

AÜSBBD

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Fuat ERDAL
Owner: On behalf of Anadolu University, Rector Prof. Dr. Fuat ERDAL

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (AÜSBD) yayın hayatına 2001’de yılda iki sayı ile başlamış, 2012 itibariyle Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 4 defa yayınlanan ve TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanında taranan uluslararası hakemli statüsünde olan bir dergidir. AÜSBD ayrıca; EBSCOhost Academic Search Complete, Index Copernicus gibi uluslararası indekslerin yanı sıra Sobiad atf dizinininde de yer almaktadır.

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

AÜSBD 2019 yılı 1. sayısına kadar hem basılı hem çevrimiçi olarak yayınlanmıştır. 2019 yılı 2. sayısından itibaren ise çevrimiçi olarak yayınlanmaktadır. Değerlendirme süreci, elektronik ortamda çift-kör hakem değerlemesi (double-blind) yöntemiyle yürütülür. Dergimiz iktisat, işletme, maliye, sosyal politika ve çalışma ilişkileri, kamu yönetimi, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, davranış bilimleri, hukuk, tarih, sanat tarihi, arkeoloji, Türk dili ve edebiyatı, sosyoloji, felsefe, açık ve uzaktan öğrenme, iletişim bilimleri alanlarındaki bilimsel eserleri yayımlar.

Anadolu University Journal of Social Sciences (AUJSS) is an international peer-reviewed journal that started its publication life in 2001 with two issues per year, and as of 2012 published four times a year in March, June, September and December and is indexed in TÜBİTAK-ULAKBİM Social Sciences Database. AUJSS is also included in international indexes such as EBSCOhost Academic Search Complete, Index Copernicus and as well as in Sobiad citation index.

The journal's publication language is Turkish and English, and it accepts manuscripts such as "research article", "review", "letter to the editor" and "book review", provided that they are prepared in accordance with the guidelines of the journal. Manuscripts submitted to our journal for evaluation should not have been previously published, accepted for publication, and not in the process of being evaluation for publication. The responsibility of the manuscripts that are in the process of evaluation and the published articles belongs to the author(s).

AUJSS was published both in print and online until the first issue of 2019. Since the 2nd issue of 2019, our journal has been published online only. The evaluation process is conducted electronically by double-blind peer-review method. Our journal publishes scientific articles in the fields of economics, business, finance, social policy and labor relations, public administration, political science and international relations, behavioral sciences, law, history, art history, archeology, Turkish language and literature, sociology, philosophy, open and distance learning, communication sciences.

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

Yazışma Adresi / Address: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi
Yunusemre Kampüsü 26470 Tepebaşı - ESKİŞEHİR
e-mail: sosbilder@anadolu.edu.tr
web: <https://dergipark.org.tr/pub/ausbd>

Editör / Editor

Saime Önce

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1262

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

e-posta/e-mail: sonce@anadolu.edu.tr

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Fatma Zeynep ÖZATA

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1267

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

e-posta/e-mail: fzozata@anadolu.edu.tr

Teknik Editör / Technical Editor

Gülgün BULUT

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1275

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

e-posta/e-mail: gbulut@anadolu.edu.tr

Yayın Kurulu / Editorial Board

- Ayşegül Asuman AKDOĞAN** (Erciyes Üniversitesi)
Abdullah YALAMAN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Bayram Zafer ERDOĞAN (Anadolu Üniversitesi)
Ender GEREDE (Eskişehir Teknik Üniversitesi)
Evrin GENÇ KUMTEPE (Anadolu Üniversitesi)
Mehmet FIRAT (Anadolu Üniversitesi)
Yavuz AKBULUT (Anadolu Üniversitesi)

Alan Editörleri / Field Editors

- Aytül Ayşe CENGİZ** (Anadolu Üniversitesi)
Aras BOZKURT (Anadolu Üniversitesi)
Aziz Arman KARAGÜL (Anadolu Üniversitesi)
Baki DUY (Anadolu Üniversitesi)
Banu UÇKAN HEKİMLER (Anadolu Üniversitesi)
Bedia Yelda OLCAY UÇKAN (Anadolu Üniversitesi)
Demet KURTOĞLU TAŞDELEN (Anadolu Üniversitesi)
Erkan ÖZATA (Anadolu Üniversitesi)
Erkan YÜKSEL (Anadolu Üniversitesi)
Ferîştah ALANYALI (Anadolu Üniversitesi)
Fikret ÇELİK (Anadolu Üniversitesi)
Kemal YAKUT (Anadolu Üniversitesi)
Mustafa Erkan ÜYÜMEZ (Anadolu Üniversitesi)
Medet YOLAL (Anadolu Üniversitesi)
Mehmet Mahur TULUM (Anadolu Üniversitesi)
Meltem ERDOĞAN (Anadolu Üniversitesi)
Mesude Canan ÖZTÜRK (Anadolu Üniversitesi)
Mine OYMAN (Anadolu Üniversitesi)
Nadir SUĞUR (Anadolu Üniversitesi)
Serap BENLİGİRAY (Anadolu Üniversitesi)
Tolga AKKAYA (Anadolu Üniversitesi)

Dil Editörleri / Language Editor

- Ferdi BOZKURT** (Anadolu Üniversitesi)
Harun SERPİL (Anadolu Üniversitesi)

Görsel Tasarım ve Dizgi / Graphic Design & Typeset

- Gülgün BULUT** (Anadolu Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi

Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi

Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi

Aysun YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi

Bülent GÜNŞOY - Anadolu Üniversitesi

C. Hakan KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi

Cengiz YILMAZ - Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Deniz KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi

Didem PAŞAOĞLU BAŞ – Anadolu Üniversitesi

E. Nezir ORHON - Anadolu Üniversitesi

Elif TEKİN İFTAR - Anadolu Üniversitesi

Emre Ozan AKSÖZ – Anadolu Üniversitesi

Erhan EROĞLU – Anadolu Üniversitesi

Erinç YELDAN - Bilkent Üniversitesi

Erkan YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi

Fatih TEMİZEL - Anadolu Üniversitesi

Halil İbrahim USTA - Ankara Üniversitesi

Hüseyin Sabri ALANYALI – Anadolu Üniversitesi

İbrahim KAYA - Anadolu Üniversitesi

John GRAHL - Middlesex University

Kurtuluş KARAMUSTAFA - Kayseri Üniversitesi

M. Erkan ÜYÜMEZ - Anadolu Üniversitesi

Nurcan TURAN - Anadolu Üniversitesi

Mehmet BAŞAR - Anadolu Üniversitesi

Mehmet Şükrü AKDOĞAN - Erciyes Üniversitesi

Metin TOPRAK - İstanbul Üniversitesi

Michael BASIL - University of Lethbridge

Michael J. BAKER - University of Strathclyde

Muharrem AFŞAR - Anadolu Üniversitesi

Muhsin MACİT - Anadolu Üniversitesi

Murat ERCAN – Anadolu Üniversitesi

Muzaffer DOĞAN - Anadolu Üniversitesi

Nesrin ALPTEKİN - Anadolu Üniversitesi

Nezir VARGAN – Anadolu Üniversitesi

Oktay EMİR – Anadolu Üniversitesi

Philip J. KITCHEN - Brock University

R. Ayhan YILMAZ - Anadolu Üniversitesi

Recai DÖNMEZ - Anadolu Üniversitesi

Süleyman SÖZEN - Anadolu Üniversitesi

Şebnem TOSUNOĞLU - Anadolu Üniversitesi

Şehmuz BALOĞLU - University of Nevada

T. Volkan YÜZER - Anadolu Üniversitesi

Tony ROYLE - National University of Ireland

Turgut TOK - Pamukkale Üniversitesi

Tyler COWEN - George Mason University

Zehra GÜLMÜŞ - Anadolu Üniversitesi

İçindekiler / Contents

Araştırma Makalesi / Research Article

Bir Ünlünün Rakip Marka Reklamlarında Yer Almasına Yönelik Tüketici Tutumlarının Belirlenmesi

Identifying Consumer Attitudes towards Celebrity Endorsement in Advertisements of Competing Brands

Doç. Dr. Zehra BOZBAY - Öğr. Gör. Emine KARAKUŞ BAŞLAR

Gülçin ERDOĞAN - Vahideh ARGHASHİ 1-22

Araştırma Makalesi / Research Article

Özel Güvenlik Sektöründe Çalışanların Örgütsel Politika Algıları ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasındaki İlişkiye İş Doyumlarının Aracılık Etkisi

The Mediator Effect of Job Satisfaction on The Relationship between The Perceptions of Organizational Politics and Turnover Intent of The Employees in Private Security Sector

Prof. Dr. Serap BENLİGİRAY - Dr. Uğur DEMİRCİ 23-50

Araştırma Makalesi / Research Article

A Study on the Relationship between Ethical Climate Perception and Innovative Work Behavior in Health Workers

Sağlık Çalışanlarında Etik İklim Algısı ve Yenilikçi Çalışma Davranışı İlişkisine Yönelik Bir Araştırma

Doç. Dr. Mutlu TOKMAK 51-64

Araştırma Makalesi / Research Article

Tüketicilerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Görgül Bir Araştırma

The Effect of Emotional Intelligence Levels on Buying Behaviours of Consumers: An Empirical Study

Dr. Zehra TÜRK 65-82

Araştırma Makalesi / Research Article

Örgütlerde Algılanan Sosyal Destek ve Toksik Duygular İlişkisi: İyimserlik ve Kötümserliğin Aracılık Etkisi

The Relationship Between Perceived Social Support and Toxic Emotions in Organizations: The Mediating Role of Optimism and Pessimism

Arş. Gör. Mehmet Ali TAŞ – Dr. Öğr. Üyesi Meral BEKTAŞ 83-106

**Araştırma Makalesi / Research Article****Cinsel İstismara Maruz Kalan Türk Vatandaşı ve Mülteci Çocukların Durumu**

The Case of the Turkish Citizen and Refugee Children Exposed to Sexual Abuse

Prof. Dr. Kasım KARATAŞ - Arş. Gör. Harun ASLAN

Dr. Aslıhan Burcu ÖZTÜRK - Dr. Hande ALBAYRAK 107-132

Derleme / Review**Jeokültür ve Dünya Sistemi: Wallerstein'ı Yanlış mı Anladık?**

Geoculture and the World System: Did We Misunderstand Wallerstein?

Dr. Öğr. Üyesi Fulya AKSU EREKER - Dr. Utku ÖZER 133-150

Derleme / Review

Sağlık Alanında Maliyet ile İlgili Yayımlanmış Makalelerin Bibliyometrik Analizi

Cost-Related Articles in Health Care: A Bibliometric Analysis

Dr. Öğr. Üyesi Aynur TORAMAN - Doç. Dr. Burcu ASLANTAŞ ATEŞ 151-162

Derleme / Review**Ebelik Mesleğinde Duygusal Emek**

Emotional Labor in the Midwifery Profession

Dilek HACİVELİOĞLU - Doç. Dr. Hafize ÖZTÜRK CAN

Doç. Dr. Nazan TUNA ORAN 163-172

Araştırma Makalesi / Research Article

İstanbul'da Kayıt Dışı İstihdamın Sosyo-Demografik Belirleyicileri

Socio-Demographic Determinants of Informal Employment in Istanbul

Doç. Dr. Oğuz BAŞOL - Dr. Öğr. Üyesi Esin Cumhur YALÇIN 173-190

Derleme / Review**Liderlik Çalışmalarında Takipçi (Follower) Merkezli Yaklaşım İlişkin****Bir Değerlendirme**

An Evaluation of the Follower-Centered Approach in Leadership Studies

Dr. Öğr. Üyesi Duygun GÖKTÜRK - Dr. Eren AĞIN 191-210

Araştırma Makalesi / Research Article**Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama ve Kurum İmajı İlişkisi: Eker-Adım Adım****Oluşumu İşbirliği Üzerine Bir Araştırma**

The Relationship Between Cause-Related Marketing and Corporate Image:

A Research on the Collaboration of Eker and Adım Adım Constitution

Arş. Gör. Döndü BAL - Doç. Dr. Atılım ONAY 211-236



Araştırma Makalesi / Research Article

Comparison of Machine Learning Methods in Financial Failure Prediction of Businesses Operating in the Manufacturing Industry: Evidence from Borsa İstanbul

İmalat Sanayi Sektöründeki İşletmelerin Finansal Başarısızlık Tahmininde Makine Öğrenmesi Yöntemlerinin Karşılaştırılması: Borsa İstanbul Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Barış AKSOY - Prof. Dr. Derviş BOZTOSUN 237-268

Araştırma Makalesi / Research Article

Eski Arap Hicvinin Özgün Bir Edebî Tür Olarak Doğuşu

The Rise of the Ancient Arabic Satire as an Original Literary Genre

Dr. Öğr. Üyesi Esat AYYILDIZ 269-282

Derleme / Review

Almanya ve Türkiye’de Karşılaştırmalı Olarak Bakım Hizmetleri: Türkiye’de Bakım Sigortası Kurulmasına Yönelik Bir Öneri

Comparative Study on Care Services in Turkey and Germany: A Proposal For the Care Insurance in Turkey

Doç. Dr. Fatma KOCABAŞ - Dr. Öğr. Üyesi Emre KOL 283-310

Bir Ünlünün Rakip Marka Reklamlarında Yer Almasına Yönelik Tüketici Tutumlarının Belirlenmesi¹

Doç. Dr. Zehra BOZBAY² - Öğr. Gör. Emine KARAKUŞ BAŞLAR³ - Gülçin ERDOĞAN⁴
Vahideh ARGHASHİ⁵

Başvuru Tarihi: 13.12.2019

Kabul Tarihi: 17.10.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Günümüzde markalar, reklamlarında ünlü kullanımına sıklıkla yer vermektedirler. Bu çalışmanın amacı genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan markaların reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarının keşfedilmesidir. Bu doğrultuda veri ve bilgilerin toplanmasında odak grup görüşmesinden yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğü 40 kişi olarak belirlenmiş olup bu kapsamda toplam dört adet odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma bulguları, genç tüketicilerin tutumlarının ünlüye yönelik tutumlar ve ikinci markaya yönelik tutumlar olmak üzere ikiye ayrıldığını ortaya koymuştur. Buna göre ünlüye yönelik tutumlar, inandırıcı bulmama, doğru bulmama, samimiyetsiz bulma, etik bulmama, para odaklı bulma, olumsuz bulma, nötr bulma, farkında olmama, profesyonel bulma, markaya yönelik tutum ve olumlu bulma temaları altında toplanmıştır. İkinci markaya yönelik tutumlar ise olumsuz bulma, samimiyetsiz bulma, taklitçi bulma, etik bulmama, nötr bulma, profesyonel bulma, markaya yönelik tutum ve olumlu bulma temaları altında toplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Ünlü Kullanımı, Rakip Firmalar, Kalitatif Araştırma, Odak Grup

Atıf: Bozbay, Z., Karakuş Başlar, E., Erdoğan, G. ve Arghashi, V. (2020). Bir ünlünün rakip marka reklamlarında yer almasına yönelik tüketici tutumlarının belirlenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 1-22.

¹ Bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş makale olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Anabilim Dalı, zehrat@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2728-8003

³ İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Programı, eminekarakusbaslar@esenyurt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7090-4713

⁴ İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, gulcinerdogan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2214-2582

⁵ İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, argashv@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-5528-5344

Identifying Consumer Attitudes towards Celebrity Endorsement in Advertisements of Competing Brands

Assoc. Prof. Dr. Zehra BOZBAY - Lecturer Emine KARAKUŞ BAŞLAR - Gülçin ERDOĞAN
Vahideh ARGHASHİ

Submitted by: 13.12.2019

Accepted by: 17.10.2020

Article Type: Research Article

Abstract

Nowadays, brands often use celebrities in their advertisements. The purpose of this study is to find out the attitude of young consumers about using celebrities in two rival companies' advertisements. In this regard, focus group is used to collect data. The sample size of this study is 40 people and a total of four focus group interviews were conducted. Content analysis used to analyze of the data. The study's findings show that the attitude of young consumers is divided into two parts: (1) attitude towards the celebrity, (2) attitude towards the second brand. According to the results, attitudes towards the celebrity include eleven dimensions are called unbelievable, inaccuracy, insincere, immoral, mercenary, undesirable, inactive, apathetic, professional, attitude and positive approach. Attitude toward second brand also include themes such as undesirable, insincere, impersonator, immoral, inactive, professional, attitude and positive approach.

Keywords: Advertising, Celebrity Endorsement, Rival Firms, Qualitative Research, Focus Group

Giriş

Günümüzde özellikle güçlü markalar tarafından sıklıkla tercih edilen stratejilerden biri olan reklamda ünlü kullanımı, belirli bir hedef kitleye iletilmek istenen mesajların bir ünlüyle ilişkilendirilmesi yoluyla reklamın çekiciliğini ve akılda kalıcılığını artırarak bu tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemeyi amaçlamaktadır. Bilhassa rekabetin güçlü olduğu sektörlerde, markaların belirledikleri hedef kitlelerinin zihninde rakiplerinden farklılaşmasını sağlayan, prestijli, havalı, genç, enerjik gibi ayırt edici marka imajı çağrışımlarına sahip olmak için reklamda ünlü kullanımı stratejisine sıklıkla başvurulmaktadır. Özellikle genç tüketicilerin yaygın olarak ideal benlikleriyle uyumlu olan çeşitli mesleklerdeki ünlüleri yakından takip ettiği ve o ünlülerin tercihlerini ciddiye aldıkları görülmektedir. Bu stratejinin marka farkındalığı aracılığıyla hedef kitlelerinin tutumlarını olumlu yönde etkileyerek başarıya ulaşmasında ise ünlünün kredibilitésinin, saygınlığının, fiziksel çekiciliğinin, ünlü ile markanın ürünleri ve hizmetleri arasındaki uyumun olması gibi çeşitli unsurlar önemli rol oynamaktadır.

Ülkemizde reklamda ünlü kullanımına ilişkin uygulamalar incelendiğinde ise kimi güçlü markaların rakiplerinin geçmiş yıllarda marka yüzü olarak kullandığı ünlüleri, ilerleyen yıllardaki iletişim çalışmalarında marka yüzü olarak tekrar seçtikleri gözlemlenmiştir. Literatürde ise bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan markaların reklamlarında yer almasına ilişkin tüketici tutumlarını inceleyen bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu noktadan hareketle, bu çalışmanın temel amacı 18-35 yaş arasındaki genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan markaların reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarının keşfedilmesi olarak belirlenmiştir. Gerçekleştirilen odak grup görüşmeleri sonucunda elde edilen bulguların gerek literatüre gerekse markaların pazarlama yöneticilerine reklamlarında yer verecekleri ünlülerin seçimi konusunda faydalı olması amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Bu başlık altında çalışmanın amacı doğrultusunda genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan markaların reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarının belirlenmesine yönelik olarak reklamlarda ünlü kullanımı ve reklamlarda ünlü kullanımına ilişkin tüketici tutumları konuları ele alınmıştır.

Reklamlarda Ünlü Kullanımı

Reklamlarda ünlü kullanımı, kurumsal marka imajını geliştirmek için büyük firmalar tarafından her zaman önemli bir stratejik yöntem olarak görülmektedir (Bower ve Landreth, 2001). Reklamlarda ünlü kullanımını açıklamak için yaygın olarak farklı disiplinlerdeki teoriler kullanılmaktadır. İletişim (Austin vd., 2008; Hung, 2014), antropoloji (McCracken, 1989), sosyal psikoloji ve bilişsel psikoloji (Ross vd., 1984) bu disiplinlere örnektir. Ünlü kullanımı pazarlama alanında da etkili bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Spry vd., 2011, s.882).

Ünlüler, geniş bir toplumsal itibara sahip olan ve sosyal üyeler arasında iyi tanınmış kişilerdir (Erdogan, 1999). Dolayısıyla ünlüler, belirli bir grup insanın çoğunluğu tarafından takdir ve takip edilmekte olup hayranlarının ilgisini çekmektedir (Mittal, 2017). Bu kişiler, kendi kişisel başarıları ya da mesleki başarıları nedeniyle toplum içinde bilinen kişilerdir. Bir reklamcılık tekniği olarak kullanılan ünlü kullanımı ise, popüler kişiler aracılığıyla bir ürünün reklamını yapmaktır (Bafna vd., 2016, s.222). Ünlü kullanımı sadece fiziksel ürünlerle sınırlı olmayıp hizmetleri ve fikirleri içermektedir (Pornpitakpan, 2004, s.62).

Günümüzde markalar sporcu, sinema oyuncusu ve popüler müzik şarkıcısı gibi farklı meslekleri olan ünlüler tarafından sıklıkla desteklenmektedir (Byberg vd., 2015). Tüketiciler bu ünlü kişilere yüksek düzeyde güvenmekte olup (Balakrishnan ve Kumar, 2011, s.108) bu güven sayesinde ünlülerin markalar hakkında

söylediklerine inanmaktadırlar. Buna karşın, bir ünlü hakkındaki olumsuz bilgiler, ünlünün güvenilirliğini azaltmakta ve markaya karşı olumsuz tutumlara yol açmaktadır (Zhou ve Whitla, 2013, s.1017).

Reklamlarda ünlü kullanımının amacı, tüketicilerin reklam veren markaya veya ürünü satın alma kararına olumlu yön verilmesidir. Çünkü, günümüzde tüketiciler son derece sofistike, zeki ve eğitilidir. İyi bir ürüne sahip olmak son derece rekabetçi pazarlarda büyüme için tek başına sürdürülebilir ve yeterli değildir. Ünlü kullanımı stratejik bir yöntem olarak firmaların bu amaca ulaşmasında yardımcı olmakta ve doğru bir şekilde tasarlanırsa firmalar açısından etkili sonuçlar doğurabilmektedir.

Carroll (2009) ile Ilicic ve Webster (2013) ünlülerin seçilmesinin önemli ve zorlu bir çalışma olduğunu belirtmişlerdir. Bir ünlünün isabetli seçilememesi, marka veya firma üzerinde ciddi düzeyde olumsuz bir etki oluşturabilmektedir (Louie ve Obermiller, 2002). Bu nedenle pazarlamacılar bu strateji aracılığıyla, markaları ile arzu edilen bir ünlünün imajı ve yaşam tarzı arasında bir bağlantı kurmaya çalışmaktadır (Suegger, 2003, s.64). Bu doğrultuda, çekici, güvenilir ve uzmanlık sahibi olan ve aynı zamanda istenen marka imajı ile uyumlu olan ünlü kişilerin kullanılmasına özen gösterilmektedir (Hakimi vd., 2011). Ünlü kişi ve ürün arasında uyum sağlandığında ünlü kullanımı tüketiciler üzerinde daha etkili olmaktadır (Kahle ve Homer, 1985; Lohneiss ve Hill, 2014; Tingchi Liu vd., 2007).

Ünlü kullanımı, tüketicilerin ünlüyü markayla kolayca ilişkilendirebilmesi, markaların yerel ve uluslararası pazarlarda marka imajını geliştirebilmesi ve markaları rakiplerinden farklılaştırabilmesi nedeniyle pazarlamacılar tarafından etkili bir araç olarak görülmektedir (Roll, 2015). Hakimi ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan araştırmaya göre, fiziksel açıdan çekici bir ünlünün kullanımı, bir markanın imajını geliştirebilmekte ve tüketicileri bu markayı satın almaya yönelik olarak teşvik edebilmektedir. Benzer şekilde, Khan (2018) markaların ünlü kullanımından yararlanarak tüketicilerin zihnindeki marka imajlarını geliştirmeyi ve tüketicilerin satın alma niyetini etkilemeyi hedeflediklerini belirtmiştir.

Reklamlarda ünlülerin kullanılmasının, ünlü olmayan oyuncular veya modellerden daha etkili olduğu görülmektedir. Bunun nedeni ünlü kişilerin tüketicilerin zihninde aktif kişiliklere sahip oldukları için canlı bir mesaj taşıma olmalarıdır (McCracken, 1989). Ambroise ve arkadaşları (2014) yaptıkları araştırmada ünlülerin algılanan kişiliğinin markaya transfer edildiğini tespit etmişlerdir. Bu nedenle bu strateji aracılığıyla, hedef kitlenin zihninde güçlü bir marka kişiliği algısı yaratıp sürdürmek amaçlanmaktadır (Kang ve Choi, 2016).

Reklamlarda ünlü kullanımı stratejisi, marka kişiliğinin yanı sıra, tüketicilerle duygusal bağ kurmayı (Erdogan, 1999; McCracken, 1989) ve marka bilinirliği oluşturmayı (Erdogan vd., 2001) amaçlamaktadır. Yapılan araştırmalar reklamlarda ünlü kullanımının marka bilinirliğini ve hatırlamayı desteklediğini göstermektedir (Friedman ve Friedman, 1979). Ayrıca, bu strateji tüketicilerin satın alma niyetlerini (Tripp vd., 1994) ve ürünün algılanan değerini olumlu yönde etkilemektedir (Dean ve Biswas, 2001). Literatürdeki farklı çalışmalar ise ünlü kullanımının pazarlama iletişimde, ürün imajında, satın alma davranışlarında ve markanın pozitif hatırlanmasında etkili olduğunu kanıtlamaktadır (Mansour, 2016; Seno ve Lukas, 2007; Spry vd., 2011; Till vd., 2008). Thwaites ve arkadaşlarına (2012) göre reklamlarda ünlülerin kullanımı tüketicilerin dikkatini çekmektedir. Bu nedenle bu yöntem tüketicilerin ürün kategorisine yönelik ilgilenimlerinin düşük olduğunda, satın alma kararı almak için mevcut zamanlarının kısıtlı olduğunda, yeni marka tanıtımında veya marka imajının değiştirilmesinde özellikle etkili olabilmektedir. Bununla birlikte farklı mesleklere sahip olan ünlüler, tüketicilerin marka seçim davranışlarını, algılarını, tutumlarını ve niyetlerini etkilemek için kullanılmaktadır (Mishra vd., 2015; Shimp, 2003). Ünlülerin oynadığı reklamlar diğer reklamlarla karşılaştırıldığında, tüketiciler tarafından daha eğlenceli olarak algılanmakta, daha fazla dikkat çekmekte ve ürünün hatırlanmasına yardımcı olmaktadır (Bowman, 2002, ss.14-15). Ulusal ve uluslararası ünlüler tüketicilerin satın alma kararlarını ve yeniden satın alma niyetlerini etkilemektedir (McCormick, 2016). Goldsmith ve arkadaşları (2000) ünlülerin algılanan imajının, ürün seçimi ve satın alma davranışı üzerinde olumlu etkisi olduğunu bulmuşlardır. Ünlü kullanımı tüketicilerin dikkatini artırmakta, reklamları unutulmaz, inandırıcı, cazip hale getirmekte ve ürüne

cazibe katmaktadır (Spielman ve Hayes, 1981, ss.13-14). Ayrıca, yapılan araştırmalar ünlü seçiminde uygun kriterler kullanıldığında, reklamda ünlü kullanımının, marka farkındalığı yaratılması, satışların artırılması ve farklılaşma yaratılmasında önemli bir rol oynayacağını ortaya koymuştur (Jamil vd., 2014; Mikuláš ve Světlík, 2016). Kaikati (1987) çalışmasında, ünlü kullanımının firmalar için beş avantajının olduğunu tespit etmiştir. Bunlar dikkat çekmek, kriz yönetimi, markanın yeniden konumlandırılması, küresel pazarlama ve satışların artırılması şeklinde ifade edilmiştir.

Reklamlarda Ünlü Kullanımına İlişkin Tüketici Tutumları

Tutum bir nesne, bir kişi, bir konu veya fikir hakkındaki olumlu, olumsuz veya nötr olma yönündeki değerlendirmelerdir. Bu değerlendirmelere göre bireyler, belirli şekillerde davranma eğilimindedirler. Diğer bir ifadeyle tutum bireyin bir bilgi veya durum hakkında aldığı zihinsel duruşunu, hissini veya duyguyu ifade etmektedir. Tüketicilerin piyasaya yeni çıkan bir ürünü/hizmeti satın alması, eskiden satın aldığı ürünü/hizmeti değiştirmesi, tutum oluşturulması ve tutumun değiştirilmesiyle ilgilidir (Koç, 2016, ss. 291-292).

Tutumlar, markaya veya markanın belirli ürünlerine karşı oluşabilmektedir. Spears ve Singh (2004, s.55) marka tutumunu, davranışları harekete geçirme olasılığı yüksek olan, markanın kalıcı ve tek boyutlu bir özet değerlendirmesi şeklinde tanımlamıştır. Howcroft ve arkadaşları (2002, s.111) göre ise tutumlar, bireylerin belirli nesnelere karşı olumlu veya olumsuz tepkiler vermesini sağlamaktadır. Bu nedenle tüketici tutumlarını anlamının yanı sıra tutumları tahmin etmek önemlidir.

Tutumlar bireyleri belirli uyarıcılara karşı tutarlı davranmaya yönelterek herşeyi yeniden yorumlama zahmetinden kurtarmaktadır. Bir ürün veya hizmet hakkında oluşmuş tutumu değiştirmek oldukça zor ve maliyetlidir (Tek ve Özgül, 2013, s.131). Bu nedenle amaçlar doğrultusunda bir tutum oluşturmak oldukça önemlidir. Etkin bir pazarlama stratejisi ile tüketicilerin tutumları ve marka bilinç düzeyleri belirlenmelidir. Böylelikle pazarlama hedeflerine ulaşmak mümkün olabilir. Ayrıca, farklı farkındalık ve tutum dağılımları birbirinden farklı pazarlama stratejilerinin kullanılmasına yol açabilir. Bu nedenle de tutumun belirlenmesi oldukça önemlidir (Twedt, 1967, s.64).

Tutumlar algılama, öğrenme, motivasyon, kişilik ve kültür gibi konularla etkileşim halindedir. Tutumlar geçmişteki deneyimlerden ve içinde bulunulan çevreden öğrenilmektedir (Koç, 2016, ss.291-292). Voss ve arkadaşları (2003, s.319) çalışmalarında tüketicilerin markalara ve ürünlere yönelik tutumlarının oluşumunda ve satın alma niyetlerinin gelişmesinde karmaşık süreçlerin olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle hedonik ve faydacı yapıların, ürünlere ve markaya yönelik tutumun önemli boyutlarından olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Zarantonello ve Schmitt (2013, s.255) ise marka tutumunun markayı deneyimleme imkanı sunan etkinliklerdeki ilişkiyi yönlendirdiğini ortaya çıkarmıştır.

MacKenzie ve arkadaşları (1986, s.130) yaptıkları çalışmada reklamların marka tutumları ve satın alma niyeti üzerindeki doğrudan veya dolaylı olarak aracı etkisini araştırmışlardır. Bu doğrultuda reklamların marka tutumlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Chung ve Austria (2010, s.581) ise çalışmalarında sosyal medya pazarlama mesajlarına yönelik tutumların, sosyal medya etkileşimi ve bilgi sağlama memnuniyeti ile ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. De Run ve Ting (2013, s.208) tarafından yapılan çalışmada, reklamlara yönelik tutumun pazarlama öğrencileri ile pazarlama öğrencisi olmayan öğrenciler arasındaki benzerlik ve farklılıkları tespit edilmektedir. Sonuç olarak, pazarlama öğrencilerinin reklama yönelik tutum ve davranışlarının diğerlerinden önemli ölçüde farklı olduğu bulunmuştur.

Bekk ve Spörrle (2010) çalışmasında ünlü bireylerin algılanan kişilik özelliklerinin olumlu tutum oluşturmada etkili olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırmalarının sonucunda ünlülerin algılanan kişilik özelliklerinin tüketicilerde olumlu tutum oluşmasında etkili olduğu bulunmuştur. Ong ve Ong (2015) ise yaptıkları

çalışmada ünlü bireyin güvenilirliğinin, uzmanlığının ve çekiciliğinin satın alma niyeti üzerinde etkisinde, reklamlara yönelik tutumun aracılık etkisi yaptığı sonucuna ulaşmışlardır. Bhatt ve arkadaşları (2013) ise ünlünün kaynak güvenilirliğinin, tüketicilerin reklamlara ve markaya yönelik tutumu üzerinde etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Doss (2011) çalışmasında ünlü bireyin güvenilirliğinin ve uzmanlığının tüketicilerin markalı bir ürüne yönelik tutumunu etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, tüketicilerin markaya yönelik tutumlarını ünlü birey ile ilgili tutumlarının etkilediği saptanmıştır.

