli bir yapılanmaya gitmiştir. Kilisede, rahipler, papazlar ve diğer çalışanlar olarak meslek tanımlanmalarının kullanılması, herkesin görevinin açık ve kesin olması, ruhani sınıfa mensup olmayanlardan, papaya kadar uzanan bölümlendirilmiş bir idare zinciri iş bölümünün ne denli önemli olduğunu göstermektedir (Baransel, 1993).

Roma'nın yıkılmasından sonra ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve politik kaos feodal yapının oluşması için tam kıvamında bir zemin hazırlamış, Feodalizm toprağa dayalı kültürel ve ekonomik bir sistem olarak 600 yılından 1500 yılına kadar hüküm sürmüştür. İnsanların kendilerini tamamen tarıma adadıkları, toprak sahipliğine dayalı bu sistemde güçlü bir merkezi yapının olmayışı, parçalanmış bir yönetim yapısının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Zagolov, 1976). 1300-1500 yılları arasında savaş gemilerinin inşa edilmesi ve muhafaza edilmesi için inşa edilmiş olan Venedik Tersanesi'nde 1430 yıllarından itibaren tekne gövdeleri inşa edilmesi için kullanılan sistem iş bölümünün önemli örneklerinden sayılmaktadır. Venedik Tersanesi yönetiminde aşırı uzmanlaşma, fabrika işçilerinde uzmanlaşmanın yoğun bir şekilde uygulanması, kontrol kavramı, verimliliğin hesaplanması söz konusudur. Venedik Tersanesi yönetim tarihinde uluslararası düzeyde önem taşımakla birlikte genellikle akademik çalışmalarda önemi göz ardı edilmektedir (Zan, 2004; Nişancı, 2015).

3. Adam Smith ve Charles Babbage'ın İş Bölümü Üzerine Çalışmaları

Adam Smith'in fikirleri 1760 ve öncesine ait fikirler olup kendisi kurulu düzene getirdiği birçok eleştiri ile ön plana çıkmıştır (Applegate, 2003). Serbest pazar ekonomisi, rekabetçi kapitalizm, yönetimin rolü ve fonksiyonu, üretkenliğin temelleri gibi konular Adam Smith'in "iğne fabrikası" araştırması ve iş bölümü teorisinden sonra tartışılmaya başlanmıştır. Smith etkililiğın temel kaynağı olan iş bölümünü üç temelde incelemiştir (Chandra, 2004):

- İşçinin hüneri,
- Görevden göreve geçişin olmaması sonucu kazanılan vakit,
- Daha iyi teknikler, makineler ve yaratıcılık.

Smith'ten yaklaşık 50 yıl sonra Charles Babbage etkililiğe bir dördüncü maddeyi de ekleyerek Smith'in ilk başlardaki tartışmalarına atıfta bulunmuştur: maliyet düşürme. Smith bu konuya iş gücünün performansını arttırarak üretkenliğin artırılabileceğini söyleyerek değinmiş olsa da Babbage, yönetimin bilimsel anlayışı üzerinde durmuş, iş bölümü, zaman ve hareket etütleri, muhasebe uygulamaları üzerine çalışarak iş bölümünün işgücü maliyetini nasıl azaltacağı ve karlılığı nasıl artıracağını hesaplamıştır (Dumville ve Torano, 1997). Babbage, yönetimin bilimsel anlayışı üzerinde durmuş, iş bölümü, zaman ve hareket etütleri, muhasebe uygulamaları üzerine çalışmıştır. Smith'e göre iş bölümü sınırsız değildir ve pazarın genişliği ile işletmenin büyüklüğüne bağlıdır. Örneğın, bir işletme günde bir ürün üretiyorsa bu iş için bir kişi yetecekken iş ikiye çıktığında iki, üçe çıktığında üç kişi gerekecektir. Fakat işi tüm olarak bir kişinin yapmasındansa işbölümlerine ayrılırsa, bu kişiler yerine getirdikleri görevlerde uzman olacak ve işlerini en iyi, en hızlı şekilde yerlerine getireceklerdir. Sonuç olarak 500 parça iş için 500 kişi yerine sadece 5-10 kişi yetecektir (Dumville ve Torano, 1997).

İş bölümü ve uzmanlaşmanın pozitif etkileri ekonominin ve günümüzün en başta gelen varsayımlarından biridir. Olumlu etki ilk olarak Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" adlı eserinde bulunan iğne fabrikası araştırmasında ve Charles Babbage'ın "Makineleşme ve Üretim Ekonomisi" (1832) adlı kitabında incelenmiştir. Fakat Andrew West varsayımlarla yapılan bu gözlemi bir adım öteye taşıyarak flüt fabrikası üzerinde ampirik bir çalışmada bulunmuştur (West, 1999). Adam Smith "Ulusların Zenginliği" adlı kitabında 18. yüzyıl iğne üretim fabrikasında bir araştırma ve gözlem yapmıştır, daha sonra Charles Babbage iş bölümünün iğne üretim maliyetleri üzerindeki etkisini incelemiş ve araştırmayı bir adım öteye taşımıştır. Fakat varsayımlar üzerine kurulmuş bu araştırma ilk defa Andrew West tarafından araştırılmış ve ortaya konulmuştur.

Adam Smith iş bölümünü bir işin iki ya da daha fazla bireye dağıtılarak, bir iş bileşenleri serisi haline getirilmesi olarak tanımlamıştır. Bu tanım üzerinden iğne yapımını inceleyerek bileşenlerine ayırmış, azami sayıda iğne üretimini gerçekleştirmeye uğraşmıştır (Greiner 1972; Smith, 2005). Babbage, Smith'in çalışmasını bir adım daha öteye taşımış ve çıktıyı artırmanın yanında yetenek ve güçten ekonomi sağlamayı da başka bir deyişle maliyet ve karlılığı hesaba katmıştır (Babbage, 1832). Bununla birlikte Babbage, Smith'in araştırmasına; görevin gerektirdiği yetenek, görev başına ücret, görevin aldığı zaman ve işin toplam maliyeti kavramlarını da eklemiştir (West, 1999) Açıkça görülmektedir ki Smith ve Babbage'in çalışmaları iş bölümünü hem verimlilik hem de etkinlik açısından faydalarını sayısal olarak ortaya koymaktadır.

Adam Smith'in iş bölümü hakkındaki görüşleri yıllardır eleştirilmektedir. Smith "Ulusların Zenginliği"nin 1. kitabında işlerin bölümlendirilmesinin büyük faydalarından bahsederken, 5. ciltte iş bölümünün yıkıcı etkenlerinden bahsetmektedir. Smith, ilk kitabında işlerin spesifik parçalara bölünmesi ile işçilerin bu işleri yaparken tüm dikkatlerini ve heveslerini bu işlere vereceğini, böylece zaten yaradılışında olan işi en kolay ve en çabuk yapma yolunu üretme zekâsını kullanacağını iddia etmektedir. Yalnız daha sonraları değindiği nokta ise bu aşırı uzmanlaşmanın insanların yoğun ve hızlı gelişmelere uyum sağlamasını engellediğidir. Smith, iş bölümünün ileri seviyelerinde işçilerin "aptal" ve "cahil" olmalarından ve sadece tek işi yapabilecek duruma gelmelerinin rutinliğinden bahsetmeye çalışırken, bu görüşleri onu eleştirilere maruz bırakmıştır. Tek bir işte uzmanlaşmış işçi ucuz ve faydalı işgücü yaratacaktır, bu da kapitalist görüşün iştahını kabartan bir etkidir (Pavitt, 1998; Rosenberg, 1965). Daha sonraları Marx da bu görüş üzerinde çalışmalar yapmıştır (Dumville ve Torano, 1997). Kimi Smith'in bu iki farklı görüşünü yetersiz ve çelişkili bulurken, kimi ise Smith'in iki uç noktayı betimlemek istediğini düşünmekte ve aşırı uzmanlaşmanın zararlarından bahsettiğini kabul etmektedir.

Toplumsal iş bölümü kavramını ortaya koyan düşünür Emile Durkheim, dikkatini iş bölümü üzerine yoğunlaştırarak çalışmalarında sınıf çelişkisi üzerinde durmamıştır. Ancak benzer bakış açısıyla sosyolojik araştırmalar yapan Marx ise iş bölümünü; üretim, emek ya da işin teknik bir çerçeve içerisinde bölümlenmesi durumunda ortaya çıkan bir kavram olarak nitelendirmiş olup sınıf ve iş bölümünün endüstri toplumunun bir gereği olduğunu öne sürmüştür. Marx, iş bölümü ile ilgili çalışmalarında makinaların kullanımını ve makine tipi üretimden büyük ölçekli sanayiye geçiş ile ilgili görüşlerde bulunmuş, emek bölümü üzerine tartışmıştır. Smith'in yaşamış olduğu görüş karmaşasını değerlendirerek mübadele ve piyasa değerlendirme teorileri üzerinden emek bölümü hakkında açıklamalarda bulunarak, emek bölümünün toplumsal ve teknik emek bölümü olarak ayrıldığına öne sürmüştür (Narin, 2010; Marx, 1993).

3.1. Charles Babbage ve "Zihinsel İş Bölümü"

İngiliz matematikçi olan Charles Babbage'in çalışmaları onu yönetimle bağdaşan şaşırtıcı sonuçlara yönlendirmiştir. Matematiksel işlemleri hızlandırmak üzere yaratmış olduğu "fark makinesi" bugünkü bilgisayarların temelini oluşturmaktadır. Babbage'in fabrikalarda yapmış olduğu araştırmalar onu Smith'in yoluna sürüklemiş, Smith'in yapmış olduğu iğne fabrikası araştırmasını derinleştirmiş ve daha sonraları büyük değişikliklere neden olacak ilkelere ulaştırmıştır. Babbage'in ortaya koyduğu yöntemler ve sonuçlar Frederick W. Taylor'un da görüşlerine ve kendisinden sonra yeşerecek olan klasik yönetim düşüncesine temel ders teşkil etmiştir (Merrill, 1970). Frederick Taylor ve Henri Fayol, Smith ve Babbage'in ortaya koyduğu iş bölümü ve uzmanlaşma temeline dayanarak bilimsel yönetimin yöntemini bu görüşler üzerine kurmuşlardır (Wren, 1972).

Babbage'a göre iş bölümü daha hızlı ve verimlidir çünkü iş bölümü (Merrill, 1970);

- Öğrenme işi için harcanan zamandan kazandırır. Bir kişi tüm süreci öğrenmektense sürecin küçük bir parçasını öğrenirse çıraklık için geçireceği zamandan tasarruf edecektir.

- Öğrenme sürecinde heba edilen araç gereçten tasarruf ettirir. Hatalar ve denemeler sonucu harcanacak materyal ve zarar verilecek gereçler tüm süreci öğrenmede daha fazladır.

- İş arası geçişler arasındaki zaman kaybını azaltır. Bunun yanında aynı işi yapmaktan doğacak alışkanlık kas yorgunluklarını da azaltacaktır.

- Birçok sanatta ve işte araç gereç değişimi ince ayarlar ve nazik işlemler gerektirebilir. Bu da zaman ve motivasyon kaybına neden olacaktır.

- Aynı işi yapmaktan dolayı bir beceri kazandırır ki iş bölümünü uzmanlaşmaya götüren unsur da budur. Kazanılan beceriler sonucu kişi o işte uzman olacaktır.

- Bir iş tek bir kişi tarafından yapılıyorsa o kişi tüm dikkatini ve gücünü o işe yöneltecektir. Böylece iş için kullandığı araç ve gereçte yaratacağı gelişmeler için ya da işin yapılmasında bulacağı kolay ve pratik yöntemler için zihnini daha iyi yönlendirebilecektir.

Babbage, Smith'in teorilerini almış ve çeşitli yönlere geliştirmiştir. İş bölümünün zihinsel operasyonlarda da kullanılabileceğini dile getirmiş, bunun içinde "School of Bridges and Roads" direktörü G.F. Prony'nin çalışanlarını vasıflı, yarı-vasıflı ve vasıfsız olarak bölerek detaylı matematiksel tablolar hazırlaması örneğini vermiştir. Bu yöntemle Prony iyi, vasıflı matematikçilere karmaşık görevleri vermiş; aradaki seviyeleri en vasıfsız gruba ise basit, angarya fakat gerekli ufak işlemleri yaptırmıştır (Dumville ve Torano, 1997). Bu şekilde uzmanların angarya işlerle zaman harcamasını önlemiş ve zamandan tasarruf etmiştir. İş bölümünün zihinsel süreçlerde de kullanılması daha sonraları Fayol'un yönetim fonksiyonlarına ve 14 temel ilkesine ilham kaynağı olacaktır. İşte iş bölümü ile yönetim süreci bu noktada aynı yol üzerine girmektedir.

4. Klasik Yönetim Düşüncesi ve İş Bölümü

Klasik yönetim düşüncesi iki ana fikir etrafında toplanmıştır. Birincisi rutin işlerin görülmesinde insan unsurunun makinelere ek olarak nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceği, ikincisi de biçimsel organizasyon yapısının oluşturulmasıdır (Koçel, 2007). Klasik teorinin temelinde her zaman en fazlayı üretebilmek yatmaktadır, temel olan verimliliklerdir. Klasik teori insan dışındaki faktörler üzerinde durmuş ve insanı yönlendirme sonucu her işi yapabilecek bir makine olarak görmüştür ve teorinin temel hareket noktası rasyonellik olup insanın kendine söyleneni yapan ekonomik ve rasyonel düşünen bir makine olduğu varsayımıyla hareket etmektedir (Meek ve Skinner, 1973).

Klasik yönetim düşünürlerinden Taylor ve izleyenleri her zaman daha çok ve hızlı üretmek üzerinde durmuşlar, bilerek veya farkında olmadan Adam Smith ve Babbage'ın yöntemlerini takip etmişlerdir. Taylor'un dikkatini çeken en önemli husus işyerindeki verimsiz çalışma koşullarıdır, diğer bir husus ise işçilerin işlerini kendi bildikleri şekilde yapmaları ve iş usullerinin standartlaşmamış olduğudur. Bu tespitler üzerine Taylor reçetesini belirlemiş, gelişigüzel çalışma değil bilim, başıbozukluk değil ahenk ve koordinasyon, kişisellik değil yardımlaşma, düşük verim değil maksimum çıktı ve en yüksek verim için eğitimin gerekli olduğunu öne sürmüştür (Koçel, 2007). Taylor bu duruma yönelik ilk olarak işçi ve yönetim arasında iş ve sorumluluk bölümü yapılması gerektiği üzerinde durmuştur. Aslında Taylor'un "Maden Cevheri Kürekleme" deneyi Adam Smith ve Babbage'ın "iğne fabrikası" deneyinden çok farklı değildir. Taylor fikirlerini temel aldığı Smith ve Babbage gibi iş bölümlendirmesini ön planda tutmuştur.

Her iş ve bu işi oluşturan unsurların (görevler) ayrılması gerektiği görüşü üzerinde durmuş ve tüm araştırmasını bu görüş üzerinden gerçekleştirmiştir. Bölümlenmiş her görev için zaman etütleri yapmış, gereksiz tüm faaliyetleri atıp bu bölümlendirme sürecini en etkili şekilde uygulamaya koymayı başarmıştır. Açıkça görüldüğü gibi Taylor'un fikirleri Smith ve Babbage'inkinden çok farklı değildir, Taylor sadece bu fikirleri bir adım daha ileriye taşıyıp kullanılan araç gereç, standart zamanlar, standart yöntemler ile daha sistematik hale getirmiştir. Asıl olarak diğer tüm ilkeleri bu iş bölümünü en etkin biçimde çalıştırmaya yöneliktir (Applegate, 2003). Taylor yönetici kavramını da bu sebeple ortaya atmıştır, zira yönetici Taylor'a göre salt görevlendirici, emir verici ve kontrol edicidir. Taylor'un en bilinen araştırması "kömür madenleri deneyi"dir ancak Taylor'un araştırmalarının önemli bir test yeri daha bulunmaktadır; Ford otomobil fabrikası. Taylor'un ilkelerinin sıkı takipçisi olan Henry Ford, Taylor'un öngördüğü gibi işi en minik parçalarına ayırmış ve bu süreci bir üretim bandı üzerine yerleştirerek daha da hızlı ve mekanik hale getirmiştir. Fakat işleri o kadar küçük parçalara bölmüştür ki artık herhangi bir insan bile hiç bilgisi olmadan o işi yapabilecek duruma gelmiştir. Bu da işi çok sıkıcı ve monoton bir hale getirmiş, işçilerin işi bırakmasına sebep olmuş ve yenilerin de işletmeden uzak durmalarına yol açmıştır (Eren, 2008).

Henri Fayol'un görüşleri de Taylor'unkinden çok farklı değildir. Fayol "yönetel teoriyi" ve yönetimin fonksiyonlarını ortaya koyarken Taylor'un birbirinden ayrı tuttuğu yönetici ile işçi gruplarından daha çok yöneticilerin üzerinde yoğunlaşmıştır. Fayol yöneticinin sistemi yönetmesi gerektiğini savunarak organizasyonel faaliyetleri 6 ana gruba ayırmıştır. Aslında bu ayırma işi fonksiyon temelli iş bölümlendirilmesinden başka bir şey değildir. Keza bu 6 fonksiyonu da Tablo 1 de görülen, 14 ilke ile desteklemektedir. Fakat 14 ilkenin ilkinin "iş bölümü" ilkesi olması dikkat çekicidir. Fayol'a göre iş bölümü doğada mevcuttur, bu nedenle iş bölümü doğal bir kuraldır. Öte yandan Fayol iş bölümünün örgütlerin temel özelliklerinden birini teşkil ettiğini ve örgütün büyüklüğünün bir türevi olduğunu ifade etmiştir (Baransel, 1993). Fayol'a göre iş bölümü verimliliği artırmakta olup bunun başlıca nedeni de uzmanlaşmaya yol açmasıdır. İş bölümü teknik ve icra işlerde olduğu gibi yönetel faaliyetlerde de uzmanlaşmaya ve görev bölünmelerine olanak sağlamaktadır. Fayol burada ikinci "Fayol köprüsünü" kurmaktadır. Üzerinde durulması gereken asıl köprü belki de budur. Aslında bu bakış açısıyla Fayol burada Babbage'in iş bölümünün sadece teknik işlerde değil zihinsel süreçlerde de etkili olduğu görüşünü desteklemektedir. Fayol, Taylor ile birlikte ortaya koyduğu "yönetici" kavramını da iş bölümü ile harmanlayarak "klasik organizasyon" teorisine bağlamaktadır. Bugün de organizasyon ilkelerinin temeli olan bölümlere ayırma ilkesinin çıkış noktası tamamen budur (Baransel, 1993). İş bölümü hariç diğer 13 ilke incelendiğinde bu yönetel iş bölümünün yapısı, süreci ve sonuçlarına ilişkin çıkarımlar elde edilecektir. Yeni bir yaklaşım olarak; yönetel iş bölümü, iş bölümünün yapısı ile ilgili ilkeler, yönetel iş bölümünün süreci ile ilgili ilkeler, yönetel iş bölümünün sonuçları ile ilgili ilkeler şeklinde bir sınıflandırma yapıldığında daha bahsi geçen bakış açlarına daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Yönetel İş Bölümü		
Yapısal ilkeler: * Yönetim Birliği * Merkezcilik * Yetki ve sorumluluk * Hiyerarşi	Süreç ilkeleri: * Kumanda birliği * Disiplin * Adalet * Maaş ve ücretler * Genel çıkarların kişisel çıkarlara üstünlüğü	Sonuçlarla ilgili ilkeler: * Düzen * Devamlılık * İnişiyatif * Birlik ve beraberlik

Tablo 1: Fayol'un 14 ilkesinin sınıflandırılması

Yönetimde iş bölümü ilkesini yapısal ilkeler arasına koymak tüm diğer ilkelerin sebebi olan bu ilkeye bir sınıflandırma hatası yapmak olacaktır. Açıkça görüldüğü gibi herhangi bir iş bölümü olmadığında bu iş bölümünün sürdürecektir diğer 13 ilkeye de gerek kalmayacaktır. Bölümlendirilmemiş bir yapıda hiyerarşi veya merkeziyetçilikten bahsetmek anlamsız bir uğraştır. Bunların yanında Fayol, teknik işlerde Taylor'un savunduğu iş bölümü ve uzmanlaşmanın da sıkı bir taraftarı durumundadır. Bununla birlikte halen insanı bir makine olarak görme fikrinden uzak değildir. Fayol'un fikirleri de eklendiğinde, iş bölümünü teknik ve yönetsel kademede olmak üzere iki farklı yönden incelemek gerekmektedir. Yönetsel kademede iş bölümüne yönelik yapılan eleştiriler daha çok iyileştirmeye yönelik olsa da teknik iş bölümü ve uzmanlaşma üzerine yıllardır tartışmalar yapılmakta, çok farklı görüşler ortaya atılmaktadır (Baykal, 1981). Weber de ortaya koyduğu bürokrasi yaklaşımıyla Taylor ve Fayol gibi uzmanlaşmayı savunmaktadır. Bu yaklaşımın temel unsurları fonksiyonel uzmanlaşmaya dayalı, ileri derecede iş bölümü, iş bölümü sonucu çeşitli parçalara ayrılan işlerin koordinasyonu için otoritenin merkezileşmesi ve hiyerarşik bir yapıya bürünmesidir (Weber, 2004). Bu doğrultuda bürokratik idari yapının özellikleri düzenli iş bölümü, hiyerarşi, kurallar, resmiyet, liyakat esasına göre istihdam, kariyer olarak memuriyet biçiminde özetlenmiştir (Leblebici, 2008).