Son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalarda ünlü kullanımının tüketici tutumu üzerinde yüksek seviyede etkiye sahip olduğu görülmektedir. Örneğin, Zhu ve çalışma arkadaşları çalışmalarında Çinli tüketicilerin fonksiyonel bir markanın reklamlarında Çinli bir ünlüyü kullanması durumunda, aynı değere sahip Batılı bir ünlüyü kullanmasına oranla markaya yönelik daha güçlü bir tutuma sahip olduklarını bulmuşlardır (Zhu vd., 2019). Min ve arkadaşlarına (2019) göre reklamda yer alan ünlü ve marka arasında bir bağlantı oluşmakta ve ünlü ile ilgili olumsuz bilgiler ünlü tarafından desteklenen markaya yansiyabilmektedir. Bu araştırma sonuçlarına göre ünlü-marka uyumu ve itibarı, tüketicilerin marka veya ürüne yönelik tutumlarının yanı sıra satın alma niyetlerini de önemli ölçüde etkilemektedir (Min vd., 2019). Yaxuan ve arkadaşları (2020) reklamlarında sadece bir ünlü kullanan markaya yönelik, reklamlarında birden fazla ünlü kullanan markalara oranla tüketicilerin daha güçlü marka tutumuna sahip olduklarını açıklamaktadırlar. Bu bağlamda reklamlarda birden fazla ünlü kullanıma oranla bir ünlü kullanımı, tüketicilerin markayla yönelik bağlantı kurma hissini arttırmakta ve bu da marka yönelik olumlu tutumları güçlendirmektedir (Yaxuan vd., 2020).

Metodoloji

Bu araştırmanın temel amacı, 18-35 yaş arasındaki genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan markaların reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarının keşfedilmesidir. Katılımcıların tutumları ünlüye ve ikinci markaya yönelik olarak incelenmiştir. Araştırmada ayrıca katılımcıların ünlüye ve ikinci markaya yönelik tutumları eğitim durumları itibarıyla de irdelenmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda yanıt aranan araştırma soruları ise aşağıdaki gibidir:

1. Aynı ünlünün farklı zaman dilimlerinde iki rakip markanın reklamında yer alması durumunda genç tüketicilerin ünlüye yönelik tutumları nelerdir?
2. Aynı ünlünün farklı zaman dilimlerinde iki rakip markanın reklamında yer alması durumunda genç tüketicilerin ikinci markaya yönelik tutumları nelerdir?

Çalışmanın örneklemini İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi lisans ve lisansüstü öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş aralığı 18-35 yaş arası olarak belirlenmiştir. Yapılan araştırmalarda, özellikle 18-25 yaş arasındaki genç tüketicilerin, daha ileri yaştaki tüketicilere kıyasla, iletişim çalışmalarında ünlü kullanımını daha fazla hatırladıkları bulunmuştur (Biswas vd., 2009). Kalitatif araştırma kapsamına alınacak örneklemin seçilmesinde, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan amaçsal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Burada Daymon ve Holloway (2010) kalitatif araştırmacıların amaçsal örnekleme tekniğini seçmelerinin uygun olmasının nedenini kalitatif araştırmaların amacının popülasyona genellemeyi sağlamak değil, belirli bir fenomeni belirli birey gruplarının perspektifinden anlamak olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla, amaçsal örnekleme yöntemi, örneklemin belirli bir amaç için seçilmesidir (Alston ve Bowles, 2003).

Çalışmanın amacı doğrultusunda veri ve bilgilerin toplanmasında yüz yüze odak grup görüşmesi yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilmesinin nedeni ise bir konu hakkındaki yeni fikirlerin, düşüncelerin ve duyguların ortaya çıkarılması, tüketicilerin belirli pazar koşullarındaki davranışlarının nedenlerinin anlaşılması, tüketicilerin katılımına olanak tanınması, geniş kapsamlı katılımcı yanıtlarının ortaya çıkarılması ve ulaşılmaması zor olan bilgi kaynaklarının biraraya getirilmesi yönünde sağladığı avantajlardır (Hair, 2010).

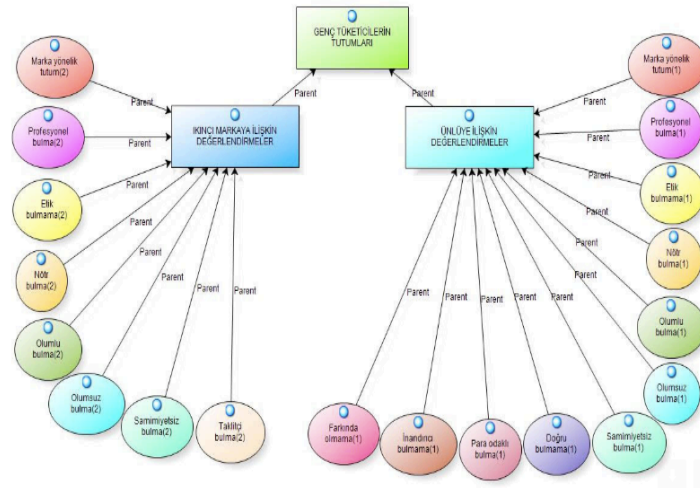
Bunun yanı sıra, odak grup çalışmaları, geleneksel grup görüşmelerinden daha fazla bilgi işlemesine izin veren bir sinerji sunmakta, katılımcıların etkileşimlerinden bir düşünce ve fikir zinciri yaratmaktadır (Gillham, 2005). Odak grup çalışmasında, (1) odak grup çalışmasının planlanması, (2) odak grup görüşmelerinin organize edilmesi ve (3) sonuçların analiz edilmesi ve raporlanması olmak üzere üç aşama izlenmiştir (Hair, 2010).

Araştırmanın örneklem büyüklüğü 40 kişi olarak belirlenmiş olup bu kapsamda toplam dört adet odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grupların büyüklüğü ise 9-12 kişi arasındadır. Odak grup görüşmeleri Mayıs 2018–Haziran 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinden ikisi lisans öğrencilerinin, biri yüksek lisans öğrencilerinin, biri ise doktora öğrencilerinin katılımıyla yapılmıştır. Odak grup görüşmelerinin süresi 45-60 dakika arası olarak belirlenmiştir. Tüm görüşmelerde, katılımcıların izni alınarak ses kaydı yapılmıştır. Araştırma kapsamında şampuan ve içecek olmak üzere iki farklı sektör için çalışma yapılmıştır. Bu doğrultuda iki ünlü ve dört marka değerlendirilmiştir. Odak grup görüşmelerinde, ilk olarak reklamlarda yer alan ünlüye ilişkin olarak katılımcıların görüşleri alınmıştır. İkinci olarak aynı ünlünün farklı zaman dilimlerinde yer aldığı, iki rakip marka tarafından yayınlanan reklam filmleri katılımcılara izletilmiştir. Son olarak açık uçlu ve yapılandırılmış sorular aracılığıyla katılımcıların söz konusu ünlüye ve markalara ilişkin düşünceleri keşfedilmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen veri ve bilgilerin analizinde tematik analiz yönteminden yararlanılmıştır. Tematik analiz, daha geniş temalar haline getirilen deneyimlerin veya fenomenlerin kavramsal anlayışlarını üretmek için toplanan verilerin birimlerini ve kategorilerini sınıflandırmak ya da karşılaştırmak amacıyla kullanan verileri kodlama sürecidir (Butler-Kisber, 2010). Tematik analiz yöntemi, katılımcıların duygularını, algılarını, ilişkilerini tanımlayarak (Bird vd., 2009) görüşlerini ve deneyimlerini ortaya koyabilmesi nedeniyle (Paskins vd., 2010) keşifsel araştırmalar için uygun bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Roper ve Shah, 2007). Bu araştırma kapsamında verilerin analizinde kodlama, sınıflandırma ve sorgulama analizlerinden faydalanılmıştır. Sorgulama analizinde, kelime sıklığı ve kodlama yöntemi kullanılmıştır. Temel veri analizi teorisi kullanılarak üç aşamalı kodlama aracılığıyla nitel veriler analiz edilmiştir. İlk olarak, satır-satır kodlama yöntemiyle, metin konularını, cümleleri, paragraflara ekli konuları ve özellikleri temsil eden teorik kavramlara ayırma amaçlanmıştır (Strauss ve Corbin, 1990). Verilerin analizinde NVivo10 programından yararlanılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında şampuan ve içecek olmak üzere iki farklı sektör için çalışma yapılmıştır. Şampuan ve içecek sektörü için birer ünlü ve ikişer marka değerlendirilmiştir. Odak grup görüşmelerinde öncelikle katılımcıların ünlüye yönelik düşünceleri alınmıştır. Sonrasında ise farklı zamanlarda yayınlanan, iki rakip markaya ait reklamlar gösterilmiştir. Devam eden süreçte açık uçlu sorularla katılımcıların söz konusu ünlüye ve markalara ilişkin düşünceleri keşfedilmeye çalışılmıştır. Araştırma bulgularının analizi sonucunda elde edilen kodlar ve frekanslar incelendiğinde, genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarına ilişkin önerilen model Şekil 1’de yer almaktadır.

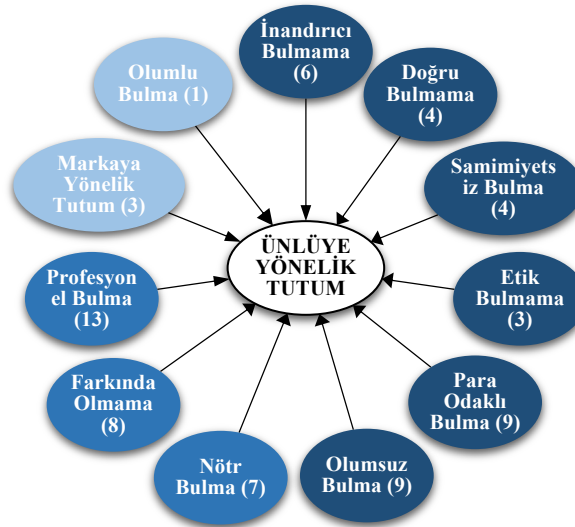


Şekil 1. Araştırmada kurulan ilişkilerin modeldeki görünümü

Şekil 1’de görüldüğü üzere, genç tüketicilerin bir ünlünün farklı zaman dilimlerinde aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarının (1) ünlüye ilişkin tutumları ve (2) ikinci markaya ilişkin tutumları olmak üzere iki gruba ayrıldığı saptanmıştır. İkinci marka olarak atfedilen ise ünlü kişinin rakip markanın reklamlarında önceki zaman diliminde yer almasına rağmen, aynı ünlü ile kendi reklam çalışmalarına yer veren işletmelerdir.

Katılımcıların Ünlüye İlişkin Tutumları

Gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde, katılımcılara bir ünlünün, farklı zaman dilimlerinde aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumunda ünlüye ilişkin değerlendirmelerinin ne olduğu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin olarak verdikleri yanıtlar analiz edilerek elde edilen kodlar ve frekanslar ise Şekil 2’de sunulmaktadır:



Şekil 2. Katılımcıların aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alan ünlüye ilişkin tutumları

Şekil 2’de görüldüğü gibi, katılımcıların aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamında yer alan ünlüye yönelik tutumlarını oluşturan ifadeler, “inandırıcı bulmama”, “doğru bulmama”, “samimiyetsiz bulma”, “etik bulmama”, “profesyonel bulma”, “para odaklı bulma”, “olumsuz bulma”, “farkında olmama”, “nötr bulma” ve “markaya yönelik tutum” kodları altında toplanmaktadır. Bu kodlar incelendiğinde ise, tüketicilerin tutumlarının olumsuz, nötr ve olumlu olmak üzere üç gruba ayrıldığı görülmektedir.

Katılımcıların ünlüye ilişkin olumsuz tutumları

Genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasına yönelik olumsuz yöndeki tutumları, “inandırıcı bulmama”, “doğru bulmama”, “samimiyetsiz bulma”, “etik bulmama”, “para odaklı bulma” ve “olumsuz bulma” olmak üzere altı kategoride ele alınmıştır.

İlk olarak araştırmaya katılan tüketicilerin değerlendirmeleri incelendiğinde, bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasının, ünlünün inandırıcılığını olumsuz yönde etkilediğine yönelik ifadeler saptanmıştır. Bu görüşe ilişkin olarak odak grup görüşmelerinde yer alan ifadelerden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Ünlü (A) ve Ünlü (B)’nin, iki farklı markanın reklamında oynaması, daha çok bana ünlüye karşı inandırıcılığını etkiliyor olumsuz bir şekilde.” (Odak Grup 1)

“Yarın, öbür gün, üç sene sonra, Ünlü (A) başka bir markayla beraber reklama çıktığı zaman ve bu çok iyidir dediği zaman ben inanmam artık. Yani iyi bir şey değil.” (Odak Grup 1)

“Belki etiktir tartışılır ama inandırıcılığını yitirdi.” (Odak Grup 1)

İkinci olarak katılımcıların bir kısmı ise aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alan bir ünlünün bu davranışını doğru bulmadıklarını belirterek bu durumu olumsuz olarak değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların bu yöndeki bazı ifadeleri ise aşağıdaki gibidir:

“Sonuçta aynı sektördeki iki markayı yukarıya çıkarmaya çalıştı. Ben bunun doğru olmadığını düşünüyorum kendisi açısından.” (Odak Grup 2)

“Ben Ünlü (A)’nın kendi yaptığını doğru bulmuyorum. Neredeyse ikisine de ‘saçları parlak gösterir’ diyor ama önce diğerine söylemiş.” (Odak Grup 3)

Üçüncü olarak katılımcıların görüşleri, bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasının, ünlünün verdiği samimiyet duygusunu olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Bu doğrultuda katılımcıların paylaştığı düşünceler şu şekildedir:

“Yani her türlü bana samimiyetsiz gelirdi. Çünkü hem onu hem bunu savunamazsın sonuçta.” (Odak Grup 2)

“Bende samimiyetsizliğe yol açıyor bu durum.” (Odak Grup 3)

“Bence hem birinde oynayıp sonra işte ona geçmesi bir samimiyetsizlik yani hani.” (Odak Grup 4)

“Ama bizim algımızda Marka (1) iyiydi de neden Marka (2). de iyi dedin. Samimiyetsizlik oluşturuyor.” (Odak Grup 4)

Dördüncü olarak araştırma kapsamında bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumu katılımcıların bir kısmı tarafından etik bulunmamaktadır. Bu olumsuz görüş çerçevesinde paylaşılan ifadelerden bazıları ise aşağıdaki gibidir:

“Ben etik bulmuyorum açıkçası iki ayrı markada oynamasını.” (Odak Grup 4)

“Etik değil.” (Odak Grup 4)

Beşinci olarak katılımcıların, bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasını ünlünün para odaklı olması şeklinde değerlendirdiği görülmüştür. Bu görüşü şekillendiren ifadelerden bazıları ise aşağıdaki gibidir:

“Yani kim parayı verirse onun markasında oynarım tarzında gibi olmuş bence.... İş ilişkilerinin tamamıyla paraya dönük olduğunu hatırlatıyor bana... Ünlü (A) da para almak için Marka (2)’nin teklifini kabul ediyor.” (Odak Grup 3)

“Ya o biraz Ünlü (A)’nın kişiliğiyle ilgili. Maşallah yani kim verse, gel o zaman bugün şu reklamda oyna dese demek ki maddi açıdan bakıyor olaylara. Siz hangisine iyi para verirsiniz, o da gidip o reklamda oynayacak. X marka da reklamında iyi para verse, gidip orda da oynayacak, biz yine Ünlü (A)’yı göreceğiz yani.” (Odak Grup 4)

“Ya bu maddi açıdan çok şey geldi. ‘Aa ne kadar da maddi açıdan yani oraya gitmiş’ filan. Tabii ki de hoş değil insanların üstünde bu algıyı bırakmaları.” (Odak Grup 4)

Son olarak araştırma kapsamında katılımcıların bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasını olumsuz olarak değerlendirdikleri görülmüştür. Bu yönde dile getirilen görüşlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Onu ben bir markayla özdeşleştirdikten sonra, başka bir rakip markaya geçmesi, yine aynı sektörde olan bir ürünle geçmesi olumsuz imaj yaratıyor bende.” (Odak Grup 1)

“Ünlü (A)’nın hem Marka (1)’de hem Marka (2)’de oynaması olumsuz etki yaratabiliyor. Benim için yaratabiliyor.” (Odak Grup 1)

“Çok itici geliyor bana.” (Odak Grup 3)

“Ürünü almamda etkili değil ama bir antipati oluşturuyor.” (Odak Grup 4)

Katılımcıların ünlüye ilişkin nötr tutumları

Genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasına yönelik nötr yöndeki tutumları, “profesyonel bulma”, “nötr bulma” ve “farkında olmama” olmak üzere üç kategoride toplanmaktadır.

Öncelikle araştırmaya katılan tüketicilerin görüşleri incelendiğinde, bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumunun, tüketicilerin büyük bir kısmı tarafından profesyonellik olarak algılandığı görülmüştür. Bu kapsamda paylaşılan ifadelerden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Hiç bir şey farketmez. Profesyoneldir. Ordan oraya geçmesi hiçbir his oluşturmaz. Gayet normal bir süreç.” (Odak Grup 2)

“Ünlü (A)’nın aynı reklamda oynaması benim satın alma fikrimi değiştirmez. Çünkü profesyonel bir şey. (Odak Grup 3)

“Ünlü (A), Marka (1)’den Marka (2)’ye geçti. Çünkü profesyonellik. Gençken ne kadar para kazanırsam o kadar iyi diyor ki, bence de yani öyle olması lazım. O da rekabet savaşı veriyor baktığımızda.” (Odak Grup 3)

“Ben profesyonel olarak düşünürüm.” (Odak Grup 1)

Bunun yanı sıra, araştırma kapsamında katılımcıların bir kısmı ise bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumunun kendilerini etkilemediğini ve düşüncelerinde hiçbir şey oluşturmadığını belirtmiştir. Bu kapsamda dile getirilen bazı görüşler aşağıdaki gibidir:

“Çok şey yapmadı, zaten benim için şampuanlar arasında çok bir fark olduğunu düşünmüyorum. Buraya geçmesi de bir şey düşündürmedi.” (Odak Grup 2)

“İki markaya olan bağlılığım ve uzaklığım eşit olduğu için bence hiç sorun yok. Olabilir. Şampuanlarda öyle bir marka bağlılığı yaşamadığım için herhangi bir sorun teşkil etmiyor.” (Odak Grup 3)

Diğer yandan tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasına yönelik tutumlarını şekillendiren bir başka durum ise, iki reklamın yayınlanma tarihleri arasında uzun zaman olması nedeniyle, ünlünün her iki markanın reklamında oynadığının hatırlanmaması veya farkında olunmamasıdır. Aynı ünlünün yer aldığı şampuan sektörüne ait reklamlar iki yıl, içecek sektörüne ait reklamlar ise beş yıl arayla yayınlanmıştır. Bu durumu ifade eden görüşlerden bazıları aşağıda yer almaktadır:

“Arada yıl farkı olduğu için, ben şu anda Marka (1)’in reklamını görmesem, hiç aklıma gelmezdi. Ünlü (A), Marka (1)’in reklamında da oynamıştı gibi bir şey gelmez.” (Odak Grup 2)

“Çok da böyle şey olmadı bende; Aa bu Ünlü (A) oynadı şurada, o zaman bu Ünlü (A)’nın oynadığı şampuana gidelim gibi bir şey olmadı bende gerçekten. İnanın şu iki reklamı siz gösterene kadar unutmuşum bile. Hem Marka (1)’i hem Marka (2)’yi o kadar da çok görmüşüm ve unutmuşum reklamları.” (Odak Grup 4)

“Çünkü ben Marka (2)’nin reklamını ilk başta billboard’da gördüm ve Ünlü (A)’yı görünce hiç yadırgamadım. “Aa, Marka (2)’in reklamında oynamıştı neden buraya geçti” demedim.” (Odak Grup 3)

Katılımcıların ünlüye ilişkin olumlu tutumları

Genç tüketicilerin bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer almasına yönelik olumlu yöndeki tutumları “markaya yönelik tutum” ve “olumlu bulma” olmak üzere iki kategori altında toplanmaktadır.

Araştırmaya katılan tüketicilerin bir kısmının ise bir ünlünün aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumunda, ünlüye ilişkin düşüncelerinin ikinci markaya yönelik tutumlarının değiştiği görülmüştür. Buna istinaden paylaşılan görüşler aşağıdaki gibidir:

“Fakirken zengin olmuş gibi düşünürüm ben.” (Odak Grup 1)

“Popülerleşmiş.” (Odak Grup 3)

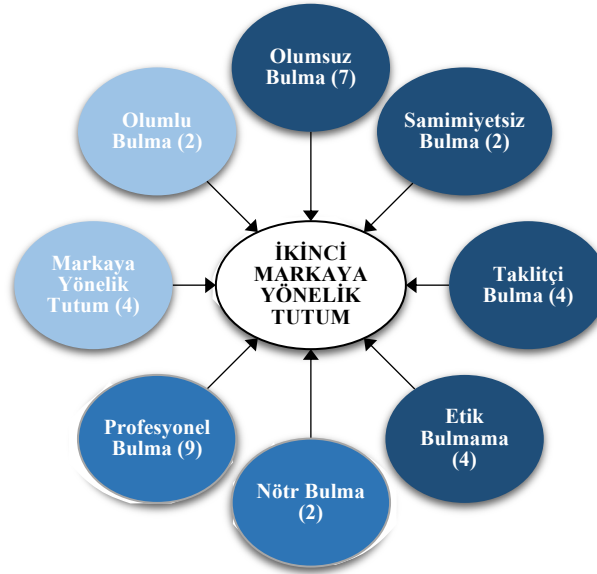
“Sosyo-kültürel hali yükseliyor anlamına geliyor. Yani işaret.” (Odak Grup 4)

Aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alan bir ünlüye ilişkin olumlu tutum içinde olan bir katılımcının görüşü ise aşağıdaki gibidir:

“Ünlü (A)’yı haklı buluyorum.etik geliyor” (Odak Grup 3)

Katılımcıların İkinci Markaya İlişkin Tutumları

Gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde, katılımcılara bir ünlünün, farklı zaman dilimlerinde, aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumunda, ikinci markaya ilişkin değerlendirmelerinin ne olduğu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin olarak verdikleri yanıtlar analiz edilerek elde edilen kodlar ve frekanslar ise Şekil 3’de sunulmaktadır.



Şekil 3. Katılımcıların ikinci markaya ilişkin tutumları

Şekil 3’de görüldüğü gibi, aynı sektörde ve kendisine rakip olan bir markanın reklamında yer alan bir ünlüye, kendi reklamlarında yer veren ikinci bir markaya yönelik tüketici tutumlarını içeren ifadeler, “olumsuz bulma”, “taklitçi bulma”, “samimiyetsiz bulma”, “etik bulmama”, “profesyonel bulma”, “nötr bulma”, “markaya yönelik tutum” ve “olumlu bulma” kodları altında toplanmaktadır. Bu kodlar incelendiğinde ise, tüketicilerin tutumlarının olumsuz, nötr ve olumlu olmak üzere üç gruba ayırmak mümkündür.

Katılımcıların ikinci markaya ilişkin olumsuz tutumları

Genç tüketicilerin ikinci markaya yönelik olumsuz yöndeki tutumları, “olumsuz bulma”, “samimiyetsiz bulma”, “etik bulmama” ve “taklitçi bulma” olmak üzere dört kategoride toplanmaktadır.

İlk olarak araştırmaya katılan tüketicilerin büyük bir kısmının ikinci markaya yönelik olan düşüncelerinin olumsuz yönde olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda paylaşılan görüşlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Marka (2)’nin yaptığı hamle bana çok basit geldi. Hani elimizden başka bir şey gelmiyor gibi. Aynı reklamı başka bir ünlüyle de çekebilirdi.” (Odak Grup 2)

“Kim kimi çalışırsa, o markanın imajı düşerdi tüketim malzemesiyse bu. Güçlü bir marka bile olsa imajı düşerdiMarka algısı segmentine göre zedelenirdi.” (Odak Grup 2)

“Ben Marka (2)’nin yöneticisi olsam, reklam ajansı böyle bir teklifle gelse, o reklam ajansı ile çalışmayı bırakırdım. Aynı tarz ürünlerde aynı ünlülerin kesinlikle kullanılmaması gerektiğini düşünüyorum.” (Odak Grup 3)

İkinci olarak katılımcıların bir kısmı ikinci markayı samimiyetsiz bulduklarını belirterek olumsuz yönde görüş belirtmişlerdir. Bu doğrultuda paylaşılan görüşler aşağıdaki gibidir:

“Bende samimiyetsizliğe yol açıyor bu durum, iş ilişkilerinin tamamıyla paraya dönük olduğunu hatırlatıyor bana. Bence Marka (2) samimiyetsiz. Üründen tamamıyla sadece üründen faydalanmak için onu oynatıyor.” (Odak Grup 3)

“Marka (2) daha samimiyetsiz bence şu an.” (Odak Grup 2)

Üçüncü olarak araştırmaya katılan tüketiciler ikinci markayı taklitçi bulduklarını belirterek bu duruma ilişkin olumsuz bir tutuma sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bu yönde iletilen görüşler ise şu şekildedir:

“Bence marka daha özgün olmalı. Ama başkasının marka yüzünü kullandığı zaman özgün gelmiyor bana. Daha taklit geliyor, o yüzden olumsuz bence.” (Odak Grup 2)

“Herhalde hani Marka (1) de işe yaradığını düşünüyor Ünlü (A)’nın. Muhtemelen o amaçla da kendileri kullandılar.” (Odak Grup 2)

Son olarak katılımcıların bir kısmı ise iki markayı etik bulmadıklarını belirterek olumsuz yönde tutumları olduğunu göstermiştir. Bu kapsamda belirtilen görüşlerden bazıları ise şöyledir:

“Oynadığı markanın da bence etik bir karar verdiğini düşünmüyorum pazarlamacısının. Çünkü neden yani, Marka (1)’de çok taze bir yüzken neden diğeri Marka (2) o ünlüyü alsın. Bu etik değildir.” (Odak Grup 4)

Katılımcıların ikinci markaya ilişkin nötr tutumları

Tüketicilerin ikinci markaya yönelik nötr tutumları, “nötr bulma” ve “profesyonel bulma” olmak üzere iki kategoride toplanmaktadır.

Katılımcıların bir kısmı ikinciye markaya ilişkin görüşlerinin değişmediğini belirterek nötr tutumda olduklarını belirtmişlerdir. Bu yönde ifade edilen bir düşünce aşağıda yer almaktadır:

“Markalar bunu yapabilir bence. Markalara karşı olan görüşüm değişmezdi.” (Odak Grup 3)

Ayrıca, katılımcıların büyük çoğunluğu ikinci markanın hamlesini profesyonel bulduklarını dile getirerek aşağıdaki görüşleri belirtmişlerdir:

“Bence daha iyi bi şey yapıyor. Hem dikkat çekiyor. Orada kendini patlatmış oluyor. Pazarlama yani çıkarına olan bir şey. Şu an rekabet savaşı ortamı. Yapsın bence de.” (Odak Grup 3)

“Bunu profesyonel bir hamle olarak görüyorum.” (Odak Grup 3)

Katılımcıların ikinci markaya ilişkin olumlu tutumları

Tüketicilerin ikinci markaya yönelik olumlu tutumları, “olumlu bulma” ve “markaya yönelik tutum” olmak üzere iki kategoride toplanmaktadır.

Genç tüketicilerin küçük bir kısmı ikinci markaya yönelik olumlu yönde düşündüklerini belirterek aşağıdaki görüşlerini dile getirmiştir:

“Yani olumlu yaklaşıyorum açıkçası.” (Odak Grup 2)

“Ben firmalar açısından da etik buluyorum aslında. Çünkü en çok başarılı bir oyuncu, sevilen bir oyuncu, herkes tarafından bilinen bir oyuncu, algı değiştirmeye çalışıyor. Marka (2) sadece ... özelliğini değil başka yönleri de vurgulamaya çalışıyor. İşte bu bunu yapmak için de en üst seviyedeki bir oyuncu veya şarkıcı onu kullanması normal bence yani aslında. Daha çok işine yarar.” (Odak Grup 3)

“Olumlu, çıkarına uygun bir şekilde olabilir. İstersem onun reklam yüzünü alıp oynatırım. Gücünü gösteriyor bence. Ertesi günü bile olsa süre açısından oynatırım. Rakibi çağırıştırır ama doğal olarak. Sadece, oradaydı şimdi buraya geçti şeklinde. Profesyonel olarak markaların bunu yapmasını doğru buluyorum açıkçası.” (Odak Grup 2)

Son olarak kimi katılımcıların ikinci markaya yönelik tutumları ise aşağıdaki gibidir:

“Neden Marka (2)’nin böyle bir şey yaptığını anlam veremedim.” (Odak Grup 2)

“Daha kalitesiz bir marka özendiği için kalitelinin reklam yüzünü kullansa, bunun daha az negatif olduğunu düşünüyorum. Ama güçlü bir marka daha güçsüz bir markanın yüzünü kullansa benim o zaman güçlü markayla ilgili algım daha aşağıya çekilebilirdi. Daha negatif düşünürdüm. Güçsüz markayı yükselmeye çalışıyor olarak değerlendirirdim. Ama zaten güçlü bir markanın kendinden güçsüz

rakibinin reklam yüzünü kullanması daha itici gelirdi. Daha hani gereksiz gibi. Niye böyle bir şey yaptı ki gibi. Ama bunda çok yıl olduğu için hiç öyle bir şey düşünmedim.” (Odak Grup 2)

Katılımcıların Tutumlarının Eğitim Seviyelerine Göre Değerlendirilmesi

Çalışma amacı doğrultusundan gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde, katılımcılara bir ünlünün, farklı zaman dilimlerinde, aynı sektörde ve birbirine rakip olan iki markanın reklamlarında yer alması durumunda ünlüye ve ikinci markaya ilişkin değerlendirmelerinin ne olduğu sorulmuştur. Katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplar eğitim seviyelerine göre değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan analizlerden elde edilen kodların katılımcıların eğitim durumuna göre frekansları aşağıda yer almaktadır.

Katılımcıların eğitim durumuna göre ünlüye yönelik tutumlarının değerlendirilmesi

Katılımcıların ünlüye yönelik tutumları eğitim durumuna göre sınıflandırılarak Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1

Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Ünlüye İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi

	Lisans Öğrencileri	Yüksek Lisans Öğrencileri	Doktora Öğrencileri
İnandırıcı Bulmama	34%	67%	-
Doğru Bulmama	25%	75%	-
Samimiyetsiz Bulma	50%	-	50%
Etik Bulmama	33%	33%	34%
Profesyonel Bulma	77%	33%	-
Para Odaklı Bulma	33%	22%	45%
Olumsuz Bulma	44%	44%	12%
Nötr Bulma	100%	-	-
Farkında Olmama	57%	15%	28%
Marka Değerine Göre Değerlendirme	50%	25%	25%

Bu doğrultuda ünlüye yönelik tutumlarda inandırıcı bulmayanların %67’si; doğru bulmayanların ise %75’i yüksek lisans öğrencileridir. Samimiyetsiz bulanların %50’si lisans ve %50’si doktora öğrencilerinden oluşmaktadır. Etik bulmayanların eğitim seviyelerine göre benzer oranlara sahip olduğu görülmektedir. Profesyonel bulanların %77’si lisans öğrencilerden oluşmakta ve para odaklı bulanların %45’i doktora öğrencilerinden oluşmaktadır. Olumsuz bulanların %44’ü lisans ve %44’ü yüksek lisans öğrencileri iken nötr bulanların tamamı lisans öğrencileridir. Farkında olmayanların %57’si lisans öğrencilerinden; marka değerine göre değerlendirme yapanların %75’i lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Katılımcıların eğitim durumuna göre ikinci markaya yönelik tutumlarının değerlendirilmesi

Katılımcıların ikinci markaya yönelik tutumlarının değerlendirilmesi eğitim durumuna göre sınıflandırılarak Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2

Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre İkinci Markaya İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi

	Lisans Öğrencileri	Yüksek Lisans Öğrencileri	Doktora Öğrencileri
Samimiyetsiz Bulma	100%	-	-
Etik Bulmama	25%	-	75%
Profesyonel Bulma	100%	-	-
Olumsuz Bulma	71%	14%	15%
Nötr Bulma	100%	-	-
Marka Değerine Göre Değerlendirme	75%	25%	-
Taklitçi Bulma	100%	-	-
Olumlu Bulma	100%	-	-

İkinci markaya yönelik tutumun eğitim seviyelerine göre değerlendirilmesinde ise samimiyetsiz bulanların, profesyonel bulanların, nötr bulanların, taklitçi bulanların ve olumlu bulanların tamamı lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Etik bulmayanların %75'i doktora öğrencileri iken %25'i lisans öğrencilerdir. Olumsuz bulanların %71'i ve marka değerine göre değerlendirenlerin %75'i ise lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Reklamlarda ünlü bireylere yer verilmesi günümüzde oldukça popüler bir yöntemdir. Reklamlarda ünlü bireylere yer verilmesinin tüketici marka veya reklam tutumu oluşturulmasında etkilerinin olduğu bilinmektedir (Lafferty ve Goldsmith, 1999; Pradhan vd., 2016; Zhu vd., 2019). Solomon (2014) araştırması ünlülerin, ürün ve hizmet onaylayıcısı olarak iletilen mesajların önemini ve reklamlarda ünlü kullanımının tüketicilerin markaya karşı tutumlarının ve algılarının şekillendirilmesinde veya değiştirmesine oldukça etkili olduğunu açıklamaktadır. Literatürde, ünlü-marka uyumunun tüketicilerin markaya yönelik tutumlarını olumlu etkilediğini inceleyen çalışmaların (Eisend ve Langner, 2010; Min vd., 2019; Munnukka vd., 2016; Zhou ve Whitla, 2013) yanı sıra markaların reklamlarında tek bir ünlü kullanmalarının çok sayıda ünlü kullanmalarına oranla tüketicilerin markaya yönelik daha olumlu tutum geliştirmelerini sağladıklarını inceleyen çalışmalar da yer almaktadır (Yaxuan vd., 2020).

Ancak, ünlü kişinin rakip firma reklamlarında yer almasının etkileri hakkında literatürde çalışma bulunmamaktadır. Oysa günümüzde aynı ünlünün rakip firma reklamlarında yer almasıyla oldukça sık karşılaşılmaktadır. Bu çalışma literatürdeki bu yöndeki eksikliği tamamlaması amacıyla önem arz etmektedir. Bu çalışma ile ünlü bir kişinin rakip firma reklamlarında yer almasına yönelik tüketicilerin tutumları araştırılmaktadır. Çalışmanın amacı ünlü bir kişinin rakip firma reklamlarında yer alması durumunda bireylerin ünlü kişiye ve ikinci markaya ilişkin tutumlarında ne gibi değişiklikler söz konusu olduğunu araştırmaktır.

Bu çalışma kapsamında odak grup çalışmasından yararlanılmıştır. Yapılan odak grup çalışmaları sonucunda, bireylerin bu durum karşısında farklı tutumlara sahip olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar ünlüye ilişkin tutumlar ve ikinci markaya ilişkin tutumlar olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır. Bu iki boyuta da getirilen yorumlar birbirinden oldukça farklıdır. Ünlüye ilişkin tutumlarda, ünlülerin reklamlarında yer aldığı

markaların marka değeri ile ilişkili olarak görüş ayrılıkları ortaya çıkmaktadır. Rakip firma reklamında yer aldığı markanın değeri daha yüksek ise bu durum ünlü ve marka açısından normal karşılanmaktadır. Ünlünün kendisini geliştirdiği düşünülmektedir. Rakip firma için ise eğer güçlü bir marka değerine sahipse nötr olarak değerlendirilmektedir. Düşük bir marka değerine sahip olduğu durumlarda diğer marka yüzünü kullanarak, kendi konumunu bu yöntemle iyileştirmeye çalıştığı algısı bulunmaktadır. Tüketiciler marka değerine göre değişken tutum sergilemektedir.

Ünlüye ilişkin tutumları üç kategoride ele almak mümkündür. İlk kategoride bu durumun ünlü hakkında negatif tutumlara yol açtığı, ünlünün samimiyetsiz davrandığı, inandırıcılığının zedelendiği ve bu davranışın doğru olmayıp etik dışı olarak algılandığı şeklindedir. Ünlülerin para odaklı olmaları nedeniyle herşeyi yapabileceklerinin göstergesi olarak görülmektedir. İkinci kategoride bu durumu olumlu ve profesyonel bulan bireyler yer almaktadır. Bu kategoridekiler bunu ünlünün mesleğinin bir gereği olarak görmekte ve normal karşılanmaktadır. Üçüncü kategoride ise rakip firma reklamlarında yer almasını nötr olarak karşılayan ve bu durumun hiç farkında olmayan bireyler yer almaktadır. Ünlüye yönelik tutumların ilk kategorisinde olumsuz olarak ele alınan yorumlar bulunmaktadır. Ünlüyü inandırıcı bulmama, doğru bulmama, samimiyetsiz bulma, etik bulmama, para odaklı bulma ve olumsuz bulma ifadeleri bu kısımda yer almaktadır. İkinci kategori ünlü bireyin bu davranışını mesleğinden dolayı nötr bulma, farkında olmama ve profesyonel bulma ifadelerinden oluşmaktadır. Üçüncü kategoride ise ünlü bireyin rakip firma reklamlarında yer almasını olumlu bulma ve marka değerine göre değişken değerlendirmeler yer almaktadır.

Odak grup çalışmaları sonrasında ikinci markaya ilişkin tutumları da üç kategoride ele almak mümkündür. İlk kategoride rekabet ortamında olduğundan aynı ünlünün rakip iki marka reklamlarında yer alması profesyonel değerlendirilmekte ve olumlu bir yaklaşım olarak görülmektedir. İkinci kategoride bu durum nötr olarak ele alınmaktadır. Üçüncü kategoride ise olumsuz olan değerlendirmeler bulunmaktadır. Markanın taklit edici bir yol izlediği, samimiyetsiz davrandığı ve etik dışı bir davranış gerçekleştirdiği düşünülmektedir. Markaya yönelik tutumların ilk kategorisinde olumsuz ifadeler yer almaktadır. Rakip firma olarak adlandırılan firmanın reklam yüzü ile çalışan bu markayı olumsuz bulma, samimiyetsiz bulma, taklitçi bulma ve etik bulmama yorumları ilk kategoride yer almaktadır. Markanın bu hamlesini nötr bulma, profesyonel bulma ve marka değerine göre değişken değerlendirmeler ise ikinci kategoride yer almaktadır. Üçüncü kategoride ise olumlu değerlendirmeler yer almakta ancak bu durumu olumlu bulan az sayıda görüş bulunmaktadır.

Ayrıca, çalışmada katılımcıların ünlüye ve ikinci markaya yönelik tutumları eğitim durumlarına göre değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, ünlüye yönelik tutumlarda inandırıcı bulmayanların ve doğru bulmayanların büyük çoğunluğu yüksek lisans öğrencileridir. Ünlüyü samimiyetsiz bulanların çoğunluğu lisans öğrencilerinden oluşmakta ve etik bulmayanların ise eğitim seviyelerine göre benzer oranlara sahip olduğu görülmektedir. Profesyonel bulanların çoğunluğu lisans öğrencilerden oluşmakta ve para odaklı bulanların çoğunluğu ise doktora öğrencilerinden oluşmaktadır. Olumsuz bulanlar lisans ve yüksek lisans öğrencileri iken nötr bulanların tamamı lisans öğrencileridir. Farkında olmayanların ve marka değerine göre değerlendirme yapanların çoğunluğu lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. İkinci markaya yönelik tutumun eğitim seviyelerine göre değerlendirilmesinde ise samimiyetsiz bulanların, profesyonel bulanların, nötr bulanların, taklitçi bulanların ve olumlu bulanların tamamı lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Etik bulmayanların çoğunluğu doktora öğrencileri iken olumsuz bulanların ve marka değerine göre değerlendirenlerin çoğunluğu lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Pazarlama faaliyetlerin amacı tüketici istek ve ihtiyaçlarına zamanında ve doğru bir biçimde cevap verebilmektir. Tutundurma faaliyetleri de işletmelerin tüketiciler ile iletişim kurmak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalardır. Tüketicilerde olumlu tutum oluşturmak ve tüketicilerin tutumlarını pozitif yönde şekillendirmek amacıyla ünlü kişilerden yararlanılmaktadır. Ancak araştırmanın bulguları doğrultusunda aynı ünlü kişinin rakip firma reklamlarında yer alması tüketici tutumunu genellikle negatif

yönde etkilemektedir. Böylelikle amaçlanan pazarlama çabalarının tam tersi yönünde hareket edilmektedir. Bu nedenle firmaların markalarının reklamlarında kullanacakları ünlü tercihlerinde bu duruma dikkat etmeleri gerekmektedir. Ayrıca firmaların markalarının reklam yüzlerini belirlerken daha ayrıntılı bir çalışma gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda başarılı bir ünlü kullanımı için reklam verenlerin sadece doğru ünlüyü seçmeleri yeterli olmayıp sunulan mesajı doğru seçmeleri tüketicilerin zihninde kalıcı bir izlenim yaratacaktır. Ayrıca, tüketicilerin mesajı inandırıcı ve güvenilir bulmaları da oldukça önemlidir. Araştırmanın bulgularına göre aynı ünlünün iki rakip firmanın reklamında yer alması tüketicilere inandırıcı gelmemekte ve tüketicilerin güvenlerini zedelemektedir. Pazarlama stratejileri belirlenirken bu duruma dikkat edilmelidir.

Literatür incelendiğinde ünlülerin genel halkın yaşam tarzı ve zihniyetleri üzerinde karizmatik etkileri olduğu görülmektedir. Reklamcılığın, marka hatırlanırılığı ve genel marka gücünü artırmak için yardımcı olduğu bilinmektedir (Munnukka vd., 2016). McCormick (2016) çalışmasında alıcıların satın alma niyetinin, sevdikleri ünlülerden önemli ölçüde etkilendiği sonucuna varmıştır. Ünlü kullanımının, ünlü olmayan kaynaklarla karşılaştırıldığında, genel tüketici satın alma davranışı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir (Adnan vd., 2017, s.368; Roy vd., 2015, s.148). Bu nedenle, reklam veren markaların ünlü seçerken her zaman çok dikkatli olmaları gerektiği belirtilmektedir. Üstelik doğru seçim hem kısa hem de uzun vadede tüketici zihninde ve yaşam tarzlarında olumlu etkiler yaratmada farklılık yaratabilir. Aynı ünlünün iki rakip firma reklamında yer alması tüketici satın alma kararlarını olumsuz etkileyebilir. Gelecekteki çalışmalarda, aynı ünlünün rakip marka reklamlarında oynamasının tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki etkileri incelenebilir.

Bu araştırmanın zaman ve maliyet açısından bazı kısıtları bulunmaktadır. İlk olarak çalışma analizinde yararlanılan odak grup çalışmalarında sadece 40 kişiye ulaşılmıştır. Farklı tüketici grupları üzerinde farklı analiz yöntemleri kullanılarak çalışma konusu derinleştirilebilir. Bir diğeri çalışmada sadece nitel veri toplama yöntemlerinden odak grup kullanılmaktadır. Nitel veri toplama yöntemlerinden birkaçı beraber kullanılarak çalışma detaylandırılabilir. Son olarak ise çalışma sadece genç tüketicilerin tutumlarını incelemektedir. Gelecekteki çalışmalar ile farklı yaş gruplarındaki tüketicilerin tutumları incelenebilir ve bu yaş grupları arasında konuya ilişkin farklı tutumların olup olmadığı çalışılabilir.

Kaynakça

- Adnan, A., Jan, F. A., & Alam, W. (2017). Relationship between Celebrity Endorsements & Consumer Purchase Intention. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 10(2), 356-372. <http://Ajss.Abasyn.Edu.Pk/Article?Paperid=198>
- Alston, M and Bowles, W. (2003). *Research for Social Workers: An Introduction for Methods 2nd Edition*. New York: Oxford University Press
- Ambroise, L., Pantin-Sohier, G., Valette-Florence, P., & Albert, N. (2014). From endorsement to velebriety co-branding: Personality transfer. *Journal of Brand Management*, 21(4), 273-285. doi:10.1057/Bm.2014.7
- Austin, E. W., Vord, R. V. d., Pinkleton, B. E., & Epstein, E. (2008). Celebrity endorsements and their potential to motivate young voters. *Mass Communication and Society*, 11(4), 420-436. doi:10.1080/15205430701866600
- Bafna, A., Gandhi, P., Jain, A., Dantara, V., Desai, K., Dholakiya, M., Gumani, N., Gagnani, P., Udhani, D., Keswani, K. & Kanabar, H. (2016). Influence of Celebrity Endorsements on the Consumer Behavior for Facial Care Product. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2(5), 219-235. <https://www.onlinejournal.in/>

- Balakrishnan, L., & Kumar, C. S. (2011). Effect of Celebrity Based Advertisements on the Purchase Attitude of Consumers towards Durable Products (A study with reference to the city of Chennai). *World Review of Business Research*, 1(2), 98-112. <https://www.semanticscholar.org/paper/Effect-of-Celebrity-Based-Advertisements-on-the-of-Balakrishnan/1f25538c4e1625f2da3a6a9676703f764ffc8de3?p2df>
- Bekk, M., & Spörrle, M. (2010). The influence of perceived personality characteristics on positive attitude towards and suitability of a celebrity as a marketing campaign endorser. *The Open Psychology Journal*, 3(1). doi:10.2174/1874350101003010054
- Bhatt, N., Jayswal, R. M., & Patel, J. D. (2013). Impact of celebrity endorser's source credibility on attitude towards advertisements and brands. *South Asian Journal of Management*, 20(4), 74-95. https://www.researchgate.net/profile/Jayesh_Patel20/publication/283299097_Impact_of_Celebrity_Endorser's_Source_Credibility_on_Attitude_Towards_Advertisements_and_Brands/links/57f22e5108ae8da3ce4ed49e/Impact-of-Celebrity-Endorsers-Source-Credibility-on-Attitude-Towards-Advertisements-and-Brands.pdf
- Bird, S., Wiles, J. L., Okalik, L., Kilabuk, J., & Egeland, G. M. (2009). Methodological consideration of story telling in qualitative research involving Indigenous Peoples. *Global Health Promotion*, 16(4), 16-26. doi:10.1177/1757975909348111
- Biswas, S., Hussain, M., & O'Donnell, K. (2009). Celebrity endorsements in advertisements and consumer perceptions: A cross-cultural study. *Journal of Global Marketing*, 22(2), 121-137. doi:10.1080/08911760902765940
- Bower, A. B., & Landreth, S. (2001). Is beauty best? Highly versus normally attractive models in advertising. *Journal of Advertising*, 30(1), 1-12. doi:10.1080/00913367.2001.10673627
- Bowman, J. (2002). Facing advertising reality. *Media Asia*, 7(26), 14-15.
- Butler-Kisber, L. (2010). *Qualitative inquiry: Thematic, narrative and arts-informed perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage. doi:10.41.35/9781526435408
- Byberg, A., Hansen, J., & Basic, M. (2015). Celebrity Endorsement's Impact on Brand Image and Sales: A Case Study on Volvo Cars Sweden. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:812912/FULLTEXT01.pdf>
- Carroll, A. (2009). Brand communications in fashion categories using celebrity endorsement. *Journal of Brand Management*, 17(2), 146-158. doi:10.1057/bm.2008.42
- Chung, C., & Austria, K. (2010). Social Media Gratification and Attitude toward Social Media Marketing Messages: A Study of the Effect of Social Media Marketing Messages on Online Shopping Value. *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association*, 581-586. <https://web.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=1936203X&AN=56100920&h=%2b9QpIFVR78SgwHLgsczDa%2bP9XrdZV7WL2eMQ5iw6dloqLWjBrLr1AJoYRNegHuuUB6TnPALtwBpVNIgjQCQvA%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d1936203X%26AN%3d56100920>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2010). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. London: Routledge.
- Dean, D. H., & Biswas, A. (2001). Third-party organization endorsement of products: An advertising cue affecting consumer prepurchase evaluation of goods and services. *Journal of Advertising*, 30(4), 41-57. doi:10.1080/00913367.2001.10673650

- De Run, E. C., & Ting, H. (2013). Attitude of marketing and non-marketing students towards advertising. Paper presented at the Global Conference on Business, Economics and Social Sciences, Kuala Lumpur. https://www.researchgate.net/publication/256115589_Attitude_of_Marketing_and_Non-marketing_Students_towards_Advertising
- Doss, S. (2011). The transference of brand attitude: the effect on the celebrity endorser. *Journal of Management and Marketing Research*, 7, 1-11. <https://ieeexplore.ieee.org/document/5979012>
- Eisend, M., & T. Langner. (2010). Immediate and delayed advertising effects of celebrity endorsers' attractiveness and expertise. *International Journal of Advertising*, 29(4), 527-46. doi:10.2501/S0265048710201336
- Erdogan, B. Z. (1999). Celebrity endorsement: A literature review. *Journal of Marketing Management*, 15(4), 291-314. doi:10.1362/026725799784870379
- Erdogan, B. Z., Baker, M. J., ve Tagg, S. (2001). Selecting celebrity endorsers: The practitioner's perspective. *Journal of Advertising Research*, 41(3), 39-48. doi:10.2501/JAR-41-3-39-48
- Friedman, H. H., ve Friedman, L. (1979). Endorser effectiveness by product type. *Journal of Advertising Research*, 63-71. <https://psycnet.apa.org/record/1981-04308-001>
- Gillham, B. (2005). *Research Interviewing: The range of techniques: A practical guide*: McGraw-Hill Education (UK).
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. (2000). The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of Advertising*, 29(3), 43-54. doi:10.1080/00913367.2000.10673616
- Hair, J., Wolfinbarger, M., Ortinau, D., & Bush, R. (2010). *Essentials of marketing research*. New York, NY: McGraw-Hill Irwin.
- Hakimi, B. Y., Abedniya, A., & Zaeim, M. N. (2011). Investigate the impact of celebrity endorsement on brand image. *European Journal of Scientific Research*, 58(1), 116-132. https://www.researchgate.net/publication/285721869_Investigate_the_impact_of_celebrity_endorser_on_brand_image
- Howcroft, B., Hamilton, R., & Hewer, P. (2002). Consumer attitude and the usage and adoption of home-based banking in the United Kingdom. *International Journal of Bank Marketing*, 20(3), 111-121. doi:10.1108/02652320210424205
- Hung, K. (2014). Why celebrity sells: A dual entertainment path model of brand endorsement. *Journal of Advertising*, 43(2), 155-166. doi:10.1080/00913367.2013.838720
- Ilicic, J., & Webster, C. M. (2013). Celebrity co-branding partners as irrelevant brand information in advertisements. *Journal of Business Research*, 66(7), 941-947. doi:10.1016/j.jbusres.2011.12.014
- Jamil, R. A., & Rameez ul Hassan, S. (2014). Influence of celebrity endorsement on consumer purchase intention for existing products: a comparative study. *Journal of Management Info*, 4(1), 1-23. doi:10.31580/jmi.v4i1.18
- Kahle, L. R., & Homer, P. M. (1985). Physical attractiveness of the celebrity endorser: A social adaptation perspective. *Journal of Consumer Research*, 11(4), 954-961. doi:10.1086/209029

- Kaikati, J. G. (1987). Celebrity advertising: a review and synthesis. *International Journal of Advertising*, 6(2), 93-105. doi:10.1080/02650487.1987.11107007
- Kang, J., & Choi, W. J. (2016). Endorsed sustainable products: The role of celebrity ethicality and brand ethicality. *Clothing and Textiles Research Journal*, 34(4), 303-319. doi:10.1177/0887302X16658345
- Khan, M. M. (2018). The effect of celebrity endorsement on consumer purchase intention—evidence from q mobile linq advertisement. *Pakistan Business Review*, 19(4), 1065-1082. doi:10.22555/pbr.v19i4.1882
- Koç, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri Global ve Yerel Yaklaşım* (Vol. 7. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Lafferty, B. A., & Goldsmith, R. E. (1999). Corporate credibility's role in consumers' attitudes and purchase intentions when a high versus a low credibility endorser is used in the ad. *Journal of Business Research*, 44(2), 109–116. doi:10.1016/S0148-2963(98)00002-2
- Lohneiss, A., & Hill, B. (2014). The impact of processing athlete transgressions on brand image and purchase intent. *European Sport Management Quarterly*, 14(2), 171-193. doi:10.1080/16184742.2013.838282
- Louie, T. A., & Obermiller, C. (2002). Consumer response to a firm's endorser (dis) association decisions. *Journal of Advertising*, 31(4), 41-52. doi:10.1080/00913367.2002.10673684
- MacKenzie, S. B., Lutz, R. J., & Belch, G. E. (1986). The role of attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: A test of competing explanations. *Journal of Marketing Research*, 130-143. doi:10.1177/002224378602300205
- Mansour, I. H. F., & Diab, D.M.E. (2016). The relationship between celebrities' credibility and advertising effectiveness: The mediation role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 7(2), 148-166. doi:10.1108/JIMA-05-2013-0036
- McCormick, K. (2016). Celebrity endorsements: Influence of a product-endorser match on Millennials attitudes and purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 39-45. doi:10.1016/j.jretconser.2016.05.012
- McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 310-321. doi:10.1086/209217
- Mikuláš, P., & Světlík, J. (2016). Execution Of Advertising And Celebrity Endorsement. *Communication Today*, 7(1), 92-103. <https://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=3343318a-7340-49b3-aa53-e9055f4ec0ff%40pdc-v-sessmgr04>
- Mishra, A. S., Roy, S., & Bailey, A. A. (2015). Exploring brand personality–celebrity endorser personality congruence in celebrity endorsements in the Indian context. *Psychology ve Marketing*, 32(12), 1158-1174. doi:10.1002/mar.20846
- Min, J. H. J., Chang, H. J. J., Jai, T.-M. C., & Ziegler, M. (2019). The effects of celebrity-brand congruence and publicity on consumer attitudes and buying behavior. *Fashion and Textiles*, 6(10), 1-19. doi:10.1186/s40691-018-0159-8
- Mittal, M. (2017). Attractiveness of Celebrity Endorsed Advertisements, Brand Acceptance, Brand Recall and Buying Behavior: An Empirical Study. *Pacific Business Review International*, 10(2), 53-63. http://www.pbr.co.in/2017/2017_month/August/5.pdf

- Munnukka, J., Uusitalo, O., & Toivonen, H. (2016). Credibility of a peer endorser and advertising effectiveness. *Journal of Consumer Marketing*, 33(3), 182-192. doi:10.1108/JCM-11-2014-1221
- Ong, Z. Q., & Ong, D. L. T. (2015). The impact of celebrity credibility on consumer's purchase intention toward the footwear industry in Malaysia: The mediating effect of attitude toward advertisement. *Information Management and Business Review*, 7(4), 55-63. doi:10.22610/imbr.v7i4.1163
- Paskins, Z., John, H., Hassell, A., & Rowe, I. (2010). The perceived advantages and disadvantages of regional audit: a qualitative study. *Clinical Governance: An International Journal*, 15(3), 200-209. doi:10.1108/14777271011063832
- Pornpitakpan, C. (2004). The effect of celebrity endorsers' perceived credibility on product purchase intention: The case of Singaporeans. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(2), 55-74. doi:10.1300/J046v16n02_04
- Pradhan, D., Duraipandian, I., & Sethi, D. (2016). Celebrity endorsement: How celebrity-Brand-User personality congruence affects brand attitude and purchase intention. *Journal of Marketing Communications*, 22(5), 456-473. doi:10.1080/13527266.2014.914561
- Roll, M. (2015). Successful Asian Brand Cases. *Asian Brand Strategy* (pp. 141-182): Springer. doi:10.1057/9781137359179_7
- Roper, S., & Shah, B. (2007). Vulnerable consumers: the social impact of branding on children. *Equal Opportunities International*, 26(7), 712-728. doi:10.1108/02610150710822339
- Ross, R. P., Campbell, T., Wright, J. C., Huston, A. C., Rice, M. L., & Turk, P. (1984). When celebrities talk, children listen: An experimental analysis of children's responses to TV ads with celebrity endorsement. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 5(3), 185-202. doi:10.1016/0193-3973(84)90017-0
- Roy, S., & Bagdare, S. (2015). The role of country of origin in celebrity endorsements: integrating effects of brand familiarity. *Journal of Global Marketing*, 28(3-5), 133-151. doi:10.1080/08911762.2015.1073413
- Seno, D., & Lukas, B. A. (2007). The equity effect of product endorsement by celebrities: A conceptual framework from a co-branding perspective. *European Journal of Marketing*, 41(1/2), 121-134. doi:10.1108/03090560710718148
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising ve Promotion Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication Penerj.* Revyani Sjahrial ve Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Solomon, M. R. (2014). *Consumer behavior: Buying, having, and being.* Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of Current Issues ve Research in Advertising*, 26(2), 53-66. doi:10.1080/10641734.2004.10505164
- Spielman, H., & Hayes, S. (1981). The celebrity sell: Making it work/key words in booking stars: realism, budget, audience/speaker fit. *Marketing Times*, 28(6), 12.
- Spry, A., Pappu, R., & Bettina Cornwell, T. (2011). Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity. *European Journal of Marketing*, 45(6), 882-909. doi:10.1108/03090561111119958
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques:* Sage Publications, Inc.

- Suegker, B. (2003). Lifestyles of the Fit and Famous. *Biography*, 7(1), 60-65.
- Tek, Ö. B., & Özgül, E. (2013). *Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım*, Birleşik Matbaacılık 4. Baskı, İzmir.
- Thwaites, D., Lowe, B., Monkhouse, L. L., & Barnes, B. R. (2012). The impact of negative publicity on celebrity ad endorsements. *Psychology & Marketing*, 29(9), 663-673. doi:10.1002/mar.20552
- Till, B. D., Stanley, S. M., & Priluck, R. (2008). Classical conditioning and celebrity endorsers: An examination of belongingness and resistance to extinction. *Psychology & Marketing*, 25(2), 179-196. doi:10.1002/mar.20205
- Tingchi Liu, M., Huang, Y.-Y., & Minghua, J. (2007). Relations among attractiveness of endorsers, matchup, and purchase intention in sport marketing in China. *Journal of Consumer Marketing*, 24(6), 358-365. doi:10.1108/07363760710822945
- Tripp, C., Jensen, T. D., & Carlson, L. (1994). The effects of multiple product endorsements by celebrities on consumers' attitudes and intentions. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 535-547. doi:10.1086/209368
- Twedt, D. W. (1967). How does brand awareness-attitude affect marketing strategy? *Journal of Marketing (pre-1986)*, 4(31), 64. doi:10.1177/002224296703100414
- Voss, K. E., Spangenberg, E. R., & Grohmann, B. (2003). Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of consumer attitude. *Journal of Marketing Research*, 40(3), 310-320. doi:10.1509/jmkr.40.3.310.19238
- Yaxuan, R., Jiani, L., Yishi, Z., & Haiying, W. (2020). The magic of one person: The effect of the number of endorsers on brand attitude. *Acta Psychologica Sinica*, 52(3), 371-385. doi:10.3724/SP.J.1041.2020.00371
- Zarantonello, L., & Schmitt, B. H. (2013). The impact of event marketing on brand equity: The mediating roles of brand experience and brand attitude. *International Journal of Advertising*, 32(2), 255-280. doi:10.2501/IJA-32-2-255-280
- Zhou, L., & Whitla, P. (2013). How negative celebrity publicity influences consumer attitudes: The mediating role of moral reputation. *Journal of Business Research*, 66(8), 1013-1020. doi:10.1016/j.jbusres.2011.12.025
- Zhu, X., Teng, L., Foti, L., & Yuan, Y. (2019). Using self-congruence theory to explain the interaction effects of brand type and celebrity type on consumer attitude formation. *Journal of Business Research*, 103, 301-309. doi:10.1016/j.jbusres.2019.01.055

Özel Güvenlik Sektöründe Çalışanların Örgütsel Politika Algıları ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasındaki İlişkiye İş Doyumlarının Aracılık Etkisi¹

Prof. Dr. Serap BENLİGİRAY² - Dr. Uğur DEMİRCİ³

Başvuru Tarihi: 12.01.2020

Kabul Tarihi: 14.10.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırmanın temel amacı özel güvenlik sektöründe çalışanların iş doyumlarının, örgütsel politika algıları ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiye etkisini tespit etmektir. Araştırmanın evrenini Antalya’da çalışan özel güvenlik görevlileri oluşturmaktadır. Yapılan analize tesadüfi örneklem kullanılarak uygulanan anket sonrasında ulaşılan 996 gözlem birimi dahil edilmiştir. Araştırmada Ferris ve Kaçmar (1992) tarafından geliştirilen Örgütsel Politika Algısı Ölçeği; Scott ve arkadaşları (1999) tarafından geliştirilen İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği ile Weiss ve arkadaşları (1967) tarafından geliştirilen Minnesota İş Doyum Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre iş doyumunun örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide kısmi aracı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Özel Güvenlik Sektörü, İş Doyumu, Örgütsel Politika Algısı, İşten Ayrılma Niyeti

Atıf: Benligiray, S. ve Demirci, U. (2020). Özel güvenlik sektöründe çalışanların örgütsel politika algıları ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiye iş doyumlarının aracılık etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 23-50.

¹ 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Anadolu Üniversitesi, İşletme, Yönetim Organizasyon Anabilim Dalı, sbenligi@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1004-8318

³ Emniyet Genel Müdürlüğü, Özel Güvenlik Daire Başkanlığı, ugurdemirci@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-4677-3477

The Mediator Effect of Job Satisfaction on The Relationship between The Perceptions of Organizational Politics and Turnover Intent of The Employees in Private Security Sector

Prof. Dr. Serap BENLİGİRAY - Dr. Uğur DEMİRCİ

Submitted by: 12.01.2020

Accepted by: 14.10.2020

Article Type: Research Article

Abstract

The main purpose of this study is to reveal the effect of private security officers' job satisfaction on the relationship between perception of organizational politics and turnover intention. The population of the study includes the private security officers working in Antalya. The data obtained from the questionnaire applied to 996 observation units determined by random sampling method were included in the analysis. In this study, Perception of Organizational Politics Scale developed by Ferris and Kacmar (1992), Intention to Quit Scale developed by Scott et al. (1999), and Job Satisfaction Scale developed by Weiss et al. (1967) were used. According to the result of the study, it was revealed that job satisfaction has partially mediator effect on the relationship between perception of organizational politics and turnover intention.

Keywords: Private Security Sector, Job Satisfaction, Perception Of Organizational Politics, Turnover Intention

Giriş

Özel güvenlik, Emniyet Genel Müdürlüğü, Jandarma Genel Komutanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığı gibi genel kolluk birimleri tarafından yapılan işler dışında, belirli bir alanda ve belirli yetkilerle çalışan, kamu güvenliğini tamamlayıcı ancak devletle herhangi bir organik bağı olmadan sunulan hizmetlerdir. Özel güvenlik birimleri “kişilere veya kurumlara ait özel alanlarda arama, el koyma, yakalama ve zor kullanma gibi kamu adına bazı yetkileri kullanma yetkisine sahip, mülkiyeti özel kurum ve kuruluşlara ait olan, ancak birimlerde çalışanların ve eğitilenlerin devletin denetimine tabi olduğu güvenlik hizmeti sunan birimlerdir” (Eryılmaz, 2006, s.124).