Bahsi geçen görüşlere belki de en yakın görüşü Luther Gulick dile getirmiştir. Gulick'e göre, belirli sayıda insan birlikte çalışıyorsa en iyi sonuç, bu kimseler arasında iş bölümü yapıldığı takdirde elde edilir (Edmund, 1972). Luther Gulick iş bölümünün örgütün temel unsurunu ve nedenini teşkil ettiğini ileri sürmektedir (Baransel, 1993). İş bölümünün nedenini de insanın öğrenme, kapasite, kabiliyet olarak sınırlı düzeyde olmasına bağlamış ve insanların sonsuz bilgi havuzundan sadece küçük bir bölümünü öğrenebileceğini belirtmiştir. Dolayısıyla iş bölümünün, çeşitli yeteneklerden daha iyi yararlanmayı mümkün kılacağını, zamandan tasarruf sağlayacağını ve uzmanlaşmanın kendine has getirileri olacağını ifade etmiştir (Gulick, 1937; Shell, 2002). İş bölümünün gerekliliğini, çalışanların yeteneklerinin ve kapasitelerinin farklı olmasına, her şeyi bilmelerine imkân olmadığına ve bir çalışanın aynı anda iki işi birden yapmasının zorluğuna dayandırmıştır. İş bölümü sayesinde zamanın etkili kullanılabilmesi, çalışanların yeteneklerinden en iyi biçimde faydalanılabileceği ve kaynakların da daha etkili kullanılabilmesi iddia edilmiştir (Leblebici, 2008). Kısacası iş bölümünün koordinasyonunun sağlanması gerektiğini bunun da ancak yapısal, süreç odaklı ve örgütsel ilkelerin uygulanmasıyla olabileceğini vurgulamıştır (Shell, 2002).

Görüldüğü gibi iş bölümü ve uzmanlaşma sadece klasiklerin kullandığı bir yapı değildir. İş bölümü toplum yaşamı kadar eski bir kavramdır. Milattan önce antik çağlardan günümüze kadar evrimleşen bu süreç klasik teoride artık yönetsel iş bölümünü de yanına alarak hem teknik hem de yönetsel iş bölümü olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmada bahsedilen kişiler ve bahsedilmeyen birçok kişi iş bölümü üzerinde durmuştur. Kimi teknik (Adam Smith), kimi toplumsal (Durkheim), kimi yönetsel (Fayol), kimi de zihinsel ve teknik (Babbage) anlamda iş bölümü üzerinde durmuştur, fakat hepsinin dile getirdiği ortak nokta iş bölümünün maliyetleri düşürücü, zamandan kazandırıcı ve verimliliği artırıcı bir olgu olduğudur (Vincent, 2004).

Tüm bu görüşler insan unsurunun ve insan ilişkilerinin ele alındığı ve önemsendiği "Neoklasik Yaklaşım"a kadar devam etmiştir. Ancak bu yaklaşımın öncülleri iş bölümünün iş tatminini azaltıcı etkilerini göz önüne almışlar, ileri derecede iş bölümünün işi monoton ve anlamsız hale getirdiğini ve çalışan psikolojik bakımdan olumsuz etkilediğini dile getirmişlerdir. Neoklasik yaklaşım ile çok küçük parçalara bölünen işin genişletilmesi ve işçilerin farklı farklı işlerde çalıştırılması iş monotonluğunun azaltılması önerilmiştir (Koçel, 2007). Neoklasik yaklaşım bu tip

önerilerde bulunmuş olduğu halde 2. dünya savaşı sırasında ileri derecede iş bölümüne ihtiyaç duyulmuştur. Hatta Taylorizme karşı olan Japonya'da bile iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri eğitim yoluyla marifetli ustalar yetiştirip, üretimi hızlandırmak, diğeri ise tüm işi gücü bırakıp iş bölümlendirmesi yardımıyla üretilebilecek maksimum sayıda silahı üretmek şeklinde olmuştur (Cranier, 1999).

Sonuç

İnsanlık tarihi kadar eski olan iş bölümü kendi içerisinde evrimleşmiş ve şekillenmiştir. Bugüne kadar iş bölümü hakkında birçok olumlu ve olumsuz eleştiride bulunulmuştur. Ancak görüş birliğine varılan husus iş bölümünün üretimi artırdığı fakat iş tatminini düşürdüğüdür. İş bölümü ile yönetim düşüncesinin evrimini birbirinden ayırmak imkânsız gibidir. Günümüzde iş bölümü yönetim, insan kaynakları ve örgütsel davranış gibi birçok bilimsel alanda kendine yer bulmuş ve inceleme konusu olmuştur. Bu çalışmada yüzyıllar önce ortaya çıkan iş bölümünün klasik örgüt yapısına kadar nasıl şekillendiği ortaya konmakta olup aynı zamanda klasik yönetim düşüncesiyle birlikte tanımlanan iş bölümü kavramı "yönetişel iş bölümü" adı altında irdelenmektedir. Elbette klasik yönetim anlayışıyla çıkan yapı da halen değişmekte ve evrimleşmektedir, önemli olan iş bölümünün zihinsel ve teknik işlerde farklı düşünmek ve yorumlamaktır. Yönetim biliminin çıkış noktasını araştırırken bu bilgiler ihmal edilemez gerçekler olarak karşımıza çıkacaktır. Elbette ki tartışmalar ve şekillenmeler yıllarca devam edecek ve iş bölümü kavramı yeni şekiller alacaktır. Bu doğrultuda gerçekleştirilecek olan yeni çalışmalar iş bölümü ve uzmanlaşmanın günümüze kadar uzanan evrimini ele alarak daha geniş bir bakış açısı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- APPLEGATE, E. (2003). Business: the ultimate resource. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Cilt 80(2), 451.
- BABBAGE, C. (1832). *On the economy of machinery and manufactures... enlarged*. Charles Knight, Londra.
- BARANSEL, A. (1993). *Çağdaş yönetim düşüncesinin evrimi*. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları. Avcıol Basın Yayın.
- BAYKAL, B. (1981). *Organizasyonların yönetimi: ilkeler ve süreçler*. Met/Er Matbaası.
- CHANDRA, R. (2004). Adam Smith, Allyn Young, and the division of labor. *Journal of Economic Issues*, Cilt 38(3), 787-805.
- CHENG, W., & YANG, X. (2004). Inframarginal analysis of division of labor: a survey. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Cilt 55(2), 137-174.
- CRAINER, S. (1999). The 75 greatest management decisions ever made. *The Journal for Quality and Participation*, Cilt 22(6), 46.
- DUMVILLE, J. C., & TORANO, F. A. (1997). Division of labor, efficient? Empirical evidence to support the argument. *SAM Advanced Management Journal*, Cilt 62(2), 16.
- EREN, E. (2008). *Yönetim ve organizasyon*. Beta Yayınları
- GREINER, L.E. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*, Cilt 50(4), 37-46.
- GULICK, L. (1937). Notes on the theory of organization. *Classics of Organization Theory*, 3.
- HODGETTS, R. M. (1997). *Yönetim: teori, süreç ve uygulama*. Çev. Çetin, C. Mutlu, E. Der Yayınları.

- KOÇEL, T. (2007). *İşletme yöneticiliği (yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış, klasik-modern-çağdaş ve güncel yaklaşımlar)*. Beta Yayınları
- LEBLEBİCİ, D. N. (2008). Yönetim bilimi açısından klasik dönemi hatırlamaya ilişkin bir çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 99-118.
- MEEK, R. L., & SKINNER, A. S. (1973). The development of Adam Smith's ideas on the division of labour. *The Economic Journal*, *Cilt 83*(332), 1094-1116.
- MERRILL, H.F. (1970). *Classics in Management*. American Management Association.
- NARİN, Ö. (2010). Technology and the division of labour in Smith and Marx: A comparative analysis. *Politik İktisat ve Adam Smith*, Proceedings of the International Conference on Political Economy (ICOPEC).
- NİŞANCI, Z.N. (2015). Geçmişten Günümüze Yönetim Düşüncesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25), 257-294.
- PAVITT, K. (1998). Technologies, products and organization in the innovating firm: what Adam Smith tells us and Joseph Schumpeter doesn't. *Industrial and Corporate change*, *Cilt 7*(3), 433-452.
- ROSENBERG, N. (1965). Adam Smith on the division of labour: two views or one?. *Economica*, *Cilt 32*(126), 127-139.
- SHELL, R. (2002). *Management of professionals, revised and expanded*. CRC Press.
- SMITH, A. (2005). From the Wealth of Nations. In *Readings in The Economics of The Division of Labor: The Classical Tradition*, 93-123.
- VINCENT, L.S. (2004). The division of labour: Is there a difference between organisation and the market. *Cambridge Journal of Economics*.
- WEBER, M. (2004). *Sosyoloji yazıları*, Çev. Taha Parla, İletişim Yayınları, 6. Baskı, İstanbul.
- WEST, A. (1999). The flute factory: an empirical measurement of the effect of the division of labor on productivity and production cost. *The American Economist*, 43(1), 82-87.
- WREN, D.A. (1972). *The evolution of management thought*. The Ronald Press Company.
- ZAGOLOV, N. (1976). *Ekonomi politiğın temelleri*. May Yayınları, İstanbul
- ZAN, L. (2004). Accounting and management discourse in proto-industrial settings: the Venice Arsenal in the turn of the 16th century. *Accounting and Business Research*, 34(2), 145-175.

Summary

The concepts of management and organization have been changed throughout the known history of humankind. Management and organization concepts are an ongoing concept since the beginning of humankind. All civilizations have benefited from the organization process and management while putting forth their works. The earliest examples of the division of labor in history are found in Sumerians. China's wars with Central Asian Turks have also caused them to keep military organization very tight. In the work entitled "Art of War" written by Sun Tzu in 500 B.C., the vital importance of specialization and division of labor has been emphasized from a military perspective, and it has also been emphasized that a military structure should be consisted of very small parts of labor divided by definite lines and that the soldiers assigned in every division should only do their own work. In the civilization established by the Romans, semi-factory production systems that produce weapons for the Roman legions, which put more emphasis on the military structure, have been developed and then the same system has also been used for the textile they

produce for commercial purposes.

Adam Smith's "needle factory" research has started to be discussed after the theory of division of labor. Smith has examined the division of labor, which is the basic source of effectiveness, on three bases; the skills of the worker, the time gained as a result of the absence of switching from task to task, better techniques, machines and creativity.

About 50 years after Smith, Charles Babbage added a fourth factor to this effectiveness, referring to Smith's early debates: cost reduction. Although Smith addressed this issue by stating that productivity can be increased by increasing the performance of the workforce, Babbage calculated how the division of labor would reduce labor costs and increase profitability. Babbage has taken Smith's work a step further, by taking into account the cost and profitability through economy from skill and labor force, in addition to improving output. As an English mathematician, the works of Babbage have led him to surprising results that are compatible with management. Babbage's research in the factories led him to Smith's path, deepening Smith's needle factory research and bringing him to principles that lead to major changes later on. Taylor and his followers have always focused on producing more and faster, following the methods of Adam Smith and Babbage intentionally or unwittingly. The most important issue that attracts Taylor's attention was the inefficient working conditions at work, another point was that the workers do their work in their own way, without any standardized work procedures. The views of Henri Fayol are not very different from Taylor's. While Fayol has put forth the "managerial theory" and the functions of management. Fayol has divided the organizational activities into six main groups, arguing that the manager should only manage the system. This point of view is now addressed in terms of both technical and managerial division of labor in classical theory. The scholars mentioned in the study and many others who were not mentioned have focused on the division of labor.

Classifying the managerial division of labor principle under the "structural principles" is a classification error since this principle is the cause of all other principles. The division of labor, which is as old as human history, has evolved and shaped in time. There have been many positive and negative criticisms about the division of labor so far. However, the consensus is that the division of labor increases production, but decreases job satisfaction. It is almost impossible to distinguish between the evolution of division of labor and the evolution of management concept. Today, the division of labor has found its place in many scientific fields such as management, human resources and organizational behavior. This study addresses the transformation of the division of labor that emerged centuries ago into the classical organizational structure. Of course, the structure of classical management approach is also changing and evolving, but what is important here is to interpret the division of labor differently in cognitive and technical works. When investigating the starting point of management science, this information will emerge as non-negligible facts. Of course, discussions and its evolution will continue for years, and the concept of division of labor will take new forms. The new studies to be conducted in this direction will provide a broader perspective by addressing the evolution of the specialization and division of labor up to the present day.

Sınıflarda Travma Yaşantısı Olan Öğrenciler için Önleyici Bir Tedbir Olarak *Tetikleyici Uyarısı* Kullanımı

Berk Efe ALTINAL*

Öz

Tetikleyici kavramı, travma yaşamış kişilerde kişiyi zihninde travmanın yaşandığı anın anısına geri götüren uyarıları ifade eder. Eğitim ortamlarında, travma yaşantısı olan kişileri bu uyarıların ortaya çıkarabileceği olumsuz deneyimlerden korumak ya da bu uyarılara maruz kalıp kalmamak konusunda karar noktasında kontrol sahibi olabilmelerini kolaylaştırmak adına tetikleyici uyarılarının kullanılması gerektiği öne sürülmektedir. Bu çalışmada tetikleyici uyarılarıyla ilgili alan yazın ve tartışmalar örneklerle incelenmiştir. Yapılan incelemede "tetikleyici uyarıları" üzerine oluşan literatürde "tetikleyici" ve "travma" kavramlarının psikoloji literatüründe kullanıldığından daha farklı ve daha geniş bir anlamda kullanıldığı görülmüştür. Alandaki az sayıda görgül çalışma incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı Türkçe yazılı materyal üreten ve eğitim veren kurumları ve kişileri kavramla tanıştırmak ve ileride yapılabilecek yerel görgül çalışmalar için zemin hazırlamaktır.

Anahtar Kelimeler: Travma, Tetikleyici Uyarısı, Mikroagresyon, Eğitim Psikolojisi, Travma Sonrası Stres Bozukluğu

The Use of *Trigger Warnings* in Classrooms as a Precaution for Trauma-exposed Students

Abstract

The concept "trigger" refers to stimuli that might lead the person who has experienced trauma to recall a previous traumatic memory. It has been suggested that, in educational environments, "trigger warnings" should be used to protect people who have been through traumatic experiences from the triggering stimuli and to make it easier for the traumatized person to have control over the decision to be exposed to the triggering stimuli. In this study; the literature and the discussions about "trigger warnings" have been examined with examples. It has been observed that the concepts of "trigger" and "trauma" are used in a different and wider meaning in the literature on "trigger warnings", compared to the usage in standard terminology of psychology. Small number of empirical research on "trigger warnings" has been examined. The purpose of this study is to introduce the concepts to the individuals and the institutions that give education and



Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 01.02.2018

Kabul/Accepted: 20.05.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbdt.388149>

* Öğr. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, Çocuk Gelişimi (İngilizce) Programı, İstanbul, Türkiye, E-posta: bealtinal@gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-6987-8012>

produce literature in Turkish, and also to provide a groundwork for future empirical studies.

Keywords: Trauma, Trigger Warnings, Microaggressions, Educational Psychology, PTSD

Giriş

Tetikleyici kavramı, travma sonrası stres bozukluğu olan bireylerde kişiyi zihninde travmanın yaşandığı anın anısına geri götüren uyarıları ifade eder (Colbert, 2017). Tetikleyici ipucu birçok formda olabilmektedir, örneğin travmatik bir kasırga sonrasında rüzgârlı bir hava ya da fiziksel bir saldırı sonrası saldırganı anımsatan görünümde bir kişi tetikleyici uyarın etkisi yaratabilir (Amerikan Psikiyatri Birliği [APA], 2013; 275)

Tetikleyici uyarın, cinsel taciz failinin giydiği kıyafetteki bir simge ya da olayı hatırlatan bir yüz ifadesi gibi görsel bir uyarın olabileceği gibi karanlık, kapı çarpması, sigara dumanı vs. gibi çevresel bir uyarın da olabilir. Tetikleyici uyarınlar arasında sözel uyarınlar da vardır; bazı kelimeler ya da ifade etme biçimleri tetikleyici unsur olabilmektedir. Bunların yanı sıra, bedensel bazı tepkiler de tetikleyici işlevi görebilir, sözgelimi baş travması içeren travmatize edici bir yaşantı sonrasında baş dönmesi hissi tetikleyici işlevi görebilir (APA, 2013; 275)

Geçtiğimiz yıllarda travma yaşantısı olan kişileri bu uyarınların ortaya çıkarabileceği olumsuz deneyimlerden korumak ya da bu uyarınlara maruz kalıp kalmamak konusunda karar noktasında kontrol sahibi olabilmelerini kolaylaştırmak adına tetikleyici uyarınlarının kullanılması gerektiği öne sürülmüştür (Colbert, 2017).

Bu çalışmada travma sonrası stres bozukluğu kavramı açıklanacak, tetikleyici uyarıları ile ilgili tartışmaya değinilecek, arkasından eğitim ortamında tetikleyici uyarınlarının kullanımı ve bu kullanımın gerekliliği ve etkililiği konusunda yapılan güncel çalışmalar gözden geçirilecektir. Böylece Türkçe yazılı materyal üreten ve eğitim veren kurum ve kişiler kavramla tanıştırlacak ve ileride yapılabilecek yerel çalışmalar için de zemin hazırlanacaktır.

Travma Kavramı ve Travma Sonrası Stres Bozukluğu

Travma sonrası stres bozukluğu kavramı, ilk olarak Amerikan Psikiyatri Birliği'nin 1980 yılında yayınladığı *Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı*'nın 3. Baskısında (DSM-III) tanımlanış olsa da, çok eski dönemlerden itibaren savaşa katılan askerler için "nostalji", savaş nevrozu, savaş yorgunluğu gibi bu kavramların işaret ettiği durum günümüzde travma sonrası stres bozukluğu kavramıyla işaret edilen duruma benzerlikler taşır (Colbert, 2017).

Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı'nın güncel 5. baskısında travma sonrası stres bozukluğu, kişinin kendi yaşadığı, tanık olduğu, bir yakınının başına geldiğini öğrendiği ya da tekrar tekrar maruz kaldığı, ölüm, ölüm tehdidi, ciddi yaralanma ya da cinsel şiddet olaylarının ardından, bir aydan daha uzun süre boyunca ilgili olay anına sürekli zihinsel olarak geri dönmesi, olumsuz anıları istem dışı hatırlaması, olaya dair tekrar eden kâbuslar görmesi, olayı anımsatan uyarınların etkisiyle yoğun stres ve fizyolojik tepkiler vermesi şeklinde tanımlanmaktadır (APA, 2013; 271).

Bu tanıyı gündeme getiren vakalar ilk etapta Vietnam savaşında görev almış ve bu esnada travmatize edici deneyimler yaşamış Amerika Birleşik Devletleri askerleri olduğundan, travma sonrası stres bozukluğu salt savaş ve askeri yaşamla ilişkili bir durum olarak algılanabilmektedir. Travma sonrası stres bozukluğu gerçekten de yaygın

olarak askerler, polisler, itfaiye görevlileri, tıbbi acil servis çalışanları gibi meslekleri gereği travmatize edici olaylarla karşılaşma olasılıkları yüksek olan kişiler arasında yaygın olarak görülmektedir (APA, 2013; 276). Ancak savaş ve askeri çatışmaların yanı sıra, tecavüz ve cinsel taciz, etnik veya politik motivasyonlarla tutsaklık ve soykırım gibi durumların ardından hayatta kalan kişiler arasında da travma sonrası stres bozukluğu sıklıkla görülmektedir (APA, 2013; 276).

Colbert (2017), ABD’de yaşayan her altı kadından birinin tecavüz yaşantısı olduğuna ve travma sonrası stres bozukluğunun tecavüz sonrası hayatta kalan kişilerde yoğun olarak görüldüğüne dikkat çekmekte, tetikleyici uyarıları ile ilgili taleplerde tecavüz konusunun ön plana çıkmasının bu durumla bağlantılı olduğunu öne sürmektedir.

Tetikleyici Uyarılarının Tarihi ve Kullanım Amacı

Tetikleyici uyarıları ilk olarak internet üzerinden yayın yapan feminist yayınlarda ve çevrimiçi forumlarda, cinsel taciz, tecavüz, saldırı ve benzeri olayları yaşamış ya da bunlara şahit olmuş okuyucuları travma sonrası stres bozukluğu belirtilerini tetikleyebilecek, kötü hissettirebilecek ya da başka güçlü duygusal tepkilere sebep olabilecek içeriklerle ilgili uyarmak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır (Schmidt, 2015).

İnternet üzerinde yayın yapan sitelerde başlayan bu uyarı geleneği daha sonra başta üniversiteler olmak üzere başka alanlara da taşınmıştır. 2015 yılında ABD’de pek çok üniversitede öğrenciler ders materyallerinde, konuşmalarda, ders müfredatlarında ve katılmanın müfredat gereği gerekli tutulduğu her türlü ortamda öğrencilerin olumsuz duygusal tepkilere sebep olabilecek içerikle ilgili olarak uyarılmasını talep etmeye başlamıştır. Bunun yanı sıra öğrenciler, stres ve olumsuz duygular yaratabilecek içerik ve fikirlerden muaf tutulmayı da talep etmiştir (Lukianoff & Haidt, 2015; Shulevitz, 2015). Bu taleplerde öğrenciler tarafından stres ve olumsuz duygular yaratabileceği öne sürülmüş içerik ve fikirler arasında tecavüz; fiziksel, duygusal ve cinsel istismar; çocuk istismarı; kendine yönelik zarar davranışları; yeme bozuklukları; yasal, yasadışı ve psikiyatrik ilaç kullanımı; intihar; savaş görüntüleri; cinsel ilişkide rıza konusunda tartışmalar; hamilelik ve çocuk doğurma; ırklar; işsizlik; çok kültürlülük gibi konular yer almaktadır. (Robbins, 2016) Ayrıca "tetikleyici" ifadesinin kendisinin silahlarla, askeri yaşantılarla ve savaşla ilgili travma deneyimi olan kişilerde travma sonrası stres bozukluğu semptomlarını uyandırabileceği düşünülerek "tetikleyici uyarısı" ifadesinin yerine "içerik uyarısı" ifadesinin kullanılması gerektiği de öne sürülmüştür (Colbert, 2017)

Yukarıda listelenen konularla ilişkili olarak dile getirilen "Hangi ülkeden geliyorsun?" ya da "Bence bir işi kim hak ediyorsa o kazanmalı" gibi ifadelerin bir kısmı mikroagresyon olarak görüldüğünden gücendirici, incitici ve stres yaratıcı oldukları öne sürülmektedir. Mikroagresyon kavramı 1970’li yıllarda Harvard üniversitesinden Chester M. Pierce tarafından ortaya atılmış olsa da yakın zamanlarda Columbia Üniversitesi profesörü Derald Wing Sue tarafından yeniden gündeme getirilmiş ve ardından yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. (Robbins, 2016) Sue, mikroagresyon kavramını şöyle tanımlar:

"Mikroagresyonlar, zamanla üst üste eklenerek biriken kısa, güç algılanan ve çoğunlukla bilinçdışı sözel hakaretler, düşmanca, ırkçı, cinsiyetçi, homofobik ya da başka içeriklerdeki hakaretleri ileten eylemler ya da aşağılama içeren mesajlardır." (Sue, 2010)

Mikroagresyon içeren ifadeler ilk etapta herhangi bir ayrımcılık, aşağılama ya da başka bir incitici unsur içermiyor gibi görünse de içeriğinde bilinçli ya da bilinçsiz bir biçimde ayrımcı ya da aşağılayıcı bir yön bulunmakta, bunlar sürekli olarak tekrarlanmakta ve kişi üzerinde bir noktadan sonra göz ardı edilemez biçimde incitici hale gelmekte ve olumsuz hisler uyandırmaktadır. Ross-Sheriff (2012),

mikroagresyonların kasti, aleni ya da sürekli tekrarlanan bir yapıda olmadığına dahi incitici etkiye sahip olabileceklerini öne sürmüştür.

Tetikleyici uyarıları kimi üniversitelerde öğretim üyeleri tarafından gönüllü olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kimi üniversiteler ise öğretim üyelerine bu tarz uyarıları yapmaları konusunda öneride bulunmaktadır. Örneğin Amerika Birleşik Devletlerinde Oberlin Üniversitesi böyle bir öneride bulunmuş fakat daha sonra gelen eleştiriler ve özellikle üniversitedeki öğretim üyelerinden gelen itirazlardan sonra bu önerisini geri çekmiştir. Öneri metninde öğretim üyelerine tetikleyicilerin ne olduğunu anlamaları, bu tarz içeriklerle ilgili öğrencileri uyarmaları ve eğer cinsel tacizle ilgili ya da herhangi bir imtiyaz ve ayrımcılıkla ilgili tetikleyici olabilecek bir içerik dersin konusu ve öğrenim hedefleri ile doğrudan ilgili değilse ya da başka bir materyal ile ikame edilebiliyorsa materyali kullanmaktan vazgeçmeleri önerilmiştir. Metinde ayrıca tetikleyici uyarılarının derste nasıl söze döküleceğine dair birkaç örnek bulunmaktadır. Bunlar şu şekildedir:

• "Bu film hakaret ve hatta fiziksel şiddet formunda ırkçılık içeren sahnelere sahiptir, ancak bu filmin amacının ırkçılığı ifşa etme ve ırkçılığa karşı çıkma olduğunu düşünüyorum ve bu yüzden bu film bizim konumuz için önemli."

• "Bu yapıtı yazarın ırkçı bakış açısına rağmen okuyoruz çünkü bu çalışma antropolojinin temel kurucu eserlerinden biridir ve bence kitabın savlarına karşı çıkabilir, onu yapısökümüne uğratabilir ve yazarın hatalarından dersler çıkarabiliriz."

• "Bu belgesel heteroseksizme önemli bir şekilde karşı çıkıyor ve konuyu burada tartışmamız hayati önem taşıyor. Bence bu belgeseli izlemenin ve tartışmanın kendimizdeki heteroseksizmi sorgulama noktasında bize faydası dokunabilir."

Tetikleyici uyarılarına bir başka örnek Hostos Üniversitesinde tarih dersleri veren Angus Johnston'un (2014) kullandığı metin olabilir:

"Ders İçerik Notu: Bu dönem zaman zaman oldukça rahatsızlık verici, hatta kimi öğrenciler tarafından travmatik olarak değerlendirilebilecek bazı tarihsel olayları tartışıyor olacağız. Bu tartışmalar esnasında dışarı çıkmak ister ya da kısa süreliğine mola vermek isterseniz herhangi bir akademik yaptırım olmadan bunu yapabilirsiniz. (Ancak kaçırdığınız materyallerle ilgili sınavda sorumlu tutulacaksınız. Eğer derslikten uzun süreliğine ayrılırsanız, lütfen bir başka öğrenci arkadaşınızdan ders notlarını edinin ya da benimle görüşün). Eğer ders materyaline ilişkin kişisel tepkilerinizi tartışmak isterseniz gerek sınıf içinde gerekse özel olarak bu tarz tartışmalar gerçekleştirmeyi ders için uygun bir çalışma olarak değerlendirerek hoş karşılamaktayım." (Johnston, 2014)

Tetikleyici uyarılarında amaç travma sonrası stres bozukluğu yaşayan öğrenciyi ders materyallerinden uzaklaştırmak ve bazı materyalleri okumamak ya da çalışmamak için bir bahane sunmak değil, söz konusu öğrenciyi gereksiz bir tetiklenmeden korumak ya da eğer materyali kullanması gerekiyorsa önceden kendini hazırlamasını sağlamaktır. Örneğin Cornell Üniversitesinde Felsefe dersleri veren Manne (2015) derslerde tetikleyici olabileceğini tahmin ettiği içeriklerden önce konuyla ilgili uyarıda bulunarak incinebilir öğrencilere kendilerini hazırlama imkânı sunduğunu öne sürmektedir. Öğrenci materyalle hazırlıksız bir şekilde yüzleşmek yerine anksiyeteye başa çıkmakta etkili olduğu bilinen yöntemleri kullanarak ve hatta belki de bir psikiyatrist tarafından reçetelendirilmiş bir sakinleştirici kullanarak kendini materyale hazırlayacak, böylece potansiyel bir panik atak ya da benzeri bir kriz durumundan kendini sakınmış olacaktır.

Tetikleyici Uyarılarının Kullanım Sıklığı

2015 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Sansüre Karşı Ulusal Koalisyon'un yaptığı (ancak bir hakem kurulunun gözetiminden geçmemiş) anket çalışmasında öğretim üyelerinin sadece %12'sinin tetikleyici uyarılarını düzenli olarak kullanıldığı ve ankete katılan öğretim üyelerinin önemli bir kısmının öğrencilerinden bu konuda herhangi bir talep almadığı (%85) ya da birkaç kez talep aldıkları (%13) bulgulanmıştır. Bu ankete katılan öğretim üyelerinin %45'i tetikleyici uyarılarının öğretim üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğu ve %63'ü akademik özgürlüğü olumsuz etkilediği yönünde görüş bildirmiştir. (NCAC, 2015).

İntihar, yeme bozukluğu, cinsel taciz gibi bir dizi tetikleyici olabileceği öne sürülen unsuru ders konusu olarak içeren Anormal Davranışlar dersini veren öğretim üyeleri üzerinde yapılan bir çalışmada ise öğretim üyelerinin travma sonrası stres bozukluğu semptomlarını tetikleyebilecek içeriklerle ilgili öğrencileri uyarma gereği duymadıklarını ve çoğunlukla tetikleyici uyarıları konusunda nötr ya da negatif bir tutuma sahip oldukları bulgulanmıştır (Boysen, Wells, Dawson, 2016).

Tetikleyici Uyarısı Kullanımına Yönelik İtirazlar

Tetikleyici uyarılarına ilişkin talep pek çok üniversite öğretim üyesi tarafından şüphe ile karşılanmaktadır. Sözelimi Amerikan Üniversite Profesörleri Derneği (AAUP) 2014 yılında yayınladığı *Tetikleyici Uyarıları Hakkında* başlıklı metinde tetikleyici uyarılarının zorunlu tutulmasının ya da önerilmesinin ders içi materyallere ve öğretim tekniklerine müdahale olacağı ve bunun da akademik özgürlükleri kısıtlayacağı öne sürülmüş, ders ortamının öğrencileri zorlayıcı değil koruyucu bir ortam olması gerektiği iddiasını anti-entelektüel ve çocuklaştırıcı olmakla itham etmiştir. Metinde, tetikleyici uyarılarının gönüllü olarak kullanılmasının da bir dizi probleme yol açacağı savunulmuştur:

"Bu tarz tetikleyici uyarıları istisnai kişisel deneyimlerden kaynaklanan travma ile bütün bir grubu etkilemesi beklenen travmayı birbirine karıştırmakta ve bireylerin belli bazı içeriklere olumsuz tepki vereceklerini varsaymaktadır. Tetikleyici uyarısı öğrencinin yükümlü olduğu bir metni okumasına yol açabileceği gibi metnin tek bir yönüne odaklanmalarını ve metne başka bir tepki vermelerini engelliyerek öğrencilerin normalde vermeyecekleri tepkileri ortaya çıkarabilir."(AAUP, 2014)

Kanada Üniversite Öğretmenleri Birliği ise tetikleyiciler ile rahatsızlık verici konuların birbirine karıştırılmaması gerektiği uyarısını yapmakla birlikte, öğrencilerin derslerde zaman zaman rahatsız edici uyarılarla karşılaşabileceğini ve buna hazırlıklı olmaları gerektiğini, çeşitli uyarılardan dolayı travma sonrası stres bozukluğu semptomları tetiklenen öğrencilerin ise tıbbi destek almaya yönlendirilmeleri gerektiğini savunmuştur (CAUT, 2015).

Tetikleyici uyarılarına getirilen başka bir eleştiri ise travma sonrası stres bozukluğu terapilerinde kullanılan maruz bırakma yöntemi üzerinden getirilmiştir. Bu yöntemde travma sonrası stres bozukluğu, fobi ya da panik atak yaşayan kişi kontrollü bir ortamda aşamalı olarak tetikleyici uyarılara maruz bırakılır. Bu yöntemin etkililiği kapsamlı çalışmalarla gösterilmiştir. *Remembering Trauma* kitabının yazarı psikoloji profesörü Richard J. McNally (2016), tetikleyici uyarılarının kişiyi tetikleyici uyarıdan sürekli koruyarak bu uyarılarla etkileşime girmesinin önünde bir engel teşkil ettiği ve bunun terapilerde amaçlarının tam tersi olduğunu öne sürmüştür.

McNally'nin (2016) bu itirazı terapi ortamının dinamikleri ile ders ortamının dinamikleri birbirinden farklı olduğunu göz ardı ettiği yönünde eleştirilmiştir. Manne'ye (2015) göre kişi terapiye kendi isteğiyle yardım alma amacı güderek gider ve terapide

belli yüzleşmeler ya da sıkıntılar yaşayabileceğini kabul ederek yaşanacaklara rıza verir, tüm bu sıkıntı verici süreç boyunca ruh sağlığı profesyonellerinin gözetiminde olacak, gerektiğinde ruhsal ve tıbbi yardım alabilecektir. Dahası kişi tetikleyici uyarılarla, travma sonrası anksiyeteyi iyileştirmek amacıyla kontrollü bir biçimde aşamalı olarak yüzleştirilecek, sistematik olarak uyarana karşı duyarsızlaşması sağlanacaktır. Bu durum kişinin sınıfı geçmesi ve yüksek bir not ortalaması tutturmak için ders içi materyallere odaklanmak zorunda olduğu ve karşısına beklemediği bir anda tetikleyici bir uyarının çıktığı bir ortamdan tamamıyla farklıdır. Kişinin tetikleyici uyarılarla ilgili olarak uyarıldığı, kendisini bu uyarılara hazırlamasına müsaade edildiği kontrollü bir ortam tetikleyici stresörün etki şiddetini azaltabileceği gibi, böyle bir ortam terapi ortamına daha yakın olacaktır. Yukarıda da belirtildiği gibi tetikleyici uyarısının amacı kişiyi tetikleyici olabilecek uyarandan sakınmak değil, bu uyarana etkileşime girmeden önce kendisini hazırlaması için uygun ortam sağlamak ve kişinin karşılaşacağı içerik üzerindeki kontrolünü arttırmaktır (Manne, 2015).

Travma ve Tetiklenme Kavramlarının Çerçevesini Belirlemek

Yukarıda değinilen tartışmalarda vurgulanması gereken bir nokta hem tetikleyici uyarısıyla ilgili taleplerde bulunan öğrencilerin, hem de konuyla ilgili düzenlemeler öneren ya da karşı çıkan açıklamalarda bulunan öğretim üyelerinin travma ve tetikleyici kavramlarını psikolojide kullanıldığından daha geniş bir manada ve oldukça serbest bir biçimde kullandıklarıdır. Tetikleyici kavramı, kişide rahatsızlık uyandıran, herhangi bir negatif his uyandıran konu, görüntü, ifade ya da tartışma için kullanılmıştır (Carter, 2015). Yukarıda da ele alındığı gibi Kanada Üniversite Öğretmenleri Birliği bu noktaya dikkat çekerken, travma sonrası stres bozukluğu yaşayan öğrenciler için psikiyatrik yardıma vurgu yapmış, psikolog McNally (2016) de benzer bir beyanda bulunmuştur.

Carter (2015) ise bu bakış açısında bir dizi problem olduğunu iddia eder. Carter'a göre tetiklenme deneyimi kişiyi travma anına geri götürerek ve yeniden travmatize ederek kişinin bilgiye ve tartışmaya erişimini engeller. Bu durum bir engellilik durumu olarak ele alınmalı ve sınıf ortamı erişilebilirlik bakış açısından düzenlenmelidir. "Travma sonrası stres bozukluğu yaşayan öğrenciler tıbbi yardım almaya gönderilmelidir" şeklindeki yaklaşımlar mevzuu kişisel düzleme indirgeyerek sorunun toplumsal boyutunu yok saymakta ve erişilebilirlikle ilgili mevzuu kişisel psikiyatrik rahatsızlık mevzusuna dönüştürmektedir Carter (2015), Ulusal Eğitim İstatistik Merkezi'nin raporlarına dikkat çekerek psikiyatrik engeli olan öğrencilerin okulu bırakma oranlarının diğer tüm gruplardan daha yüksek olduğunu, okulu bırakma sebepleri arasında "zihinsel hastalıklar"ın %56.1, "ciddi duygusal rahatsızlıklar"ın ise %23.6 oranlarında olduğunu vurgulamaktadır. Dahası, öğrencilerin bu sorunlarla ilgili yardım almalarının önünde çeşitli engeller bulunmaktadır: ifşa olma korkusu (%24), bu hizmetleri alabileceği konusunda bilgisizlik (%19), stigmatizasyon (damgalanma) endişesi (%19) ve bu hizmetlerin sunulmuyor olması (%16) (Collins & Mowbray, 2005). Carter'a (2015) göre üniversitelerde hâlihazırda engellilere ve psikiyatrik engellere yönelik bir ayrımcılık söz konusudur ve erişilebilirlikle ilgili taleplerin "akademik özgürlükler" sebep gösterilerek reddedilmesi ve tetikleyici uyarılarla ilgili problem yaşayan öğrencilerin ders materyallerinden kaçmaya çalışan aşırı hassas ve "çocuksu" kişiler olarak gösterilmesinin bu ayrımcılığın bir parçasıdır.

Dahası, travmaya sebep olan yaşantılar her ne kadar kişilerin başına tesadüfen geliyor gibi görünse de, cinsel taciz, tecavüz, fiziksel şiddete maruz kalma, savaş deneyimleri ve benzeri travma yaratan olaylara maruz kalmanın ırkla, cinsiyetle ve toplumsal cinsiyetle, cinsel yönelim ve cinsel kimliklerle, ekonomik sınıfla ve diğer toplumsal kimlik ve tabakalarla alakalı olduğu göz ardı edilemez. Bu sebeple Carter'a

(2015) göre, çeşitli toplumsal arka planlardan gelen öğrencilerin mevcut olduğu sınıflarda bu kişilerin yaşamış olabilecekleri travmatik olayları ve bunların daha sonra sebep olduğu zihinsel ve fiziksel etkileri ve acıları göz ardı etmek engellilere yönelik ayrımcılığın yanı sıra ırkçılıkla, cinsiyetçilikle, hetero-cis-seksizmle ve sınıfsal ayrımcılıkla da alakalı olarak düşünölmelidir.

Tetikleyici Uyarıları: Görgöl Çalışmalar

Tetikleyici uyarılarının çevrimiçi medyada kullanımının yaygınlaşması ve konunun üniversiteler dâhilinde tartışılıyor olması konu üzerine görgöl bazı çalışmalar yapılmasının da önünü açmıştır. Tetikleyici uyarılarının etkilerine ve işlevselliğine dair sınırlı sayıda görgöl çalışma bulunmakla beraber, bu konu üzerine alan yazın karmaşık sonuçlara sahiptir.

Bellet, Jones ve McNally (2018) tetikleyici uyarılarının, bu uyarıları alan kişilerin strese sebep olabilecek uyarılara karşı dirençliliği üzerine bir çalışma yürütmüşlerdir. Bu çalışmada, travma geçmişi olmayan katılımcılardan dünya edebiyatından okuyan kişide strese sebep olacağı öngörölen pasajlar okumaları istenmiş, kontrol grubuna pasajdan önce herhangi bir uyarı verilmezken, deney grubuna okuyacakları metnin öncesinde içerikle ilgili bir tetikleyici uyarısı verilmiştir. Katılımcılara bunların yanı sıra takiben düşük miktarda stres yaratacağı öngörölen birer metin daha okutulmuştur. Katılımcıların stres seviyeleri ve psikolojik dayanıklılık inançları ölçölmüştür. Bulgular, tetikleyici uyarıların strese sebep olabilecek metinlere ve okutulan daha az stres sebebi olabilecek metinlere yönelik kaygı tepkileri üzerinde anlamlı bir etkileri olmadığı yönündedir. Ancak tetikleyici uyarıları, kelimelerin bireyler üzerinde hasar bırakabileceğı yönünde güçlü inançlara sahip katılımcılarda stres yaratabilecek metinlere yönelik anlık kaygı tepkilerini arttırmıştır. Öte yandan, tetikleyici uyarıları, katılımcıların kendilerinin ve başka insanların travmatize edici bir deneyimden sonra psikolojik olarak hasar almaya daha açık olarak algulama seviyelerini arttırmıştır.

Bellet ve diğerleri (2020) aynı dizaynı travma geçmişi olmayan üniversite öğrencileri ile tekrarlamıştır. Bu çalışmada tetikleyici uyarılarının stres seviyeleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı bulgusu yeniden elde edilmiştir; ancak kelimelerin bireyler üzerinde hasar bırakabileceğı yönünde güçlü inançlara sahip katılımcıların tetikleyici uyarısı sonrasında stres yaratabilecek metinlere yönelik anlık kaygı tepkilerinin arttığına yönelik bulgu bu çalışmada tekrarlanamamıştır. Her iki çalışmada da, tetikleyici uyarılarının, travma geçmişi olmayan kişilerde kaygı tepkilerinin azalmasını sağladığı yönündeki iddiayı doğrulamayan bulgular ortaya çıkmıştır.

Gainsburg ve Earl (2018) ise tetikleyici uyarılarını bir kişilerarası duygu kontrolü aracı olarak ele almaktadır; buna göre, tetikleyici uyarısı vermek başkalarının gelecekteki duygusal tepkilerini öngörerek, ortaya çıkabilecek olumsuzlukları azaltma stratejisidir. Çalışmada, tetikleyici uyarılarının katılımcıların negatif duygulanım beklentilerini arttırdığı ve uyarı aldıktan sonra takip eden yazıdan ya da videodan kaçınma olasılıklarının yükseldiğı bulgulanmıştır. Öte yandan, kontrol grubu ile karşılaştırıldığında, tetikleyici uyarısı alan kişilerin makaleyi okuduktan sonra daha düşük seviyede negatif duygulanım beyan ettikleri görölmüştür. Tetikleyici uyarılarının bireyleri koruyabildiğı inancına sahip olan kişilerde metni okuduktan sonra ortaya çıkan negatif duygulanım daha azdır ve metinden kaçınma olasılığı daha yüksektir.

Bridgland, Green, Oulton ve Takarangi'nin (2019) araştırması önceleme etkisi (Collins & Loftus, 1975; Baumgartner & Wirth, 2012; Janiszewski & Wyer, 2014) üzerine çalışmalara dayanmaktadır; bu sebeple strese sebep olacağı öngörölen uyarılar yerine belirsiz ve yoruma açık görseller uyarı olarak kullanılmıştır. Çalışmada, tetikleyici uyarılarının görsellere bakmadan önce yaşanan kaygıyı, negatif duygulanımı ve olumsuz

beklentileri arttırdığı bulgulanmıştır. Bu bulgular, tetikleyici uyarılarının önceleme etkisine sebep oldukları ve bireyleri olumsuz bir uyarana dair beklentiye soktukları yönündeki hipotezi doğrulamıştır. Ancak tetikleyici uyarısının görsellere bakıldıktan sonra uyarılma seviyeleri üzerinde küçük bir miktar olumsuz etkisi ölçülmüş olsa da bu etki anlamlı seviyede değildir. Araştırmacılar, tetikleyici uyarılarının bu uyarıyı alan bireylerde kaygıya sebep olmadığı ancak kaygıyı azaltacak bir etkiye de sahip olmadığı sonucuna varmışlardır. Öte yandan, çalışmada tetikleyici uyarısı katılımcılara sunulduğunda, katılımcılardan bir kısmı deneye devam etmeme kararı vermiştir. Tetikleyici uyarısı verilmeyen kontrol grubu ile karşılaştırıldığında aynı süre içinde deneyi tamamlamadan bırakma oranı anlamlı seviyededir. Bu da, strese sebep olabilecek uyarılara karşı kendisini korumak isteyen bireylerin bu uyarılardan uzak durmak için tetikleyici uyarılarını kullanabildiklerini gösteren bir bulgu olarak yorumlanmıştır.