Dünyada güvenlik hizmeti verilecek alanların artması, zaman içinde genel kolluk birimlerinin görevlerini yerine getirmede yetersiz kalması, kaliteli özel güvenlik beklentisinin artması ve insanların güvenliklerini kendilerinin sağlamayı istemesi özel güvenlik hizmetlerinin doğmasına ve gelişmesine neden olmuştur (Engin, 2008, s.169-170). Özel güvenlik sektörü tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyümeye devam etmektedir. Emniyet Genel Müdürlüğü Özel Güvenlik Denetleme Başkanlığı verilerine göre, Türkiye’de 1435 güvenlik şirketi ile 444 özel güvenlik eğitim kurumu bulunmaktadır. Özel güvenlik sertifikası bulunan kişi sayısı 1 milyon 556 bin 250 iken 1 milyon 58 bin 626 özel güvenlik kimlik kartı sahibi şahıs bulunmaktadır. Aktif çalışan sayısı ise 283 bin 431’dir (İstanbul Güvenlik Anonim Şirketi [İSTGÜVEN], 2019).

Ülkemizde özel güvenlik işletmelerinin sektörün yapısıyla, mevzuatla, istihdamla, eğitimle, ücretlendirme ile ilgili pek çok sorunu bulunmaktadır. Sektörün önemli sorunlarından birisi de yüksek personel devir oranıdır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB], 2014). Yüksek personel devir oranı, yetkin personelin kaybedilmesi ve yerine yeni personelin yetiştirilmesi bağlamında sektörde bulunan işletmeler açısından zaman, para ve diğer kaynak kayıpları yaratarak yüksek maliyetlere neden olmaktadır. Bir işletmede belirli bir zaman periyodunda ne kadar çalışanın işten ayrıldığı ve ayrılanların yerine ne kadar yeni çalışan geldiği ile ilgili olan devir oranı, işten ayrılmanın çalışanın kendi isteğiyle gerçekleşmesi durumunda gönüllü devir oranı olarak adlandırılmaktadır. Gönüllü devir oranı, istenmeyen, zararlı ve mücadele edilmesi gereken en önemli insan kaynakları metriklerinden biridir.

Yetenekli çalışanları elde tutma üzerine yapılan birçok araştırma, çalışanların işletmelerden ayrılma kararlarının arkasındaki çeşitli nedenleri ve insanların bu tür seçimleri yapma süreçlerini anlamaya odaklanmıştır. İşletme yöneticileri bazı çalışanların neden işten ayrıldığını anlayarak, diğerlerinin neden kaldıkları hakkında daha iyi bir fikir edinebilir ve işten ayrılma kararlarını nasıl etkileyeceklerini öğrenebilirler.

Çalışanların işten ayrılmalarından önce işten ayrılma düşüncesi ortaya çıkmaktadır (Zeytinoglu, Denton, Davies, Baumann, Blythe, ve Boos, 2007, s.34). Yapılan araştırmalarda işten ayrılma niyeti ile gerçek işten ayrılma arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir (Egan, Yang ve Bartlett, 2004; Mobley, 1982; Rizwan, Shahid, Shafiq, Tabassum, Bari ve Umer, 2013; Van Schalkwyk, Du Toit, Bothma, ve Rothmann, 2010). Ancak, bu düşüncenin gerçek işten ayrılma davranışına dönüşmesinde birçok bireysel ve örgütsel faktör etkili olmaktadır (Hom, Caranikas-Walker, Prussia ve Griffeth, 1992). İşten ayrılma niyetini etkileyen faktörlerden birisi de örgütsel politika algısıdır. Örgütsel politika, “davranışların, kısa veya uzun vadeli kişisel çıkarları maksimize etmek için stratejik olarak tasarlandığı ve başkalarının çıkarları pahasına olan bir sosyal etki süreci” anlamına gelmektedir (Ferris, Russ ve Fandt, 1989). Siyasi davranışın kuruluşlar için yararlı veya zararlı olup olmadığı, bu davranışın gerçeklikten ziyade nasıl algılandığına bağlı olabilmektedir (Gandz ve Murray, 1980). Söz konusu algı gerçek olayların bir yanlış yorumu olsa bile, algılayıcının bireysel olarak deneyimlenen olayları ve diğerlerinin davranışlarını yorumlamasına dayanmaktadır (Ferris, Frink, Bhawuk, Zhou ve Gilmore, 1996). Yapılan araştırmalar, oldukça politik bir ortamın yüksek stres, yüksek işten ayrılma niyeti, düşük çalışan memnuniyeti, zayıf bağlılık, zararlı örgütsel vatandaşlık davranışı ve düşük verimlilik gibi çalışma hayatı üzerindeki çeşitli olumsuz etkilerle ilişkili olduğunu iddia etmiştir. Bu nedenle örgütsel verimlilik ve karlılık zarar görmektedir (Chang, Rosen, Siemieniec ve Johnson, 2012; Ferris, Adams, Kolodinsky, Hochwarter ve Ammeter, 2002; Harris, Harris ve Harvey, 2007; Kacmar ve Baron, 1999).

Alan yazında örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyetini arasında ilişki olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Ahmed, 2018; Başar ve Varoğlu, 2016; Gbadamosi ve Chinaka, 2011; Harris, James ve

Boonthanom, 2005; Javed, Gulzar ve Hussain, 2015; Yusof, Zulkiffli, Padlee ve Yusof, 2018). Bununla birlikte bu araştırmalarda genel olarak iki değişken arasında anlamlı ve pozitif ilişki tespit edilmiştir. Ancak alan yazındaki araştırmalar her ne kadar örgütsel politika algısı ile iş tutumları arasındaki ilişkiyi ortaya koysalar da bunların arasındaki mekanizma henüz tam olarak ortaya konmuş değildir (Cho ve Yang, 2018, s.61; Huang, Chuang, ve Lin, 2003). Ayrıca araştırma sonuçları incelendiğinde örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki düzeyinin farklılaştığı da görülmektedir. Bu sonuçların değişkenlik göstermesi iki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen bazı faktörlerin olabileceğini düşündürmektedir. Alan yazında bu düşünceleri doğrulayan bulgulara ve sonuçlara dair çalışmalar mevcuttur (Chang, Rosen ve Levy, 2009; Chhetri, Afshan, ve Chatterjee, 2016; Huang, Chuang ve Lin, 2003). İki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen faktörlerin bulunması ise, bu ilişkiyi etkileyen başka faktörlerin de bulunabileceğine işaret etmektedir (Baron ve Kenny, 1986).

İş doyumunu hem örgütsel politika algısı (Ayobami ve Ofoegbu, 2013; Yusof ve diğerleri, 2018) hem işten ayrılma niyeti (Demirci, 2019a; Yücel ve Demirel, 2013; Yüksel ve Yüksel, 2014) ile ilişkilidir. Ayrıca alan yazında iş doyumunun birçok iş tutumu ilişkisinde aracı rolü oynadığı bilinmektedir (Crede ve diğerleri, 2007; Rahman ve diğerleri, 2014; Yousef, 2002). Bu nedenle iş doyumunun örgütsel politika ile işten ayrılma niyeti ilişkisini etkileyebileceğini değerlendirmek mümkündür. Ancak alan yazında bu hipotezi doğrulayan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırma “*İş doyumunu, örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında var olduğu bilinen ilişkiyi etkilemekte midir?*” sorusuna cevap bulmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda nicel paradigma çerçevesinde gerçekleştirilen çalışma neticesinde, iş doyumunun örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide kısmi aracı etkisi bulunduğu tespit edilmiştir.

Alan Yazın

Bu bölümde araştırma kapsamında ele alınan örgütsel politika algısı, işten ayrılma niyeti ve iş doyumunu incelenerek aralarındaki ilişki alanyazındaki örnekleriyle ortaya konacaktır.

Örgütsel Politika Algısı

Politik alanlar olarak örgütlerdeki (Mintzberg, 1983, 1985) politika konusu 1960’lı yıllarla birlikte örgütsel davranış alan yazınına girmeye başlamıştır. Ancak 1980’li yıllara kadar bu konu üzerine çok yoğun araştırmaların olmadığı görülmektedir (Gandz ve Murray, 1980). Bu konuda önemli teorik öneriler 1980’li yıllarda ortaya konmakla birlikte, asıl çabaların artarak ivme kazanması Ferris, Russ ve Fandt (1989) ve Kacmar ve Ferris’in (1991) çalışmalarıyla açtıkları yoldan ilerlemiştir. Bu çalışmaların ortaya koyduğu modeller çerçevesinde görgül araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Söz konusu araştırmaların temel amacı, örgütsel politikanın alan yazında çoğunlukla vurgulanan olumsuz sonuçlarını anlamak ve örgütler açısından sorun yaratan bu tür uygulamaları tam olarak ortaya koymak olmuştur (Meisler ve Vigoda-Gadot, 2014).

Hayatın bir gerçeği olarak kabul edilen örgütlerdeki politika (Ferris ve Kacmar, 1992, s.93), örgütün yapısına, kültürüne ve büyüklüğüne göre çeşitli yoğunlukta hüküm sürebilmektedir (Witt, Andrews ve Kacmar, 2000). Örgütsel politika, örgütlerde belirsizliğin veya ihtilafın olduğu durumlarda bireylerin arzuladıkları hedeflere ulaşmak için gücü ve diğer kaynakları elde etmeye, geliştirmeye ve kullanmaya yönelik örgüt içindeki faaliyetleri içermektedir (Pfeffer, 1981, s.7). Güç ilişkileri olarak kısaca ifade edilebilen örgütsel politikanın tanımı üzerinde alan yazında tam olarak bir anlaşma bulunmamaktadır (Khan ve Hussein, 2016, s.570). Kacmar ve Baron (1999, s.4) örgütsel politikayı, diğer iş arkadaşlarının veya kendi örgütlerinin fayda ve çıkarına saygı duymadan bireylerin kendi menfaatlerini artırma hedefine yönelik eylemleri olarak tanımlamaktadır. Mayes ve Allen (1977, s.675) ise, örgütsel politikayı, örgüt tarafından onaylanmayan sonuçları elde etmek veya onaylanan sonuçlara örgüt tarafından onaylanmayan araçlarla/yöntemlerle ulaşmak amacıyla etkileme sürecinin yönetilmesi şeklinde ifade etmiştir. Örgütsel politika, örgüt içerisindeki grupların diğer grupları etkilemek ya da örgütsel amaçlar, kararlar, kaynak tahsisleri, ilke ve pratikleri veya örgüt dışındaki grupları etkilemek için kullandıkları informel taktik ve yaklaşımlardır (Zaleznik, 1999).

Örgütsel politika veya politik davranış resmi olarak izinli olmayan, onaylanmayan ve geniş çapta kabul görmeyen, bireyleri ve grupları resmi otoriteye karşı kıskırtan çatışmacı davranışlar ile aynı zamanda örgüt

çalışanlarını kızdırmasına rağmen örgütün gelişimi için örgüte hizmet edebilecek davranışları içeren paradoksal bir kavramdır (Mintzberg, 1985, s.134-152). Bu nedenle politik davranışın yüksek işten ayrılma, yüksek iş kaygısı, düşük iş katılımı, düşük iş doyumunu (Ferris, Frink, Galang, Zhou, Kacmar ve Howard, 1996), düşük örgütsel vatandaşlık davranışı, düşük performans (Chang, Rosen ve Levy, 2009; Miller, Rutherford ve Kolodinsky, 2008), düşük örgütsel bağlılık, ihmalkarlık (Vigoda, 2001), düşük örgütsel güven (Aybar ve Marşap, 2018) düşük örgütsel adalet, tükenmişlik (Yüksel, 2013) ve örgütsel sinizm (Ferris ve diğerleri, 2002) gibi olumsuz sonuçları bulunmakla birlikte; verimlilik artışı, rekabet, pozisyon geliştirme, otorite genişlemesi gibi (Kumar ve Ghadially, 1989; Vigoda ve Drory, 2006) örgütler açısından olumlu sonuçları da bulunmaktadır. Örgütsel politikanın örgütler açısından olumsuz sonuçlarını önlemek ve bunu kontrol etmek için çeşitli örgütsel ve yönetsel unsurlar yararlı olabilmektedir. Örgütsel politika algısını kontrol etmekte kullanılabilir faktörler arasında şeffaf ve adil örgüt çevresi, rol açıklığı, imkanların çokluğu ve kaynakların bolluğu sayılabilmektedir (Muhammad, 2007; Poon, 2003; Thau ve Mitchell, 2010; Valle ve Perrewe, 2000). Politik davranışlar, uygulanış şekillerinden çok birey ve çalışanlar tarafından algılanış biçimlerine göre örgüt için yararlı veya zararlı sonuçlar doğurabilmektedir (Gandz ve Murray, 1980; Parker, Dipboye ve Jacson, 1995, s.892). Bu nedenle çalışanların örgütsel politika algılarını şekillendiren faktörlerin doğru analiz edilmesi gerekmektedir. Örgütsel politika algısını örgütsel, iş çevresi, kişisel ve demografik olmak üzere birçok faktör etkilemektedir. Örgütsel politika algısını etkileyen örgütsel faktörler merkezileşme, biçimselleşme, hiyerarşik seviye ve örgütsel büyüklük; iş çevresi faktörleri yükselme fırsatları, kariyer geliştirme, geri besleme, hesap verebilirlik, kişi-örgüt uyumu, katılım, iş arkadaşları ve yöneticilerle iletişim; kişisel faktörler Makyavelizm, olumlu ve olumsuz duygu durumu; demografik faktörler ise yaş, cinsiyet, görev süresi ve etnik kökendir (Ferris ve diğerleri, 2002).

Örgütsel politika algısının alan yazında kabul gören *genel politik davranış, ilerlemek için gerekeni yapmak, ücret ve terfi politikaları* şeklinde üç boyutu bulunmaktadır. Genel politik davranış örgütlerdeki kuralların ve prosedürlerin net olmadığı, kararların genelde belirsizlik altında verildiği ve kaynakların görece kıt olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır (Kaçmar ve Carlson, 1997, s.629-630). İlerlemek için gerekeni yapma, kişisel çıkarlar doğrultusunda davranma ve bu çıkarlara yönelik algılanan tehditlere karşılık olarak misilleme yapma davranışı şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Khan ve Hussain, 2016, s.571). Son boyut ise, örgütlerin performans değerlendirme sistemleri kapsamında ücret ve terfi politikalarının bulunması durumunda ortaya çıkmaktadır (Gull ve Zaidi, 2012, s.159). Bu durumda örgütler politik davranan çalışanları ödüllendirirken, diğer çalışanları istemeden de olsa politik davranmaları yönünde teşvik etmiş olmaktadır (Khan ve Hussain, 2016).

İşten Ayrılma Niyeti

Nitelikli çalışanların örgütlerde kalmalarının sağlanması yönetimlerinin önde gelen sorunları arasında yer almaktadır. Çünkü bunun aksi, örgütler için zaman ve para kaybıyla sonuçlanmaktadır. SHRM araştırması direkt yeniden işe alma ve yerleştirme giderlerinin bir çalışanın yıllık maaşının 50% ila 60%'ı arasında olduğunu göstermiştir. Bu maliyetin içinde yeni çalışanın bulunması ve işe yerleştirilmesi, eğitilmesi, alıştırılması, boş geçen zaman, deneyimsiz personelin daha az verimli olması vb. pek çok unsur yer almaktadır (Allen, 2008). Yüksek devir oranı ayrıca işletmenin performansını etkilemekte ve yönetmesi gittikçe daha da zorlaşmaktadır. Genel olarak bir örgütteki çalışanların bir dönemdeki giriş çıkış hareketleri şeklinde ifade edilen iş gücü devri istenmeyen düzeylere eriştiğinde, örgütsel etkenlik (Price ve Mueller, 1986) ve verimlilik (Yılmaz ve Halıcı, 2010) olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu kapsamda özellikle gönüllü devir oranı yüksekliği örgütler açısından istenmeyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle örgütler personel devir oranlarının istenilen seviyede tutulması yönünde çaba göstermektedirler.

Yapılan araştırmalar gönüllü olarak işten ayrılmanın karmaşık bir süreç olduğunu göstermiştir. Bazı bireyler işten ani bir dürtüyle ayrılma kararı verseler de, çoğunun başlangıçta mevcut işlerini olası alternatiflere göre değerlendirmek, ne yapacağı hakkında niyetler geliştirmek ve çeşitli iş arama davranışlarına katılmak için zaman harcamak gibi davranışlar gösterdikleri tespit edilmiştir. Araştırmalar bazı işten ayrılmaların bireyin rolünden memnuniyeti ve örgüte bağlılık gibi temel iş tutumlarını etkilediğini ortaya koymuştur. Düşük memnuniyet ve bağlılık vazgeçmeyi, başka işler araştırmayı, alternatif fırsatları karşılaştırmayı ve işten ayrılma niyetini içeren geri çekilme sürecini başlatabilmektedir. İşletme bu süreci etkili bir şekilde yönetemediği takdirde sonuç işten ayrılmayla neticelenebilmektedir. Bu durumdaki çalışanlar ayrıca, devamsızlık, gecikme

ve düşük performans gibi çekilme göstergesi sayılabilecek başka herhangi bir iş davranışı da üretebilmektedir (Engin, 2008).

Alan yazında gerçekleştirilmiş çalışmalar işten ayrılma niyetinin gerçek işten ayrılma davranışının en büyük ve önemli belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır (Egan ve diğerleri, 2004; Griffeth ve diğerleri, 2000; Lambert, Lynne Hogan ve Barton, 2001; Mobley, 1982; Rizwan ve diğerleri, 2013; Shore, Newton ve Thornton, 1990; Van Schalkwyk ve diğerleri, 2010). Bilinçli ve kasten örgütten ayrılma düşüncesi (Tett ve Meyer, 1993, s.262) olarak tanımlanabilecek olan işten ayrılma niyeti ise örgütsel, bireysel ve çevresel birçok faktörden etkilenme sonrasında birey tarafından işten ayrılma davranışına dönüşmektedir (Hom ve diğerleri, 1992, s.905). Örgüt bünyesinde verilen ödüller, alternatif işin kalitesi ve şartları, çalışanın işine yapmış olduğu yatırım, yöneticilerin davranışları, maaş ve ödüllendirme uygulamaları, çalışanın yaşı ve medeni durumu, genel işsizlik düzeyi ve alternatif yeni iş olanaklarının varlığı işten ayrılma niyetini etkileyen bu faktörler arasında sayılabilmektedir (Cotton ve Tuttle, 1986, s.62; Taslak, 2015).

İşten ayrılma niyeti birçok iş tutumundan da negatif veya pozitif yönde etkilenmektedir. Alan yazında liderlik (Alper-Ay ve Keleş, 2017; Taşlıyan ve Hırlak, 2016), örgütsel bağlılık (Cohen, 1998; Porter ve diğerleri, 1974; Terason, 2018), örgütsel destek (Zhang, 2018), mesleki bağlılık, örgütsel özdeşleşme (Çelik ve Yıldız, 2018), örgütsel güven (Akın ve diğerleri, 2018), örgütsel vatandaşlık davranışı (Paille, 2006), birey-örgüt uyumu (Uysal-Irak, 2014), tükenmişlik (Acker, 2008), öğrenme motivasyonu (Tolay-Sabuncuoğlu, 2007), sinizm (Demirci ve Tekiner, 2019; Yasım ve Uğur, 2016), iş aile iklimi (O'Neill ve diğerleri, 2009), iş aile çatışması (Sidin ve diğerleri, 2016), örgütsel adalet (Ölçer, 2015), işe gömülmüşlük (Büyükbeşe ve Gökaslan, 2018), stres (Derik, 2019), pozitif psikolojik sermaye (Şevik, 2019), örgütsel sessizlik (Uslu ve Aktaş, 2017), örgütsel öğrenme (Emami ve diğerleri, 2012), işyeri zorbalığı (Serçeoğlu ve diğerleri, 2016), çatışma (Güzel ve Ayazlar, 2014), iş doyumu (Baltacı, 2018; Demirci, 2019a; Mosadeghrad, ve diğerleri, 2011) ve örgütsel politika (Başar ve Varoğlu, 2016; Harris ve diğerleri, 2005) işten ayrılma niyeti ile istatistiki olarak anlamlı olacak şekilde ilişkilendirilmiştir.

Örgütsel Politika Algısı ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

Alan yazında örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti ilişkisine dair yapılmış çalışma sonuçları bu iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunduğunu işaret etmektedir (Yusof ve diğerleri, 2018; Ahmed, 2018; Başar ve Varoğlu, 2016; Chang ve diğerleri, 2009; Chhetri ve diğerleri, 2016; Gbadamosi ve Chinaka, 2011; Harris ve diğerleri, 2005; Javed ve diğerleri, 2015; Karatepe, 2011; Khalid ve Ishaq, 2015; Poon, 2004). Ancak araştırma sonuçları incelendiğinde bu iki değişken arasındaki ilişki düzeyinin farklılaştığı anlaşılmaktadır.

Yusof ve arkadaşları (2018) Malezya'da kamu denizcilik biriminde çalışanların katılımıyla yaptıkları araştırmada örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi .239 olarak tespit etmiştir. Başar ve Varoğlu (2016) Ankara'da bir kamu kurumunun merkez biriminde gerçekleştirdikleri araştırmada bu iki değişken arasındaki ilişkiyi .410 şeklinde saptamıştır. Gbadamosi ve Chinaka (2011) Nijerya'da üniversite çalışanları üzerinde gerçekleştirmiş oldukları araştırma neticesinde bu iki değişken arasındaki ilişkiyi .830 olarak hesaplamıştır. Bu araştırmalardan, Abbas ve arkadaşlarının (2015) Pakistan'da farklı örgütlerde gerçekleştirmiş oldukları araştırma sonuçları örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki istatistiki ilişkinin pozitif ancak anlamlı olmadığını (insignificant) göstermiştir. Bu alan yazın incelemesine dayanılarak araştırmanın ilk hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₁: Örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

İş Doymumu

Bireysel ve örgütsel açıdan birçok önemi bulunan iş doyumu, örgüt başarısını belirleyen en önemli faktörler arasında yer alması sebebiyle örgütlerin temel amacı haline gelmiştir (Bernal, Gargallo, Marzo ve Rivera, 2005, s.279-280). İş doyumu çalışanların işlerini ve tecrübelerini değerlendirmeleri neticesinde ortaya çıkan duygusal bir durumdur (Locke, 1983). Muchinsky (2000) iş doyumunu, insanların işleriyle ilgili duygularını yansıttıkları bir tutum olarak tanımlamıştır. Genellikle olumlu bir tutum şeklinde değerlendirilen iş doymumu çalışanın işiyle ne kadar mutlu olduğunun göstergesi (Vieira, 2005, s.39), işini olumlu ve zevk veren bir uğraş olarak

değerlendirmesinin bir sonucudur (Davis, 1988, s.96). Bunun tersi, yani işe karşı duyulan hoşnutsuzluk da iş doyumsuzluğunu ifade etmektedir (Özdemir, 2006, 70).

Çalışanların iş doyumlarını etkileyen bireysel ve örgütsel faktörler bulunmaktadır. İş doyumunu etkileyen bireysel özellikler cinsiyet, yaş, medeni durum, mesleki konum, eğitim düzeyi, kıdem, kişilik, hizmet süresi ve zeka; örgütsel özellikler ise işin niteliği, denetim biçimi, yönetim tarzı, iletişim, ücret, yükselme imkanları, rekabet, çalışma şartları, terfi ve ödüllendirme, yetki devri, hizmet içi eğitim şeklinde sayılabilir (Akıncı, 2002, s.6). İş doyumunu etkileyen iş tutumları da mevcuttur. Bunlar arasında iş-aile çatışması (Çelikkalp, Temel ve Bilgiç, 2019), stres (Kaymaz ve Erbi, 2018), rol çatışması, rol belirsizliği (Akar ve Yıldırım, 2008), algılanan amir desteği (Kurt, 2010), psikolojik sermaye (Ocak, Güler ve Basım, 2016), etik liderlik, örgütsel bağlılık (Çelik, Dedeoğlu, ve İnanır, 2015), örgütsel adalet, örgütsel güven (Alpkan, Dilek ve Bozlağan, 2005), örgütsel toksisite (Kasalak, 2019), motivasyon (Zeynel ve Çarıkçı, 2015), etik iklim (Naktiyok ve Yıldırım, 2018), örgütsel özdeşleşme (Başar ve Basım, 2015) ve örgütsel politika algısı (Wang, 2018; Hassan, Vina, ve Ithnin, 2017) sayılabilir.

İş doyumunu örgütlerin etkenlik ve verimliliklerine (Yılmaz, 2016; Bitmiş, Güney ve Demirel, 2014) doğrudan etki yapmakla birlikte, bu etkinlik ve verimliliğe katkı sağlayan birçok iş tutumunu da etkilediği bilinmektedir. Söz konusu tutumlardan yaşam doyumunu (Maden Turgut, 2010), motivasyon (Orhaner ve Mutlu, 2019), örgütsel bağlılık (Çankaya, Gürdal, Tunç, ve Orhan, 2018), mesleki bağlılık (Demirci, 2019b), örgütsel vatandaşlık davranışı (Yeşilyurt ve Koçak, 2013), örgütsel adalet (Yıldırım, 2007), örgütsel güven (Semercioğlu, Tengilimoğlu ve Semercioğlu, 2012) ve mesleki adanmışlık (Tan ve Ulaş, 2016) ile iş doyumunu arasında pozitif bir ilişki bulunduğu dair araştırmalar bulunmaktadır. Bununla birlikte tükenmişlik (Çivici, 2016), sanal kaytarma (Çavuşoğlu ve Palamutçuoğlu, 2017), duygusal tükenme (Alanoğlu, 2019), devamsızlık (Brief, 1998; Özkalp ve Kirel, 2013) ve işten ayrılma niyeti (Demirci, 2019a; Masum, Azad, Hoque, Beh, Wanke ve Arslan, 2016) gibi örgütler açısından olumsuz sonuçlar doğurabilecek tutumlar üzerinde de iş doyumunun negatif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tüm bunlara ek olarak alan yazında yapılan inceleme sonucunda iş doyumunun birçok iş tutumu arasındaki ilişkide aracı (Crede ve diğerleri, 2007; Rahman ve diğerleri, 2014; Töngel, 2015; Yousef, 2002) ve düzenleyici (Betz, 1971; Pekmezci ve diğerleri, 2017; Ridaryanto, 2017) olarak görev yaptığı da görülmektedir.

Örgütsel Politika Algısı ve İş Doyumu İlişkisi

İş doyumunu örgütsel politika algısının en çok çalışılan çıktıları arasındadır (Kaçmar ve Baron, 1999). Alan yazında örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasındaki ilişkiye dair yapılmış araştırma sonuçları bu iki değişken arasında orta düzeyde anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunduğunu göstermektedir (Ayobami ve Ofoegbu, 2013; Chen ve diğerleri, 2017; Eryılmaz ve İspirli, 2014; Ferris, Frink, Galang ve diğerleri, 1996; Ojiabo ve Alagah, 2017; Valle ve Witt, 2001; Yusof ve diğerleri, 2018). Ojiabo ve Alagah (2017) Amerika'da sağlık sektörü üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma neticesinde örgütsel politika algısı ve iş doyumunu arasındaki ilişkiyi -.646 olarak tespit etmiştir. Chen ve arkadaşları (2017) Tayvan'da sağlık sektörü üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma neticesinde bu iki değişken arasındaki ilişkiyi -.600 olarak tespit etmişlerdir. Eryılmaz ve İspirli (2014) Anakara, İstanbul ve İzmir'deki kamu kurumlarında çalışanların katılımıyla yaptıkları araştırma neticesinde bu iki değişken arasındaki ilişkiyi -.474 şeklinde tespit etmişlerdir. Valle ve Witt (2001)'in Amerika'da müşteri hizmetleri görevlileri üzerine yaptıkları araştırmanın sonuçları örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin -.410 olduğunu ortaya koymuştur. Bu alan yazın incelemesine dayanılarak araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₂: Örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasında anlamlı ve negatif yönlü ilişki vardır.

İş Doyumu ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

Alan yazında iş doyumunu ile işten ayrılma niyeti ilişkisine dair gerçekleştirilmiş araştırmalar incelendiğinde bu iki değişken arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunduğu anlaşılmaktadır (Demirci, 2019a; Cote ve Morgan, 2002; Frenkel, Sanders ve Bednall, 2013; Masum ve diğerleri, 2016; Yücel ve Demirel, 2013; Yüksel ve Yüksel, 2014). Ancak bu iki değişken arasındaki ilişki düzeyi çalışmalara göre farklılık göstermektedir. Örneğin, Frenkel ve arkadaşları (2012) Avustralya'da finans, sağlık, iletişim ve yiyecek-içecek sektöründe çalışanlar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışma neticesinde iş doyumunu ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki

düzeyini -.680 şeklinde tespit etmişken; söz konusu ilişki düzeyi Demirci'nin (2019a) İstanbul'da çalışan özel güvenlik görevlileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada -.583; Yücel ve Demirel'in (2013) elektronik sektöründe çalışanlar üzerinde yaptıkları çalışmada ise -.378 olarak hesaplanmıştır. Bu alan yazın incelemesine dayanılarak araştırmanın üçüncü hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₃: İş doyumunu ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve negatif yönlü ilişki vardır.

Örgütsel Politika Algısı ile İşten Ayrılma Niyeti İlişkisine İş Doyumunun Aracılık Etkisi

Alan yazında örgütsel politika ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye dair yapılmış araştırmaların sonuçlarında bu iki değişken arasındaki ilişki düzeyi tutarlılık göstermemektedir (Abbas ve diğerleri, 2015; Başar ve Varoğlu, 2016; Gbadamosi ve Chinaka, 2011; Yusuf ve diğerleri, 2018). Bu durum iki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen bazı faktörlerin bulunabileceğini düşündürmektedir. Alan yazın incelendiğinde lider-üye etkileşimi (Chhetri ve diğerleri, 2016), iş stresi ve sosyal değişim (Chang ve diğerleri, 2009), işe bağlanma (Javed ve diğerleri, 2015; Karatepe, 2011), duygusal bağlılık (Ayhan ve Gürbüz, 2013) ve tükenmişlik (Huang ve diğerleri, 2003) gibi bazı iş tutumlarının örgütsel politika ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide aracılık rolü oynadıkları anlaşılmaktadır. İki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen bir başka unsurun bulunması, bu ilişkiyi etkileyen başka unsurların da bulunabileceğini işaret etmektedir (Baron ve Kenny, 1986). İşten ayrılma niyeti ile ilişkili olduğu bilinen iş doyumunu (Demirci, 2019a; Cote ve Morgan, 2002; Frenkel ve diğerleri, 2012; Masum ve diğerleri, 2016; Yücel ve Demirel, 2013; Yüksel ve Yüksel, 2014) örgütsel politika algısından etkilenmektedir (Ayobami ve Ofoegbu, 2013; Chen ve diğerleri, 2017; Eryılmaz ve İspirli, 2014; Ferris, Frink, Galang ve diğerleri, 1996; Ojiabo ve Alagah, 2017; Valle ve Witt, 2001 Yusuf ve diğerleri, 2018). Ayrıca alan yazında birçok iş tutumunun öncülü veya sonucu olarak karşımıza çıkan iş doyumunun çoğu iş tutumları arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlendiği de bilinmektedir (Crede ve diğerleri, 2007; Rahman ve diğerleri, 2014; Yousef, 2002). Tüm bu nedenlerle iş doyumunun, örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında var olduğu bilinen ilişkiyi etkileyebileceği düşünülmektedir. Alan yazın incelemesinde bu hipotezin doğrulanmasına ilişkin bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu alan yazın incelemesi neticesinde araştırmanın dördüncü hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₄: İş doyumunu, örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi etkilemektedir.

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın amacı ve modeli ile veri toplama araçlarına ilişkin bilgi verildikten sonra araştırmanın evren ve örnekleme değerlendirilerek veri analizinde kullanılacak teknikler ifade edilecektir.