Sanson, Strange ve Gary (2019) ise tetikleyici uyarılarının kişileri stresten ve olumsuz etkilerden korumadığı ancak stres ve kaygının anlamlı miktarda artmasına da sebep olmadığını bulgulanmıştır. Katılımcılar, tetiklenme uyarısı aldıkları ve almadıkları koşullarda kendilerine sunulan içeriklerden aynı şekilde etkilenmiş, deneyimledikleri negatif duygulanımlar anlamlı miktarda farklılaşmamıştır.

Boysen, Isaacs, Tretter ve Markowski'nin (2019) araştırmasında, cinsel saldırı ve intihar konularındaki derslerde tetikleyici uyarısı kullanımı konu edinilmiştir. Araştırmanın bulguları tetikleyici uyarılarının, derslerde ortaya çıkan duygulanım üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, derslerden önce tetikleyici uyarısı verildiği koşulda, bu konu konuşulmadan önce böyle bir uyarının verilmesinin gerekli olduğu yönündeki inançta artış görülmüştür.

Jones, Bellet ve McNally'nin (basım aşamasında) çalışmaları ise travma yaşantısı olan ya da travma sonrası stres bozukluğu tanısı almış olan bir örnekleme çalışılıyor olması bakımından önceki çalışmalardan ayrılmaktadır. Çalışmada Benett ve diğerlerinin (2018) araştırma modeli tekrarlanmıştır. Travma yaşantısı olan bireylerde, travma sonrası stres bozukluğu tanısı almış kişilerde, travma sonrası stres bozukluğu semptom kriterlerini karşılayan kişilerde ve araştırma içerisinde geçmiş travmalarıyla eşleşen uyarılarla karşılaştığını beyan eden kişilerde, strese sebep olabilecek uyarılardan önce sunulan tetikleyici uyarılarının kaygı seviyelerinde anlamlı bir azalmaya sebep olmadığı bulgulanmıştır. Tetikleyici uyarılarının etkisi, kaygıyı azaltmaktan ziyade, önemsiz miktarda da olsa arttırmak olmuştur. Çalışmanın bir diğer bulgusu, travma yaşantısı olan kişilerin tetikleyici uyarılarını, içerikten uzak durmak için kullanmadıkları yönünde olmuştur. Tetikleyici uyarısı verilen deney grubu ile böyle bir uyarı almayan kontrol grubu arasında çalışmayı yarıda bırakmak ya da gelecek olan metinleri okumamak yönünde anlamlı bir fark bulgulanmamıştır. Araştırma ayrıca, tetikleyici uyarılarının travma yaşantısı olan kişilerin travmayı kendi yaşam anlatılarının daha merkezi bir ögesi olarak algılamalarına sebep olabildiğini bulgulanmıştır. Araştırmacılar, travma yaşantısını yaşam öyküsünün merkezi bir ögesi olarak görmenin kişinin iyileşme sürecine olumsuz etki yapabileceğine dikkat çekerek, tetikleyici uyarılarının zararlı olabileceğini öne sürmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Geçtiğimiz yıllarda, ders ortamlarında travma sonrası stres bozukluğu semptomları gösteren kişileri travma anına geri dönmek ve travmaya bağlı semptomlarından korumak ya da bu tanıyı almış kişilerin derslere ve ders materyallerine tamamen erişebilmesini sağlamak iddiasıyla çeşitli talepler ve uygulamalar gündeme gelmiştir. Bu uyarılar, erişilebilirlik ve ayrımcı olmayan ders ortamı kurma ilkeleri öne sürülerek savunulmuş, akademik özgürlüklerin korunması, öğrencilerin sıkıntı verici

materyalle başa çıkmayı öğrenmesi gerektiği gibi gerekçelerle bu uyarılara karşı çıkılmıştır. Ayrıca, tetikleyici uyarıların sağaltıcı amaçlarla kullanıldığı terapi ortamlarına referans verilerek bu uyarılara karşı çıkmış olsa da, hem sınıf ortamı ile terapi ortamı hem de bu iki ortamda bu uyarıların karşılaştığı biçimleri birbirlerinden oldukça farklı olduklarından bu karşı çıkış yeterince gerekçelendirilmemiştir. Son olarak tetikleyici terimi zaman zaman psikopatolojideki anlamından farklı olarak çok geniş bir anlamda, öğrenciler için rahatsızlık verici olabileceği öne sürülen her konuyu kapsayacak biçimde kullanılmıştır. Bu yüzden kavramın netleştirilmesi ve doğru bir çerçeveye oturtulması önem taşımaktadır.

Gerek tetikleyici uyarılarının dersliklerde kullanım sıklığı gerekse bu uyarıların ders içi eğitimin kalitesine ve öğrenciler açısından erişebilirliğin artışına olumlu ve olumsuz etkilerini ölçebilecek görgül çalışmalar sınırlı sayıdadır. Mevcut alan yazın, tetikleyici uyarıların etkileri konusunda karmaşık sonuçlar sunmaktadır.

Görgül çalışmalar, tetikleyici uyarıların travma geçmişi olmayan kişilerde anlamlı bir olumlu ya da olumsuz etkiye sahip olmadığını (Bellet vd., 2018, 2020; Boysen vd., 2019) ya da çok küçük bir etkiye sahip olduğunu (Bridgland vd., 2019; Sanson vd., 2019) gösteriyor gibi görünmekle beraber, tetikleyici uyarıların kaygı verici ve tetikleyici uyarılardan uzak durmak isteyen bireylerin işine yarayabiliyor olabileceğini gösteren bulgular da (Bridgland vd., 2019) vardır. Ancak konu üzerine çalışmalar henüz sınırlı sayıdadır. Tetikleyici uyarıların asıl amacının travma sonrası stres bozukluğu semptomları gösteren bireyleri yaşayabilecekleri olumsuzluklardan korumak olsa da, alan yazında örnekleme travma yaşantısı olan kişilerin oluşturduğu görgül çalışmalar fazlasıyla sınırlıdır. Travma yaşantısı olan ya da travma sonrası stres bozukluğu tanısı alan bireylere odaklanan bir çalışma, tetikleyici uyarıların travmayı yaşam anlatsının merkezine yerleştirerek iyileşme sürecine zarar verebileceğini öne sürmektedir (Jones vd., basım aşamasında).

Tetikleyici uyarıların kullanımının standart bir uygulama haline getirilmesinden önce bu uyarıların etkilerinin anlaşılması için daha fazla görgül çalışmaya ihtiyaç olduğu açıktır. Tetikleyici uyarıların eğitimin bir parçası haline getirmeden önce, öğrenciler arasında travma sonrası stres bozukluğu semptomlarının yaygınlığının bilinmesi, eğitimcilerin ders içi materyalleri sunarken bu konuda hangi uyarılarda bulunuyor olduklarına ve hassas içeriklere dair mevcut baş etme stratejilerine ve son olarak bu tarz uyarıların travma yaşantısı olan ve olmayan bireyler üzerindeki etkilerine dair daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

AAUP (American Association of University Professors) (2014). *On Trigger Warnings*, <https://www.aaup.org/report/trigger-warnings> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

Amerikan Psikiyatri Birliği [APA] (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders 5. Baskı (DSM-5)* American Psychiatric Association, Washington, DC.

BAUMGARTNER, S. E., & WIRTH, W. (2012). Affective priming during the processing of news articles. *Media Psychology*, 15(1), 1-18. beliefs. *Journal of Experimental Social Psychology*, 79, 252-263. doi: 10.1016/j.jesp.2018.08.006

BELLET, B. W., JONES, P. J., & McNALLY, R. J. (2018). Trigger warning: Empirical evidence ahead. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 61, 134-141. doi: 10.1016/j.jbtep.2018.07.002

BELLET, B. W., JONES, P. J., MEYERSBURG, C. A., BRENNEMAN, M. M., MOREHEAD, K. E., & McNALLY, R. J. (2020). Trigger warnings and resilience in college

students: A preregistered replication and extension. *Journal of experimental psychology: Applied*. doi: 10.1037/xap0000270

BOYSEN, G. A., ISAACS, R. A., TRETTER, L., & MARKOWSKI, S. (2019). Trigger warning efficacy: The impact of warnings on affect, attitudes, and learning. *Scholarship of Teaching and Learning in Psychology*. doi: 10.1037/stl0000150

BOYSEN, G.A., WELLS, M.W., DAWSON, K.J. (2016). Instructors' Use of Trigger Warnings and Behavior Warnings in Abnormal Psychology. *Teaching of Psychology*. Vol. 43(4) 334-339 doi: 10.1177/0098628316662766

BRİDGLAND, V. M., GREEN, D. M., OULTON, J. M., & TAKARANGI, M. K. (2019). Expecting the worst: Investigating the effects of trigger warnings on reactions to ambiguously themed photos. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 25(4), 602–617. doi: 10.1037/xap0000215.

CARTER, A. M. (2015). Teaching with trauma: Trigger warnings, feminism, and disability pedagogy. *Disability Studies Quarterly*, 35(2), 10. doi: 10.18061/dsq.v35i2.4652

CAUT (Canadian Association of University Teachers) (2015) *Trigger Warnings*. <https://www.caut.ca/about-us/caut-policy/lists/caut-policy-statements/trigger-warnings> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

Clinical Psychological Science, 7, 778–793. doi: 10.1177/2167702619827018

COLBERT, S. (2017). Like Trapdoors. A History of Posttraumatic Stress Disorder and the Trigger Warning. Knox, EJM (ed). *Trigger Warnings: History, Theory, Context*, içerisinde. Rowman & Littlefield. 3-21

COLLINS, A. M., & LOFTUS, E. F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological review*, 82(6), 407.

COLLINS, M. E., & MOWBRAY, C. T. (2005). Higher education and psychiatric disabilities: national survey of campus disability services. *American Journal of Orthopsychiatry*, 75(2), 304. doi: 10.1037/0002-9432.75.2.304

GAINSBURG, I., & EARL, A. (2018). Trigger warnings as an interpersonal emotion-regulation tool: Avoidance, attention, and affect depend on beliefs. *Journal of Experimental Social Psychology*, 79, 252-263. doi: 10.1016/j.jesp.2018.08.006

JANISZEWSKI, C., & WYER Jr, R. S. (2014). Content and process priming: A review. *Journal of Consumer Psychology*, 24(1), 96-118. doi: 10.1016/j.jcps.2013.05.006

JOHNSTON, A. (2014). Why I'll Add a Trigger Warning. *Inside Higher Ed*. <https://www.insidehighered.com/views/2014/05/29/essay-why-professor-adding-trigger-warning-his-syllabus> (Erişim Tarihi 2017, 9 Ağustos)

JONES, P. J., BELLET, B. W., & McNALLY, R. J. (Basım Aşamasında). Helping or Harming? The Effect of Trigger Warnings on Individuals with Trauma Histories. *Clinical Psychological Science* Erişim: osf.io/9eapn

LUKIANOFF, G., & HAIDT, J. (2015, Eylül). The coddling of the American mind. *The Atlantic*. <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2015/09/the-coddling-of-the-american-mind/399356/> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

MANNE, K. (2015, 19 Eylül). Why I Use Trigger Warnings. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2015/09/20/opinion/sunday/why-i-use-trigger-warnings.html> (Erişim Tarihi: 2017, 8 Ağustos)

McNALLY, R.J. (2016, 13 Eylül) If You Need a Trigger Warning, You Need P.T.S.D. Treatment, *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/roomfordebate/2016/09/13/do-trigger-warnings-work/if-you-need-a-trigger-warning-you-need-ptsd-treatment> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

MILLER-LEONARD, T. (2014, 27 Şubat) A.S. Senate Passes Proposal to Label Trauma-Provoking Academic Content. *Daily Nexus*. <http://dailynexus.com/2014-02->

27/a-s-senate-passes-proposal-to-label-trauma-provoking-academic-content/ (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

NCAC (National Coalition Against Censorship) (2015), What's the Truth About Trigger Warnings? <http://ncac.org/wp-content/uploads/2015/11/NCAC-TriggerWarningReport.pdf> (Erişim tarihi: 2017, 4 Aralık)

Oberlin University, Office of Equity Concerns (2013) Prevention, Support and Education: Support Resources for Faculty. *Sexual Offense Resource Guide*. <http://web.archive.org/web/20131222174936/http://new.oberlin.edu/office/equity-concerns/sexual-offense-resource-guide/prevention-support-education/support-resources-for-faculty.dot> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

ROBBINS, S.P. (2016) From the Editor—Sticks and Stones: Trigger Warnings, Microaggressions, and Political Correctness, *Journal of Social Work Education*, 52:1, 1-5. doi.: 10.1080/10437797.2016.1116850

ROSS-SHERIFF, F. (2012). Microaggression, women, and social work. *Affilia*, 27, 233–236. doi:10.1177/0886109912454366

SANSON, M., STRANGE, D., & GARRY, M. (2019). Trigger warnings are trivially helpful at reducing negative affect, intrusive thoughts, and avoidance. *Clinical Psychological Science*.7(4) 778-793 doi: 10.1177/2167702619827018

SCHMIDT, P. (2015, June 16). Many instructors embrace trigger warnings, despite their peers' misgivings. *Chronicle of Higher Education*. <http://chronicle.com/article/Many-Instructors-Embrace/230915> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

SHULEVITZ, J. (2015, 21 Mart). In college and hiding from scary ideas. *New York Times Sunday Review*. <http://www.nytimes.com/2015/03/22/opinion/sunday/judith-shulevitz-hiding-from-scary-ideas.htm> (Erişim Tarihi 2017, 8 Ağustos)

SUE, D. W. (2010). *Microaggressions in everyday life: Race, gender, and sexual orientation*. Hoboken, NJ: Wiley

WILSON, J. P. (2004). PTSD and Complex PTSD: Symptoms, Syndromes, and Diagnoses. WILSON, J. P., & KEANE, T. M. (Eds.). *Assessing psychological trauma and PTSD*. içerisinde. Guilford Press.

Summary

The concept "trigger" refers to stimuli that might lead the person who has experienced trauma to recall a previous traumatic memory. A trigger can be a visual stimulus such as a logo, an environmental stimulus such as a malodor or darkness, or a linguistic/paralinguistic stimulus such as a word, a question or a certain vocal tone. Being exposed to a triggering stimulus might lead the person to face various experiences ranging from a minor discomfort to more serious ones such as flashbacks to the moment of trauma or panic attack.

It has been suggested that, in educational environments, "trigger warnings" should be used to protect people who have been through traumatic experiences, from the triggering stimuli; and to make it easier for the traumatized person to have control over the decision of being exposed to the triggering stimuli. In order to do that, authors and educators are suggested to inform the receivers about potentially triggering subjects or materials that will be presented or discussed. For instance, if a course contains references to sexual abuse, it is suggested that the students should be informed before they select the course, against the possibility that some of the students might be survivors of sexual abuse and the discussion of the sexual abuse in the classroom might trigger some unwanted thoughts or feelings and cause symptoms.

In the early 2000s, the idea of "trigger warnings" started to circulate in feminist blogs and journals. As students began demanding trigger warnings in the universities; the concept became a widely discussed topic among university students and scholars in North America. Demands for trigger warnings also sparked concerns for the freedom of speech on campuses. Alongside with the concerns about freedom of speech, it has been stated that trigger warnings might also be counterproductive for the educational environment and cause a distraction considering the real problems in campuses (see AAUP, 2014 and CAUT, 2015).

This statements against the use of trigger warnings have been criticized by others. Carter (2015) states that this argument of "academic freedom" is actually a part of the discrimination against disabled people, particularly, people with psychiatric disabilities. Carter also remarks that it is statistically more probable that people who have a disadvantaged background (such as low socioeconomic status or having a minority identity) would have traumatic experiences and ignoring the consequences of this experiences would be equal to ignoring the disadvantaged in society and might be considered as a form of discrimination.

In this study; the literature and the discussions about "trigger warnings" have been examined with examples. During this examination, two problems on the current discussion have been observed.

Firstly, it has been observed that the concepts of "trigger" and "trauma" are used in a different and wider meaning in the literature on trigger warnings, compared to the usage in the standard terminology of psychology.

Secondly, even though there are many strong opinions on the issue, empirical studies that are available in the current literature offer complex results on the effects of trigger warnings.

Empirical studies show that trigger warnings do not have a significant positive or negative effect in people with no history of trauma (Bellet et al., 2018, 2020; Boysen et al., 2019) or they have trivial impact (Bridgland et al., 2019; Sanson et al. , 2019). There are also findings that suggest that trigger alerts might be useful for individuals who want to avoid anxious and triggering stimuli (Bridgland et al., 2019). However, studies on the subject are still few. Although the main purpose of the trigger warnings is to protect the individuals who suffer from posttraumatic stress disorder from the negativities they may experience, the empirical studies of the sample of people with trauma experience are limited in the literature. A study focusing on the individuals with PTSD suggests that trigger warnings might have a worsening effect on the healing process by placing trauma at the center of the life narrative of the person (Jones et al., In press).

This study introduces the concepts to the individuals and the institutions that give education and produce literature in Turkish, and also provides a groundwork to the future empirical studies. The study suggests that the concepts should be defined and framed clearly, and following a better conceptual framework, more empirical research should be conducted.

Gerçekliğin Yeni Dünyası ve İletişim Alanı Olarak Sanal Sayısal Oyunlar

İpek SUCU*

Öz

Yeni medya platformlarının kullanımlarının hızlı bir biçimde yaygınlaşmasıyla birlikte çok kullanıcı olarak oynanan çevrimiçi sayısal oyunlara yönelik talep artmaya başlamıştır. Bu durum yeni medyada sayısal oyunların gelişimi açısından önemli bir gelişme olarak görülmektedir. Sanal dünya oyunları üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında, bu oyunlara yönelik ilginin artmasıyla beraber bu konu üzerine yapılan araştırmalar da görülmeye başlamıştır. Bu çalışmada, öncelikle çok kullanıcı sayısal oyunlar ve bu oyunlara bağlı olarak geliştirilen sayısal sanal dünya oyunlarının sınıflandırılması ve gelişimi yönünden inceleme yapılmıştır. Bu çalışmada amaçlanan sayısal sanal dünya oyunlarının iletişim yönünde özgürlük mekânı olarak görülme boyutları ve iletişim çerçevesinde getirdiği dönüşümler, bu oyunlar üzerinden yeni sanal yaşam tarzlarında oluşan değişimlerin sanal gerçeklik yönündeki etkilerinin literatür çalışması kapsamında incelenmesi olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sanal Oyunlar, İletişim, Gerçeklik, Yeni Medya, Yeni Dünya.

Virtual Digital Games as a New World of Reality and Communication Space

Abstract

With the rapid spread of the use of new media platforms, the demand for multi-user online digital games has started to increase. This is seen as an important development for the development of digital games in new media. When we look at the studies on virtual world games, with the increasing interest in these games, researches on this subject have started to be seen. In this study, first of all, multi-user numerical games and the classification and development of online digital virtual world games developed based on these games were examined. The aim of this study is to examine the dimensions of digital virtual world games as a place of freedom in the direction of communication and the transformations they bring within the framework of communication, and the effects of the changes in new virtual lifestyles on these games in the context of the literature study.

Keywords: Virtual Games, Communication, Reality, New Media, New World.




Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 30.01.2020

Kabul/Accepted: 09.08.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.679634>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: isucu@gelisim.edu.tr  <https://orcid.org/0000-0002-6298-7918>

1. Giriş

Yeni medyada sayısal oyunlara yönelik talebin giderek artmaya başlaması kullanıcıların gerçeklik ve iletişim yönünde gereksinimlerini bu oyunlar üzerinden gidermelerine mümkün olmaya başlamıştır. Çevrimiçi sayısal sanal dünya oyunlarında oyun kullanıcıları oyundaki hedeflere göre ilerlemekte ve bununla ilgili ilerlediği dereceye yönelik geribildirimler almaktadır. Kullanıcıların oyun platformunda bulunduğu bir iletişim davranışına yönelik olarak bir gelişme olduğunda oyunculara geribildirim verilmektedir. Sayısal oyunlarda iletişimin sınırsızlaşması ve gerçeklik algılayışının artmasını sağlayabilmek amacıyla kullanıcıya hangi seviyede olduğu ve ilerleyiş hızı gibi bildirimler verilmektedir. Çok kullanıcıli sanal sayısal oyunlarda oyun özelliklerinin yanında karşılıklı çift yönlü olarak iletişim kurulabilmesi ve içerik paylaşımlarına da imkân tanınması bu oyunların iletişim ve gerçeklik düzeyinde etkileşimli olduğunun bir göstergesi durumundadır. Sanal sayısal oyunların uygulama içerisinde gerçeklik olgusuna daha fazla hitap edebilmesi ve sanal ortamların içeriklerinin donanımsal ve görsel olarak gelişmesiyle birlikte kullanıcıların bu tarz oyunlara bağlılıklarını da arttırmaktadır. Sayısal oyunlar, eğlenme ve iletişim sağlama yönünde önemli öğelerinden biri konumuna gelmeye başlamıştır. Bu çalışmada, sayısal oyunların çeşitleri incelenecek ve kullanıcılarda iletişim ve gerçeklik yönünde yarattığı değişimler ele alınacaktır.

2. Sanal Sayısal Oyunlar ve Gelişimi

Sayısal oyunlarda kullanıcıların yer edinebileceği bir zaman ve yer sınırının bulunması önem taşımaktadır. Oyun içeriklerinde bu sınırlar çerçevesinde kullanıcıların uyulması gereken kurallar ve oyun düzeninin bulunması oyun etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için gerekli olan nitelikler içerisinde bulunmaktadır (Huizinga, 2010: 12-14). Oyunlar türlerine yönelik olarak belirli amaçları gerçekleştirme prensibinde kurallara dayalı ya da kuralızsız olarak oynanabilen oyuncununun haz aldığı sosyal girişimler olarak karşımıza çıkmaktadır (Binark ve Bayraktutan-Sütcü: 2008: 8).

Gelişen teknolojiyle birlikte bilgisayar oyunları, video oyunları ve mobil oyunlar kullanıcılara sunulan önemli olanaklar arasında yer almıştır. Oyunlardaki bu kullanım terimleri birbirlerinin yerine kullanılabilen bir olgu durumunda olmaktadır. Sayısal oyunlardaki veri girişlerinin joystick, tuş takımı ya da klavye gibi araçlarla kullanılabilme imkânı ve oyunun görüntüsel gerçekliğinin ekran aracılığıyla yapılması bu oyunların kullanılma olanağını güçlendirmektedir (Büyükbaykal ve Cansabuncu, 2020: 3-9). Çevrimiçi çok kullanıcıların oynadıkları oyunların sayısal bir ortamda oynanması nedeniyle bu tarzdaki oyunların genel olarak "*sayısal oyunlar*" olarak adlandırılmasını sağlamıştır (Binark, 2005: 4). Sayısal oyunlar; bilgisayar oyunları, atari oyunları, konsol oyunları ve mobil oyunlar gibi farklı oyun kapsamalarını içermektedir. Anlatılacak olan oyunlarda genel tanımlama olarak sayısal oyun terimi kullanılacaktır. Sayısal oyunlar iletişim ve gerçeklik olgunun gerçekleştirilmesinde en önemli kullanımlarından biri olarak görülebilmektedir. Teknolojinin gelişim göstermesiyle birlikte daha fazla iletişim odaklı ve daha gerçekçi görsellikteki oyunlar üretilmiştir.

Sayısal oyunlarda hedeflenen bir amaca erişilebilmesi kullanıcılara haz duygusunu yaşatmaktadır ve keyif almalarını sağlamaktadır. Bu oyunlarda puan kazanma, sanal bazlı ödül alma, seviye atlama veya oyunu kazanma gibi hedefleri gerçekleştirme sonucu haz alma duygusu yaşanabilmektedir (Mul, 2008: 94). Oyun oluşturma çalışmaları oyun konsollarına yüklenen yazılımlar ve giriş birimleri aracılığıyla kullanılan uydu ya da dijital üyelik gerektiren sistemler ile indirilebilen veya erişilebilen ve bilgisayarlarda, taşınabilir küçük oyun makinelerinde, cep telefonu ve cep bilgisayarı

gibi elektronik aygıtlarda oynanabilir konumda kullanıma sunulmaktadır (Kirriemuir, 2002).

1971 yılında Stanford Üniversitesi'nde bir öğrenci derneği bünyesinde kurulan Galaxy Game isimli oyun ilk jetonlu video oyunu olma konumundadır. Bu oyun, bilgisayarda çalışabilen ve bünyesinde vektörel grafik terminalini barındıran tek oyun olma özelliğine sahip olmuştur. 1972 yılında bu oyun sekiz konsola kadar kaldırabilecek nitelikte geliştirilmiştir. 1971 yılında da oyun Computer Space adıyla jetonlu makinelere de uyarlanan bir düzeye ulaşmıştır (Uysal, 2005: 14). 1980'li yıllarla birlikte markalar sayısal oyun sektörünün olduğundan çok daha fazla rağbet görebileceğini fark etmeye başlamışlardır. Bu gelişmeler neticesinde bu dönemlerde çok sayıda oyun üreticisi ortaya çıkmıştır.

1990'lı ortalarına doğru gelindiğinde Web 1.0'ın gelişim göstermiş ve kişisel bilgisayarlar evlerde kullanılmaya başlamıştır. Oluşturulan ilk sayısal oyunlar genel olarak tek kullanıcı olarak oynanan ve amaç ve de kuralları basit olan oyunlardan meydana gelmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin gelişim göstermesi ve kullanımıyla birlikte, oyun kullanıcıları internet ortamında çevrimiçi olarak karşılıklı oyun oynama ortamlarını gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu gelişmeler ışığında, kullanıcılar çok kullanıcı olarak çevrimiçi oyunları daha fazla tercih etmeye yönelmişlerdir (Brand, Knight & Majewski, 2003). Çevrimiçi oyunların gelişim göstermemesinden önce kullanıcılar bilgisayar oyunlarını sadece bilgisayara karşı oynayabilme imkânına sahip konumda olmuşlardır. Çevrimiçi sayısal oyunlarla birlikte aynı zamanda çevrimiçi iletişim halinde bulunan kullanıcılar oyun rakipleriyle iletişim kurma olanağına da bulmuşlardır.

3. Yeni Medyanın Gelişimi Yönünde Sanal Sayısal Oyunlar ve Oyun Kullanıcıları

Yeni medyanın ortaya çıkması ve gelişim göstermesiyle birlikte geçmişteki geleneksel medya biçimleri değişim göstererek sayısal teknolojiyle harmanlanmış bir duruma gelmiştir. Sayısal teknolojinin ve geleneksel araçların oluşturduğu ortaklık yeni medyanın geniş kitlelere ulaşabilir olmasını kolaylaştırmıştır (Tocci vd., 2007: 11-13). 2000'li yıllarla birlikte yeni medya çağının oluşmasında teknolojik gelişmelerin kitleleri yönlendirebilmesi ve çevrimiçi karşılıklı iletişim de sağlanabilmesi önem taşımaktadır. Küreselleşme döneminde büyük ölçekli uluslararası şirketler yeni medya platformlarını da kullanarak güç kazanarak yeni medya çağının gelişiminin hızlanmasını sağlamışlardır (Baudrillard, 2004: 19). Dijital alanda yaşanan önemli gelişmelerle birlikte iletişimde etkileşim ve haberleşme olanağının artması kitle iletişiminin yenilenmesini sağlayarak yeni medyanın giderek daha fazla önem kazanmasına yöneltmiştir (Özçağlayan, 1998: 24-25).

Yeni medyanın ortaya çıktıktan sonra bireysel kullanıcılar ve şirketler tarafından hızlı bir şekilde kullanıma adapte olması bu mecranın gelişiminin hızlanmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler ışığında çevrimiçi sayısal oyunlar da yeni medyaya adapte olarak gelişim göstermeye başlamıştır. Yeni dönemlerde, kullanıcılar yeni medya özelliklerinin beraberinde getirdiği etkileşimli iletişimi sayısal oyunlar üzerinde de kullanmaya yönelmişlerdir. Böylelikle oyunların iletişimi yeni medya üzerinden de sağlama ve bu yönde oyunun gerçekçiliğini artırdığı önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun kullanıcıları sayısal oyunlarla birlikte çevrimiçi iletişimin olduğu oyunlarda kendileri için sosyal olanaklarda bularak sosyal bir girişim olarak oyunları tercih etmeye yönelim gösterebilmektedirler.

4. Çeşitleri Çerçevesinde Sanal Sayısal Oyunlar

Level dergisine göre sanal sayısal oyunlar tematik ve teknolojik özelliklerine göre sınıflandırmaktadır. Bu oyunlar: Çevrimiçi Oyunlar, Aksiyon Oyunları, Macera Oyunları, Motor sporları ve yarış oyunları, Rol Yapma/Canlandırma Oyunları (RPG), Simülasyon Oyunları, Spor Oyunları ve Strateji Oyunları olarak sınıflandırılmaktadır (Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2008).

Çevrimiçi Oyunlar

İnternet platformu üzerinden katılım gösterilerek çevrimiçi olarak oynanma imkânı sunan oyunlardır. Çevrimiçi katılım sunan ve bazı taşınabilir çoklu ortam aygıtları aracılığıyla bir ya da birden fazla kişinin bir internet ağına bağlanarak oyuna katılım göstermesini sağlayan ve içerik paylaşımı da yapılan, sanal sosyal ortamlara katılım sağlayan oyunlar olarak tanımlanabilir. Bu oyunlara örnek olarak Second Life, World of Warcraft, Metin 2 ve Knight Online oyunları gösterilebilir.

Aksiyon Oyunları

Aksiyon oyunları aksiyon filmleri özelliklerine benzer nitelikte özellikleri içerisinde barındırmaktadır. Bu yönde oldukça fazla sayıda hareket ve hız özellikleri içermektedir. Oyun içerisinde sıklıkla savaş ve şiddet unsurları da yer bulmaktadır. Bu oyunlara örnek olarak Süper Mario ve Half Life oyunları gösterilebilir.

Macera Oyunları

Bu oyun türü içerisinde araştırma yapma, keşifte bulunma ve bulmaca çözme gibi farklı unsurları içermektedir. Çoğunlukla hikâyeye odaklı bir çeşit video oyun türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür oyunlarda konsol temelli macera oyunları da bulunmaktadır. Böylelikle kullanıcılara heyecanlı vakitler geçirmesine olanak sağlanmaktadır.

Rol Yapma/Canlandırma Oyunları

Bu oyun türünde oyuncular belli bir durumda karakterize edilen bir karakterin rolünü üstlenmeyi gerçekleştirmektedirler. Bu tür oyunlarda kullanıcılar oyun içerisinde sahip oldukları bilgileri ve kaynakları mantıkla kullanarak canlandırdıkları karakterin karşılaştığı sorunları çözmeye yönelmektedirler.

Simülasyon Oyunları

Bu oyun türü gerçeklik algısına en yakın olan oyun türlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür oyunlara örnek olarak Power Matrix, Train Simulator ve Bus Simulator ve oyunları gösterilebilir. Power Matrix oyunu içerisinde Siemens Enerji, oyun kullanıcılarına belirlediği bir şehir için sürdürülebilir bir enerji sisteminin tasarlanmasına olanak sağlamaktadır. Bu simülasyon oyununda enerji piyasasının kuralları uygulanmakta ve bu mekanizmalarına yönelik bir anlayış oluşturma hedeflenmektedir. Oyun içerisinde farklı güç üretim yöntemleri kullanılarak şebekeler arasında olan etkileşimler için bir algı yaratılmaya çalışılmaktadır. Bu oyunda oyuncular, oyuna ilk başladıklarında kırsal bir bölgenin enerjisinden sorumlu olan bir yönetici konumunda başlamaktadırlar. Kullanıcılar daha sonra sorumlu oldukları bölgeler

içerisinde akıllı bir enerji ağı kurmaya yönelerek şehrin büyümesine katkıda bulunma çalışmalarına yönelmektedirler. Oyun içerisinde kullanıcılar bu görevleri yerine getirirken aynı zamanda araştırma ve geliştirme faaliyetlerine yatırımda bulunarak ek puanlar elde etme olanağına sahip olmaktadır. Bu tarz simülasyon oyunlarında tüm platformlarda cazip simülasyonlar ve strateji oyunlarının yardımıyla çözüme kavuşturulmaya sağlanan sorunlar hakkında gerçek çalışmalardaki uygulamaların oyun hali sunulurken, kullanıcılara gerçekçi algılar yaratılmaya çalışılmaktadır.

Spor Oyunları

Bu oyun türü spor alanlarının taklit edilerek hazırlandığı bir platform olarak kullanıcılara sunulmaktadır. Bu tür oyunlarda oyun içerisinde sunulan spor türüne yönelik olarak uygulamalar oynatılmaktadır. Futbol, basketbol, tenis, yüzme, ralli oyunları gibi pek çok alanda oyunlar bu tarz oyunlara örnek olarak gösterilebilir. Bu tür oyunlarda daha çok klayve üzerinden oynama ve tuşlarla oyunu yönetme yeteneği gerektirmektedir. Bu tür oyunlar kullanıcılarda oyunun gerçeği simüle etmesi nedeniyle rağbet görmektedir.

Strateji Oyunları

Bu tür oyunlar gerçek zamanlı strateji oyunları ve sıra tabanlı strateji oyunları olarak uygulamaya sunulmaktadır. Gerçek zamanlı strateji oyunlarında kullanıcılar sıra beklemeden sürekli olarak karşılıklı bir biçimde oynadıkları devam sayısal oyunlardır. Sıra tabanlı strateji oyunlarında, kullanıcılar karşı tarafa hamle yapabilmek için karşı tarafı bekleme durumundadırlar. Strateji oyunlarında satranç en çok tercih edilen oyunlardan biri olarak görülmektedir. Bu tür oyunlara örnek olarak Warcraft, Starcraft, Age of Empires, Dune 2 gösterilebilir.

Devasa Çevrimiçi Sayısal Oyunlar

Bu tür oyunlar ilk 1978 yılında Mud isimli oyun ile ortaya çıkmıştır. Bu türdeki oyunlar ilk başlarda kullanıcılar tarafından piyasaya fazla rağbet görmemiştir. Daha sonraları ise oldukça popüler bir konuma yerleşerek ve ilgi çekici olmaya başlamış ve oyuncu sayıları hızla yükselmiş geçmiştir. Türkiye çapında çevrimiçi oyunlara yönelik ilgi giderek artış göstermiş ve sayısal oyunların yaygınlaşmasına olanak tanımıştır. Bu çerçevede oyun dergileri de yaygınlık kazanmaya başlayarak oyunlara yönelik ilginin artmasına olanak tanımıştır gibi nedenlere bağlı olmuştur (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2009: 275).

Devasa çevrimiçi sanal sayısal oyun türleri; Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Oyunlar, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Birinci Şahıs Gözünden Oynanan Oyunlar, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Dans Oyunları, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Dans Oyunları, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Menajerlik Oyunları, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Yarış Oyunları, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Tycoon Oyunları, Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Aksiyon Oyunları ve Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Aksiyon Oyunları olarak sıralanabilir (Dinçer, 2008:13).

Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Oyunlar

Bu oyun türü çevrimiçi olarak en yaygın olarak oynanan ve grafik temelli olan oyunlardan biridir (Binark, 2005: 4). Bu oyun türünde kullanıcılar bir ağa bağlanarak

oyun sırasında çeşitli karakterlere bürünebilmektedirler. Bu tarz oyunlarda mekân olarak birbirinden farklı yerlerde olan kullanıcılar bilgi alışverişinde bulunabilirler, tecrübelerini aktarabilirler, sosyal ilişkiler kurabilirler, yeni sanal mecralarda bulunabilirler ve oyun içerisinde kendilerine yeni yaşam alanları kurabilirler (Papargyris & Poullymenakou, 2005). Bu tarz oyunlar içerisinde oldukça rağbet gören oyunlardan biri olan World of Warcraft oyununda oyuncuların bir avatar oluşturarak oyun içerisindeki görevlerini tamamlayarak oyunda seviye arttırmalarını sağlayan bir sanal dünya oyunudur. Bu tür oyunlarda bir karakter seçilir ve bu karaktere oyunun amacına yönelik olarak meslekler de edindirilir. Bu oyun içerisinde kullanıcılar işbirliği içerisinde bulunarak iletişim becerilerini de geliştirmeye yönelmektedirler. Kullanıcılar gerçek yaşamdaki risklerle karşılaşmadan farklı karakterlere bürünebilir ve hayal ettikleri yaşamları sanal ortamda yaşayabilmektedirler. Bu durum da oyuncuların sanal ikincil hayatlarını benimsemelerine yol açabilmektedir.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Birinci Şahıs Gözünden Oynanan Oyunlar

Bu tür oyunlarda kurgusal olarak tasarlanan zaman dilimlerinde kullanıcılar yakın geçmişte, günümüzde veya gelecekte kurgulanan zamanlarda oyunu oynayabilmektedirler. Böylelikle kullanıcılar oyunu oynarken kendilerini bu zaman dilimleri içerisinde yaşıyormuşçasına hissetmeleri amaçlanmaktadır. Bu oyunlarda kullanıcılar seviye yarışının yanı sıra eğlenceli zaman geçirmeye de yönelmektedirler.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları

Bu tarz oyunlarda fantastik ve gerçek oyun türleri olarak sunulabilmektedir. Fantastik oyun türünde, insanlar ya da hayali karakterler oyun içerisinde bulunmaktadır. Gerçek oyun türünde, oyundaki karakterler insanlarla sınırlı olmayıp, insanlar farklı ülkelerde yaşayan kişiler olarak diğerlerinden ayrılmaktadır. Bu tür oyunlar çevrimiçi sayısal oyunlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte oyunlar stratejiye dayalı olarak düzenlenerek oyuncunun strateji gücüyle oyunu kazanması amaçlanmaktadır.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Dans Oyunları

Bu oyun türünde çevrimiçi dans kategorisinde nitelendirilmektedir. Bu oyun türüne örnek MStar oyunu gösterilebilir. Bu oyunun özellikleri arasında görüntüsel gerçeklikte yüksek çözünürlüğe sahip gerçekçi grafiklerin bulunması, gelişmiş kullanıcı ara yüzünün olması ve renkli bir dünyaya sahip dans ve müzik içeriğinin bulunması önem taşımaktadır. Bu oyun türü dans etmeyi seven ve yeni arkadaşlıklar kurmak isteyen çevrimiçi oyuncuların tercih ettiği bir platform konumunda olmuştur.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Menajerlik Oyunları

Bu oyun türünde sıklıkla oynanan oyun olarak çevrimiçi futbol menajerlik oyunları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu oyunda çok sayıda futbol kulübü, gerçekçi olarak gösterime sunulan geliştirilmiş bir transfer piyasası, detaylı olarak bulunabilecek maç raporları ve oyun içerisinde bulunan diğer menajerlerle yarışma imkânı sunulmaktadır.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Yarış Oyunları

Bu tarz oyunlarda sunulan içeriklerde grafik kalitesi orta derecedir ve kullanıcıların serbest zaman eğlencesi olarak vakit geçirdikleri bir platform sağlanmaktadır. Oyun içerisindeki yarışlarda kazanılan puanlar yarış araçlarının tamininin sağlanması amacıyla kullanılmaktadır. Bu oyun türlerinde yarış oyunları kullanıcılarında yarışın oluşturduğu hırs güdüsüyle oyuna daha fazla bağlılık göstermeye yönelmektedir.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Tycoon Oyunları

Bu oyun türü günümüzde sıklıkla oynanan ve ilgi gören oyunlar arasında yer almaktadır. Bu tür oyunlara Roller Coaster Tycoon, Zoo Tycoon, Railroad Tycoon 3 ve Airport Tycoon 3 örnek gösterilebilir.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Aksiyon Oyunları

Bu oyunlarda aksiyon ve şiddet temaları kullanılarak çevrimiçi oyuna olanak sağlayan oyun türleri arasında yer almaktadır. Oyun kullanıcılarında ustalığı barındıran bir oyun türü olarak görülmektedir. Oyunculara genellikle yakın dövüş silahları sunularak oyun içerisinde aksiyon temalarına katılmaları amaçlanmaktadır. Bu tür oyunlara örnek olarak Star Trek Online ve World of Tanks oyunları gösterilebilir.

Devasa Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Spor Oyunları

Bu tür oyunlarda spor aktivitelerinin birden fazla kullanıcıyla aynı anda oynandığı çevrimiçi oyunlar olarak sunulmaktadır. 3D Online Futbol Oyunu tarzındaki oyunlar bu tarz oyunlara örnek olarak gösterilebilir.

Devasa çevrimiçi sanal sayısal oyun türleri diğer çevrimiçi oyunlara kıyasla oyun içerisinde genelleştirilmiş kurallara uyma durumunun bulunmaması ya da kuralların olmaması yönüyle farklılaşmaktadır. Bu oyunlarda kullanıcılar sadece bir oyun ortamında bulunmakla kalmıyor onlara aynı zamanda gerçek yaşamın sanal ortama taşınmış ancak birbirine benzer ortamı sunulmaktadır. Bu tarz oyunlarda kullanıcılar oyundaki sanal aktivitelerde katılımda bulunarak sosyal olma ve etkileşimli iletişim olanağına sahip olmaya yönelmektedirler. Kullanıcılar bu oyunlarda bireysel kullanıcılı olan aktivitelerde bulunsalar bile çevrimiçi olarak diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmeye sahip olabilmektedirler. Bu nedenle kullanıcılar her türlü kullanımlarında yine de çok kullanıcıli iletişim ve etkileşim süreci içerisinde bulunabilmektedirler. Günümüzde sayısal oyunlardaki aktif kullanıcı sayısının giderek artmaya başlamasında bu oyunların çeşitliliğinin giderek daha fazla artması ve gerçek yaşamdan referans alınan uygulamaların sunumu etkili olmaktadır. Bu tarz oyunlara katılım yeni medyanın aktif kullanımına bağlı olarak gelişim göstermektedir. Yeni medyanın giderek günlük yaşamda daha fazla yer edinmesi nedeniyle yeni bir eğlence ve iletişim aracı olarak sayısal oyunlara olan ilginin artmasına olanak sağlamaktadır.

5. Gerçekliğin Dönüşümü Yönünde Sanal Sayısal Oyunlar

Oyun araştırmaları yönünden oyunları oynanış şekline göre sınıflandırmanın kullanıcılar tarafından yarattığı etkileşimi açısından yararlı olmaktadır. Oynanışı sağlayan oyunların temellerinde oyun mekanikleri, oyuncunun oyun içerisinde neler yaptığını ifade etmektedir (Schell 2008: 41). Sanal sayısal oyunların kullanım platformlarında

kullanıcıların sanal dünyayı gerçek dünyaya kıyasla daha etkileyici buldukları zamanlar olabilmektedir. Kullanıcılar zamanlarının önemli bir kısmını sanal yaşam alanlarında sürdürmeyi tercih ederek sanal koloniler içerisinde sosyal, ekonomik ve siyasal yaşamlarını da sürdürmeye yönelmişlerdir (Castronova 2005: 6). Sanal dünyaya yüklenen sanal yaşam alanları kullanıcıların yaşam tarzlarına yönelik yeni yüklemelerde bulunmaktadır. Günümüzde kullanılan sanal sayısal oyun türlerinin pek çoğu çocuklar yerine her yaşta yetişkinlere hitap eden bir platform şekline dönüşmüştür. Kullanıcılar oyun içerisindeki sanal yaşam aktivitelerini gerçekleştirirken gerçek yaşamı baz alan aktivitelerden oluşan yaşamların kullanımına yönelmektedirler. Bu ortamlarda sanal ortamın içerisinde gerçekçi bir iletişim yönünde çevrimiçi olarak aynı anda binlerce kullanıcı ile karşılıklı etkileşime girerek iletişim sağlanmaktadır. Popüler bir yaşam alanı da sunan sanal sayısal oyunlarda alışveriş yapma, eğlenme ve iletişim kurma gibi özellikleri taşıyan gerçekçi büyük bir şehri barındırmaktadır. Bu oyunları aynı zamanda video ve fotoğraf paylaşımına olanak tanıma, etkileşimli iletişim kurma, sosyal aktivite şeklinde yönetilen yarışmalara katılma, günlük yaşamdaki görevlerin benzerlerinin sanal ortam içerisinde yerine getirme gibi pek çok gerçekçi özelliklerle donatılmıştır.