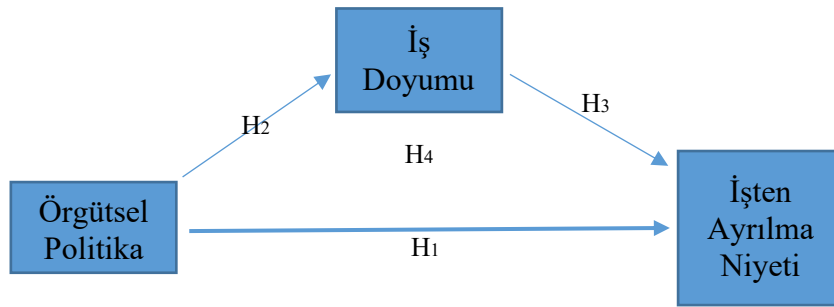
Araştırmanın Amacı ve Modeli

Bu araştırmanın amacı örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti ilişkisinde iş doyumunun aracılık etkisinin olup olmadığını test etmektir. Nicel paradigma çerçevesinde gerçekleştirilmiş olan çalışmanın deseni ilişkisel araştırma şeklinde belirlenmiştir. Bu amaçla Antalya'da çalışan özel güvenlik görevlilerine, kendilerinin örgütsel politika, işten ayrılma niyeti ve iş doyumlarını belirlemek üzere ilgili ölçekleri içeren anket uygulanmıştır.

İki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen üçüncü bir değişkenin etkisinin doğru analiz edilebilmesi için araştırma modelinin doğru oluşturulması gerekmektedir. Genellikle bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen üçüncü değişkenin rolüne ilişkin tahminlerde problemler yaşanmaktadır. Bu problemlerin daha araştırma başında çözülmesi ve doğru araştırma modelinin oluşturulması, araştırma sonuçlarının sağlığı açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide rolü olabileceği değerlendirilen iş doyumunun hangi tür etkiye sahip olduğunu tespit etmek amacıyla Baron ve Kenny'nin (1986) araştırmasındaki hususlar göz önüne alınmıştır.

Baron ve Kenny (1986) araştırmasında düzenleyici ve aracı değişkenlerin araştırmalarda sıklıkla birbirleriyle karıştırıldığını ifade ederek aralarındaki belirgin farkları şu şekilde sıralamıştır: Düzenleyici değişken açısından en büyük varsayım, bu değişkenin bağımlı ve bağımsız değişkenlerle korelasyonunun bulunmasının

istenmemesidir. Bir diğer varsayım ise düzenleyici değişken ile bağımsız değişkenin aynı düzeyde bulunması, yani aralarında ardıl-öncül ilişkinin bulunmamasıdır. Bu varsayım düzenleyici ile aracı değişken arasındaki en büyük fark olarak ortaya çıkmaktadır. Aracı değişkene ilişkin ortaya konacak modelde ise öncelikle bağımsız değişken bağımlı değişkenin sebebi olmakla birlikte bağımsız değişkenin aynı zamanda aracı değişkenin de sebebi olması gerekmektedir. Ayrıca bağımlı değişkenin aracı değişkenin sebebi olması da istenmeyen bir durumdur (Baron ve Kenny, 1986; Burmacioğlu, Polat ve Meydan, 2013). Bu açıklamalar ışığında iş doyumunun hem bağımlı değişken hem de bağımsız değişkenle ilişkili olması; bununla birlikte bağımsız değişken olan örgütsel politika algısının iş doyumunu üzerinde etkisi olduğunun bilinmesi sebebiyle iş doyumunun bu iki değişken arasında aracı değişken olarak etkili olabileceğini değerlendirmek mümkün olabilmektedir. Tüm bu nedenler ve gerçekleştirilen alan yazın incelemesi neticesinde araştırma kapsamında aşağıdaki model oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formundan yararlanılmıştır. Ankette, Ferris ve Kaçmar (1992) tarafından geliştirilen Örgütsel Politika Algısı Ölçeği; Scott, Connaughton, Diaz-Saenz, Maguire, Ramirez, Richardson, Shaw ve Morgan (1999) tarafından geliştirilen İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği ve Weiss, Dawis, England ve Lofquist (1967) tarafından geliştirilen Minnesota İş Doyum Ölçeği kullanılmıştır. Anket demografik bilgilere ilişkin 7, Örgütsel Politika Algısı Ölçeğine ilişkin 31, İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğine ilişkin 4 ve İş Doyumu Ölçeğine ilişkin 20 olmak üzere toplam 62 ifadeden oluşmaktadır.

Örgütsel Politika Algısı Ölçeği 3 boyut (Üstün *-politik-* davranışı, çalışma arkadaşlarının davranışı, örgüt politikaları ve uygulamaları) ve 31 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek Türkçe'ye uyarlanarak geçerliliği ve güvenilirliği gerçekleştirildikten sonra birçok araştırmada kullanılmıştır (Akbaş, 2016; Aybar ve Marşap, 2018; Kurnaz, 2019; Mohan Bursalı ve Bağcı, 2011). Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı .910'dur.

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği (Scott ve diğerleri, 1999) tek faktörlüdür ve 4 ifadeye sahiptir. Ölçek daha önceden Türkçeye çevrilerek geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapıldıktan sonra çeşitli araştırmalarda kullanılmıştır (Aylan, 2012; Demirci, 2019a; Erbaşı, 2019). Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı .830'dur.

Minnesota İş Doyum Ölçeğinin (Weiss ve diğerleri, 1967) biri 100, diğeri 20 soruluk iki versiyonu mevcuttur. Araştırmada kısa versiyon kullanılmıştır. Oran (1989) tarafından Türkçeye çevrilen ölçek, geçerlilik, güvenilirlik testleri yapıldıktan sonra birçok araştırmada kullanılmıştır (Dağdeviren, Musaoğlu, Ömürlü ve Öztora, 2011; Demirci, 2019a; Köroğlu, 2012; Sevimli ve İşcan, 2005; Hançer, 2003). Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı .830'dur.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Antalya'da çalışan özel güvenlik görevlileri oluşturmaktadır. Antalya'da Ekim 2018 itibarıyla 8778 özel güvenlik görevlisi çalışmaktadır. Bunların 3945'i kamuda, 4833'ü ise özel sektörde istihdam edilmektedir. Antalya ekonomisi turizm, tarım ve ticaret sektörleri üzerine yoğunlaşmıştır (Antalya Büyükşehir Belediyesi, 2006, s.26). Antalya'daki özel güvenlik görevlilerinin 1546'sı da (% 17,6) turizm sektörüne bağlı işletmelerde çalışmaktadır.

Araştırmada tesadüfi örneklem kullanılmıştır. Online olarak hazırlanmış olan anket Antalya’da bulunan tüm kamu ve özel sektör özel güvenlik birim yöneticileri ile özel güvenlik şirket yöneticilerine Ekim 2018 başında gönderilmiştir. Yöneticiler vasıtasıyla tüm özel güvenlik görevlilerine ulaşılmaya çalışılarak evrene yansız ulaşmak amaçlanmıştır. Cevaplar günlük olarak kontrol edilmiştir. Araştırmaya katılım devam etmediğinde anket Ekim 2018 sonunda katılımcılara kapatılmıştır. Araştırma kapsamında analize uygun 996 gözlem birimi elde edilmiştir. Bu örneklem büyüklüğünün evreni yansıtacak nitelikte olduğu değerlendirilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50).

Veri Analizinde Kullanılan Teknikler

Araştırma modeli çerçevesinde aracı değişkenin bağımsız değişken ve bağımlı değişken arasındaki ilişkiye etkisini belirlemek amacıyla Baron ve Kenny (1986) tarafından belirlenen analiz yöntemi kullanılmıştır. Baron ve Kenny’e (1986) göre bir değişkenin aracı etkiye sahip olduğunun ortaya konabilmesi için üç koşulun sağlanması gerekmektedir;

- Bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde bir etkisinin bulunması gerekmektedir.
- Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması gerekmektedir.
- Aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması ve aracı değişken analize dahil edildiğinde bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki düzeyi azalmalı (kısmi aracı etki) veya tamamıyla ortadan kalkmalıdır (tam aracı etki).

Aracı etkinin belirlenmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte özel güvenlik görevlilerinin örgütsel politika algıları, iş doyumları ve işten ayrılma niyetleri düzeylerini belirlemek üzere ortalama ve standart sapma gibi istatistikler kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılanlara ilişkin demografik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılanların büyük bir bölümünün (%78,1) erkek olduğu; büyük bir bölümünün (%77,3) 30 yaş ve üzerinde bulunduğu; büyük çoğunluğunun (%66,4) lise mezunu olduğu ve özel sektörde istihdam edildiği (%73,6 oranında) görülmektedir. Katılımcıların yüzde 41,5’i altı yıl ve üzeri kıdeme sahipken, %58,5’inin kıdemi beş yıldan azdır ve yine çoğu (% 62,2) asgari ücret almaktadır.

Tablo 1
Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	778	78,1
	Kadın	218	21,9
Yaş	18-23 yaş arası	43	4,3
	24-29 yaş arası	183	18,4
	30-35 yaş arası	334	33,5
	36 yaş ve üzeri	436	43,8
Eğitim düzeyi	İlköğretim	135	13,6
	Lise	661	66,4
	Ön lisans	112	11,2
	Lisans	83	8,3
	Lisans üstü	5	0,5
İstihdam şekli	Kamu	263	26,4
	Özel sektör	733	73,6
Çalışma süresi	1 yıl ve altı	321	32,2
	2-5 yıl arası	262	26,3
	6-10 yıl arası	271	27,2
	11 yıl ve üzeri	142	14,3
Ücret	1500-2000 arası	620	62,2
	2001-2500 arası	259	26,0
	2501-3000 arası	74	7,4
	3001 ve üzeri	43	4,3
Örgütteki pozisyonu	Yönetici	107	10,7
	Yönetilen	889	89,3

Araştırmaya katılanların ilgili ölçeklere vermiş oldukları cevapların ortalamaları Tablo 2’de yer almaktadır. Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların örgütsel politika algıları ortalamasının 2,77 (orta), iş doyumunu düzeylerinin 3,49 (yüksek) ve işten ayrılma niyeti düzeylerinin 2,59 (düşük) olduğu anlaşılmaktadır. Standart sapmalar da bu örneklemin heterojen bir grup olduğunu ve ölçeklerin ayırt edici özelliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 2

Örgütsel Politika Algısı, İş Doyumu ve İşten Ayrılma Niyeti Puan Ortalamaları

	N	Ort.	Ss	Min.	Max.
Örgütsel politika algısı	996	2,77	,494	2,11	3,53
İş doyumunu	996	3,49	,721	1,00	5,00
İşten ayrılma niyeti	966	2,59	,982	2,33	2,91

Katılımcıların ilgili ölçeklere vermiş oldukları cevaplar bağlamında gerçekleştirilen güvenilirlik analizi neticesinde, örgütsel politika algısı ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ,851, iş doyumunu ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ,948 ve işten ayrılma niyeti ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ,820 olarak hesaplanmıştır (Bkz. Tablo 3). Ayrıca normallik testi sonucu ölçek maddelerine ilişkin skewness ve kurtosis değerleri +1,5 ve -1,5 arasında gerçekleşmiştir. Bu sonuçlara göre verilerin normal dağılım gösterdiği değerlendirilmiştir (Tabachnick and Fidell, 2013).

Tablo 3

Korelasyon ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Örgütsel politika algısı	İş doyumunu	İşten ayrılma niyeti
1.Örgütsel politika algısı	(,851)		
r	1,000		
p	,000		
2.İş doyumunu		(,948)	
r	-,507**	1,000	
p	,000	,000	
3.İşten ayrılma niyeti			(,820)
r	,446**	-,579**	1,000
p	,000	,000	,000

*<.05; **<.01

Tablo 4

Katılımcıların Cinsiyetleri, Örgütteki Pozisyonları ve İstihdam Şekilleri ile İstihdam Ayrılma Niyetleri Arasındaki Fark

İŞTEN AYRILMA NİYETİ		N	X	Ss	t	p
Cinsiyet	Erkek	778	2,66	1,008	4,415	,000*
	Kadın	218	2,36	,845		
Örgütteki pozisyonu	Yönetici	107	2,66	,907	,778	,438
	Yönetilen	889	2,58	,991		
İstihdam şekli	Kamu	263	2,40	1,005	-3,559	,000*
	Özel	733	2,66	,966		

p<.05

İşten ayrılma niyetine ilişkin fark analizleri yapılmıştır. Katılımcıların cinsiyet, örgütteki pozisyon ve istihdam şekilleri ile işten ayrılma niyetleri arasında gerçekleştirilen t Testi sonuçları Tablo 4’te yer almaktadır. Tablo 4 incelendiğinde, t Testi sonuçlarına göre % 95 güven aralığında gerçekleştirilen analiz neticesinde cinsiyet ve istihdam şekli değişkenlerinin significant değerinin (p<.05) anlamlı olduğu, örgütteki pozisyon değişkeninin significant değerinin anlamsız olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre erkek özel güvenlik görevlilerinin kadınlara göre ve özel sektörde istihdam edilen özel güvenlik görevlilerinin kamuda istihdam edilenlere göre

işten ayrılma niyetlerinin yüksek olduğu; yönetici ve yönetilenlerin işten ayrılma niyeti düzeylerinde herhangi bir farklılığın bulunmadığı ifade edilebilir.

Katılımcıların yaş, eğitim düzeyi, çalışma süresi ve ücretleri ile işten ayrılma niyetleri arasında gerçekleştirilen ANOVA Testi sonuçları Tablo 5'ten incelenebilir.

Tablo 5

Katılımcıların Yaşları, Eğitim Düzeyleri, Çalışma Süreleri ve Kazandıkları Ücret ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasındaki Fark (ANOVA Testi)

		N	X	Ss	F	p	
İŞTEN AYRILMA NİYETİ	Yaş	18-23 arası	43	2,91	1,185	3,198	,023*
		24-29 arası	183	2,55	,941		
		30-35 arası	334	2,67	1,001		
		36 yaş ve üzeri	436	2,52	,955		
	Eğitim düzeyi	İlköğretim	135	2,55	,958	6,199	,000*
		Lise	661	2,51	,968		
		Ön lisans	112	2,88	,925		
		Lisans	83	2,90	1,088		
	Çalışma süresi	Lisansüstü	5	3,05	,908	2,486	,059
		1 yıl ve altı	321	2,65	,961		
		2-5 yıl arası	262	2,65	,970		
		6-10 yıl arası	271	2,56	1,00		
	Ücret	11 yıl ve üzeri	142	2,40	,995	12,862	,000*
		1500-2000 arası	620	2,73	,962		
		2001-2500 arası	259	2,42	,990		
		2501-3000 arası	74	2,20	,947		
	3001 ve üzeri	43	2,23	,874			

p<.05

Tablo 5 incelendiğinde yaş, eğitim düzeyi ve ücret değişkenlerine göre katılımcıların işten ayrılma niyetlerinin anlamlı bir şekilde farklılaştığı (p<.05) anlaşılmaktadır. Bunun üzerine yaş, eğitim düzeyi ve ücret değişkenlerine ilişkin ayrı ayrı TUKEY Testi gerçekleştirilmiştir. Yaş değişkenine ilişkin gerçekleştirilen TUKEY Testi sonucunda hiçbir grubun istatistiki olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı (p<.05) tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6

Katılımcıların Yaşları ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasındaki Fark (TUKEY Testi)

	Değişkenler	Ortalamalar arası fark	p
18-23 arası	24-29 arası	,36	,133
	30-35 arası	,24	,417
	36 yaş ve üzeri	,40	,055
24-29 arası	18-23 arası	-,36	,133
	30-35 arası	-,12	,572
	36 yaş ve üzeri	,03	,973
30-35 arası	18-23 arası	-,24	,417
	24-29 arası	,12	,572
	36 yaş ve üzeri	,15	,138
36 yaş ve üzeri	18-23 arası	-,40	,055
	24-29 arası	-,04	,973
	30-35 arası	-,15	,138

p<.05

Araştırmaya katılanların işten ayrılma niyetlerinin eğitim değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılması için gerçekleştirilen ve Tablo 7'de yer alan TUKEY Testi sonuçları incelendiğinde; lise mezunlarının işten ayrılma niyeti düzeyleri ile ön lisans ve lisans mezunları arasında istatistiksel olarak anlamlı

farklılaşmanın meydana geldiği, diğer gruplar arasında herhangi bir anlamlı farklılığın olmadığı ($p<.05$) görülmüştür. Bu sonuçlara göre ön lisans ve lisans mezunu özel güvenlik görevlilerinin lise mezunu olanlardan daha yüksek işten ayrılma niyetine sahip oldukları ifade edilebilir.

Tablo 7

Katılımcıların Eğitim Düzeyleri ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasındaki Fark (TUKEY Testi)

	Değişkenler	Ortalamalar arası fark	p
İlköğretim	Lise	,05	,981
	Ön lisans	-,33	,061
	Lisans	-,35	,079
	Lisansüstü	-,50	,796
Lise	İlköğretim	-,05	,987
	Ön lisans	-,38	,001*
	Lisans	-,39	,005*
	Lisansüstü	-,54	,726
Ön lisans	İlköğretim	,33	,061
	Lise	,38	,001*
	Lisans	-,02	1,000
	Lisansüstü	-,17	,996
Lisans	İlköğretim	,35	,079
	Lise	,39	,005*
	Ön lisans	,01	1,000
	Lisansüstü	-,14	,997
Lisansüstü	İlköğretim	,50	,796
	Lise	,54	,726
	Ön lisans	,17	,996
	Lisans	,15	,997

p<.05

Katılımcıların işten ayrılma niyetlerinin aldıkları ücrete göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan TUKEY Testi sonuçları Tablo 8’de yer almaktadır. Tablo 8 incelendiğinde 1500-2000 TL arası ücret alan özel güvenlik görevlileri ile diğer tüm gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşmanın meydana geldiği, diğer gruplar arasında ise herhangi bir anlamlı farklılığın bulunmadığı ($P<.05$) anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre 1500-2000 TL arası ücret alan özel güvenlik görevlilerinin diğer gruplara göre daha fazla işten ayrılma niyetine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 8

Katılımcıların Kazandıkları Ücret ile İşten Ayrılma Niyetleri Arasındaki Fark (TUKEY Testi)

	Değişkenler	Ortalamalar arası fark	p
1500-2000 arası	2001-2500 arası	,30	,000*
	2501-3000 arası	,53	,000*
	3001 ve üzeri	,50	,005*
2001-2500 arası	1500-2000 arası	-,30	,000*
	2501-3000 arası	,23	,270
	3001 ve üzeri	,20	,579
2501-3000 arası	1500-2000 arası	-,53	,000*
	2001-2500 arası	-,23	,270
	3001 ve üzeri	-,03	,999
3001 ve üzeri	1500-2000 arası	-,50	,005*
	2001-2500 arası	-,20	,579
	2501-3000 arası	,03	,999

p<.05

Ölçekler kapsamında gerçekleştirilen korelasyon analizi neticesinde örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasında ve iş doyumunu ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki tespit edilmişken; örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 3). Bu sonuçlara göre H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide iş doyumunun etkisinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Baron ve Kenny'nin (1986) çalışmasında belirtmiş olduğu gibi, öncelikle örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasında bir regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Sonrasında örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında bir regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Son olarak bu ikinci adıma iş doyumunu da eklenerek analiz tekrarlanmıştır. Bu üç modele ilişkin regresyon analizi sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9'da da görüleceği üzere örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ve regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta=-,507$ ve $p<,05$). Böylelikle ilk koşul gerçekleşmiş olmaktadır. İkinci adımda gerçekleştirilen analiz neticesinde de örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ve regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta=,446$ ve $p<,05$). Böylelikle ikinci koşul da gerçekleşmiş olmaktadır. Son olarak üçüncü adımda gerçekleştirilen regresyon analizi sonucu incelendiğinde ilişki düzeyinin halen istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($\beta=,205$ ve $p<,05$) ancak beta sayısının ,507'den ,205'e gerilemiş olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide iş doyumunun kısmi aracı etkisinin olabileceğini ifade etmek mümkündür.

Tablo 9

Bağımsız Değişken Örgütsel Politika Algısı, Aracı Değişken İş Doyumu ve Bağımlı Değişken İşten Ayrılma Niyeti Arasında Gerçekleştirilen Regresyon Analizi Sonuçları

Adımlar	β	R	R ²	t	Düzeltilmiş R ²	R ² değişimi	p	ANOVA F değeri
1.Adım Örgütsel politika algısı-İş doyumunu	,507	,507	,257	-18,523	,256	,257	,000	343,111
2.Adım Örgütsel politika algısı-İşten ayrılma niyeti	,446	,446	,199	15,698	,198	,199	,000	246,431
3.Adım Örgütsel politika algısı+İş doyumunu-İşten ayrılma niyeti	,205			6,993				
	,476	,606	,367	-16,239	,366	,367	,000	287,634

$p<,05$

Gerçek aracı etkinin hesaplanabilmesi için Sobel Testi gerçekleştirilmiştir. Sobel Testi sonucunda 10,9470 olarak tespit edilen Z değeri anlamlıdır ($p<,027$) (Bkz. Tablo 10). Bu sonuçlara göre beta değerindeki azalmanın anlamlı olduğu ve iş doyumunun örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide kısmi aracılık yaptığı görülmektedir. Bu sonuçlara göre H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10

Sobel Testi Sonuçları

	Değerler	Test istatistikleri	Standart sapma	p
a	,112			
b	,126			
Sa	,040	2,2101	,00638	,027
Sb	,035			

$p<,05$

Tartışma ve Sonuç

Örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye, bu her iki değişkenle de ilişkisi olduğu bilinen iş doyumunun etkili olabileceği ön görülerek araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları bu hipotezi doğrulamıştır. İş doyumunu bu iki değişken arasındaki ilişkide kısmi aracı etkiye sahiptir. Örgütsel politika algısı çalışanlarda yarattığı olumsuz tutum neticesinde işten ayrılma niyeti ile sonuçlanabilmektedir. Ancak bu araştırma sonuçları iş doyumunu yüksek olan özel güvenlik görevlilerinin algıladıkları örgütsel politikanın daha az oranda işten ayrılma niyetine dönüşebileceğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle çalışanlarının işten ayrılma niyetlerini kontrol etmek ve istenen düzeyde tutmak isteyen özel güvenlik örgütleri öncelikle örgütlerindeki politik iklimin negatif algılanmasını önleyecek tedbirler almalıdır. Bilindiği üzere politik davranışlar birey ve çalışanlar tarafından algılanış biçimine göre örgüt için yararlı veya zararlı sonuçlar doğurmaktadır (Gandz ve Murray, 1980; Parker ve diğerleri, 1995). Örgütsel politika algısının olumsuz sonuçlarından korunmak amacıyla şeffaf ve adil bir örgüt çevresi yaratılmalı, rol açıklığı sağlanmalı ve kaynaklara erişim kolaylaştırılmalıdır. Bununla birlikte özel güvenlik örgütleri çalışanlarının iş doyumlarını sağlayacak şekilde tedbirler almalıdır.

Yapılan analizler sonucunda ayrıca örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Başar ve Varoğlu'nun (2016) gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonuçlarıyla uyumla birlikte Yusof ve arkadaşlarının (2018) ve Gbadamosi ve Chinaka'nın (2011) gerçekleştirdikleri araştırma sonuçlarıyla uyumsuzdur. Bu çalışmada olduğu gibi diğer çalışmalarda da ilişkiyi etkileyen başka faktörlerin bulunma ihtimali sonuçların farklılaşmasındaki etken olabilir. Alan yazın incelendiğinde örgütsel politika algısının çıktıları arasında sayılan tükenmişlik, örgütsel adalet (Yüksel, 2013), örgütsel sinizm (Ferris ve diğerleri, 2002), örgütsel güven (Ayber ve Marsap, 2018), örgütsel bağlılık (Vigoda, 2001) ve örgütsel vatandaşlık davranışının (Chang ve diğerleri, 2009) işten ayrılma niyetiyle de ilişkili oldukları (Acker, 2008; Akın ve diğerleri, 2008; Demirci ve Tekiner, 2019; Terasan, 2019; Ölçer, 2015; Paille, 2006; Porter ve diğerleri, 2018; Yasim ve Uğur, 2016) görülmektedir. Bu nedenle, yukarıda sayılan bu tutumların örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti ilişkisinde etkili olabilecekleri değerlendirilebilir. Bundan sonraki çalışmalarda araştırmacılar bu iki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen faktörlerin olabileceğini göz önüne alarak araştırmalarını şekillendirmelidirler.

Araştırma sonuçlarında örgütsel politika algısı ile iş doyumunu arasında ise orta düzeyde negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlar alan yazındaki diğer çalışma sonuçlarıyla uyumsuzdur (Ayobami ve Ofoegbu, 2013; Chen ve diğerleri, 2017; Eryılmaz ve İspirli, 2014; Ferris ve diğerleri, 1996; Ojiabo ve Alagah, 2017; Valle ve Witt, 2001; Yusof ve diğerleri, 2018). Bununla birlikte araştırma sonuçlarında iş doyumunu ile işten ayrılma niyeti arasında da orta düzeyde anlamlı negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuç Demirci'nin (2019a) gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonucuyla uyumla birlikte alan yazında farklı ilişki düzeylerinin tespit edildiğine dair araştırmalar da mevcuttur (Frenkel ve diğerleri, 2012; Yücel ve Demirel, 2013). Bu sonuçların iş doyumunu ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi etkileyebilecek başka faktörlerin varlığını işaret ettiğini söylemek mümkündür. Alan yazın incelendiğinde iş doyumunun çıktılarında sayılan iş-aile çatışması (Çelikkalp ve diğerleri, 2019), psikolojik sermaye (Ocak ve diğerleri, 2016), liderlik, örgütsel bağlılık (Çelik ve diğerleri, 2015), örgütsel adalet, örgütsel güven (Alpkan ve diğerleri, 2005), motivasyon (Zeynel ve Çarıkçı, 2015) ve örgütsel özdeşleşmenin (Başar ve Basım, 2015) işten ayrılma niyetini de etkiledikleri (Akın ve diğerleri, 2018; Alper-Ay ve Keleş, 2017; Çelik ve Yıldız, 2018; Cohen, 1998; Ölçer, 2015; Sidin ve diğerleri, 2016; Şevik, 2019; Tolay ve Sabuncuoğlu, 2007) görülmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda araştırmacıların bu unsurları da göz önüne almalarında fayda bulunduğu değerlendirilmektedir.

Araştırmada özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyetlerinin aldıkları ücrete göre farklılaştığı tespit edilmiştir. 1500-2000 TL arası ücret alan özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyeti düzeyleri diğerlerine göre daha yüksektir. Alan yazında ücret ile işten ayrılma niyeti arasında ilişki olduğunu ortaya koyan araştırmalar mevcuttur (Demirci ve Ergen, 2020; Ghiselli ve diğerleri, 2001; Summers ve Henfrix, 1991). Demirci ve Ergen (2020) İstanbul'da gerçekleştirmiş oldukları çalışmada ücretin özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde önemli bir belirleyici olduğunu, özel güvenlik görevlilerinin aldıkları ücret arttıkça işten ayrılma niyetlerinin azaldığını ifade etmektedirler. Özel güvenlik mesleğinin ağır iş şartları göz önüne alındığında, asgari ücret alan görevlilerin aynı ücretle daha iyi şartlarda başka bir iş bulma imkanlarının

bulunması durumunda, kolayca iş değişikliğine gidebilecekleri görülmektedir. Bu bağlamda özel güvenlik sektöründe yer alan örgütlerin işgören devir oranlarını istedikleri seviyede tutabilmeleri için ücret hususunu mutlaka göz önüne almaları gerektiği değerlendirilmektedir.

Araştırmada özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyetlerinin istihdam şekillerine göre farklılaştığı, özel sektörde çalışanların işten ayrılma niyeti düzeylerinin kamuda istihdam edilenlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Alan yazında istihdam yerlerinin çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde etkili olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Demirci, 2019a; Demirci ve Tekiner, 2019; Çelik ve Yıldız, 2018; Wang ve diğerleri, 2012). Bu çalışmanın sonuçları Demirci (2019a), Demirci ve Tekiner (2019) ve Wang ve arkadaşlarının (2012) yapmış oldukları araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. İşten ayrılma niyeti çevresel, işe ilişkin ve bireysel birçok faktörden etkilenmektedir (Cotton ve Tuttle, 1986). Bu bağlamda, kamuda çalışanların iş garantisi sebebiyle hissettikleri geleceğe yönelik güven duygusu böyle bir sonuca neden olmuş olabilir. Bununla birlikte bu sonuçlar bağlamında özel sektörde faaliyet gösteren örgüt yöneticilerine, özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyetlerini etkileyebilecek ödüllendirme ve yönetim tarzı gibi hususları doğru analiz ederek gerekli tedbirleri almaları önerilebilir.

Araştırmada eğitim seviyesi yükseldikçe özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyetlerinin yükseldiği tespit edilmiştir. Alan yazında bu sonucu destekleyen çalışma (Wang ve diğerleri, 2018) bulunmakla birlikte çalışanların işten ayrılma niyetlerinin eğitim seviyelerine göre farklılaşmadığını ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (Kurt, 2019; Öztürk Çiftçi ve diğerleri, 2015; Yıldız ve diğerleri, 2009). Ancak çalışanların eğitim seviyelerinin yükseldikçe, alternatif iş olanaklarının artması sebebiyle, bağlılıklarının azaldığı bilinmektedir (Tanova ve Holtom, 2008). Bu nedenle, elde edilen bu sonuçların özel güvenlik sektörü açısından önemli olduğunu göz önüne alarak, personel devir oranı yüksek özel güvenlik örgütlerinin insan kaynakları politikalarını bu bağlamda belirlemeleri gerekir.

Araştırmada katılımcıların işten ayrılma niyetlerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği, erkek özel güvenlik görevlilerinin kadınlara göre daha yüksek işten ayrılma niyetine sahip olduğu tespit edilmiştir. Alan yazında bu sonuçları destekleyen araştırmalar (Cotton ve Tuttle, 1986) bulunmakla birlikte, kadınların işten ayrılma niyetlerinin erkeklerden daha yüksek olduğunu (Yavuz ve Akça, 2018) ya da çalışanların işten ayrılma niyetlerinin cinsiyetlerine göre farklılaşmadığını ortaya koyan (Kurt, 2019; Yüksel ve Yüksel, 2014) araştırmaların da bulunduğu bilinmektedir. İşten ayrılma niyetini etkileyen birçok faktör bulunduğu (Cotton ve Tuttle, 1986) göz önüne alınarak cinsiyet değişkeninin diğer faktörlerle ele alınarak sonuçların değerlendirilmesinde fayda olduğu değerlendirilmektedir.

Araştırma sonuçlarının, iş doyumunun örgütsel politika algısı ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide oynadığı rolü ortaya koyması sebebiyle alan yazına önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte bu iki değişken arasındaki ilişkiyi etkileyen diğer faktörlerin de ortaya çıkarılması yönünde çalışmalar yapılmasının gerekliliği göz ardı edilmemelidir. Ayrıca iş doyumunu ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi etkileyen muhtemel unsurların tespiti de önem taşımaktadır. Bu yönde gerçekleştirilecek araştırmalara da ihtiyaç bulunduğu değerlendirilmektedir. Öte yandan yüksek personel devir oranı Türkiye’de özel güvenlik sektörü için önemli görülmektedir. Bu nedenle özel güvenlik görevlilerinin işten ayrılma niyetlerini etkileyen faktörlerin ortaya konulması yönünde gerçekleştirilecek araştırmalara ihtiyaç bulunduğu da düşünülmektedir. Bu araştırmanın da diğer araştırmalar gibi kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle bu araştırma ilişkisel desende gerçekleştirilmiştir. Deneysel desende gerçekleştirilmiş bir çalışmanın sonuçlarının daha genellenebilir olacağı düşünülmektedir. Ayrıca işten ayrılma niyeti ve örgütsel politika algısı birçok bireysel ve örgütsel faktörden etkilenmektedir. Bu araştırmanın örneklemini Antalya’da çalışan özel güvenlik görevlileri oluşturmuştur. Bu nedenle ulaşılan sonuçlar sadece Antalya ili için genellenebilir niteliktedir.