Sanal sayısal oyunlar, devasa çok kullanıcıli çevrimiçi ve rol tabanlı oyunlar gibi çevrimiçi etkileşim olanağını sunan oyun türlerine sahiptir. Bu tarz oyunların temelinde kullanıcılara bir kimlik ve ya avatar sunulması ve oyun içerisindeki tüm etkinliklere katılarak görevleri yerine getirme sağlanmaktadır. Bu oyunlarda oluşturulan karakterlerin neler yapabileceği kullanıcıların kendi istekleri doğrultusunda belirlenmektedir. Sanal sayısal oyunlarda etkileşimli iletişim sağlayan, görevlere bağlı kalmayı gerektirmeyen ve daha fazla aktivite ile daha fazla özgürlük alanı sağlayan oyunlar daha fazla gerçekçi algılanmayı sağlayabilmektedir. Bu oyunların ayrıca 3 boyutlu özelliğe de sahip olmaları bu oyunların ikinci bir yaşam edinimi sağlamada daha gerçekçi kabul edilmesi durumunu oluşturmaktadır.

Sanal sayısal oyunlarından biri olan There oyununda gerçekçiliği daha fazla artırabilmek açısından nesnelere ve sanal kullanıcıların birbirleriyle gerçek yaşamda olduğu gibi etkileşim kurmaları amaçlanmıştır. Bu oyunda, sanal dünya içerisinde kurulan düzende benzetimler gerçek yaşamdan beklenen düzeni sağlama yönünde gerçekçilik algısını sağlama yönünde oluşum göstermektedir. Kullanıcılar sanal dünyada oyun içerisinde bir hareket eylemi içerisinde bulunurken aynı hareket karşı taraftan da karşılık olarak gelebilmektedir. Oyun içerisinde bir kullanıcının karşısındaki kişiye doğru yürürken, karşıdaki kişinin de kendisine doğru yürümesi bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Oyun içerisinde gerçeklik algılayışının güçlenmesi yönünde kullanıcılara sanal uçuş deneyimi yaşatılmaya çalışılmaktadır. Kullanıcıların gerçek yaşamda yapamadıkları uçuş deneyiminin bu oyun vasıtasıyla sanal olarak yapılabilmesi, onlara bu edinimi gerçek yaşamda yaşamış kadar mutluluk verici olmasını sağlamaktadır. Kullanıcılar aynı zamanda gerçek yaşamda yapmayı istedikleri bir dağdan atlayarak paraşütle atlama edinimini de yaşayarak heyecan yaşama duygusu doğrultusunda haz alabilmektedirler. Oyunun daha gerçekçi algılanabilmesi içinde kişi paraşütle atlama ya da uçuş eylemini gerçekleştirirken altından geçen evleri, ağaçları ve tepeleri hayranlıkla izleyebilme olanağına sahip olabilmektedir. Kullanıcı eylemi bittiğinde bu edinimi çevrimiçi durumda olduğu diğer kullanıcılarla iletişime geçerek etkileşimli olarak paylaşabilmektedir (Kushner, 2004: 49-54). Bu yönelimlerin sanal sayısal ortamlarda gerçekleştirilmesi sanal yaşamdaki oyunların gerçeklik algısını yaşama edinimini sağlayabildiğinin bir göstergesidir. Bu durum gerçekliğin sanal sayısal oyunlarda kullanıcılarda nasıl etkiler oluşturabileceği konusunu da gündeme taşımaktadır.

Sanal sayısal ve sanal dünya oyunlarından biri olan Smeet Oyunu içerisinde de gerçeklik algısının artırılmasına yönelik olarak gerçek yaşamdan referans alınan çok sayıda aktivite bulunmaktadır. Smeet oyunu, kullanıcıların oyun içerisinde etkileşimli

olarak arkadaşlarıyla sohbet etmesini sağlayabilmektedir. Aynı zamanda yeni arkadaşlıklar edinebilmesini, iletişim kurabilmesini ve oyunlarla keyifli vakit geçirebilmesini sağlayan bir platform konumundadır. Bu oyun içerisinde kullanıcılar kendi sanal yaşam oyun odalarını ve avatarlarını hayal ettikleri şekilde oluşturabilmektedir. Bu oyun kullanıcılarına daha fazla gerçekçi yaşam edinimleri sağlayabilmek için günlük yaşamdakine benzer görevler de sunmaktadır. Oyun görevlerinin yerine getirdiği durumlarda kullanıcılar puan da kazanabilmektedir. Puan artışıyla birlikte seviye düzeyinin de artış göstermesi kullanıcılara ilginç ve güzel hediyeler de kazanmalarını sağlayarak motive etmektedir. Oyun içerisinde müzik odası, gösterişli bir mobilya, farklı avatar görüntüleri oluşturmaya yönelik giysiler ve kişisel eşyalar hediye olarak gönderilmektedir. Tüm bu olanaklar bu tarz oyunlarda motivasyonu da sağlayarak sanal gerçekçi edinimlerden haz almaya hizmet etmektedir.

Sanal sayısal oyunlar, günlük yaşamın ilişkilerinin sanal ortama taşınması yönünde bir hipergerçeklik ortamı sunmaktadır. Baudrillard'ın da belirttiği gibi, gerçeklik egemen olduğu bir dünyada gerçek, düşsel bir bahaneye sahip olma durumuna geçmiştir (Baudrillard, 2008). Sanal sayısal oyunlarda kullanıcılara sunulan görüntüler, gösterilen tüm olanaklarda bir hipergerçeklik ortamına taşınarak, gerçeklik algısında sunumların sanala taşınmasına neden olmaktadır. Kullanıcılar oyun içerisinde buldukları hipergerçeklik dünyasının sunduğu gerçekçi görüntü ve oyunlarla gerçek yaşamın taklidi olan bir evrende yaşamlarının önemli bir kısmını sürdürmeye yönelmişlerdir.

6. İletişimin Sınırsızlaşması Yönünde Sanal Sayısal Oyunlar

Sanal sayısal oyunlar, iletişimi sınırsızlaştırma yönünde kullanıcıların yalnızlık duygularını gidermeye ve onların sosyal yaşam edinimlerini sanal olarak gerçekleştirmelerini sağlama yönünde önemli yaşam alanlarından biri haline dönüşmüştür. Kullanıcıların oyunlar içerisinden oyundan ediniminden daha fazlasını yaşatma yönünde gerçek dünyayı aratmayan sanal ancak gerçek yaşamdan esinlenen bir ortam sunulmaktadır. Bu oyunlar kullanıcılarını kendilerine daha fazla bağlı duruma getirerek oyun kullanımını daha etkin bir duruma getirmeye çalışmaktadırlar. Bu yönde, kullanıcıların oyun görevleri ya da aktivitelerini zaman içerisinde güçlendirerek daha yüksek seviyeye çıkarmasını sağlama yönünde edinimlere yönelmektedir. Bu tarz oyunların günün bir zamanı oynanabilme olanağı sağlaması oyunda etkileşimli iletişimi de artırarak zaman sınırının da kaybolmasına sebep olmaktadır.

Sanal sayısal oyunlar etkileşimi sağlama yönünden sürekli olarak bir değişim ve gelişim içerisinde bulunmaktadır. Oyunlardaki içeriklerde düzenli olarak güncellemelerin yapılması kullanıcıları oyunu oynarken bağımlılık derecesinde tutkuya dönüşen bir biçimde kullanmasına da neden olabilmektedir. Bu durumdaki kullanıcılar diğer oyunculardan geri kalmama ve gelişmeleri kaçırmama endişesiyle sürekli olarak oyunu takip ederek oyun oynama isteği duymaktadır (Yüksel ve Çeliktaban 2006: 23-25). Kullanıcılarda sürekli oyun oynama ve oyundaki kişilerle etkileşimli iletişimde sınırsız zaman dilimi içerisinde gerçekleştirmek istemesi, kişilerin gerçek yaşamdaki aktivitelerini dahi geri planda bırakmalarına, günlük yaşamdaki ihtiyaçlarını karşılamayı ihmal etmelerine ve sanal iletişime bağımlı olmalarına neden olabilmektedir. Kullanıcıların sanal sayısal oyun platformlarında zaman ve mekân sorunsalına bağlı kalmadan sıklıkla iletişim içerisinde olabilmesi, kişilerin bu oyunlar karşısında uzun saatlerini geçirmeleri olağan bir durum olarak görmeye başlamalarına sebep olabilmektedir.

Sanal sayısal oyunlardaki gerçek yaşamdan referans alınan aktivitelerin yanında aynı zamanda etkileşimli iletişim yönünde sunduğu olanaklarla da dikkat çekmektedir. Bu oyunlarda bir yandan sunulan sanal sosyal aktiviteler ve günlük görevler

gerçekleştirilebilirken diğer bir yandan da kullanıcılarla zaman sınırı bulunmadan iletişim kurmak mümkün durumdadır. Bu bağlamda bu tarz oyunlarda uzamsal iletişim, sohbet kanalları, e-posta, beden dili-mimikler ve özel sohbet odalarıyla iletişimin sınırsız olarak kurulabilmesine imkân tanınmaktadır. Uzamsal iletişimle, kullanıcılar oyun içerisinde birbirlerine sesli konuşma olanağına sahip olmaktadır. Sohbet kanallarıyla, kullanıcılar kendi grupları veya toplu açık olan gruplarla etkileşimli iletişim kurabilmektedirler. E-posta aracılığıyla, kullanıcılar oyuna giriş yaptığında kendisine gönderilmiş olan mesajları okuyabilmekte ve kendileri de başka kullanıcılara mesaj bırakabilmektedir. Beden dili-mimiklerin kullanımıyla, kullanıcılar iletişim sırasında sözsüz iletişim de kurabilme olanağına sahiptirler. Avatarların istenilen biçimde hareket ettirme edimlerinin sağlanması bu yöndeki olanakları göstermektedir. Özel sohbet odaları vasıtasıyla, kullanıcı toplulukları bir araya gelerek özel sohbet odalarında iletişim kurabilmektedirler (Parsons, 2005).

Sanal sayısal oyunlardaki etkileşimli iletişime yönelik sosyal ağ kuramı üzerinden de bakılabilir. Sosyal ağ kuramına göre, kişiler sosyal iletişim kurma yönünde birbirlerine bağlıdır. Bireyler birbirleriyle bağlantı kurabilmek yönünde iletişim araçlarını kullanma yönelimindedirler. Yeni medya platformlarında geleneksel iletişim araçlarına kıyasla yüz yüze iletişimde olduğu gibi çift yönlü etkileşimli bir iletişim de sağlamaktadır. Yeni medya aracılığıyla kurulan iletişimde mesafe olarak birbirine uzak olan bireyleri birbirine yakınlaştırarak mesafeleri azaltmayı sağlamaktadır (Neumann & Hogan, 2005: 472). Yeni medyanın sağladığı iletişim ortamına yönelik sosyal ilişkiler yönündeki etkisine yönelik farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı düşünürler, yeni medyada sağlanan iletişimin bireylere etkin bir iletişim sağlamada etkili olduğunu düşünmektedirler. Bu bağlamda, yeni medyada sağlanan iletişimin, iletişim sağlamada kolaylık sağladığı önem taşımaktadır. Bu görüşe karşı çıkanlar yönünde, yeni medyada kurulan sürekli ve sınırsız iletişim bireyleri sosyal topluluklardan uzaklaştırabilmektedir (Gargiulo & Benassi: 2000: 183-196). Yeni medyanın oluşturabileceği bu durumlar sanal sosyal oyunlar açısından da önemli olmaktadır. Oyunların sunduğu etkileşimli iletişimin oluşturduğu caziplik karşısında oyunları bağımlılıkları oluşabilmekte ve kullanıcılar zamanın büyük bir kısmını sanal sayısal oyun platformlarında geçirerek gerçek çift yönlü iletişimi aksatabilmektedirler. Bu yöndeki bağımlılık, kullanıcıların oyunlara uzun saatler boyunca zaman ayırmalarına ve gerçek yaşamda gerçek yüz yüze iletişime zamanı ayırma konusunda sorunlarla karşılaşabilmeye ve daha sonrasında da gerçek yaşamda yalnızlık duygusunun yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir. Bu yönde yapılan bazı psikolojik içerikli araştırmalarda, sanal sayısal oyunların, kullanıcılarının aile bireyleriyle olan iletişimlerinde azalmaya, sosyal çevrelerinin daralmasına, depresyon ve yalnızlık duygularının daha fazla olmasına sebep olabildiği görülmüştür (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2008: 477).

Sanal sayısal oyunlarında oluşturulan avatarlar yoluyla sohbet edilen sanal odalar içerisinde kullanıcılar genellikle gerçek yaşamdaki kendi görüntülerinden ve yaşam alanlarından farklı konumda da olabilmektedirler. Kullanıcıların oluşturdukları avatarlar ve yaşam alanlarının gerçek yaşamdakine tezat bir biçimde ve hayal edilene yönelik olması da mümkün konumda olmaktadır. Sanal sohbet odalarında son derece sosyal olan grupların gerçek yaşamda bir araya geldiğinde ise yüz yüze iletişim kuramamaları da oluşabilecek bir durum olarak görülmektedir. Özellikle sanal sayısal oyunlarda kendilerini iletişim bazında son derece farklı gösteren sosyal yapıdaki kişilerin gerçek yaşamda aynı durumda olmadığı durumlarda, yüz yüze çift yönlü iletişim sağlanabilmesinde problemler yaratabilmektedir. Bu yönde, sanal sayısal oyunların kullanımında gerçeklik ve iletişim düzeyindeki kullanımların gerçek yaşamdaki iletişim biçimlerini etkilemeyecek biçimde oluşturulmasında yarar görülmektedir.

7. Sonuç

Sanal sayısal oyunlar iletişim yönünde kullanıcıların yeri geldiğinde etkin bir şekilde iletişim kurabilmelerine ve sosyal ortam içerisinde olabilmelerine olanak sağlamaktadır. Oyunlar vasıtasıyla kurulan etkileşimli iletişim aracılığıyla ifade edilmek istenen duyguları daha rahat bir şekilde ifade edilmesi yönünden tercih edilmeyi sağlayabilmektedir. Bu sağlanan iletişimde, iletişimin gerçek yaşamdaki çift yönlü yüz yüze iletişimin önüne geçmeyecek şekilde kullanılması, iletişimin sadece sanal ortam üzerinde karşılanmaması yönünde önemli olarak görülmektedir. İletişimin yanında bu oyunlarda gerçek yaşamda sahip olmak istenilen pek çok aktivitenin de oyun içerisinde kullanıma sunulduğu görülmektedir. Bu oyunlar içerisinde sosyal kabul edilmenin oyun içerisindeki arkadaş sayısı ve oyunda gerçekleştirilen sanal aktivitelere bağlı olarak görülmesi, kullanıcıların gerçek yaşamdaki iletişimlerinin yanında sosyal aktivitelerini de gerçek yaşamda azaltmalarına neden olabilmektedir. Sanal olarak iletişim vasıtasıyla oyun içerisinde sosyal ve popüler olarak algılanmaya çalışma isteği iletişim boyutunda dönüşümlere yol açmaktadır. Bu bağlamda, oyunun sunduğu gerçeklik algısı iletişimin daha sıklıkla gerçekliği sanal ortamlara taşınmasına sebep olmaktadır. İletişimde sağlanan gerçeklik algılayışı yön değiştirme eğilimine giderek, sanal iletişimin gerçekliğini artırmaya yönelmiştir. Kullanıcılar oyun içerisindeki sanal iletişimlerini daha gerçek olarak kabul etmeye yönelmeleri mümkün konuma gelmektedir.

Sanal sayısal oyunlar içinde bulunan toplumların ve benimsenen kültürlerin birer parçası olma yolunda hızlı bir gelişim içerisinde bulunmaktadır. Bu durumun yaygınlaşması, bu oyunların toplumlar üzerinde ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda da etkilere sahip olmaya devam edeceğini göstermektedir. İlgi görme ve mutlu hissetme kaynağının sanal sayısal oyunlar vasıtasıyla sağlanmaya çalışılması, oyun başında geçirilen saatlerin daha fazla olmasına neden olabilmektedir. Oyunların sunduğu gerçeklik algısı oyunların tüm boyutlarına yerleştirilerek bir hipergerçeklik evreni barındırdığını göstermektedir. Sanal toplumsal mekânlar, iletişim ortamları, gerçek yaşamdaki aktiviteler hipergerçeklik evreninde sanal bir gerçekliğe taşınmaktadır. Sanal sayısal oyunlarda bu yöndeki tüm gerçeklikler değişim göstererek gerçeklerin sahtelerinin gerçek olarak benimsenmesine yol açmaktadır. İletişim ve gerçeklik bazında bu durumun devamlılığı bu oyunlardaki kullanıcıların yaşam biçimlerine de etkilerde bulunarak, gerçek iletişimin zaman içerisinde gerçeklik algısında hapsolmasına neden olabilecektir. Bu bağlamda, sanal sayısal oyunların gerçeklik ve iletişim algısı yönünde oluşturabileceği bu durumlar da göz önünde bulundurularak değerlendirilerek ve farkında olunarak kullanılması önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

BAUDRILLARD, J. (2004). *Tam Ekran*, (Çev. Bahadır Gülmez), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

BİNARK, M. (2005). Sanal Uzamda Oyun Kültürü: Dijital Oyunlar. inet.tr.org.tr/inetconf11/bildiri/89.pdf (Erişim Tarihi: 24.01.2018).

BİNARK, M., BAYRAKTUTAN-SÜTCÜ, G. (2008). *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon.

BÜYÜKBAYKAL, İ. C., CANSABUNCU, İ. A. (2020). Türkiye’de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu. *E-journal of New Media*. 4 (1) 3-9.

CASTRONOVA, E. (2005). *Synthetic Worlds: The Business And Culture of Online Games*. Chicago: University of Chicago Press.

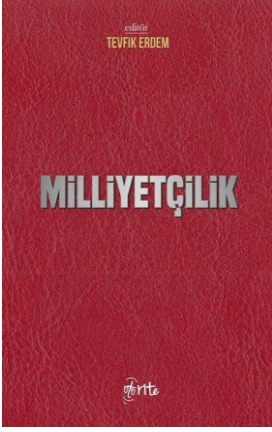
- DİNÇER, G. D. (2008). Sanal Dünyaların Uzaktan Eğitim Danışmanlık Hizmetlerinde Kullanımı: Secınd Life Örneği. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- DURDU, P., TÜFEKÇİ, A. ve ÇAĞILTAY, K. (2005). Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihleri: ODTÜ ve Gazi Üniversitesi Öğrencileri Arasında Karşılaştırmalı Bir Çalışma. *Eurasian Journal of Educational Research*. (19) 66-76.
- GARGIULO, M. ve BENASSI, M., (2000). Trapped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes, and the Adaptation of Social Capital, *Organization Science*, 11 (2) 183-196.
- HUIZINGA, J. (2010). *Homo Ludens*. (çev. Mehmet Ali Kılıçbay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- KIRRIEMUIR, J. (2002). *Video Gaming, Education and Digital Learning Technologies*. *D-Lib Magazine*. 8(2).
- MUI, J. D. (2008). *Siberuzayda Macera Dolu Bir Yolculuk*, Çev: Ali Özdamar, İstanbul: Kitap Yayınları.
- NEUMAN, M. & HOGAN, D. (2005). *Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities*. *Journal of European Industrial Training*. 29 (6) 472.
- ÖZÇAĞLAYAN, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- PAPACHARRISSI, Z. & ALAN M. R. (2000). *Predictors of Internet Use*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44 (2) 175-196.
- PARSONS, J. M. (2005). *An Examination of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games as a Facilitator of Internet Addiction*. *University of Lova. Lova Research Online*.
- SHELL, J. (2008). *The Art of Game Design: A Book of Lenses*, Burlington: Morgan Kaufmann Publishers
- TOCCI, R. J., WIDMER, N. S.; MOSS, G. L. (2007). *Digital Systems: Principles and Applications*, New Jersey: Pearson Education Ltd.
- UYŞAL, A. (2005). *Üç Boyutlu Bilgisayar Oyunları Görsel Tasarımı*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir.
- YÜKSEL, H. ve ÇELİKİTABAN, D. (2006). Online Ölüm Tarikatı. *Aktüel Dergisi*. (27). 22-26.
- WELLMAN, B., HAASE A. Q. & HAMPTON K. (2001). *Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment*. *American Behavioral Scientist*. 45 (3) 436-438.

Summary

What these virtual games are, what their types are and what are the communication and realities of these games have been investigated. In this context, firstly, what are the virtual worlds and their types are emphasized. Evaluations have been made on how these games try to make an impression on the players by offering a lifestyle similar to real life. Within the scope of this scope, it is tried to be understood how the games have a reality in the game samples, what activities can be done in the games, and what role these games have in the free life time frame. In this context, knowing how virtual world games are carried out in order to get users involved in their lifestyles will also be effective in showing why such games are often played. Knowing the effects of the features of the games provides predictions about what changes the users can make in their lifestyles. It is thought that this study will contribute to the literature for researchers who will work on virtual numerical games.

KİTAP İNCELEMESİ – 1

Hazırlayan: Talha Gökтуğ GÖNEN*



MİLLİYETÇİLİK

Yazar:

Tevfik ERDEM

Milliyetçilik,

İstanbul: Otorite Kitap, Mart 2020, 1117 s.

ISBN: 9786057990028

Milliyetçilik, editörlü Prof. Dr. Tevfik Erdem tarafından üstlenilmiş bir eserdir. Bu kapsamlı çalışmanın merkeze aldığı araştırma nesnesi, kitaba ismini veren milliyetçilik olgusudur. Millet ve milliyetçilik konusunda teorik ve pratik alanları birlikte gündeme alan, normatif ve pozitif pozisyonları toplu halde inceleyen kapsamlı eserler bulmak oldukça zordur. Küresel literatürün klasikleşmiş millet ve milliyetçilik konulu eserleri pek çok yayınevi ve yazar tarafından Türkçeye kazandırılmış olsa da bu temel teorilerin bütüncül bir anlayış ve karşılaştırmalı yöntemler ile ele alınması konusunda eksiklik mevcuttur. Söz konusu eser yalnızca klasik milliyetçilik teorilerini tek bir çalışma kapsamında ele alması ile değil, aynı zamanda Türk Milliyetçiliğini özel olarak bu teoriler ile birlikte ele alması nedeniyle muadili çalışmalardan ayrılmaktadır.

Siyaset bilimi literatüründe sıklıkla karşılaşılan "Milliyetçilik" kelimesi şüphesiz sosyal bilimlerin en zorlu kavramlarından biridir. Kavramın tanımlanması ve taşıdığı anlam yükünü analiz etmek bir yana, küresel literatürden çevirisi esnasında ortaya çıkmış muadilleri ile ilişkisini dahi ortak bir düzlemde incelemek oldukça güçtür. Millet, ulus ve nasyon tercihinin altında yatan normatif değer yükü; ırk, soy ve etnisite gibi kimliklerle olan ilişkisi, milli kimliğin nitelik ve sınırlarını belirtmek için gerekli referanslar bu çalışmanın henüz başlangıç aşamasında karşılaşılan ve akademik düzlemde aşılma gayreti gösterilen problemlerdir. Erdem'in bu çalışması; literatürde oluşmuş bu boşluğu doldurma işlevi itibarı ile sosyal-siyasal okuryazarlığa talip araştırmacıların bireysel kütüphanelerinde başucu kitabı olmaya aday bir eserdir.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, E-posta: talha.goktug.gonen@gmail.com
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8274-5668>

Kitabın ilk bölümü olan "Kavramlar", çalışmanın bütünü için gerekli kuramsal alt yapıyı inşa etmektedir. Kavram seti konusundaki tartışmaları muhtelif görüşler ile birlikte ele alarak bilimsel bir zemin oluşturmak için gerekli ilk adım atılmaktadır. Çalışmanın sonraki kısımlarında sıklıkla kullanılacak bu kavramların anlam, tanım ve mahiyetleri konusunda bir uzlaşma sağlanmadıkça karşılaşılabilecek analitik problemler bu bölüm sayesinde aşılmıştır.

Millet ve milliyetçilik konusunda anahtar kelime niteliğindeki pek çok kavram bu bölümde tekeldi ve tartışma sonlandırıcı bir üst dilden kaçınılarak tutarlı bir bilimsel ve akademik zemin korunarak incelenmiştir. Kültür, ulus-devlet, din, sömürgecilik, toplumsal cinsiyet, küreselleşme gibi pek çok kavram bu bölümde yaygın tanımları ve kabul görmüş teorik çerçeveleriyle ele alınmış, milliyetçilik ile aralarındaki ilişki bağlamında değerlendirilmiştir.

"Teori ve teorisyenler" bölümü ile kitap; klasikleşmiş milliyetçilik teorileri ve bu teorileri ortaya atan isimleri tek tek incelemektedir. Ernest Gallner, Eric Hobsbawm, Benedic Anderson, Anthony Smith gibi millet ve milliyetçilik teorisinin popüler isimlerinin yanı sıra Fichte, Herder, Geertz, Berghe gibi teorisyenler ile konunun tüm kült isimleri bu bölümde ele alınmıştır. Etno-Sembolcü, modernist ve ilkçi-kadimci teorilerin özellikleri aynı zamanda eleştirileri bölümün içeriğinde karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Millet olgusunun modern bir fenomen olduğuna dair ana akım tarih anlayışına karşılık alternatif teoriler ortaya koymuş olan pek çok isim, "Millet" in sınırlarını ve tanımını yeniden tartışmaya açmıştır. Söz konusu bölüm, kitabın genel çerçeve oluşturma ve teorik zemin inşa etme işlevinin tamamlandığı kısım olarak adlandırılabilir. Daha sonraki bölümlerde artık genel analizler, tanımlamalar ve teoriler doğrudan konu edilmeyecek; özel olarak analiz ve incelemeler ortaya konacaktır.

Üçüncü bölüm "Milliyetçilikler"; tek bir çalışma kapsamında yirmiden fazla milliyetçilik pratiğini araştırma gündemine almıştır. Sosyal bilimlerin son çeyrek yüzyılda kat ettiği mesafeye paralel olarak bu kısım; genel geçer toplumsal yasaları ortaya çıkarma ve bağlamdan azade bir soyutlama ile ortaya konmuş kavramsal tanımlamalar kısacasına girmeden her bir milliyetçiliği ayrı analiz enstrümanları ile ele almıştır. Toplumların, coğrafyaların, kültür sahaları ve medeniyet dairelerinin farklılık arz ettiği insanlık tarihinde, bağlama bağlılığın getirdiği dinamik analiz bu bölümde ortaya konmaktadır. Gerçekliğin içindeki tarihselliği ihmal etmeyerek Türk Milliyetçiliği; Kürt, Ermeni, Arap ve Fars Milliyetçilikleri; Alman, Fransız, Rus Milliyetçilikleri ayrı düzeylerde ele alınmıştır. Avrupa, Afrika, Güney Asya, Latin Amerika, Balkanlar, Kafkaslar ve Orta Asya coğrafyalarında farklılık ve benzerlikler arz ederek ortaya çıkmış olan Milliyetçilikler analiz edilmiştir.

Türk Milliyetçiliği konusunu son iki bölümde araştırmanın ana gündemine alan kitap; önce "İsimler" daha sonra "Temalar" başlığı altında ortaya koymaktadır. Proto-Milliyetçi dönemde Osmanlı ve Rusya Türklüğü kaynaklı hareketlerin konjonktürel analizleri bir başlangıç noktasıdır. Erken dönem Türk Milliyetçiliğinin doğuşuna neden olan toplumsal iklim, koşullar ve faktörler çerçevesinde başlayıp bugüne uzanan kronolojik öykü; isimler üzerinden ele alınmaktadır. Pratik sahada bir eğitim ve kültür hareketi olarak ortaya çıkmış olan Türk Milliyetçiliği'nin toplumsal-siyasal bir harekete dönüşmesi; bu yeniden form bulma süreci esnasında ortaya çıkan fikir sisteminin "ideoloji" ile olan benzerlik ve farklılıkları bu kısımda kapsamlı biçimde çalışılmıştır. Gaspıralı, Gökalt, Yurdakul, Akçura, Atsız'ın yanı sıra Togan, Resulzade, Açoğlu gibi erken dönem Türkçülük teorisyenleri bu bölümde ele alınmıştır. Nurettin Topçu, Erol Güngör, Galip Erdem gibi Türk Milliyetçiliğinin bugünkü formunu inşa eden teorisyenler de bu bölümde yer almaktadır. Sultan Galiev'den Nevzat Kösoğlu'na kadar uzanan bugün dahi Türk Milliyetçileri arasında tartışma yaratan ekollerin öncü isimleri yine bu bölümün içerisindedir. Türkeş ve Yazıcıoğlu gibi teorik ve pratik sahalarda önemli kırılma

noktalarına neden olmuş öncü isimler bu bölümün sonuç kısmında yer almaktadır.

Son bölümü ile birlikte Türk Milliyetçiliği'nin temalarının sembol, kavram, kurucu mitleri ve vizyonları ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bugünkü popüler Milliyetçi söylem ile milli seçmen reflekslerine, mevcut siyasal partilerin pozisyonlarına ve tartışmalı ilişkilere kadar bu kısım Türk Milliyetçiliğinin dünü, bugünü ve yarını için akademik pusula görevi görmektedir. Turan, kızıl elma, bozkurt, Atatürk ve Türk Milliyetçiliği, Sosyalizm ve Türk Milliyetçiliği, MHP'nin dünü ve bugünü bu kitabın son bölümü kapsamında ele alınmıştır.

Milliyetçilik kitabı Tefvik Erdem tarafından editörlüğü ve pek çok kısmında yazarlığı üstlenilmiş bir eserdir. Kitabın farklı bölümünü kaleme alan pek çok araştırmacı, bilim ve fikir insanı yüksek bir emek ve gayret ile Milliyetçilik ansiklopedisi niteliğine layık bu çalışmada yer almıştır. Sosyal bilimlerin oldukça zorlu bir alanını teşkil eden bu sahada bilimsel derinliğinden ve kuramsal zemininden kopmadan kalem oynatmış değerli isimlerle ortaya konmuş bu kitap; pek çok kesimin akademik kitaplığında yer bulacaktır.

KİTAP İNCELEMESİ – 2

Hazırlayan: Sibel TAŞKIN*



İSTİF ÇAĞI

Yazar:

James WALLMAN

İstif Çağı, (Stuffocation)

(çev.) Senem Karagözoğlu, Aytaç Özgören,
İstanbul: Doğan Novus, 2018, 324 s.

ISBN: 9786050956771

Öz

İstif Çağı olarak Doğan Kitap tarafından dilimize çevrilen (Aralık 2018) kitabın orijinal adı: *Stuffocation* (2013, 2015), "Stuffocation" İngilizce stuff (eşya) ve suffocate (boğulmak) kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır.

20. yy'da materyalizmin insanlara dayattığı birçok değer olmuştur. Tüketim ve tüketim kültürü, tüketim toplumu, sosyal bilimlerin sıkça incelediği kavramlar arasına girmiştir. Kitap, kapitalizm ve tüketicilik kavramlarının getirdiği sorunlara birçok yönden bakmaktadır. Çözüm olarak da "deneyimciliği" (experientializm) ön plana çıkarmaktadır. Kitap genel olarak, içinde bulunduğumuz çağı anlatan, faydalı bilgileri içeren, fütüristik bir yaklaşıma sahiptir. Toplumun materyalizme verdiği önemden uzaklaşarak nasıl deneyimciliğe doğru yöneleceğini konu almaktadır. İnsanların mutluluğu materyal şeyler yerine yaşadıklarında ve tecrübelerinde araması gerektiği ve deneyimcilik kavramının önemi vurgulanmaktadır. Bu genel çerçevede dâhilinde 324 sayfadan oluşan kitap, dört ana kısımdan ve her kısımda farklı sayıda alt bölüm olmak üzere toplam on dört alt bölümden oluşmaktadır.

Bu çalışmada, James Wallman'ın "*İstif Çağı*" adlı kitabı, sosyal bilimler bakış açısıyla, kitap incelemesi olarak ele alınmıştır. Kitabın akıcı bir anlatımı vardır. Kitapta çok sayıda kişinin birikim ve bilgisinden de faydalanılmış ve okuyucuya aktarılmıştır.

* Uzman, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Edirne, Türkiye, E-posta: sibeltaskin@trakya.edu.tr, [ORCID https://orcid.org/0000-0003-3308-0417](https://orcid.org/0000-0003-3308-0417)

Bilgiler, durumu analiz eden vaka incelemeleri (örnek olaylar) ile sunulmuştur. Kitabın bitiminde kendinizi analiz etme araçları yer almaktadır. Bununla amaçlanan, kitapta yer alan deneyimcilik çabalarının hangi alanlara odaklanması gerektiğini tespit etmektir. Notlar başlığı altında kitapta yer alan atıf niteliğinde örneklendirmelere ait kaynaklar yer almaktadır. İnceleme kapsamında giriş bölümünde; yazarın kitabı yazarken neyi amaçladığı ele alınmış ve biyografisine yer verilmiştir. Analiz ve değerlendirme bölümünde, kitabın bölümlerinin tanıtımı ve sosyal bilimler bakış açısı ile bağlantılı olarak değerlendirmesi yapılmıştır. Sonuç bölümünde; genel olarak ortaya koyduğu ana tema ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: James Wallman, Tüketim, Tüketim Kültürü, Tüketim Toplumu, Deneyimcilik

Stuffocation

Abstract

The original title of the book, which was translated into our language by Doğan Book as İstif Çağı (December 2018): Stuffocation (2013, 2015), "Stuffocation" is a combination of the words English stuff (suffocate) and suffocate.

There were many values that materialism imposed on people in the 20th century. Consumption and consumption culture has become one of the areas frequently examined by social sciences. The book looks at the problems brought by the concepts of capitalism and consumerism in many ways. As a solution, it emphasizes "experientialism". The book generally has a futuristic approach that tells the age we are in and contains useful information. It is about how to move away from the importance that society gives to materialism and how to turn towards experientialism. Emphasis is placed on the importance of the concept of empiricism that people should seek happiness in their experiences and experiences instead of material things. Within this general framework, the book, consisting of 324 pages, consists of four main chapters and a total of fourteen chapters, each with a different number of sub-chapters.

In this study, James Wallman's book "The Age of Hoard" was handled from the perspective of social sciences to make a book review. The book has a fluent expression. In the book, the knowledge and knowledge of many people were also used and transferred to the reader. The information is presented in case studies (case studies) that analyze the situation. At the end of the book, there are tools to analyze yourself: the aim is to identify the areas in which the experiential efforts in the book should focus. And, under the heading of notes, there are references to cited examples in the book. Within the scope of the review, in the introduction section; what the author intended while writing the book was discussed and his biography was included. In the analysis and evaluation section, the sections of the book are introduced and evaluated in connection with the social sciences perspective. In the conclusion section; The main theme that he has presented in general is discussed and evaluated.

Keywords: Consumption, Consumption Culture, Consumption Society, Experientialism

1. Giriş

James Wallman gazeteci, trend tahmin uzmanı, konuşmacı ve yazardır. GQ, New York Times, TF için yazılar kaleme alan Wallman, Absolut, BMW, Burberry ve Nike gibi markalara danışmanlık yaptı; T3 dergisinde fütüroloji makaleleri yazdı, The Future

Laboratory' nin editörlüğünü yaptı. Oxford Üniversitesi'nde Klasik Diller ve University of the Arts London' da Gazetecilik mastırı yaptı. Kitap, çarpıcı bir hikâye ile başlıyor. Ryan Nicodemus'un "içinde yataktan başka hiçbir şey bulunmayan bir odada uyanmasıyla başlayan bir hikâye aslında bu bir deneydir. Nicodemus 28 yaşında ve hali vakti yerinde bir gençtir. Çok çalışması, harcaması ve ne kadar kazanırsa kazansın, ne kadar satın alırsa alsın karşılığında mutluluk elde edememesi üzerine bir deneye başlıyor. Evindeki tüm eşyaları lazım olacağı durumda çıkarmak üzere kutulara ve poşetlere koyuyor. Deneyin onuncu gününden sonra neredeyse hiçbir şeye ihtiyacı olmadığını kavıyor. Yeteri kadarına sahip olduğuna ikna olduktan sonra da tüm gereksiz şeylerden kurtulmaya karar veriyor ve daha az mal varlığı ile yeni bir hayata başlıyor. Bu çarpıcı hikâye girişinden sonra, yazar şöyle ekliyor: *İstif Çağı, henüz adı konmamış olmasına rağmen günümüzün en vahim deritlerinden birinin hikâyesi*. Nicodemus ve Fields Milburn'ün her sene daha az eşyayla yaşamak hakkında yazdıklarını yayınladıkları blog ve kitaplarının iki milyon kişiye ulaşması, *Eşyaların Hikâyesi (The Story of Stuff)* isimli filmin internet üzerinden on iki milyon kişi tarafından izlenmiş olması gibi, deneyin odak noktasına ait hikâyeleri olan birkaç örnekle yazar kitaba devam ediyor. Siyaset Bilimci Ronald Inglehart'ın incelediği altı ülkede (Birleşik Krallık, Fransa, Batı Almanya, İtalya, Hollanda, Belçika) 1970'lerden beri insanların maddiyata yaklaşımlarını araştırdığına da yer veriliyor. Araştırma gösteriyor ki; her beş kişiden dördü maddeci yaklaşımlar göstermektedir. Siyaset bilimcilerin o zamandan beri 50 ülkede yaptıkları benzer araştırmalara göre daha az maddeci hale geliyoruz. Yazar, insanların günümüzde daha az maddeci hale geldiğini, her iki kişiden birinin materyalist yaklaşım sergilediğini, insanların yarısının artık post-materyalist olduğunu da Inglehart'dan aktarıyor. Yazar kitabında farklı bakış açılarından örnekler vererek ilerliyor. Siyaset bilimci, filozof, psikolog, çevrebilimci, nüfus bilimci, sosyal bilimci, ekonomist, teknoloji uzmanı, sonrasında da kendi görüşünü ekleyerek devam ediyor. James Wallman, kitabın giriş bölümünde kendini bir kültür tahmincisi olarak yorumluyor ve ekliyor; *on yılı aşkın bir süredir trendleri analiz ediyor ve sosyal değişimi tahmin ediyorum. Bu çalışmalar sırasında, toplumumuzu taşıyan üç temel sütunda çatlaklar oluşmaya başladığı, benim için açık bir hale geldi: Kapitalizmin kapsayıcı yapısı, tüketimcilik uygulaması ve hepsinin altında yatan değerler sistemi olan maddecilik. Kapitalizm ve tüketimcilik karşıtı hareketler ya da teknolojinin her şeyi çözeceği gibi diğer çözümlere baktığımda hiçbir czip ve gerçekçi gelmedi. Hepsi de fazla basit göründü. Sanki yapısal sebeplerle mücadele etmek yerine çatlakları örtmeye çalışıyorlar ya da sorunun bir kısmını çözüp gerisini görmezden geliyorlardı. Dolayısıyla kendi çözümümü oluşturmaya, insana dair sezgilerimi ve yıllardır uyguladığım analitik becerilerimi daha iyi bir yol bulmak için kullanıp kullanmayacağımı görmek istedim*. Her toplum zaman içinde değişime uğrar. Temel nedenleri arasında teknolojiye yaşanan değişimler ve gelişim ya da toplumlararası etkileşim gösterilebilir. Nitekim büyük dönüşümün başlangıcı Sanayi Devrimi'nin aracasında da teknolojik değişim yatmaktadır. 1990'lardan beridir de bilgisayar ve internet teknolojileri ekonomiden boş zaman endüstrisine kadar geniş alanlarda etki yaratmıştır (Zencirkıran, 2017:9).

Yazar, kitabın giriş bölümündeki deneye atıfta bulunarak, içinde yaşadığımız kapitalist sistemin maddeci tüketicilere dayandığını, Nicodemus gibi ilkin mülkiyet ve mülkiyet peşinde koşmanın bize statü, kimlik, anlam ve mutluluk verdiğini ancak artık pek de öyle olmadığını söylemektedir. Daha fazlanın daha çok mutluluk anlamına geldiğine olan eski inancımızı bırakıp yerine başka bir mutluluk denklemi oluşturmanın ve yaşama dair yeni bir manifesto yazmanın zamanının geldiğini söyleyerek deneyimciliğe yönelmemiz gerektiğini savunmaktadır. İnsanların bu sorgulamalarının bir kültür devrimi getireceğine inanmaktadır. İşimizi, gerçekte ihtiyacımız olmayan maddi varlıkların bedelini ödeyebilmek için yapmak zorunda olduklarımıza göre değil, yapmak

istediklerimize göre seçebilmemizin de böylece mümkün olacağını ve hatta hükümet politikalarının da değişmesi suretiyle GSMH ve ekonomiye olan ilginin azalacağını ve ilerlemenin yeni ölçütleri olacağını eklemektedir. Bu deneyimcilik süreci için, "nasıl ki 20. yüzyılda da atalarımız bir anda tutumlu olmayı bırakıp, müsrif tüketicilere dönüşmedi idilerse, deneyimcilik manifestosu da aynı şekilde hemen gerçekleşmeyecektir" ifadesinde bulunmaktadır. Yazar giriş bölümünün sonunda deneyimciliğe dair 20 sorudan oluşan bir test de sunmaktadır.

2. Analiz ve Değerlendirme

324 sayfadan oluşan kitap, dört ana kısımdan ve her kısımda farklı sayıda alt bölüm olmak üzere toplam on dört alt bölümden oluşmaktadır. Bir test bölümü ve kitabın sonlarında "Ek: Deneyimcinin yolu" başlığı ile deneyimciliğe yönelik öneriler bulunmaktadır. Bu araçların nasıl uygulanacağı hakkında ayrıntılı bilgiler ise <http://stuffocation.org/> adresinde verilmektedir (Wallman, 2018:273).