Antalya, Türkiye’nin en önemli turizm bölgelerinden birisidir. Yüzde 17,6’sının turizm işletmelerinde istihdam edildiği göz önüne alındığında özel güvenlik görevlilerinin turizm sektörünün karşı karşıya kaldığı sorunlardan etkilenme olasılığı yüksektir. Ancak güvenlik unsurunun sürekliliği gereği, turizm işletmelerinde çalışan özel güvenlik görevlileri mevsimlik değil, diğer özel güvenlik görevlileri gibi sürekli istihdam edilmektedirler. Antalya’da yapılan araştırmalar turizm sektöründe çalışanların iş güvencesi algılarının işten ayrılma niyetlerini negatif yönde etkilediğini ortaya koymuştur (Alkaya, 2015; Dığın ve Ünsar, 2010;

Karacaoğlu, 2015; Tuncer, 2014; Yıldırım ve Yirik, 2014). Bu bağlamda Antalya özel güvenlik sektörünü diğer illerden çalışma ve iş koşulları açısından özellikle ayırıştıran bir yönünün bulunmadığı ifade edilebilir.

Kaynakça

- Abbas, H.W., Shafique, M., Qadeer, F., Din, N.M.U., Ahmad, R. ve Saleem, S.S. (2015). Impact of perceptions of organizational politics on employees' job outcomes: The moderating role of self-efficacy and personal political skills. *Sci.Int.(Lahore)*, 27(3), 2729-2734. Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/sample_issues/1480989_CMBO.html
- Acker, G.M. (2008). An examination of the relationships between workers and agencies characteristics and three outcome variables: Burnout, role stress, and intent to quit. *American Journal of Psychiatric Rehabilitation*, 11, 295-309. doi: 10.1080/15487760802186311
- Ahmed, I. (2018). Organizational politics and turnover intention: A study from private colleges of Pakistan. *International Journal of Business and Management Review*, 6(4), 14-28. doi: 10.13140/RG.2.2.28303.02729
- Akar, C. ve Yıldırım, Y.T. (2008). Yöneticilerin örgütsel bağlılık, iş tatmini ve rol stres kaynakları arasındaki ilişkiler: Yapısal denklem modeliyle beyaz et sektöründe bir alan uygulaması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 97-113. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziuiibfd/issue/28328/301040>
- Akbaş, A. (2016). Öğretmenlerin örgütsel politika algıları ile duygusal emek düzeyleri arasındaki ilişki (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akın, A., Şaylıkaya, M., Işık, M. ve Oktay, M. (2018, Haziran). Örgütsel güven ve örgütsel bağlılığın işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma. 3.Uluslararası Mesleki ve Teknik Bilimler Kongresinde sunulan bildiri, Gaziantep. Erişim adresi: <http://www.igdir.edu.tr/duyuru/%C4%B1%C4%B1%C4%B1-uluslararası%C4%B1-mesleki-ve-teknik-bilimler-kongresi-%C3%B6zet-kitab%C4%B1-duyurusu>
- Akıncı, Z. (2002). Turizm sektöründe işgören iş tatminini etkileyen faktörler: Beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 4, 1-25. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Alanoğlu, M. (2019). Algılanan okul müdürü yönetim tarzları ile öğretmenlerin karara katılma, örgütsel adalet, iş doyumu ve tükenmişlik algıları arasındaki ilişkinin analizi (Yayınlanmamış doktora tezi). Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Alkaya, S. (2015). İş güvencesi memnuniyeti ve çeşitli değişkenlerin işten ayrılma niyetine etkilerinin lojistik regresyon analizi ile incelenmesi. (Yayınlanmamış doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Allen, D. G. (2008). Retaining talent a guide to analyzing and managing employee turnover. SHRM foundation's effective practice guidelines serie. Erişim adresi: <https://www.shrm.org/hr-today/trends-and-forecasting/special-reports-and-expert-views/Documents/Retaining-Talent.pdf>
- Alper-Ay, F. ve Keleş, K. (2017). Etkileşimci ve dönüşümcü liderlik tarzlarının işten ayrılma niyeti ve iş performansı üzerinde etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(4), 193-203. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gumussagbil/issue/32215/369332>
- Alpkan, L., Dilek, H. ve Bozlağan, R. (2005). Liderlik tarzlarının güven ve adalet algısı yoluyla örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkileri. *Milli Savunma Üniversitesi Savunma Bilimleri Dergisi*, 4(1), 44-69. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/khosbd/issue/19238/204414>

- Antalya Büyükşehir Belediyesi (2006). 2007-2011 Stratejik plan. Erişim adresi: <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/tCQMq+AntalyaBuyuksehirSP20072011.pdf>
- Aybar, S. ve Marşap A. (2018). Örgütsel politika algısı ile örgütsel bağlılık ilişkisinde örgütsel güvenin düzenleyici rolünün belirlenmesine yönelik İstanbul'daki üniversitelerde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 758-782. doi: 10.20491/isarder.2018.454
- Ayhan, Ö. ve Gürbüz, S. (2013, Haziran). *Algılanan örgütsel politikanın çalışanların işten ayrılma niyetine etkisinde duygusal bağlılığın rolü: kamu ve özel sektör çalışanların üzerinde bir araştırma*. 21.Yönetim Organizasyon Kongresinde sunulan bildiri, Sakarya. Erişim adresi: <ftp://ftp.sakarya.edu.tr/KUTUPHANE/yonetimkongresi.pdf>
- Aylan, S. (2012). *Organizasyonlarda psikolojik şiddet (mobbing) ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik konaklama işletmelerinde bir uygulama* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Ayobami, A.P. ve Ofoegbu, O.E. (2013). Influence of perception of organizational politics on job satisfaction among university workers in Oyo Town, Nigeria. *European Journal of Business and Management*, 5(2), 162-169. Erişim adresi: <https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/3939/3997>
- Baltacı, A. (2018). Din görevlilerinin iş doyumunu, iş stresi, tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler: Çok önemli bir çalışma. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 22, 1509-1536. doi: 10.18505/cuid.458233
- Bannister, B. D., ve Griffith, R. W. (1986) Applying a causal analytic framework to the mobley, horner and hollingsworth turnover model: A useful reexamination. *Journal of Management*, 12(3), 433-443. doi: 10.1177/014920638601200312
- Baron, R.M. ve Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. doi: 10.1037//0022-3514.51.6.1173
- Başar, U. ve Basım, N. (2015). Effects of organizational identification on job satisfaction: Moderating role of organizational politics. *Yönetim ve Ekonomi*, 22(2), 663-683. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/146221>
- Başar, U. ve Varoğlu, A.K. (2016). Örgütsel politika algısının ihmalkarlık üzerindeki etkisinde işten ayrılma niyetinin aracı rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, 23(3), 751-765. doi: 10.18657/yonveek.281961
- Bernal, J. G., Gargallo, C. A., Marzo, N. M. ve Rivera, T. P. (2005). Job satisfaction: Emprical evidence of gender differences. *Women in Management Review*, 20(4), 279-288. doi: 10.1108/09649420510599098
- Betz, E.L. (1971). An investigation on job satisfaction as a moderator variable in predicting job success. *Journal of Vocational Behavior*, 1(2), 123-128. doi: 10.1016/0001-8791(71)90013-3
- Bitmiş, M.G., Güney, S. ve Demirel, H. (2014). İletişim doyumunu verimlilik ilişkisinde örgütsel bağlılık ve iş tatmininin rolü: Çoklu aracılı bir model testi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 57-74. doi: 10.17065/huiibf.88663
- Brief, A.P. (1998). *Attitudes in and around organizations*. California: SAGE Publications.
- Burmacıoğlu, S., Polat, M. ve Meydan, C.H. (2013). Örgütsel davranış alanında ilişki analiz yöntemleri ve Türkçe yazında aracılık modeli kullanımı üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 13-26. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Büyükbeşe, T. ve Gökaslan, M. (2018). İşe gömülmüşlük, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Bir alan çalışması. *Mukaddime*, 9(2), 135-154. doi: 10.19059/mukaddime.376745

- Chang, C. H., Rosen, C. C. ve Levy, P. E. (2009). The relationship between perceptions of organizational politics and employee attitudes, strain and behavior: A meta-analytic examination. *Academy of Management Journal*, 52(4), 779-801. doi: 10.5465/amj.2009.43670894
- Chang, C., Rosen, C.C., Siemieniec, G. ve Johnson, R. (2012). Perceptions of organizational politics and employee citizenship behaviors: Conscientiousness and self-monitoring as moderators. *Journal of Business & Psychology*, 27(4), 395-406. doi: 10.1007/s10869-012-9257-6
- Chen, S.Y., Wang, J.Y., Chang, C.S., Weng, H.C. (2017). Relational model of organizational politics perception, job satisfaction, job stress, and organizational commitment in hospital nursing staff. *Arch Nurs Pract Care*, 3(1), 84-93. doi: 10.17352/2581-4265.000031
- Chhetri, P., Afshan, N., ve Chatterjee, S. (2016). The impact of perceived organizational politics on work attitudes: The moderating role of leader-member-exchange quality. *International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals*, IGI Global, 5(2), 1-13. Erişim adresi: <https://ideas.repec.org/a/igg/jhcitp/v5y2014i2p1-13.html>
- Cho, H. ve Yang, J. (2018). How perceptions of organizational politics influence self-determined motivation: The mediating role of work mood. *Asia Pasific Management Rewiev*, 23, 60-69. doi: 10.1016/j.apmr.2017.05.003
- Cohen, A. (1998). An examination of the relationship between work commitment and work outcomes among hospital nurses. *Scandinavian Journal of Management*, 14(1/2), 1-17. doi: 10.1016/S0956-5221(97)00033-X
- Cote, S. ve Morgan, L.M. (2002). A longitudinal analysis of the association between emotion regulation, job satisfaction, and intentions to quit. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 947-962. doi: 10.1002/job.174
- Cotton, J.L. ve Tuttle, J.M. (1986). Employee turnover: A meta-analysis and review with implications for research. *The Academy of Management Review*, 11(1), 55-70. doi: 10.2307/258331
- Crede, M., Chernyshenko, O.S., Stark, S., Dalal, R.S. ve Bashshur, M. (2007). Job satisfaction as mediator: An assesment of job satisfactions' position within the nomological network. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 8(3), 515-538. doi: 10.1348/096317906X136180
- Çankaya, S., Gürdal, O., Tunç, T. ve Orhan, H. (2018). Eğitim-Araştırma hastanelerinde çalışanların iş doyumunu, örgütsel bağlılık ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi: Ordu ili örneği. *SDÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 436-449. doi: 10.17343/sdutfd.439841
- Çavuşoğlu, S. ve Palamutçuoğlu, B.T. (2017). İş tatmininin sanal kaytarma üzerindeki etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 430-444. doi: 10.20875/makusobed.289250
- Çelik, M. ve Yıldız, B. (2018). Hemşirelerde mesleki bağlılık, özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Kamu ve özel sektör karşılaştırması. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 47-75. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iibfdkastamonu/issue/36745/343309>
- Çelik, S., Dedeoğlu, B.B. ve İnanır, A. (2015). Otel işletmelerindeki etik liderlik, örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişki. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 15(1), 53-64. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eab/issue/39935/474443>
- Çelikkalp, Ü., Temel, M. ve Bilgiç, Ş. (2019). Akademisyenlerin iş doyumunu ve etkileyen faktörler. *Yükseköğretim Dergisi*, 9(1), 59-66. doi:10.2399/yod.18.031

- Çivici, T. (2016). İş doyumu, demotivasyon faktörleri ve tükenmişlik arasındaki ilişki: Mimarlar üzerine bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 131-150. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trakyasobed/issue/30207/326001>
- Dağdeviren, N., Musaoğlu, Z., Ömürlü, İ.K. ve Öztora, S. (2011). Akademisyenlerde iş doyumunu etkileyen faktörler. *Balkan Med J*, 28, 69-74. doi: 10.5174/tutfd.2010.04370.1
- Davis, K. (1088), *İşletmelerde insan davranışı örgütsel davranış*, Çev. Kemal TOSUN ve diğerleri, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, Yayın No 199.
- Demirci, U. (2019a). İş doyumu ile işten ayrılma niyeti ilişkisine istihdam şekillerinin etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62), 1246-1258. Erişim adresi: <https://www.sosyalarastirmalar.com>
- Demirci, U. (2019b). The effect of private security police cooperation on the relationship between job satisfaction and occupational commitment. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(2), 969-997. doi: 10.15295/bmij.v7i2.1097
- Demirci, U. ve Ergen, B. (2020). The effect of wage on the private security officers job satisfaction and intention to quit: An emprical study in Turkey. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(75), 1314-1334. <https://doi.org/10.17755/esosder.616419>
- Demirci, U. ve Tekiner, M.A. (2019). Örgütsel sinizm ile işten ayrılma niyeti ilişkisi: Kamu ve özel sektör farkı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2306-2321. doi: 10.20491/isarder.2019.741
- Derik, D. (2019). Ulusal yazın bağlamında işten ayrılma niyetinin öncüllerine ilişkin bir meta-analiz çalışması. *Yönetim ve Ekonomi*, 26(1), 131-155. doi: 10.18657/yonveek.520699
- Dıgın, Ö. ve Ünsar, S. (2010). Çalışanların iş güvencesi algılarının belirleyicileri ve iş güvencesinden memnuniyetin organizasyonrl bağlılık, iş stresi ve işten ayrılma niyetine etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 133-145. Erişim adresi: <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423876643.pdf>
- Egan, T.M., Yang, B. ve Bartlett, K.R. (2004). The effects of organizational learning culture and job satisfaction on motivation to transfer learning and turnover intention. *Human Resource Development Quarterly*, 15(3), 279-301. doi: 10.1002/hrdq.1104
- Emami, R., Moradi, E., Idrus, D. ve Almutairi, D.O. (2012). Investing the relationship between organizational learning culture, job satisfaction and turnover intention in it SMEs. *International Journal of Innovative Ideas*, 12(1), 8-23. Erişim adresi: <http://www.publishtopublic.com>
- Engin, T. (2008). Sportif organizasyonlarda özel güvenlik. *Türk İdare Dergisi*, S: 460 (Eylül), 169-179. Erişim adresi: <http://www.tid.gov.tr/Sayfalar/TumSayilar.aspx>
- Erbaşı, A. (2019). Performans değerlendirme hatalarının çalışanların işten ayrılma niyetleri ve yöneticilerine güvenleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(1), 223-240. doi: 10.17130/ijmeh.2019149867
- Eryılmaz, İ. ve İspirli, D. (2014). *Algılanan örgütsel politikanın iş tatminine etkisi: Örgüt ikliminin aracılık rolü. 2. Örgütsel Davranış Kongresinde sunulan bildiri*. Kayseri. Erişim adresi: <https://avesis.erciyes.edu.tr/yayin/0c7e4d65-ec9a-4e05-ac41-072d3fa135a7/2-orgutsel-davranis-kongresi-bildiriler-kitabi>
- Eryılmaz, M. B. (2006). Özel güvenlik, Ü. Cizre (Ed.), *Almanak Türkiye 2005 güvenlik sektörü ve demokratik gözetim* (s.124-133) içinde, İstanbul: TESEV Yayınları.

- Ferris, G. R., Frink, D. D., Galang, M. C., Zhou, J., Kacmar, K. M., ve Howard, J. L. (1996). Perceptions of organizational politics: Prediction, stress-related implications, and outcomes. *Human Relations*, 49, 233-266. doi: 10.1177/001872679604900206
- Ferris, G. R., Russ, G. S. ve Fandt, P. M. (1989). Politics in organizations. R. A. Giacalone & P. Rosenfeld (Ed.), *Impression management in the organization* (s.143-170) içinde, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ferris, G.R. ve Kacmar, K.M. (1992). Perception of Organizational Politics. *Journal of Management*. 18(1), 93-116. doi: 10.1177/014920639201800107
- Ferris, G.R., Fedor, D.B., Chachere, J.G. ve Pondy, L.R. (1989). Myths and politics in organizational contexts. *Group and Organization Studies*, 14, 83-103. doi: 10.1177/105960118901400108
- Ferris, G.R., Adams, G., Kolodinsky, R.W., Hochwarter, W.A. ve Ammeter, A.P. (2002). Perceptions of organizational politics: Theory and research directions. F.J. Yammarino ve F. Dansereau (Eds.), *Research in multi-level issues (Cilt 1)* içinde. Oxford: JAI Press/Elsevier Science. doi: 10.1016/S1475-9144(02)01037-8
- Ferris, G.R., Frink, D.D., Bhawuk, D.P., Zhou, J. ve Gilmore, D.C. (1996). Reactions of diverse groups to politics in the workplace. *Journal of Management*, 22(1), 23-44. doi: 10.1177/014920639602200102
- Frenkel, S., Sanders, K. ve Bednall, T. (2012). Employee perceptions of management relations as influences on job satisfaction and quit intentions. *Asia Pacific Journal of Management*, 30, 7-29. doi: 10.1007/s10490-012-9290-z
- Gandz, J. ve Murray, V. V. (1980). The experience of workplace politics. *Academy of Management Journal*. 23(2), 237-251. doi: 10.2307/255429
- Gbadamosi, L. ve Chinaka, N.J. (2011). *Organizational politics, turnover intention and organizational commitment as predictors of employees' efficiency and effectiveness in academia*. Proceeding of Informing Science & IT Education Conference konferansında sunulan bildiri, Serbia and Montenegro. doi: 10.28945/1461
- Ghiselli, R., La Lopa, M. ve Bai, B. (2001). Job satisfaction, life satisfaction, and turnover intent: Among food-service managers. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2), 28-37. doi: 10.1016/S0010-8804(01)80036-7
- Griffeth, R.W., Hom, P.W. ve Gaertner, S. (2000). A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: Update, moderator tests and research implications for the next millennium. *Journal of Management*, 26, 463-88. doi: 10.1177/014920630002600305
- Gull, S. ve Zaidi, A. A. (2012). Impact of Organizational politics on employees' job satisfaction in the health sector of Lahore Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(2). 156-170. Erişim adresi: <https://journal-archievs19.webs.com/156-170.pdf>
- Güzel, B. ve Ayazlar, G. (2014). Örgütsel adaletin örgütsel sinizm ve işten ayrılma niyetine etkisi: Otel işletmeleri araştırması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 133-142. Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/11492/560>
- Hançer, M. ve George, R. T. (2003). Job satisfaction of restaurant employees: An empirical investigation using the Minnesota Satisfaction Questionnaire. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27(1), 85-100. doi: 10.1177/1096348002238882

- Harris, K.J., James, M. ve Boonthanom, R. (2005). Perceptions of organizational politics and cooperation as moderators of the relationship between job strains and intent to turnover. *Journal of Managerial Issues*, 17(1), 26-42. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/40604473>
- Harris, R.B., Harris, K.J. ve Harvey, P.A. (2007). A test of competing models of the relationships among perceptions of organizational politics, perceived organizational support, and individual outcomes. *The Journal of Social Psychology*, 147(6), 631-655. doi: 10.3200/SOCP.147.6.631-656
- Hassan, H., Vina, T.M.H. ve Ithnin, N.S. (2017). Perceived organizational politics and job satisfaction: The role of personality as moderator. *Log Forum*, 13(4), 479-493. doi: 10.17270/J.LOG.2017.4.8
- Hom, P.W., Caranikas-Walker, F., Prussia, G.E. ve Griffeth, R.W. (1992). A meta analytical structural equations analysis of a model of employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 77(6), 890-909. doi: 10.1037/0021-9010.77.6.890
- Huang, I.C., Chuang, C.H.J. ve Lin, H.C. (2003). The role of burnout in the relationship between perceptions of organizational politics and turnover intentions. *Public Personnel Management*, 32(4), 519-531. doi: 10.1177/009102600303200404
- İstanbul Güvenlik Anonim Şirketi. (2019, 9 Ekim). Erişim adresi: <https://istguven.istanbul/ozel-guvenlik-sektoru-buyuyor/>.
- Javed, A., Gulzar, A. ve Hussain, W. (2015). Organizational politics and bank frontline employee outcomes with the mediating role of work engagement. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(3), 225-233. doi: 10.6007/IJARBS/v5-i3/1519
- Kacmar, K. M. ve Ferris, G. R. (1991). Perceptions of Organizational Politics Scale (POPS): Development and construct validation. *Educational and Psychological Measurement*, 51, 193-205. doi: 10.1177/0013164491511019
- Kacmar, K.M. ve Baron, R.A. (1999). Organizational politics: The state of the field links to related processes, and an agenda for future research. K.M. Rowland, G.R. Ferris (Ed.), *Research in Personnel and Human Resources Management* (s.1-39) içinde, JAI Press Inc., Greenwich.
- Kacmar, K.M. ve Carlson, D.S. (1997). Further validation of the Perceptions of Politics Scale (POPS): A multiple sample investigation. *Journal of Management*, 23(5), 627-658. doi: 10.1016/S0149-2063(97)90019-2
- Karacaoğlu, K. (2015). Çalışanların iş güvencesizliğinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisi: Alanya bölgesindeki beş yıldızlı otellerde bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 13-21. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Karatepe, O.M. (2011). Perceptions of organizational politics and hotel employee outcomes: The mediating role of work engagement. *IJCHM*, 25(1), 82-104. doi: 10.1108/09596111311290237
- Kasalak, G. (2019). Algılanan örgütsel toksisitenin iş doyumuna üzerine etkisi: Duygusal bağlılığın aracı rolü. *International Journal of Society Research*, 13(19), 1283-1309. doi: 10.26466/opus.537424
- Kaymaz, K. ve Erbi, H. (2018). Bilgi güvenliğinde stres faktörlerinin iş tatmini üzerindeki etkileri: AR-GE merkezi olan işletmeler üzerinde bir araştırma. *İSGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 20(4), 95-112. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/11452/1138>
- Khalid, S. ve Ishaq, S. (2015). Job related outcomes in relation to perceived organizational politics. *Pakistan Economic and Social Review*, 53(1), 133-148. Erişim adresi: http://pu.edu.pk/images/journal/pesr/PDF-FILES/7%20KHALID%20Job%20Related_v53_1_15.pdf

- Khan, A. ve Hussain, N. (2016). The analysis of the Perception of Organizational Politics among university faculty. *Pakistan Business Review*, 18(2), 451-467. Erişim adresi: <https://journals.iobmresearch.com/index.php/PBR/article/view/826/163>
- Köroğlu, Ö. (2012). İçsel ve dışsal iş doyum düzeyleri ile genel iş doyum düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Turist rehberleri üzerinde bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 275-289. Erişim adresi: <http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/view/576>
- Kumar, P. ve Ghadially, R. (1989). Organizational politics and its effects on members of organizations. *Human Relations*, 42(2), 305-314. doi: 10.1177/001872678904200402
- Kurnaz, S. (2019). *Liderlik tarzı örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel politikanın düzenleyici rolü: Kamu kurumlarında bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- Kurt, H. S. (2019). *Psikolojik sözleşme ihlalinin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde çalışanın algıladığı lider-üye etkileşimi kalitesinin rolü*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurt, İ. (2010). Rol stres kaynakları ve iş tatmini arasındaki ilişkide amirin algılanan sosyal desteğinin etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 79-87. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/oybd/issue/16335/171012>
- Labrague, L.J., McEnroe-Petitte, D.M., Gloe, D., Tsaras, K., Arteché, D.L. ve Maldia, F. (2017). Organizational politics, nurses' stress, burout levels, turnover intention and job satisfaction. *International Nursing Review*, 64 (1), 109-116. DOI: 10.1111/inr.12347
- Lambert, E. G., Lynne Hogan, N. ve Barton, S. M. (2001). The impact of job satisfaction on turnover intent: A test of a structural measurement model using a national sample of workers. *The Social Science Journal*, 38(2), 233-250. doi: 10.1016/S0362-3319(01)00110-0
- Locke, A.E. (1983). The Nature and cause of job satisfaction. M.Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (s.1297-1349) içinde. New York: John Wiley and Sons.
- Maden Turgut, E. (2010). *İş doyumunu ve yaşam doyumunu ilişkisi ve İstanbuldaki devlet üniversite hastanelerinde çalışan ameliyathane hemşirelerine yönelik bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Masum, A.K., Azad, M.A., Hoque, K.E., Beh, L.S., Wanke, P. ve Arslan, Ö. (2016). Job satisfaction and intention to quit: An emprical analysis of nurses in Turkey. *PeerJ*, 26(4), doi: 10.7717/peerj.1896
- Mayes, B. T. ve Allen, R. W. (1977). Toward a definition of organizational politics. *The Academy of Management Review*, 2(4), 672-678. doi: 10.5465/amr.1977.4406753
- Meisler, G. ve Vigoda-Gadot, E. (2014). Perceived organizational politics, emotional intelligence and work outcomes: Empirical exploration of direct and indirect effects. *Personnel Review*, 43(1), 116-135. doi: 10.1108/PR-02-2012-0040
- Miller, B.K., Rutherford, M.A. ve Kolodinsky, R.W. (2008). Perceptions of organizational politics: A meta-analysis of outcomes. *Journal of Business and Psychology*, 22(3), 209-222. doi: 10.1007/s10869-008-9061-5
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Mintzberg, H. (1985). The organization as political arena. *Journal of Management Studies*, 22(2), 133-154. doi: 10.1111/j.1467-6486.1985.tb00069.x
- Mobley, W.H. (1982). *Employee turnover: Causes, consequences, and control*. Massachusetts: Addison-Wesley Series on Managing Human Resources.

- Mobley, W. H., Griffeth, R., Hand, H. ve Meglino, B. (1979). A review and conceptual analysis of the employee turnover process. *Psychological Bulletin*, 86, 493-522. doi: 10.1037/0033-2909.86.3.493
- Mohan Bursalı, Y. ve Bağcı, Z. (2011). Çalışanların örgütsel politika algıları ile politik davranışları arasındaki karşılıklı ilişkiler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 23-41. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/34721/383879>
- Mosadeghrad, A. M., Ferlie, E. ve Rosenberg, D. (2011). A study of relationship between job stress, quality of working life and turnover intention among hospital employees. *Health Services Management Research*, 24, 170-181. doi:10.1258/hsmr.2011.011009
- Muchinsky, P.M. (2000). *Psychology applied to work* (Sixth Edition). USA: Wadsworth
- Muhammad, A. H. (2007). Antecedents of organizational politics perceptions in Kuwait business organizations. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 17(4), 234-247. doi:10.1108/10595420710844325
- Naktiyok, S. ve Yıldırım, F. (2018). Etik iklimin iş tatmini ve işe yabancılaşma düzeyine etkisi, *ETÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(6), 57-71. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/etusbed/issue/40179/477946>
- O'Neill, J. W., Harrison, M. M., Cleveland, J., Almeida, D., Stawski, R. ve Crouter, A.C. (2009). Work-Family climate, organizational commitment, and turnover: Multilevel contagion effects of leaders. *Journal of Vocational Behavior*, 74(1), 18-29. doi: 10.1016/j.jvb.2008.10.004
- Ocak, M., Güler, M. ve Basım, H.N. (2016). Psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık ve iş tatmini tutumları üzerine etkisi: Bosnalı öğretmenler üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 113-130. doi: 10.18074/cnuibf.274
- Ojiabo, N.T.J.U. ve Alagah, A.D. (2017). Organizational politics and employee's job satisfaction in the health sector of Rivers State. *International Journal of Advanced Academic Research*, 3 (7), 88-106. Erişim adresi: <https://www.ijaar.org/articles/Volume3-Number7/Social-Management-ciencas/ijaar-sms-v3n6-jn17-p17.pdf>
- Orhaner, E. ve Mutlu, S. (2019). Sağlık personelinin iş tatmininin motivasyon üzerine etkisi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Dergisi*, 4(1), 74-93. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/471497>
- Ölçer, F. (2015). The investigation of the relationship between organizational justice and turnover intention: The mediating role of organizational commitment. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 49(3), 223-241. Erişim adresi: <http://www.ecocyb.ase.ro/nr20153/14%20-%20Ferit%20Olcer.pdf>
- Özdemir, F. (2006). *Örgütsel iklimin iş tatmin düzeyine etkisi: Tekstil sektöründe bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2013). *Örgütsel davranış*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Öztürk Çiftçi, D., Meriç, E. ve Meriç, A. (2015). Örgütsel sessizlik, tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: ordu ili özel eğitim ve rehabilitasyon merkezlerinde bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 996-1007. Erişim adresi: https://www.sosyalarastirmalar.com/cilt8/sayi41_pdf/5egitim/ozturkciftci_didem_erdalmeric.pdf
- Paille, P. (2006). The relationship between job involvement, organizational citizenship and intention to withdrawal. *European Review of Applied Psychology*, 56(2), 139-149. doi: 10.1016/j.erap.2005.06.001
- Park, J., Yoon, S., Moon, S.S., Lee, K.H. ve Park, J. (2017). The effect of occupational stress, work-centrality, self-efficacy, and job satisfaction on intent to quit among long-term care workers in Korea. *Home Health Care Services Quarterly*, 36(2), 96-111. doi: 10.1080/01621424.2017.1333479

- Parker, C.P., Dipboye, R.I. ve Jacson, S.I. (1995). Perceptions of organizational politics: An investigation of antecedents and consequences. *Journal of Management*, 21(5), 891-912. doi: 10.1177/014920639502100505
- Pekmezci, M., Ateş, M.F. ve Turgut, H. (2017). The moderating role of job satisfaction on the relationship between servant leadership and turnover intention. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 300-314. Erişim adresi: https://isarder.com/2017/vol.9_issue.2_article16_extensive_summary.pdf
- Pfeffer, J.(1981). *Power in organizations* (Vol. 33). Marshfield, MA: Pitman.
- Poon, J. (2004). Effects of performance appraisal politics on job satisfaction and turnover intention. *Personnel Review*, 33(3), 322-334. doi: 10.1108/00483480410528850
- Poon, J. M. (2003). Situational antecedents and outcomes of organizational politics perceptions. *Journal of Managerial Psychology*, 18(2), 138-155. doi: 10.1108/026839403104 65036
- Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday R.T. ve Boulian, P.V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603-609. doi: 10.1037/h0037335
- Price, J. L. (2001). Reflections on the determinants of voluntary turnover. *International Journal of Manpower*, 22(7), 660-624. doi: 10.1108/EUM0000000006233
- Price, J.L. ve Mueller, C.W. (1986) *Absenteeism and turnover among hospital employees*. Greenwich, CT:JAI Pres
- Rahman, U., Sulaiman, W.S.W., Nasir, R. ve Omar, F. (2014). The role of job satisfaction as mediator in the relationship between self-efficacy and organizational citizenship behavior among Indonesian teachers. *International Journal of Business and Social Science*, 5(9), 255-261. Erişim adresi: http://www.ijbssnet.com/journals/ Vol_5_No_9_August_2014/30.pdf
- Ridaryanto, P., Ghozali, I. ve Purwanto, A. (2017). Job satisfaction as a moderating variable in the relationship between organizational justice and acceptance of dysfunctional audit behaviour. *International Business Management*, 11(11), 1953-1963. doi: 10.36478/ibm.2017.1953.1963
- Rizwan, M., Shahid, M., Shafiq, H., Tabassum, S., Bari, R. ve Umer, J. (2013). Impact of psychological factors on employee turnover intentions, *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 3(3), 63-69. doi:10.5296/ ijhrs.v4i2.5906
- Scott C. R., Connaughton S. L., Diaz-Saenz H. R., Maguire K., Ramirez R., Richardson B., Shaw S. P. ve Morgan D. (1999). The impacts of communication and multiple identifications on intent to leave: A multimethodological exploration. *Management Communication Quarterly*. 12, 400-435. Erişim adresi: http://comminfo.rutgers.edu/ images/comprofiler/plugin_profilegallery/98/pg_936611571.pdf
- Semercioğlu, S., Tengilimoğlu, D. ve Semercioğlu, M.G. (2012). Özel ve kamu hastanelerinde çalışan tıbbi sekreterlerin iş doyumunu ve örgütsel güven düzeylerinin karşılaştırılmasına yönelik bir alan araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(4), 225-238. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gumussagbil/issue/7506/98947>
- Serçeoğlu, N., Işık, Z. ve Çetinkaya, M.Y. (2016). İşyeri zorbalığının işten ayrılma niyeti üzerine etkisi: Konaklama işletmelerinde çalışan personel üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 1099-1109. doi: 10.17719/jisr.20164520683
- Sevimli, F. ve İşcan, Ö.F. (2005). Bireysel ve iş ortamına ait etkenler açısından iş doyumunu. *Ege Üniversitesi, İ.İ.B.F. Akademik Bakış Dergisi*, 5(1-2), 55-64. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/eab/issue/39836/472327>
- Shore, L. M., Newton, L. A. ve Thornton, G. C. (1990). Job and organizational attitudes in relation to employee behavioral intentions. *Journal of Organizational Behavior*, 11(1), 57-67. doi: 10.1002/job.4030110108