Birinci kısım: "Sorun: Eşyada Boğulmak": 21. yüzyılın dönümünde yaşamı anlamak isteyen sosyal bilimciler tarafından çokça araştırmalar yapılmıştır. "Maddeciliğin Karanlık Yüzü" adlı ikinci alt bölümde, yazar çevreye karşı sıradan bir kayıtsızlık geliştirildiğini söylemektedir, yani materyalizmin başka bir masum olmayan yanının sorgulanması gerektiğini söylemektedir. Örnek olarak Sessiz Bahar (Silent Spring) (1962) kitabı ve filmine atıf yapılmaktadır. Tüketimciliğin kontrolsüz başarısının bugün, ozon tabakası, bitki ve hayvan yok oluşu gibi sonuçlara yol açtığı vurgulanmaktadır. Yazar, sonrasında mutluluk kavramı üzerinde duran bir araştırmaya yön çevirmektedir. Örnek olarak, Richard Easterlin'in, daha fazlasının insanları mutlu edip etmediğini öğrenmek isteği araştırmalarını paylaşmaktadır. Araştırmaya göre, ABD ve İngiltere gibi gelişmiş ülkeler ile Hindistan, Brezilya gibi az gelişmiş ülkeler dâhil olmak üzere on dokuz ülkenin İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki ekonomik büyüme ve mutluluk verileri karşılaştırılmaktadır. Çıkan şaşırtıcı sonuçlara göre insanlar, temel ihtiyaçlarını karşılayacak kadarına sahip olduğu sürece mutluluğun milli gelir artışına göre çok da değişmediği ortaya konmaktadır. Yazara göre, ekonomistlerin azalan marjinal fayda, sosyologların hedonik kontrast etkisi olarak adlandırdığı bu ve benzeri sonuçlar, materyalizmin ikilemini özetlemenin bir yoludur. Kitapta sistemin doğal sonucu olan seri üretime de değinilmektedir ve maddiyatın, statülerimizin bir göstergesi olduğu, bize yararlı olduğunda bile getirdiği çözümlerden çok sorun yaratmaya eğilimli olduğu, çünkü bugünün meritokratik (liyakata dayalı) sisteminde sahip olunanlar bir başarı göstergesi iken, sahip olunmayanların aynı derecede başarısızlığa bir işaret olarak gösterildiğine dikkat çekilmektedir. Yazar, Psikolog Oliver James'in "Aşırı Zenginlik Hastalığı (Affluenza)" isimli kitabına atıfta bulunarak, seri üretim ve seri tüketimin en sonunda seri depresyona neden olacağını, bunu elbette hiç kimsenin ilerleme olarak adlandıramayacağını, kendi görüşleriyle de desteklemektedir. Statü kavramı, grup içindeki bireylerin prestijlerinin göstergelerini ifade etmektedir. Statü farklılıklarının nedenlerinden biri de liyakat ve katkıdır ki bu, bilgiye, eğitime ve uzmanlığa dayalı olarak grubun amaçlarını gerçekleştirme sürecinde yapılan katkının fazlalığı derecesinde grupta saygınlık bulmayı ifade etmektedir. 1980'ler sonrası siyasal, ekonomik, sosyal dönüşümlerle birlikte önceden mesleğe dayalı statüler önemli iken bunun yerini maddeye dayalı statüler almıştır. Artık saygınlığın yeni kaynağı daha fazla paraya sahip olmak ve gösteriş tüketimidir (Zencirkıran, 2017,88). Walman da neoliberalizm döneminin yaratmış olduğu tüketimciliği eleştirmektedir.

İkinci kısım: "Buraya Nasıl Geldik: Kullan-at Kültürünün Kökenleri": Bu kısımda reklamcılık üzerinden arzu yaratma işi yapıldığının altı çizilmektedir. Aşırı üretim ve aşırı tüketimin nasıl geliştiğinden bahsedilmektedir. 1800'lerin sonuna doğru 1865

Amerika'sında iç savaşın son bulmasının hemen ardından çiftçilik ve fabrikalar ülkeyi dönüştürmüştür. Yeni endüstriler ortaya çıkmıştır. İç savaştan sonraki altmış yılda nüfus üç katına çıkarak 35 milyondan 114 milyona yükselmiştir. Aynı dönemde üretim miktarı 12 ila 14 kat artmıştır. Başka bir deyişle ABD sanayii, nüfustan dört kat daha hızlı büyümüştür. Artık imalat sanayileri, satabileceklerinden çok daha fazlasını üretmektedirler. Avrupalılar da yeniden kendi ihtiyaçlarından fazla yiyecek ve mal üretmeye başlamıştır. Hatta dönemin ABD Çalışma Bakanı, Amerikan halkının "ihtiyaç doygunluğu" noktasına geldiğini söylemiştir. Yazar, bu bilgilere yer verdikten sonra yeni tüketicilerin nasıl yaratılacağı meselesini ele almaktadır. Earnest Elmo Calkins'in ortaya attığı fikre göre, sanayi gitgide daha iyi ürünler üretmek yerine kısa ömürlü ürünler üretmeye odaklanmalıdır; dahası yeni tüketiciler de üretmelidir. Diğer bir fikir de tüketicilerin değişen tasarımlara arzu duymasını sağlamak olacaktır. Amerika, bu yenilikçi fikirlerle bozulması için yapılmış ürünlerin seri üretimine geçen ve eskiden sadece kullandıkları ürünleri artık kullanıp bitirecek tüketiciler yaratan bir sisteme geçmiştir.

Yazar, 20. yüzyılın başlarında karar verici mekanizmanın hükümetler, sanayiciler ve reklamcılar olduğu o dönemin reklamcılarının yeni çıkan kitle iletişim araçlarını kullanarak tüketici kitle üzerinde kitle mühendisliği yapmayı öğrendiğini belirtmektedir. Fakat sonra internetin ortaya çıkmasıyla, her şey birden bire değişmiştir. İnternet, farklı bir kapı aralamıştır. Önceden tepedeki azınlık aşağıya nasıl yön vereceğini belirlerken, artık durum farklılaşmaktadır. "Artık tüketicinin ne okuduğu, ne izlediği, ne düşündüğü ve ne istediği konusunda eskisi kadar kontrol sahibi değiller" saptamalarında bulunmaktadır. 1980'lerden itibaren yeni değerler sisteminin oluşturulması için medya önemli bir rol oynamaktadır. Medyanın kullandığı en önemli araçlardan biri de reklamlardır. Sürekli tüketimi pompalayan sistem, kullan-at mantığını hayatın her alanına yaymak istemekte, "tükettiğin kadar mutlusun mesajı" vermektedir. Günümüzde bu durumun bir benzeri de sosyal medya aracılığı ile yaşanmaktadır. Örneğin selfie'nin küresel bir yaygınlık kazanması selfie çubukları ve aksesuarlarının tüm dünyada ticari bir ürün olarak piyasaya çıkmasına sebep olmuştur (Zencirkıran,2018:108). Bu da üretim-tüketim ilişkisi ve yönlendirmesine günümüzden örnektir.

Üçüncü kısım: "Yol ayrımı: Daha İyi Bir Geleceğin Yol İşaretleri": Bu kısımda *ortalama rahatlık* kavramı ön plana çıkarılmaktadır. Buna göre, 20. yüzyılda kurulan sistemde insanların daha hızlı ve daha hızlı olmaları istenmektedir. Sistem tarafından sürekli, daha fazlasının daha iyi olacağı pompalanmaktadır. İnsanlardan asla yeterincesine sahip olmadıklarını düşünmeleri istenmektedir. Buna bağlı, insanlar daha fazla şey satın alabilmek için hayatlarının çok büyük kısmını feda etmektedir. Yazara göre eğer ortalama rahatlığı seçerseniz başka bir seçim yapma fırsatını kendinize vermiş olursunuz. Sonrasında aslında ortalama rahatlık fikrinin çok eskilere dayandığını ancak Sanayi Devrimi ile birlikte sanayiciler makineleri, fabrikaları ve zaman çizelgeleriyle insanları alıkoyarak, onları uzun saatler çalıştırmanın sonrasında kitlelerin başarıya karşı doğal eğilimlerini sömürmüştür. İnsanların çok çalışmaya ve çok tüketmeye şartlandırılmasının ortaya çıktığı döneme işaret edilmektedir. Yazar bu kısımda kendisi ile ilgili olarak "fütüristik yazar" tanımlamasından da beklenecek şekilde neler yapılabileceğine, dönüşümün nasıl yaşanacağına dair saptamalarda bulunmaktadır. Günümüzün etkili yazarlarından Standing'in bir tespitine göre de 21. yüzyılda Keynes, zengin toplumlarda insanların haftada on beş saatten fazla çalışmayacağını tahmin etmiştir. Onun öncesinde ise Marx, üretkenlik düzeyi insanın maddi ihtiyacını karşıladıktan sonra, geriye kalan zamanın insani yetileri geliştirmeye ayrılacağını söylemiştir. Moris *Hiçbir Yerden Haberler* ütopyik romanında, insanların stressiz ve kendi heveslerine yönelik yaşayabildiği bir gelecek tasvir etmektedir (1890). Bu yazarların hiçbirinin öngöremediği piyasa sisteminin önümüze getirdiği tükenmek bilmez tüketim

ve sınırsız büyüme dürtüsüdür (Standing, 2017:267). Yazar bu fikirler etrafında, bireylerin günümüzde sistemin kendilerine dayattıklarına karşı, "daha azıyla mutlu olabilirim" telkinini yaparak da değişimi başlatabileceklerini söylemektedir.

Dördüncü kısım: "Deneyimcilerin Yükselişi": Yazar bu bölümde de bir araştırmaya yer vermektedir: Boven ve Gilovich'in araştırmasına göre, deneyimler (yaptığımız şeyler) bizi sahip olduğumuz maddiyattan (sahip olduğumuz şeylerden) daha mutlu etmektedir. Yazara göre deneyimci insanlar, modern yaşamın maddi değerlerini reddetmekten ziyade bu eski değerlerin ötesine evrimleşen, ihtiyaç duydukları şeylere sahip olmaktan memnunken maddi şeylerde anlam, statü ya da mutluluk bulmayı ummayan insanlardır. Yazar, sonrasında bu değişimin "4 Saatlik Hafta" (The 4 Hour Work Week) kitabının yazarının da işaret ettiği gibi günümüzde pazartesiden-cumaya gidilen iş kavramının dönüşümünde etkili bazı noktalara örnekler vermektedir. Deneyimcilik nasıl oluyor da sosyal statü göstergesi olarak kullanılmaya başlıyor sorusuna yanıt ararken, bunun için insanların sosyal ağları kullandıkları sonucuna varmaktadır. Wallman, deneyim dünyasında yaşamının "iş" in geleceğini değiştireceği konusuna da değinerek devam ediyor: "Nerede ve nasıl çalıştığımızın yanı sıra ne kadar çalıştığımız da gelecekte değişecektir. Odak noktamız eşya ve tüketimden kaydıkça, işte daha az zaman harcamayı ve daha çok serbest vakit geçirmeyi tercih edeceğiz. Daha uzun tatiller, daha az iş saati ve daha kısa iş haftalarının gelecektir." Kitabın son bölümü Wallman'ın manifestosu niteliğindedir. Nasıl daha az tüketerek, daha çok deneyimci olarak toplum ve kültür dönüşümünden geleceğimize dair pratikte uygulanabilecek önerilere yer verilmektedir.

3. Sonuç

Tüketim kavramı, kapitalizmin sevdiği bir kavramdır ve kapitalizmin o meşhur çarklarının dönmesini sağlayan şeylerden biri de tüketici bireyler yaratmaktır. Neoliberalizmle serbest piyasa ekonomisi, medya ve reklamlar yoluyla tüketilecek şeyleri arzu artırıcı şekilde pazarlamaktadır. Tüketim hakkında düşünmeye, önemini vurgulamaya yönelik bir çabanın sonucunda ortaya çıkan kitap, yalnızca konuya ilgi duyan bir okur kitlesine değil, sosyal bilimler alanında çalışmalar yürüten okuyucuya da yanıtlarını arayacağı soruların yerlerini işaret etmesi bakımından hitap etmektedir. Vaka ve kaynaklar düşünüldüğünde, çalışmaya hangi perspektiflerden bakılabileceğine ilişkin de kitap okuyucuya rehberlik edecektir. Yazar, vaka incelemeleri ile kitabı ilgi çekici kılmıştır.

Bu kitabı tercih etmemi sağlayan unsurlar, tüketim kültürünün ve kapitalizmin farklı yönlerinin toplumu nasıl dönüştürdüğüne, gelecek toplum kurgularına duyduğum ilgi ve postfordizm ve neoliberalizm sonrası toplumların hızlı gelişimine duyduğum meraktır. Kitabın içeriğini bir cümle ile özetlemem gerekirse, toplumların değişip dönüşmesi bireylere bağlıdır ve bireylerin deneyimciliklerini artırmalarının yolunu bulmaları, ihtiyaç fazlası olan her şeyden uzaklaşmalarından geçmektedir. Kitabın zayıf yönleri, tekrara düşülmüş alanların çok olması olarak gösterilebilir. Kitabı okuduktan sonra çıkarımlarına destek veren notlar bölümündeki kaynaklara ve ilişkili kaynaklara destek veren görüşlere de mutlaka bakılması çok faydalı olacaktır. Kitap, günümüz insanının girdiği ekonomik, sosyolojik, psikolojik, kültürel açmazlara çıkış noktaları oluşturması açısından sosyal bilimlerle ilgilenenlere katkı niteliğinde kaynaklardan oluşmakta, aynı zamanda yazarının da dediği gibi kendi manifestosunu ilan etmektedir. Okuyucunun ileri okuma ve araştırmalarına rehberlik etmektedir. Yazar, kitabın son bölümde kitap boyunca felsefi, sosyolojik, ekonomik, psikolojik olarak yaklaşılacak konulara dair pratik niteliğinde kendi önerilerini vererek de katkı sunmuştur.

KAYNAKÇA ve İLERİ OKUMA

CARSON, R. (1962). *Silent Spring*, Boston: Houghton Mifflin; Cambridge, Mass.: Riverside Press.

CSIKZENTMIHALYI, M. (2004). Akış Üzerine, TED TALK.

EASTERLIN, R. (1974). "Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence", *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz*, pp. 89-125.

INGLEHART, R. (1971). "The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies". *The American Political Science Review*, 65(4), 991-1017. doi:10.2307/1953494

INGLEHART, R. (2008). "Changing Values among Western Publics from 1970 to 2006", *West European Politics*, 31:1-2, 130-146, DOI: 10.1080/01402380701834747

JAMES, O. (2007). *Affluenza*, Random House UK.

NICODEMUS, R., MILBURN J. (2020). www.minimalists.com

STANDING G. (2011). *Prekarya Yeni Tehlikeli Sınıf*, (çev.) Ergin Bulut; İstanbul: İletişim.

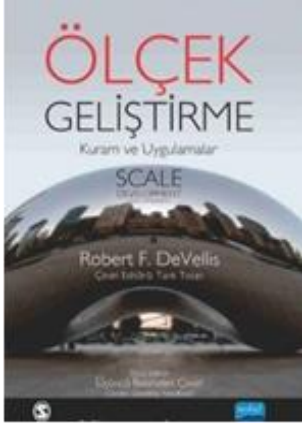
ZENCİRKIRAN M. (2017). *Sosyoloji* (6. Baskı). Bursa: Dora Yayınevi.

www.storyofstuff.org

KİTAP İNCELEMESİ – 3

Hazırlayan: Şenay KEÇECİ*

ÖLÇEK GELİŞTİRME: KURAM ve UYGULAMALAR



Yazar:

Robert F. DeVELLIS,

Ölçek Geliştirme: Kuram ve Uygulamalar,
(Scale Development Theory and Applications),

(çev.) Tarık Tozan,

İstanbul: Nobel Yayınları,

2017, 206 s.

ISBN: 9786051339375

Robert F. DeVellis, North Carolina Üniversitesi Sağlık Davranışı ve Sağlık Eğitimi Bölümü'nde Prof. Dr. unvanı ile çalışmaktadır. DeVellis sosyal değişkenler ve psikolojik ölçme alanlarında 30 yıldan uzun süredir çalışmakta olup sağlık ve hastalıkla ilişkili sosyal ve davranışsal değişkenlerin ölçümü konularıyla güncel çalışmalarını sürdürmektedir.

"Ölçek Geliştirme: Kuram ve Uygulamalar" adlı bu kitapta, ölçme kavramından hareketle, ölçek oluşturma mantık ve ilkeleri hakkında bilgi verilerek, araştırmacılar için karmaşık birtakım değerlendirme süreçlerinin aydınlatılması hedeflenmiştir. Uyarlama ölçeklerin dilimize çevrilmesi her ne kadar yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri olsa da söz konusu ölçeklerin kuramsal temelini zaman zaman yeterince irdelenmemesi, yapılan bazı çalışmaları etik değerler bakımından kuşku hale getirebilmektedir. Bu kitabın ülkemizde bilhassa eğitim ve sosyal bilimler alanlarında geliştirilecek ölçeklerin niteliğini artırmak bakımından araştırmacılara rehberlik edebilecek kıymetli kaynaklardan biri olduğu düşünülmektedir. Kitap 8 bölüm ve 206 sayfadan oluşmaktadır.

Kitabın, 'Ölçek Geliştirmeye Genel Bakış' başlıklı birinci bölümüne, ölçme kavramının tarihsel süreçte gelişimi ve tüm kültürlerde doğru ölçmeye verilen önemden bahsedilerek başlanmıştır. 19. yüzyılda istatistiksel yöntemlerin ortaya çıkışıyla gözlem ve ölçme hakkında çalışmaların hızlandığı, psikofizik alanındaki gelişmelerin modern psikometrinin kökenini oluşturduğu ifade edilmiştir. Ölçmede daha sonraki dönemlerdeki gelişmeler, temel kavramlar ve zekâ testlerinin gelişimi ile psikometrinin alanını genişletmesi olarak ifade edilebilir. Sosyal bilimlerde ölçmenin rolü, kuramın

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Gedik Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İş Sağlığı Güvenliği, İstanbul, Türkiye, E-posta: senaykececi@hotmail.com [ORCID https://orcid.org/0000-0003-0545-8929](https://orcid.org/0000-0003-0545-8929)

ölçmeyle ilişkisi, kuramsal ve kuramsal olmayan ölçme başlıkları altında açıklanmıştır. Bölüm, verimsiz ölçmenin yarattığı maliyet hakkında verilen bilgiyle tamamlanmıştır.

'Örtük Değişkenleri Anlamak' başlıklı ikinci bölümde, ölçüm ve yapılar arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Ölçümler arası ilişkilerin incelenerek dolaylı yoldan yapılar arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması ve örtük değişken kavramının açıklanmasının ardından değişken arası nedensel ilişkileri tanımlayan yol şemaları hakkında bilgi verilmiştir. Klasik ölçme varsayımları, paralel testler ve alternatif modeller gibi ölçme modelinin ayrıntılandırılması hakkında verilen bilgilerle bölüm sonlandırılmıştır.

'Güvenirlilik' başlıklı üçüncü bölümde, bir ölçeğin güvenilir olmasını sağlayan unsurlar ve güvenirliliğin hesaplanma metotları olan varyans analizine dayalı modeller ile sürekli modellere karşılık iki değerli model hakkında bilgi verilmiş, ardından bir ölçekte yer alan maddelerin homojenliğini ifade eden iç tutarlılık kavramı ve iç tutarlılığın belirlenmesinde kullanılan alfa katsayısı açıklanmıştır. Ölçek puanları arasındaki korelasyona bağlı güvenirlilik; alternatif formlar güvenirliliği, iki yarı güvenirliliği, puanlayıcılar arası uyum, geçici kararlılığın açıklanması ile devam eden bölüm güvenirlilik ve istatistiksel güç arasındaki ilişki hakkında verilen bilgilerle son bulmuştur.

'Geçerlik' başlıklı dördüncü bölüme, bir ölçeğin istenilen özelliği ölçme derecesi olarak ifade edilen geçerlik kavramı ve geçerlik türleri olan; kapsam, ölçüt ve yapı geçerliliği açıklanarak başlanmıştır. Bu bölüm, görünüş geçerliliği hakkında verilen bilgiler ile kapsam ve görünüş geçerliliği arasındaki farkların ifade edilmesiyle tamamlanmıştır.

'Ölçek Geliştirme İlkeleri' başlıklı beşinci bölümde, ölçek geliştirme ilkeleri adım adım açıklanmıştır. Ölçek geliştirme, ölçülmek istenilen yapının açık bir biçimde belirlenmesiyle başlar. Yapının açıklığa kavuşturulması ise kuram, özgünlük ve ölçeğin neyi içereceği konusunda açık olmayı gerektirmektedir. İkinci adım ise madde havuzunun oluşturulmasıdır.

Madde havuzunun oluşturulmasında ölçeğin amacını oluşturan maddelerin seçilmesi, artıklık, madde sayısı, maddelerin yazılma süreci, iyi ve kötü maddelerin özellikleri, olumlu ve olumsuz ifadeli maddelerin belirlenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Üçüncü basamakta ölçme biçiminin belirlenmesi, yanıtlama kategorisi sayısı, özgün yanıtlama biçimi türleri, dördüncü basamakta ise başlangıçtaki madde havuzunun uzmanlar tarafından gözden geçirilmesi konuları açıklanmıştır. Ölçek geliştirmenin temeli sayılabilecek, geliştirilen ölçekten ortaya çıkacak madde grubunun belirlenmesi beşinci basamakta, maddelerin ölçek geliştirme örnekleme uygulanması ise altıncı basamakta yer almaktadır. Yedinci basamakta maddelerin değerlendirilmesi, ters puanlama, madde toplam korelasyonları, madde varyansları, madde ortalamaları başlıklarına yer verilmiş ardından son basamak olan ölçek uzunluğunun belirlenmesi hakkında verilen bilgiyle bölüm tamamlanmaktadır.

Bir grup maddenin, temelinde kaç örtük değişkenin olduğunun belirlenmesi olarak ifade edilen faktör analizi, aynı adı taşıyan altıncı bölümde açıklanmaktadır. Bölüm, faktör analizinde faktör çıkarma ve faktör döndürme gibi önemli hususlar ile faktörlerin yorumlanması hakkında bilgi verilmesiyle devam etmektedir. Faktör analizine etki eden en önemli unsurlardan biri olan örneklem büyüklüğünün ne olması gerektiğine dair verilen bilgilerle bölüm sonlanmaktadır.

'Madde Tepki Kuramına Genel Bakış' adını taşıyan yedinci bölümde; madde güclüğü, madde ayırıcılığı, madde karakteristik eğrileri, çok yanıtli modellere uygulanan madde tepki kuramı ve madde tepki kuramında karşılaşılan zorluklardan bahsedilmiştir. Klasik yöntemler ile madde tepki kuramı karşılaştırılması ile ilgili yürütülen çalışmalara yer verilmesiyle bölüm tamamlanmıştır.

'Daha Kapsamlı Araştırma Alanlarında Ölçme' başlıklı sekizinci ve son bölüm, ölçek geliştirmenin taslağının oluşturulması, ölçmeye dair sorunların neden ve nasıl ortaya çıkmakta olduğuna dair bilgileri içermektedir. Bir araştırma her ne kadar iyi

tasarlanıp uygulansa bile ölçme noktasında yapılabilecek hataların çalışmanın başarılı ya da başarısız olmasına etkisinin önemi hakkında verilen bilgilerle bölüm sonlanmaktadır.