- Sidin, J.P., Stephen, L.S.Jr. ve Jennifer, B. (2015). Family-Work conflict and intention to quit among hotel employees in Sabah. *Malaysian Journal of Business and Economics*, 2(1), 63-81. Erişim adresi: <https://www.ums.edu.my/mjbe/images/mjbe/2015/vol2/5.pdf>
- Summers, T.P. ve Hendrix, W. H. (1991). Modeling the role of pay equity perceptions: A field study. *Journal of Occupational Psychology*, 64(1), 145-157. doi: 10.1111/j.2044-8325.1991.tb00549.x
- Şevik, Ü. (2019). *Algılanan örgütsel politika ile pozitif psikolojik sermayenin iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve örgütsel sessizlik üzerine etkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü.
- Tan, Ç. ve Ulaş, A.H. (2016). İlköğretim okul yöneticilerinin takım liderlik davranışlarının öğretmenlerin iş doyumunu, örgütsel adanmışlık ve örgütsel vatandaşlık düzeylerine etkisi. *EKEV Akademi Dergisi*, 20 (65), 65-80. Erişim adresi: http://www.ekevakademi.org/Makaleler/1369054179_04%20Cetin%20TAN.pdf
- Tanova, C. ve Holtom, B. C. (2008). Using job embeddedness factors to explain voluntary turnover in four European countries. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(9), 1553–1568. doi: 10.1080/09585190802294820.
- Taslak, S. (2015). Banka çalışanlarının işten ayrılma niyetleri üzerinde etkili olan faktörlere yönelik bir araştırma: Muğla ili örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12), 145-160. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/makusobed/issue/19444/206861>
- Taşlıyan, M. ve Hırlak B. (2016). Otantik liderlik, psikolojik sermaye, işten ayrılma niyeti ve çalışan performansı arasındaki ilişki: Hemşireler üzerinde bir araştırma. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 56, 92-115. Erişim adresi: <https://www.akademikbakis.org/>
- Terason, Z. (2018). Managerial turnover intention as a result of leadership behavior, job satisfaction and organizational commitment: Evidence from cross-national fitness enterprises in Thailand. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(1), 1-12. Erişim adresi: <https://www.abacademies.org/journals/academy-of-strategic-management-journal-home.html>
- Tett, R. P., ve Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Pathanalyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46, 259-293. doi: 10.1111/j.1744-6570.1993.tb00874.x
- Thau, S. ve Mitchell, M. S. (2010). Self-gain or self-regulation impairment? Tests of competing explanations of the supervisor abuse and employee deviance relationship through perceptions of distributive justice. *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1009-1031. doi:10.1037/a0020540
- Tolay-Sabuncuoğlu, E. (2007). Eğitim, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Ege Akademik Bakış*, 7(2), 631-636. doi: 10.18657/yonveek.520699
- Töngel, E. (2015). *Örgütsel bağlılık ve amaç karşıtı iş davranışları arasındaki ilişkide iş doyumununun rolü*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tuncer, M. (2014). Otel çalışanlarının işten ayrılma eğilimi: Sayfiye ve şehir otellerinde bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 419-430. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/2837/38718>
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. (2014). Türkiye özel güvenlik hizmetleri meclisi sektör raporu 2014. Ankara. Erişim adresi: https://tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/ozel_guvenlik_meclisi_int.pdf.
- Uslu, S. ve Aktaş, H. (2017). İşten ayrılma niyeti ile örgütsel sessizlik etkileşiminde iş güvencesi memnuniyeti ve iş güvencesi endeksinin aracı rolü: Özel bir hastane çalışanları üzerinde bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12, 141-160. doi: 10.17153/oguiibf.298772

- Uysal-Irak, D. (2014). Birey-Çevre uyumu: Çalışanların örgüt uyumlarının yaşama ilişkin doyum ve işten ayrılma niyetiyle ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 29(74), 34-45. Erişim adresi: https://www.psikolog.org.tr/tr/yayinlar/dergiler/1031828/tpd130044332014_0000m000047.pdf
- Valle, M. ve Perrewé, P. L. (2000). Do politics perceptions relate to political behaviors? Tests of an implicit assumption and expanded model. *Human Relations*, 53(3), 359-386. doi: 10.1177/0018726700533004
- Valle, M. ve Witt, L.A. (2001). The moderating effect of teamwork perceptions on the organizational politics-job satisfaction relationship. *The Journal of Social Psychology*, 141(3), 379-388. doi: 10.1080/00224540109600559
- Van Schalkwyk, S., Du Toit, D.H., Bothma, A.S. ve Rothmann, S. (2010). Job insecurity, leadership empowerment behaviour, employee engagement and intention to leave in a petrochemical laboratory: original research. *SA Journal of Human Resource Management*, 8(1), 1-7. doi: 10.4102/sajhrm.v8i1.234
- Vieira, J.A.C. (2005). Skill mismatches and job satisfaction. *Economic Letters*, 89, 39-47. Erişim adresi: [http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165-1765\(05\)00183-7](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165-1765(05)00183-7)
- Vigoda, E. (2001). Reactions to organizational politics: A cross-cultural examination in Israel and Britain. *Human Relations*, 54(11), 1483-1518. doi: 10.1177/00187267015411004
- Vigoda, E. ve Drory, A. (2006). *Handbook of organizational politics*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Wang, J. (2018). Relational model of organizational politics perception, job satisfaction, job stress, and organizational commitment in hospital nursing staff. *Archives of Nursing Practice and Care*, 3(1), 84-93. doi: 10.17352/ANPC.000031
- Wang, Y., Yang, C. ve Wang, K. (2012). Comparing public and private employees' job satisfaction and turnover. *Public Personnel Management*, 41(3), 557-573. doi: 10.1177/009102601204100310
- Weiss, D.J., Dawis, R.W., England, G.W. ve Lofquist, L.H. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*. Erişim adresi: http://vpr.psych.umn.edu/sites/g/files/pua2236/f/monograph_xxii_-_manual_for_the_mn_satisfaction_questionnaire.pdf.
- Weng, Q., Wy, S., McElroy, J.C. ve Chen, L. (2018). Place attachment, intent to relocate and intent to quit: The moderating role of occupational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 108, 78-91. doi:10.1016/j.jvb.2018.06.002.308
- Witt, L. A., Andrews, M. C. ve Kacmar, K. M. (2000). The role of participation in decision-making in the organizational politicsjob satisfaction relationship. *Human Relations*, 53(3), 341-358. doi:10.1177/0018726700533003
- Yasım, Y.K. ve Uğur, A. (2016). Bankacı kadınların örgütsel sinizm algılarının işten ayrılma niyetine etkisi: Ordu ili örneği. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 15, 554-572. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/odusobiad/issue/27575/290223>
- Yavuz, M. ve Akça, M. (2018). Çatışma, stres, tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti: Medeni durum ve cinsiyete göre farklılıkların incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2, 827-846. doi: 10.20491/isarder.2018.457
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yeşilyurt, H. ve Koçak, N. (2013). İş doyumunu ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin otel işletmeleri açısından incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 303-324. doi: 10.16953/deusbed.76900
- Yıldırım, B. I. ve Yirik, Ş. (2014). İşgörenlerin iş güvencesi algıları ve işten ayrılma niyetleri ilişkisi: Belek bölgesi beş yıldızlı otel çalışanları örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 123-140. Erişim adresi: <http://sosbilder.igdir.edu.tr>

- Yıldırım, F. (2007). İş doyumu ve örgütsel adalet ilişkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(1), 253-278. doi: 10.1501/SBFder_0000002016
- Yıldız, Z., Ayhan, S. ve Erdoğan, Ş. (2009). The impact of nurses' motivation to work, job satisfaction, and sociodemographic characteristics on intention to quit their current job: An empirical study in Turkey. *Applied Nursing Research*, 22, 113-118. doi: 10.1016/j.apnr.2007.06.002
- Yılmaz, B. (2016). *Personel memnuniyetinin iş verimliliği üzerine etkisi: Gümrüksüz satış mağazasında bir uygulama*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/11363/210>
- Yılmaz, B. ve Halıcı, A. (2010). İşgücü devir hızını etkileyen etmenler: Sekreterlik mesleğinde bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 2(2), 94-95. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulikidince/issue/21623/232262>
- Yousef, D.A. (2002). Job satisfaction as a mediator of the relationship between role stressors and organizational commitment: A study from an Arabic cultural perspective. *Journal of Managerial Psychology*, 17(4), 250-266. doi: 10.1108/02683940210428074
- Yusof, J.M., Zulkifli, S.N.A., Padlee, S.F. ve Yusof, N.A. (2018). The relationship between organizational politics, job satisfaction and turnover intention in the maritime-related agencies in the east coast of Peninsular Malaysia. *International Conference on Economics, Business and Education* toplantısında sunulan bildiri. doi: 10.18502/kss.v3i10.3188
- Yücel, İ. ve Demirel, Y. (2013). Mevcut iş alternatiflerinin iş tatmini ve işten ayrılma ilişkisi üzerine etkisi: "Başka bir yol daha olmalı!". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 159-177. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2709/35850>
- Yüksel, H. ve Yüksel, M. (2014). İş doyumu ile işten ayrılma düzeyi arasındaki ilişki: İlköğretim öğretmenleri üzerinde bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32), 559-572. Erişim adresi: <https://www.sosyalarastirmalar.com>
- Yüksel, M. (2013). *Örgütsel politika, Hofstede'in örgüt kültürü boyutları, iş tutumları ve iş çıktıları ilişkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zaleznik, A. (1999). Power and politics in organizational life. *The McKinsey Quarterly*, 7(4), 57-85. Erişim adresi: <https://www.mckinsey.com/quarterly/overview#>
- Zeynel, E. ve Çarıkçı, İ.H. (2015). Mesleki motivasyonun, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: Akademisyenler üzerine görgül bir araştırma. *SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 217-248. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduibfd/issue/20858/223750>
- Zeytinoglu, I. U., Denton, M., Davies, S., Baumann, A., Blythe, J. ve Boos, L. (2007). Deteriorated external work environment, heavy workload and nurses' job satisfaction and turnover intention. *Canadian Public Policy*, 33(1), 31-47. doi: 10.3138/0560-6GV2-G326-76PT
- Zhang, T. (2018). *The relationship of perceived organizational support to affective commitment, emotional exhaustion and turnover intention-A study of general practitioners in Shanghai Community Health Centers in China* (Yayınlanmamış doktora tezi). ISCTE University Institute of Lisbon. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/10071/17103>

A Study on the Relationship between Ethical Climate Perception and Innovative Work Behavior in Health Workers¹

Assoc. Prof. Dr. Mutlu TOKMAK²

Submitted by: 03.12.2019

Accepted by: 06.07.2020

Article Type: Research Article

Abstract

This study aims to reveal the relationship between ethical climate perception and the innovative work behaviors of health workers. Besides, the effects of ethical climate perception sub-dimensions on innovative work behavior were tried to be introduced in the study. In order to realize the objectives determined in the study, field research was conducted in a public hospital in Ankara. 280 public health workers participated in the study. The data obtained from the research were subjected to descriptive statistics analysis, correlation analysis, and multiple linear regression analysis. According to the results of the analysis, it is determined that there is a 21% statistically significant and positive relationship between the ethical climate perception and innovative working behavior levels of healthcare workers. Among the ethical climate perception sub-dimensions, benevolence and independence dimensions were found to be positively related to innovative work behavior. A 10 percent deviation in the innovative work behaviors of health workers is explained by ethical climate perception sub-dimensions. It was concluded that "benevolence" and "independence", the ethical climate sub-dimensions, affected the innovative working behavior by 17% and 23%, respectively. On the other hand, "laws, and codes", "rules", and "instrumental" dimensions were not found to have a statistically significant effect.

Anahtar Kelimeler: *Ethical Climate Perception, Innovative Work Behavior, Health Workers*

Atıf: Tokmak, M. (2020). A study on the relationship between ethical climate perception and innovative work behavior in health workers. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 20(4), 51-64.

¹ Since the article was submitted for publication in the previous year, ethics committee approval is not required.

² Gendarmerie and Coast Guard Academy Department of Social Sciences, mutlu-tokmak@hotmail.com, ORCID: 0000 0002 7428 1322

Sağlık Çalışanlarında Etik İklim Algısı ve Yenilikçi Çalışma Davranışı İlişkisine Yönelik Bir Araştırma

Doç. Dr. Mutlu TOKMAK

Başvuru Tarihi: 03.12.2019

Kabul Tarihi: 06.07.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmanın amacı, sağlık çalışanlarının etik iklim algısı ile yenilikçi çalışma davranışı düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Ayrıca etik iklim algısı alt boyutlarının yenilikçi çalışma davranışı üzerindeki etkisi de ortaya konmaya çalışılmaktadır. Araştırmada belirlenen amaçları gerçekleştirmek için Ankara ilinde faaliyet gösteren bir kamu hastanesinde alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 280 kamu sağlık çalışanı katılmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen veriler, tanımlayıcı istatistik analizi, korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizine tâbi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, sağlık çalışanlarının etik iklim algısı ile yenilikçi çalışma davranışı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde yaklaşık %21 oranında ilişki olduğu belirlenmiştir. Etik iklim algısı alt boyutlarından başkalarının iyiliğini isteme ve bağımsızlık boyutlarının pozitif yönde yenilikçi çalışma davranışı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Sağlık çalışanlarının yenilikçi çalışma davranışlarının etik iklim algısı alt boyutları ile açıklanma oranı 0.10'dur. Etik iklim alt boyutlarından başkalarının iyiliğini isteme boyutunun yaklaşık %17 oranında, bağımsızlık boyutunun ise yaklaşık %23 oranında yenilikçi çalışma davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Anahtar Kelimeler: Etik İklim Algısı, Yenilikçi Çalışma Davranışı, Sağlık Çalışanları

Introduction

With developing technology, the competition between the companies is increasing. It is not possible for enterprises that cannot offer new products and services to their customers to survive in an increasingly competitive environment. Technology brings change together. It is unlikely that businesses that are resistant to change will be able to survive. In order for the change in the enterprises to be essential, it must be supported by the employees. The ability of the employees to keep up with the changes within the enterprise will increase their contribution to the enterprises in the provision of new products and services.

The ethical climate is considered as the rules and norms that determine the ethical practices within the enterprise. Ethical climate perception is seen as a set of values that lead the way for the employees in the enterprise and guide them about which behaviors are correct and which are wrong. Employees in enterprises with a high level of ethical climate perception adapt to act within the framework of moral rules in order to improve themselves, their colleagues and the institution they work for.

In this study, the relationship between ethical climate perception and the innovative work behavior of health workers is examined. Besides, the effect of ethical climate perception sub-dimensions on innovative work behavior has been tried to be revealed with the research. For this purpose, data were obtained from a public hospital staff working in Ankara using the questionnaire method.

Conceptual Framework

Ethical Climate Perception

The concept of ethics is defined as the set of values that form the basis of moral rules, standards and behavioral patterns (Tsalikis and Fritzsche, 2013, p. 337). In another definition, ethics is defined as a systematic effort to reveal the rules about people's management, the values to be considered, and the characteristics of accepted characters (Sabuncuoğlu, 2009, p. 367). According to Sökmen (2016, p. 20), ethics is defined as "a set of moral principles that guide the behavior of individuals or groups at individual, professional, managerial and organizational levels and establish good or bad, right or wrong standards of choice of them". In order to evaluate an action and thought ethically, it is thought that there should not be any expectation of benefit and interest, that it does not have any intentions, that there is no concern about getting punished and that it should not be connected to reasons such as obeying the laws (Aktaş, 2014, p. 23). The concept of ethics is considered as a subset of the working atmosphere from an organizational perspective.

The ethical climate is to treat the organizational practices within the enterprise in terms of their moral dimensions. The initiation of ethical behaviors within the enterprise is possible only by the acceptance of the predetermined norms and rules by the employees and believing in these rules. (Cullen, Parboteeahand, Victor, 2003, p. 128). The ethical climate is defined as the perception of organizational practices and rules with ethical content (Victor and Cullen, 1988, p. 101). Thanks to the ethical climate within the organization, employees consider alternative solutions in order to solve the problems they face. The ethical climate serves as a reference for employees to determine which behaviors are acceptable and which are unacceptable. and helps them to make more accurate decisions (Barnett and Schubert, 2002, p. 281). According to Yurdakul (2013, p. 281), the ethical climate is the set of principles and standards that guide the employees in an organization in terms of correct behaviors. In fact, it is institutionalized practices in the organization that reveal what is accepted as right and wrong.

In the studies on ethical climate, it is seen that the five dimensions of ethical climate are benevolence, laws and codes, rules, instrumental, and independence. It is possible to explain these dimensions briefly as follows (Martin & Cullen, 2006, p. 178-179; Yeşil, Mavi & Ceylan, 2017, p. 23-24):

Benevolence: In this ethical climate dimension, there is a sincere demand for the well-being of others. This dimension is based on the utilitarian theory of moral philosophy. Friendship and team spirit are at the forefront, and they include practices supported by managers who want and care for the well-being of others (Torun, 2013, p. 45). The most important thing is to show courtesy to colleagues in the dimension of benevolence. Employees want the best of their friends inside and outside the organization. In the researches, it is seen that this climate type is the one that is mostly applied by the employees (Karadut, 2014, p. 15).

Laws and Codes: In this climate dimension, except for the laws and codes of conduct established by the organization, the perception that the decision-making is supported based on the rules coming from external sources is prioritized (Torun, 2013, p. 45). Employees must follow the ethical codes and instructions of their profession. Employees must make decisions based on rules from outside the organization, such as laws. Organizations governed by laws and codes are based on the standards and principles established outside the organization when making decisions. Laws and codes are related to codes of conduct adopted by the external environment within the ethical criteria of being principled (Yağmur, 2013, p. 26).

Rules: This dimension is related to the rules determined and adopted by the organization. Decisions taken within the organization are established according to local rules and standards. In the rules dimension, the ethical criteria of being principled are focused (Yağmur, 2013, p. 27). In this climate type, individuals should act according to the rules and determined principles while making ethical decisions. Employees in the rules dimension are expected to fully comply with the rules and norms set by the organization. In this dimension, the ethical criterion of being principled and the focus of organizational analysis are emphasized (Öğüt & Kaplan, 2011, p. 195).

Instrumental: In this dimension, personal interests are prioritized. It is the type of ethical climate in which individuals behave according to their personal interests in their decisions. Employees who adopt this climate type act with the idea that they behave egoistically while making ethical decisions in their institution (Öğüt & Kaplan, 2011, p. 195). The instrumental dimension includes egoism criteria and levels of personal and organizational focus (Yağmur, 2013, p. 27). Within this framework, the employees strive to achieve better for themselves as well as striving for the organization to gain more. Here, the interests of individuals rather than the interests of the majority are prioritized (Karadut, 2014, p. 16).

Independence: Employees behave according to their own moral beliefs within the framework of pre-determined principles. When taking their decisions, they take individual decisions by considering moral criteria (Yağmur, 2013, p. 27). In the dimension of independence, it is possible for the employees to direct their behaviors within the framework of their moral beliefs. In making ethical climate decisions, individual moral beliefs are prioritized. The basic element that employees rely on when making decisions is their own principles rather than external factors (Özyer, 2010, p. 24).

Innovative Work Behavior

The dictionary meaning of innovation is defined as "developing new approaches in design, production or product marketing to gain an advantage over competitors or to be innovative" (Dictionary Of Business, 2002, p. 266). In general, the word innovation is used in the sense of designing new services or products and developing new production and presentation methods (Kılıç & Keklik, 2012, p. 90).

Innovative work behavior is defined as the conscious introduction and application of new ideas of products, processes, and procedures to the work, department or the whole organization by the employees (West, 2002, p. 357). According to De Jong (2006, p. 19), innovative work behavior is defined as the behaviors of employees to initiate and promote new and useful ideas, processes, products or procedures within a business role, group or organization. Innovative work behavior is seen as a multistage process in which an employee identifies a problem and then generates new ideas about it, eventually developing a suitable model to use and benefit from

(Wojtczuk-Turek, 2012, p. 73). Lukes and Stephan (2017, p. 137) define innovative work behavior as the behaviors of employees to put forward new ideas and then try to implement them.

Organizations need to create better and new processes and take advantage of the innovative potential of employees in order to struggle in a highly dynamic and competitive business environment. In academic studies, it has been concluded that innovative behaviors of employees help in achieving organizational success (Unsworth & Parker, 2003, p. 175; Van de Ven, 1986, p. 590; Amabile, Barsade, Mueller & Staw, 2005, p. 367).

The processes followed by employees to demonstrate innovative work behavior are expressed in four stages: opportunity exploration, idea generation, championing and application. These steps are briefly described as follows (De Jong and Den Hartog, 2010, p. 24; Radaelli, Lettieri, Mura & Spiller, 2014, p. 401; Ramamoorthy, Flood, Slattery & Sardesai, 2005, p. 142; Scoot and Bruce, 1994, p. 582; Ungureanu, Pop & Ungureanu, 2016, p. 497; Thompson; and Akgemci, 2019, p. 1714):

Opportunity Exploration: This stage is the preliminary preparation of ideas (West, 2002, p. 357). Innovation begins with the discovery of an idea or the emergence of a problem. New problems bring innovative solutions in general (Drucker, 1998, p. 15).

Idea Generation: At this stage, innovative employees are looking for alternative solutions for how existing products, services, and processes can be improved. This stage may be related to new products, services or processes, entry of new markets, improvements in existing business processes, or solutions to generally defined problems (Van de Ven, 1986, p. 590).

Championing: After the formation of new ideas, the process of finding support from the organization for innovative work behavior starts (Kanter, 1988, p. 94). This stage includes the support of other organization members in order to realize the idea, forming coalitions with colleagues, excitement about innovation, trusting and believing that innovation will result in success, insisting on innovation and including the right people in the process. This stage is the most important stage in the development of innovative behaviors. Other colleagues or management convinced at this stage are mobilized to support the innovative idea (Janssen, 2000, p. 289).

Application: At this stage, an important effort and result-oriented attitude is needed. Employees embody the idea or solution by producing a prototype or model that can be implemented. Innovative work results arise as a result of the stages of innovative behavior (Çapraz et al., 2014, p. 53). The implementation of the idea means that innovations become a regular part of the business processes (De Jong, 2008, p. 7).

Literature Review and Research Hypotheses

There are many studies in the literature on ethical climate perception. When the studies are examined, it is seen that the relationship and effects of ethical climate perception on many subjects such as organizational communication (Eyidoğan, 2013), organizational commitment (Bilgen, 2014; Eren and Hayatoğlu, 2011), ethical leadership (Yağmur, 2013), trust in manager (Eren and Hayatoğlu, 2011), work performance (Eren and Hayatoğlu, 2011), and job satisfaction (Cevgen and Üngüren, 2009; Kökalan and Şevik, 2019) are analyzed. In other studies, the relationships between ethical climate perception and demographic variables (Bilgen, 2014) and the comparison of private and public organizations in terms of ethical climate (Bilgen, 2014) were examined. In another study aimed at academic staff conducted by Torun (2013), the impact of ethical climate perception on trust in the institution is examined.

There are many studies in the literature on innovative work behavior. De Clercq, Dimov and Belausteguigoitia (2016) conducted a study to explain the innovative behavioral roles of employees regarding negative working conditions. Bani-Melhem, Zeffane and Albaity (2018) investigated the determinants of the employees'

innovative behaviors and the effect of job satisfaction, support from colleagues and work stress on innovative behaviors of employees. Hrnjic, Pilav-Velic, Djideliya and Jahic (2018) aimed to investigate the effect of job satisfaction on innovative capacity building in the telecommunications sector by examining the effectiveness of human resource management practices in the innovation process. In their study, Chou, Huang and Lin (2018) investigated the effects of organizational intellectual capital on the innovative behaviors of front-office workers. Engelen, Weinekötter, Saeed and Enke (2018) examined the impact of corporate support programs on the innovative behaviors of employees in a cross-cultural manner.

In their research examining the relationship between ethical climate perception dimensions and business innovation, Neubaum, Mitchell and Schminke (2004) found a positive and strong relationship. In their study, West and Wallace (1991) and West and Anderson (1996) found that organizational climate perception dimensions positively affect the innovation behaviors of managers and employees. In his research on employees working in the aviation and aerospace industry, Akkoç (2012) found that ethical climate perception positively and significantly (80%) influenced innovative work behavior.

The following hypotheses have been developed in accordance with the purpose of the research by examining the above studies.

Hypothesis 1: There is a positive relationship between the ethical climate perception (H1a: Benevolence, H1b: Laws and Codes, H1c: Rules, H1d: Instrumental, H1e: Independence) and innovative work behaviors of health workers.

Hypothesis 2: Ethical climate perception sub-dimensions of health workers (Benevolence, Laws and Codes, Rules, Instrumental, Independence) have an impact on their innovative work behaviors.

Methodology

Aim and Method of Research

The aim of this study is to reveal the relationship between health workers' ethical climate perceptions and innovative work behaviors. Besides, the effects of the dimensions of ethical climate perception, which include benevolence, the laws, and codes, rules, instrumental and independence, on innovative work behavior are examined. In order to realize the objectives determined in the study, field research was conducted. The survey method was used as the data collection technique in field research. IBM SPSS 25.0 package program was used to analyze the data obtained. In this study, descriptive statistical analysis was used to determine the opinions of employees about ethical climate perception and innovative behavior. Correlation analysis and multiple linear regression analyses were performed to evaluate the hypotheses determined in the study.

Sample and Data Collection Tool

In this study, a public hospital in Ankara was taken as a sample. A questionnaire was distributed to 300 health workers working in the hospital and 280 questionnaires were received due to workload. The questionnaire used in the research consists of three parts. The first part consists of the scale to determine the employees' ethical climate, the second part consists of the innovative behavior scale and the third part consists of demographic information.

Ethical Climate Perception Scale: "Ethical Climate Questionnaire (ECQ)" which was developed by Victor and Cullen (1988) was used to determine the ethical climate perceptions of the health workers participating in the study. The scale consists of 26 statements and five dimensions in the original. The dimensions in the original scale are named as benevolence (7 statements), laws and codes (4 statements), rules (4 statements), instrumental (7 statements) and independence (4 statements). The ethical climate scale used in the study was

translated into Turkish by Biçer (2017) and its validity and reliability were tested. In this study, hypotheses were evaluated using the original scale dimensions.

Innovative Work Behavior Scale: The Innovative Work Behavior Scale (IWB) prepared by De Jong and Den Hartog (2008) was used to determine the level of innovative work behavior of the participants. The scale consists of 10 statements in the original and is evaluated as a single dimension. The scale was translated into Turkish by Biçer (2017) and its validity and reliability analyses were performed. In this study, the innovative behavior scale was used as one dimension in the evaluation of hypotheses.

5-point Likert scale was used in the statements in both scales used in the study., where "1" and "5" stand for Strongly Disagree and Strongly Agree, respectively.

Evaluation of Research Findings

IBM SPSS 25. 0 statistical package program was used in the analysis of the questionnaires obtained and the 95% confidence interval was taken into consideration in the analysis of hypotheses.

Demographic data

280 health workers participated in the study. 120 (42.9%) of the participants were male and 160 (57.1%) were female. When age distributions were examined, it was seen that among the participants, 60 (21.4%) people were aged 25 and under, 64 (22.9%) people were between the ages of 26-31, 88 (31.4%) people were between the ages of 32-37, 64 (22.9%) people were between the ages of 38-43 people, and 4 (1.4%) people were aged 44 and older. Of the participants, 244 (87.1%) had a bachelor's degree and 36 (12.9%) had a master's degree. When the marital status of the participants was examined, it was found that 160 (57.1%) health workers were married and 120 (42.9%) of them were single.

Reliability analysis and descriptive statistics

Descriptive statistics related to the scales used in the research are given in the tables below. The reliability value of the scale used to determine the ethical climate perception of the health workers participating in the research was 0.681 and the reliability value of the scale used to determine their opinions about innovative work behavior was 0.854. Cronbach's Alpha value is reliable in the range of $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ and highly reliable in the range of $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ (Kalaycı, 2008, p. 405). The ethical climate perception scale was found to be reliable at the scales used in the research, where the innovative work behavior scale was found to be highly reliable.

Descriptive statistical results of the responses of the health workers participating in the study to determine the ethical climate perception are shown in the table below.

Table 1
Descriptive Statistics of Ethical Climate Perception Scale

Ethical Climate Perception	N	Mean	D.F
Benevolence	280	3.57	.55
Laws and Codes	280	3.69	.70
Rules	280	3.39	.54
Instrumental	280	2.87	.63
Independence	280	3.29	.67
Ethical Climate Perception (Overall)	280	3.33	.33

The general average level of participation of the participants in the statements aimed at determining the ethical climate perception is 3.33. As the statements in the study were evaluated according to the 5-point Likert scale, it was seen that the ethical climate perceptions of health workers were above the median value. When the

average values of the ethical climate perception scale sub-dimensions were compared, it was found that the highest average was in the law and codes dimension.

Descriptive statistical data of the scale created to determine the levels of innovative work behavior of the health workers participating in the study are given in the table below.

Table 2
Descriptive Statistics of Innovative Work Behavior Scale

Innovative Work Behavior	N	Mean	D.F
Innovative Work Behavior	280	3.62	.61

The mean value of the scale used to determine the innovative work behavior levels of the participants is 3.62. As the statements in the study were evaluated according to the 5-point Likert scale, it was determined that the levels of innovative work behavior of health workers were above the median value.

Testing research hypotheses

Kolmogorov-Smirnov test was performed to determine the suitability of the data obtained for the study. It was determined that Kurtosis and Skewness values were between -1 and +1 values. Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham (2013) state that when Kurtosis and Skewness values are in the range of -1 and +1, analyzes can be made according to normal distribution.

Hypothesis 1: There is a positive relationship between the ethical climate perception of health workers (H1a: Benevolence, H1b: Laws and Codes, H1c: Rules, H1d: Instrumental, H1e: Independence) and innovative work behaviors.

Pearson correlation analysis was performed to determine the relationship between ethical climate perception and innovative work behaviors of the health workers participating in the study. The results of the analysis are given in the table below.

Table 3
Correlation Analysis for the Relationship Between Ethical Climate Perception and Innovative Work Behavior

Correlation Analysis	Innovative Work Behavior
<i>Benevolence (H1a)</i>	.177**
<i>Laws and Codes (H1b)</i>	.021
<i>Rules (H1c)</i>	.097
<i>Instrumental (H1d)</i>	.021
<i>Independence (H1e)</i>	.291**
Ethical Climate Perception (H1)	.214**

* and ** is significant at $p < 0.05$ and $p < 0.01$ level, respectively.

It is found that there is a positive and significant relationship of 21.4% between ethical climate perceptions and innovative work behavior levels of the health workers participating in the study as a result of the correlation analysis conducted. Ethical climate perceptions of health workers increased their innovative work behavior levels by approximately 21%. When the relationships between ethical climate perception sub-dimensions and innovative work behavior levels were examined, it was found that there was a positive and significant relationship between the innovative work behavior levels and the benevolence (17.7%) and independence

(27.7%) sub-dimensions. No statistically significant relationship was found between the innovative working behavior levels and the laws and codes, rules, and instrumental sub-dimensions of ethical climate perception. As a result of correlation analysis, it is concluded that while H1, H1a, and H1e hypotheses are supported, H1b, H1c, and H1d hypotheses are not supported.

Hypothesis 2: Sub-dimensions of ethical climate perceptions of health workers (Benevolence, Laws, and Codes, Rules, Instrumental, and Independence) have an effect on innovative work behaviors.

Multiple linear regression analysis was conducted in order to determine the effect of the opinions of health workers on ethical working climate sub-dimensions on innovative working behavior. The results of the analysis are given in the table below.

Table 4

Multiple Linear Regression Analysis of the Effect of Ethical Climate Perception Dimensions on Innovative Working Behavior

Dependent Variable: Innovative Work Behavior						
Independent Variables (Ethical Climate Perception Dimensions)	R ²	F	β	t	p	Durbin Watson
Benevolence	.102	6.191**	.169	1.999	.047*	1.755
Laws and Codes			-.095	-1.459	.146	
Rules			.047	.654	.513	
Instrumental			.000	.001	1.000	
Independence			.228	4.051	.000**	

* and ** is significant at $p < 0.05$ and $p < 0.01$ level, respectively

According to the results of multiple linear regression analysis, the Durbin Watson test value was found to be 1.755 and no autocorrelation was found between the variables. Generally, a Durbin-Watson test value of 1.5 - 2.5 shows that there is no autocorrelation between the variables (Öztürk, 2006, p. 267). In the multiple linear regression model, which was created to determine the effect of ethical climate perception sub-dimensions on innovative work behavior, R² value was found to be 0.102. Approximately 10% of the innovative work behavior levels of employees can be explained by the ethical climate perception sub-dimensions. When beta values were examined, it was found that the dimension of benevolence from the ethical climate perception sub-dimensions positively affected the innovative working behavior by 0.169 percent and the independence dimension by 0.228 percent, while the other sub-dimensions did not have a statistically significant effect. It was found that Hypothesis 2 was supported within the framework of the multiple linear regression model in which the effects of ethical climate perception sub-dimensions on innovative work behavior were evaluated.

Evaluation and Conclusion

In this study, where the relationship between ethical climate perception and innovative work behaviors of health workers is examined, statistically significant results were obtained. As a result of the descriptive statistical analysis performed to determine the ethical climate perception of health workers, it was concluded that the ethical climate perception of the employees was slightly above the average value. Innovative work behaviors of health workers were found to be slightly above the average value as well.

As a result of the correlation analysis that examined the relationship between ethical climate perception and innovative work behavior levels of health workers, it was found that there was a positive and significant relationship at approximately 21% level. It has been found that there is a relationship between innovative work behavior and the benevolence and independence sub-dimensions of the ethical climate perception at the rates of approximately 18% and 29%, respectively. There was no statistically significant relationship between innovative work behavior and the laws and codes, rules, and instrumental sub-dimensions.

As a result of multiple regression analysis conducted to determine the effect of ethical climate perception sub-dimensions on the level of innovative work behavior, R2 value was found to be approximately 10%. Approximately 10% of the deviation in the level of innovative work behavior can be explained by ethical climate perception. It was concluded that the sub-dimensions of benevolence and independence had an effect of about 17% and 23% on innovative work behavior, respectively.

It is clear that the ethical climate to be established in health institutions has an impact on the innovative behaviors of the employees. Innovative health care institutions that want to provide better service to their patients should strive to create an ethical climate in their hospitals. Ethical climate perception positively affects employees' perspectives on innovation.

It is possible to sort the suggestions regarding the kind of applications that innovative health organizations should include in their hospitals while creating an ethical environment in terms of offering the patients better services (Tütüncü and Savran, 2007, p. 213-214; Büte, 2011, p. 188-189):

- Providing additional staff and equipment especially when the workflow is too much.
- Providing possibilities to the employees make to their decisions regarding their work, and allowing them to own their job with doing that action, and also increasing the personal success.
- Giving feedbacks in the form of appreciating the successes, rather than specifying the negativities.
- Increasing personal development and rest periods.
- Improving the quality communication.
- Motivating the employees with the in-service and out-service educations and preparing them to the new duties by avoiding routine.
- Rewarding ethical behaviors and creating a positive ethical environment in the workplace.
- Enhancing the sense of belonging by preventing the behaviors that disrupt the team spirit.
- Eliminating ethical uncertainties related to work and protecting the employees from the negative effects of stress within the job satisfaction that will be gained by the employee.
- Preventing the stress caused by the role uncertainty by creating the job definitions, these are the regulations that can be recommended in an administrative way in order to face less stress caused by business and organization.

As a suggestion for future studies, it is thought that researching other factors affecting innovative work behavior will contribute to both the scientific world and working life.

References

- Akkoç, İ. (2012). Gelişim kültürü ve etik iklimin yenilikçiliğe etkisinde dağıtım adaletinin rolü (The Effects of Development Culture and Ethical Climate on Innovative Behaviour: Mediating Role of Distributive Justice). *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 45-60. Access address: <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423869054.pdf>
- Aktaş, K. (2014). Etik-ahlâk ilişkisi ve etiğin gelişim (Ethic-Moral Relationship and Ethic's Development Process). *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 22-32. Access address: http://www.uysad.com/FileUpload/as907385/File/kadir_aktas.pdf
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 367-403. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.367>
- Bani-Melhem, S., Zeffane, R., & Albaity, M. (2018). Determinants of employees' innovative behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1601-1620. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2017-0079>
- Barnett, T., & Schubert, E. (2002). Perceptions of the ethical work climate and covenantal relationships. *Journal of Business Ethics*, 36(3), 279-290. <https://doi.org/10.1023/A:1014042613106>
- Biçer, M. (2017). *Etik iklim, örgütsel öğrenme ve yenilikçi davranış ilişkisi üzerine bir araştırma* (A research on the relationship between ethical climate, organizational learning and innovative behavior). (Unpublished doctoral dissertation), Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Osmaniye. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Bilgen, A. (2014). *Çalışanların etik liderlik ve etik iklim algılamalarının örgütsel bağlılıklarına etkisi: özel ve kamu sektöründe karşılaştırmalı bir uygulama*. (The effects of employees' perceptions of ethical leadership and ethical climate on the organizational commitment: A comparative application on the private and the public sectors). (Unpublished master's thesis), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Büte, M. Etik iklim, örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişki (Ethical climate, organizational trust and individual relationship between performance). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 171-192. Access address:
- Chou, C. Y., Huang, C. H., & Lin, T. A. (2018). Organizational intellectual capital and its relation to frontline service employee innovative behavior: consumer value co-creation behavior as a moderator. *Service Business*, 12(4), 663-684. <https://doi.org/10.1007/s11628-018-0387-4>
- Cullen, J. B., Parboteeah, K. P., & Victor, B. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 127-141. <https://doi.org/10.1023/A:1025089819456>
- Çapraz, B., Ünnü, N. A. A., İlic, D. K., Kocamaz, M., Çiçekli, U. G., Aracıoğlu, B. at al. (2014). Çalışanlar perspektifinden inovatif iş davranışının belirleyicileri: İzmir ilindeki öncelikli sektörlerle ilişkin bir araştırma (Innovative Work Behavior Determinants from the Perspective of Employees: A Research on Prior Industries in Izmir). *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 3(1), 49-72. Access address: <http://betadergi.com/jeim/yonetim/icerik/makaleler/19-published.pdf>
- Çevirgen, A., & Üngüren, E. (2009). Konaklama İşletmelerinde Etik İklim ve İş Tatmini İlişkisi (Between ethical climate and satisfaction in accommodation businesses relationship) 10. *Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), 273-283. Access address: https://www.yyu.edu.tr/images/files/TURIZM_ETIGI.pdf

- De Clercq, D., Dimov, D., & Belausteguigoitia, I. (2016). Perceptions of adverse work conditions and innovative behavior: The buffering roles of relational resources. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 515-542. <https://doi.org/10.1111/etap.12121>
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and innovation management*, 19(1), 23-36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*, 8(1), 1-27. Access address: <http://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h200820.pdf>
- De Jong, J.P. (2006), The decision to innovate, literature and propositions. *Scales-Initiative Report*, 5-38. Access address: <https://ideas.repec.org/p/eim/papers/h200607.html>
- Dictionary of Business (2002). *Oxford business dictionary*, Third Edition, New York: Oxford University Press.
- Drucker, P.F. (1998) The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 76(6), 149-157. <https://doi.org/10.1002/ltl.40619980906>
- Engelen, A., Weinekötter, L., Saeed, S., & Enke, S. (2018). The effect of corporate support programs on employees' innovative behavior: a cross-cultural study. *Journal of Product Innovation Management*, 35(2), 230-253. <https://doi.org/10.1111/jpim.12386>
- Eren, S. S., & Hayatoğlu, Ö. (2011). Etik iklimin satış elemanlarının iş tutumlarına ve iş performanslarına etkisi: İlaç sektöründe bir uygulama (The Effect Of Ethical Climate On Salesperson's Job Attitudes, And Job Performance: An Application In Pharmaceutical Sector). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 109-128. Access address: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1145941>
- Eyidoğan, Ö. (2013). *Etik iklimin örgütsel iletişim üzerindeki etkisi* (The impact of ethical climate on organizational communication). (Unpublished master's thesis), Marmara Üniversitesi, İstanbul. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate data analysis*, New Jersey: Pearson Education.
- Hrnjic, A., Pilav-Velic, A., Djideliija, I., & Jahic, H. (2018). Innovative Behavior and Employee Job Satisfaction in Telecommunications Sector. *Economic Review: Journal of Economics and Business*, 16(1), 19-30. Access address: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/193880/1/econ-review-v16-i1-p019-030.pdf>
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302. <https://doi.org/10.1348/096317900167038>
- Kalaycı, Ş., (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (SPSS Applied Multivariate Statistics Techniques). (3.Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kanter, R. M. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. *Knowledge Management and Organisational Design*, 10, 93-131. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-9749-1.50010-7>
- Karadut, G. (2014). *Etik iklimin ve örgütsel adalet algılarının çalışanların iş tatminine etkisi: konaklama işletmelerinde ampirik bir uygulama* (The effect of ethical climate and organisational justice on employees' job satisfaction: An empirical study in hospitality sector). (Unpublished master's thesis), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>

- Kılıç, R., & Keklik, B. (2012). Kobi'lerde genel firma özelliklerinin inovasyon uygulamalarına etkisi: Balıkesir ilinde bir araştırma (The Effect Of General Firm Specialities On Innovation Applications In Sme's:A Research In Balıkesir). *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39, 93-118. Access address: http://iibf.erciyes.edu.tr/dergi/sayi39/ERUJFEAS_Jan2012_93to118.pdf
- Kökalan, Ö., & Şevik, Ü. (2019). The effects of perceived organisational justice and ethical climate on job satisfaction, turnover intention and job performance. *Middle East Journal of Management*, 6(4), 436-450. <https://doi.org/10.1504/MEJM.2019.100815>
- Lukes, M., & Stephan, U. (2017). Measuring employee innovation: a review of existing scales and the development of the innovative behavior and innovation support inventories across cultures. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 136-158. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-11-2015-0262>
- Martin, K. D., & Cullen, J. B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 175-194. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9084-7>
- Neubaum, D., Mitchell, M., & Schminke, M. (2004). Firm newness, entrepreneurial orientation, and ethical climate. *Journal of Business Ethics*, 52(4), 335-347. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-1532-7>
- Öğüt, A., & Kaplan, M. (2011). Otel işletmelerinde etiksel iklim algılamaları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin analizi: Kapadokya örneği (The Relationship Between Perceptions Of Ethical Climate Types And Organizational Commitment In Hotel Businesses: The Case of Cappadocia) *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 191-206. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Öztürk, E. (2006). Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli (Multiple Linear Regression Model) Ş.Kalaycı (Ed). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (SPSS Applied Multivariate Statistics Techniques) içinde. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Özyer, K. (2010). *Etik iklim ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide örgütsel bağlılık ve iş tatmininin düzenleyici rolü* (The moderator role of organizational commitment and job satisfaction upon the relation between ethical climate and turnover intention). (Unpublished doctoral dissertation), Hacettepe Üniversitesi, Ankara. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Radaelli, G., Lettieri, E., Mura, M. & Spiller, N. (2014). Knowledge sharing and innovative work behaviour in healthcare: a micro-level investigation of direct and indirect effects. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 400-414. <https://doi.org/10.1111/caim.12084>
- Ramamoorthy, N., Flood, P. C., Slattery, T., & Sardesai, R. (2005). Determinants of innovative work behaviour: Development and test of an integrated model. *Creativity and Innovation Management*, 14(2), 142-150. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2005.00334.x>
- Sabuncuoğlu, Z. (2009). *Turizm işletmelerinde örgütsel davranış* (Organizational behavior in tourism businesses). Bursa: MKM Yayınları.
- Scott, S. G. & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607. <https://doi.org/10.2307/256701>
- Sökmen, A. (2016). *Meslek etiği (örgütsel ve yönetsel etik kurumsal sosyal sorumluluk)* (Professional ethics: Organizational and managerial ethics, corporate social responsibility). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tekin, İ. Ç., & Akgemci, T. (2019). Örgütsel bağlılığın yenilikçi iş davranışına etkisi. (The Effect of Organizational Commitment On Innovative Work Behaviour) *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1709-1739. <https://doi.org/10.15295/bmij.v7i4.1189>

- Torun, M.K. (2013). *Turizm alanında lisans ve önlisans eğitimi veren kurumlarda etik iklimin kuruma güven üzerindeki etkisi* (The effect of ethical climate on organizational trust in institutions training graduate and undergraduate education). (Unpublished master's thesis), Düzce Üniversitesi, Düzce. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Tsalikis, J., & Fritzsche, D. J. (2013). *Business ethics: A literature review with a focus on marketing ethics*. In Citation Classics from the Journal of Business Ethics, Ed. Michalos A. C.& Deborah C. P. (337-404). Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-4126-3_17
- Tütüncü, Ö. ve Savran, G. (2007). Etik iklim ve tükenmişlik sendromunun kalite yönetim sistemi üzerine etkileri: Bir laboratuvar uygulaması (Quality Of Ethical Climate And Burnout Syndrome Syndrome Effects On The Management System: One Laboratory Application). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(4), 177-218. Access address: <http://hdl.handle.net/20.500.12397/5577>
- Ungureanu, M., Pop, N., & Ungureanu, N. (2016). Innovation and technology transfer for business development. *Procedia Engineering*, 149, 495-500. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.06.697>
- Unsworth, K. L., & Parker, S. K. (2003). Proactivity and innovation: Promoting a new workforce for the new workplace. The new workplace: A guide to the human impact of modern working practices, in Holman, T., Wall, T. D., Clegg, C. W., Sparrow, P. & Howard, A. (Eds), *The new workplace: A guide to the human impact of modern work practices*, s. 175-196. Chichester: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470713365.ch10>
- Van de Ven, A. H. (1986). Central problems in the management of innovation. *Management Science*, 32(5), 590-607. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.590>
- Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 101-125. <https://doi.org/10.2307/2392857>
- West, M. A. (2002). Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups. *Applied Psychology*, 51(3), 355-387. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00951>
- West, M. A., & Anderson, N. R. (1996). Innovation in top management teams. *Journal of Applied Psychology*, 81(6), 680-693. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.81.6.680>
- West, M. A., & Wallace, M. (1991). Innovation in health care teams. *European Journal of Social Psychology*, 21(4), 303-315. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420210404>
- Wojtczuk-Turek, A. (2012). Innovative work behavior and psychological capital—analysis of relationships. *Organizacja i Zarządzanie: Kwartalnik Naukowy*, 3(19), 71-88. Access address: <http://oamquarterly.polsl.pl/wp-content/uploads/2018/01/05-Wojtczuk-Turek-KN19.pdf>
- Yağmur, A. (2013). *Etik liderliğin ve etik iklimin etik dışı davranışlara etkisi: Ampirik bir çalışma* (The effects of ethical leadership and ethical climate on unethical behaviors: An empirical study). (Unpublished master's thesis), Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Kocaeli. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Yeşil, S., Mavi, Y., & Ceylan, S. (2017). Etik iklim algısı ve bireysel sonuçlar üzerine etkileri (The Perception of Ethical Climate And Its Effects On Individual Results). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 51, 19-38. Access address: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/279307>
- Yurdakul, M. (2013). *İş ahlakında etik iklim: bireysel ve kurumsal özellikler açısından etik iklimin bankacılık sektöründe araştırılması* (Ethical climate in business ethics: Research on ethical climate in banking sector regarding individual and institutional characteristics). (Unpublished master's thesis), İstanbul Üniversitesi, İstanbul. Access address: <https://tez.yok.gov.tr/>

Tüketicilerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Görgül Bir Araştırma¹

Dr. Zehra TÜRK²

Başvuru Tarihi: 22.06.2019

Kabul Tarihi: 06.07.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Duygusal zekâ, kendi duygularının farkında olma, yönetme, düzenleme ve diğer insanların duygularını anlayabilme yeteneği olarak değerlendirilmektedir. Tüketiciler, her zaman rasyonel kararlarla değil, duygusal dürtülerin etkisi altında kalarak plansız, hedonik, faydacı ve kompulsif satın alma davranışı da sergileyebilmektedirler. Bu çalışmada, tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin satın alma davranışlarında ne kadar etkisi olduğu araştırılmaktadır. Bu amaçla alan araştırması gerçekleştirilmiş, elde edilen veriler korelasyon ve regresyon analizleri ile test edilmiştir. Araştırmaya 488 tüketici katılmıştır. Araştırma sonucunda, duygusal zekâ ile tüketici satın alma davranışları arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekâ alt boyutlarının, tüketici satın alma davranışlarından hedonik, faydacı, kompulsif ve plansız satın alma davranışları üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Hedonik, Faydacı, Kompulsif, Plansız Satın Alma Davranışı

Atıf: Türk, Z. (2020). Tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Görgül bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 65-82.

¹ Bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş makale olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO, zehratürk@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0769-1620

The Effect of Emotional Intelligence Levels on Buying Behaviours of Consumers: An Empirical Study

Dr. Zehra TÜRK

Submitted by: 22.06.2019

Accepted by: 06.07.2020

Article Type: Research Article

Abstract

Emotional intelligence is considered as the ability to be aware of, manage, and understand other people's feelings. Consumers can always exhibit unplanned, hedonic, utilitarian and compulsive buying behavior by being influenced not by rational decisions but also by emotional impulses. In this study, the effect of emotional intelligence levels of consumers on buying behavior is investigated. For this purpose, field research was conducted and the data were tested with correlation and regression analysis. 488 consumers participated in the study. As a result of the research, it was found that there was a relationship between emotional intelligence and consumer buying behavior. It has been concluded that emotional intelligence sub-dimensions have an effect on hedonic, utilitarian, compulsive and unplanned buying behaviors of consumer buying behaviors

Keywords: *Emotional Intelligence, Hedonic, Utilitarian, Compulsive, Impulse Buying Behavior*

Giriş

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve küreselleşmenin etkisi ile birlikte tüketim toplumu ortaya çıkmıştır. Günümüzde tüketim anlayışı, sadece ihtiyaç duyulan ürünlerin satın alınmasından ziyade, sosyal, psikolojik ve duygusal ihtiyaçları karşılamaya yönelik gerçekleşmektedir. Bu durum, tüketicilerin satın alma davranışı gerçekleştirirken fonksiyonel davranamamalarına, daha çok duyguların ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Tüketiciler bazı durumlarda faydacı tüketim anlayışına sahip iken, bazı durumlarda hedonik (hazcı) satın alma davranışı sergilemektedirler. Hedonik tüketim anlayışında ürünün fonksiyonlarından ziyade, duygularda uyandırdığı arzu ve istek ön planda olmaktadır. Yapılan araştırmalarda tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin hedonik satın alma davranışları ile ilişkili olduğu ve satın alma davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir (Seven, 2019; Büyüker İşler ve Atilla, 2013).

Bazı tüketiciler için alışveriş, bir ihtiyaç olmaktan çıkıp psikolojik rahatsızlık boyutuna ulaşmaktadır. Kompulsif satın alma rahatsızlığı olan tüketicilerin, ihtiyaç duymadıkları ürünleri satın aldıkları ve sonradan pişmanlık duydukları bilinmektedir. Duygusal zekanın kompulsif satın alma davranışı üzerinde kısmen etkisinin olduğunu ortaya koyan araştırmalar mevcuttur (Uslu Divanoğlu, İçerli ve Arsu, 2018).

Bazı durumlarda ise tüketicilerin alışveriş esnasında ani karar vererek plansız satın alma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu tür tüketici satın alma davranışlarında, fonksiyonel satın alma eğiliminden ziyade duyguların ön planda olduğu bir alışveriş anlayışı hâkimdir. Duygusal, sosyal ve psikolojik faktörler, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Duygusal zekanın plansız satın alma davranışı üzerinde hemen hemen hiç etkisinin olmadığı sonucuna ulaşan çalışmalar olduğu gibi (Uslu Divanoğlu vd., 2018), duygusal zeka alt boyutlarının plansız satın alma davranışını etkilediği ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Peter ve Krishnakumar, 2010; Büyüker İşler ve Atilla, 2013).

Literatürde duygusal zekânın hedonik (Seven, 2019), faydacı, kompulsif (Uslu Divanoğlu vd., 2018) ve plansız satın alma (Oralkan, 2017; Büyüker İşler ve Atilla, 2013) davranışları üzerindeki etkisi farklı örneklem gruplarına yönelik ayrı ayrı ele alınmıştır. Bu çalışmada aynı örneklem grubunda, duygusal zekânın farklı satın alma davranışları üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Duygularının farkında olma, başkalarının duygularını anlayabilme, duygularını düzenleyebilme ve duyguların kullanımı gibi özellikleri içerisinde barındıran duygusal zekâ düzeyinin, tüketicilerin hedonik, faydacı, kompulsif ve plansız satın alma davranışı üzerindeki etkisi incelenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Duygusal Zekâ Kavramı

Duygusal zekâ kavramı, literatürde ilk defa Salovey ve Mayer (1990)'in çalışmasında kullanılmıştır. Duygusal zekâ, uyumlaştırıcı yetenekler ile duyguların değerlendirilmesini, kendini ifade etme özelliği ile duyguların düzenlenebilmesini ve yaşam boyunca karşılaşılabilecek problemlerle baş edilebilmesi için duyguların olumlu kullanılabilmesini içermektedir (Druskat, Mount ve Sala, 2013, s.28).

Duygusal zekâ ile ilgili yazında pek çok farklı tanım bulunmaktadır. Bazı araştırmacılara göre duygusal zekâ, başkalarının duygularını doğru şekilde anlayabilme ve kendi duygularını başarılı bir şekilde aktarabilme yeteneği olarak değerlendirilmektedir (Law, Wong ve Song, 2004, s.485). Bazı araştırmacılar ise duygusal zekâyı; yapılan işin verimli olmasını, liderliği ve çalışma performansında etkisi olan bir zeka türü olduğunu belirtmektedirler (Goleman, 1995; Cooper ve Sawaf, 1997; Gates, 1995; Sosik ve Megerian, 1999).

Salovey ve Mayer (1990)'e göre duygusal zekâ, “bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını gözlemleyerek değerlendirebilme, bu duygular arasında ayırım yapabilme ve bunu düşünce ve davranışlarında örnek olarak kullanabilme yetenekleri” olarak ifade edilmektedir. Schutte vd. (1998) ise duygusal zekâyı, duyguların anlamını ve sahip olduğu gücü sosyal hayatın bir kaynağı olarak anlamlandırma ve duyguları kullanma yeteneği olarak değerlendirmektedir.

Duygusal zekâ, kişilerin kendi duyguları ile birlikte, empati kurduğu kişilerin duygularını değerlendirerek günlük hayatı içerisindeki davranışlarının gelişimine katkı sağlamaktadır (Tokmak, 2018, s. 168). Duygusal zekâ, duyguların ve düşüncelerin bir arada değerlendirilmesini sağlayan yetenekler toplamıdır (Kılıç, 2015, s. 61).

Salovey ve Mayer (1990)'in duygusal zekâ modeli dört alt boyuttan oluşmaktadır. Bunları kısaca şu şekilde açıklamak mümkündür (Çetinkaya ve Alparslan, 2011, s.370; Goleman, 1998, s. 73; Tunç, 2018, s. 36):
Empatik Duyarlılık: Empatik duyarlılıkta kişinin başkalarının duygularını anlayabilmesi için, kendisini başkalarının yerine koyarak düşünmesi ve buna göre davranışlar sergilemesi ön plandadır (Yeşilyaprak, 2001, s.141).

Duygusal Düzenleme: Kişilerin duygularını çevresiyle iletişim halinde iken nasıl aktaracağı ile ilgilidir. İnsanları etkilemek, gönlünü kazanmak, etkili hitabet gibi dolaylı yollardan karşıdaki kişiler üzerinde olumlu izlenim oluşturmak bu boyut içerisinde yer almaktadır (Goleman, 1998, s.74).

Duyguların Kullanımı: Bu boyutta kişinin duygularını kontrol edebilmesi ve istediği şekilde yönetebilmesi söz konusudur. Duyguların kontrollü bir şekilde ve birbirleri ile uyum içerisinde kullanılmasını ifade etmektedir (Goleman,1998, s.74).

Duygusal Farkındalık: Bu boyutta kişiler kendi duygularının farkındadırlar ve sergileyecekleri davranışların kökeninde kendi duygularının olduğunu bilmektedirler. Kişinin kendini tanıması ve duygularını ifade ederken doğru değerlendirmesi, duygusal zekânın temelini oluşturmaktadır (Goleman, 1998, s.73).

Tüketici Satın Alma Davranışları

Tüketici davranışı kavramı, insanların ihtiyaç ve taleplerini karşılamak amacıyla; ürünleri, hizmetleri, fikirleri satın alma, kullanma ve elden çıkarma faaliyetlerini içeren süreci ifade etmektedir (Solomon, Dahl, White, Zaichkowsky ve Polegato, 2014, s. 33). Satın alma davranışı, bireylerin seçtikleri ürün ve hizmetlerle ihtiyaçlarını karşılamaya çalışma yoludur (Mataracı, 2017, s. 17). Tüketici davranışı ile ilgili yapılan çalışmalar, sadece satın alma aşamasında gerçekleşen olayları değil, aynı zamanda satın almadan önceki ve sonraki durumları, bu aşamalarla ilgili deneyimleri ve bu sürece etkide bulunan çeşitli faktörleri de ele almakta ve incelemektedir (Koç, 2012, s. 22).

Tüketici davranışları literatürü incelendiğinde, tüketicilerin satın alma faaliyetlerini değişik tarzlarda gerçekleştirdikleri ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerin farklı alışveriş davranışı sergilemelerinde kişisel özelliklerden kaynaklanan farklılıkları ile birlikte birçok faktör etkili olabilmektedir. Geleneksel tüketici davranışı anlayışında tüketici, rasyonel davranışlar sergileyen kişiler olarak tanımlanmaktadırlar. Ancak yapılan çalışmalar, tüketicilerin alışverişlerde her zaman rasyonel davranmadıklarını, çoğu zaman duygusal faktörlerin etkisi altında kalarak plansız, hedonik-faydacı ve kompulsif satın alma davranışı sergilediklerini ortaya koymaktadırlar (Okutan, Bora ve Altunışık, 2013, s.121).

Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen duygusal dürtülerden hedonik, faydacı, kompulsif ve plansız satın alma davranışlarını kısaca şu şekilde açıklamak mümkündür.

Hedonik Satın Alma Davranışı: Hedonizm, genel itibarıyla duygular yolu ile mutluluğu ve memnuniyeti ifade etmektedir. Hedonik satın alma davranışında tüketicilerin ürün tercihlerini duygusal arzular etkilemektedir. Bu satın alma davranışında insanlar, ürünün fonksiyonel özelliklerinden ziyade duygusal olarak tatmin olma amacıyla satın alma faaliyetini gerçekleştirmektedirler (Coley, 2002, s. 33). O'Shaughnessy ve Jackson O'Shaughnessy (2012, s. 78-79) insanların duygularının satın alma davranışların üzerinde etkili olduğunu, onların tercihlerinde yönlendirici rol oynadığını ve diğer dürtüleri de tetikleyebileceğini belirtmektedirler. Hedonik satın almada tüketimin insanlar üzerinde duygusal olarak mutluluk sağladığını, insanların kendi tarzlarının yansıtıldığı bir davranış şekli olduğu vurgulanmaktadır (Hirschman ve Holbrook, 1982, s. 92).

Faydacı Satın Alma Davranışı: Faydacı satın alma davranışında tüketiciler satın alma faaliyetini görev olarak değerlendirmekte, rasyonel davrandıkları taktirde görevi başarı ile tamamlamış olmanın mutluluğunu yaşamaktadırlar (Arnold ve Reynolds, 2003, s. 80). Bu satın alma davranışında tüketiciler için alışveriş aktivitesine biçilen değer rasyonalitenin gerçekleşmesi ile ilişkilidir (Babin, Darden ve Griffin, 1994, s. 644). Faydacı satın alma davranışında, fonksiyonellik ön plandadır ve duygusal faktörler etkili değildir (Crowley, Spangenberg ve Hughes, 1992, s. 239). Tüketiciler rasyonel davrandıklarında yaptıkları aktivitenin faydacı boyutunu yerine getirmiş olmaktadır (Ahtola, 1985, s. 8).

Kompulsif Satın Alma Davranışı: Kompulsif satın alma davranışında, olumsuz sonuçlar doğuracağını göz ardı ederek kişinin satın almaya karşı koyamadığı, genellikle ihtiyacı olmayan veya kullanmayacağı ürünleri tekrar eden bir şekilde satın alma veya aşırı miktarlarda satın alma davranışı olarak tanımlanmaktadır (Eroğlu, 2016, s. 254). O'Guinn ve Faber (1989, s. 148), sürekli tekrarlanan ve sonucunda kişiye zarar verecek sonuçlar doğurabilen ama kişinin satın almadan kendini alıkoyamadığı davranış biçimidir. Black (2001, s. 18) ise, satın alma dürtüsünün, davranışının ya da satın alma ile ilgili endişelerin kişiler tarafından kontrol edilememesi durumu olarak tanımlamıştır.

Kompulsif satın alma eğilimi yüksek olan tüketicilerin, satın almadan önce müthiş bir istek duydukları, baskı hissettikleri, satın alma esnasında çok keyif aldıkları ve sonrasında yoğun bir utanç ve pişmanlık hissettikleri belirtilmektedir (Kearney ve Stevens, 2012, s. 236). Bu utanç ve pişmanlık duyguları nedeniyle bazı kompulsif tüketiciler, geri verme ihtimali olan ürünleri satın almaya özen göstermektedirler (Ünsalver, 2011, s. 121). Kompulsif satın alma davranışına yönelik yapılan araştırmalarda, aşırı kaygı veya anksiyete eğiliminin yüksek olması (O'Guinn ve Faber, 1989, s. 147; Scherhorn, Reisch ve Raab, 1990, s. 359; Valence, D'astous ve Fortier, 1988, s. 430) ve tüketicinin depresyon durumunun yüksek olması (Glatt ve Cook, 1987, s. 1257; Mueller vd., 2010, s. 139) kompulsif satın alma davranışının nedenleri arasında yer almaktadır. Kompulsif satın alma eğiliminde olan kişiler, alışveriş yapmadığı dönemlerde kendilerini yalnız ve depresif hissetmektedirler (Bilgen, 2014, s. 41; Glatt ve Cook, 1987, s. 1257).

Plansız Satın Alma Davranışı: Bu satın alma davranışında tüketiciler mağazada gerçekleştirecekleri alışveriş faaliyeti için önceden herhangi bir plan yapmazlar ve satın alma mağaza içerisinde aniden gerçekleşmektedir (Clover, 1950, s. 66). Piron (1991, s. 509), plansız satın alma davranışını aniden gelişen duygusal uyarılar neticesinde gerçekleşen satın alma faaliyeti olarak değerlendirmektedir. Kacen ve Lee (2002, s.163)'ye göre plansız satın alma davranışı, tüketicinin ürüne hemen sahip olma duygusunun ağır basması sonucu gerçekleşmektedir. Genel olarak plansız satın alma davranışı; tüketicilerin aniden gelişen ürüne sahip olma duyguları neticesinde genellikle satın alma sonucunda pişmanlık duygularının ağır bastığı bir alışveriş faaliyeti olarak değerlendirilmektedir (Şenel, 2018, s. 38).

Tüketicileri plansız satın almaya yönlendiren birçok neden vardır. Beatty ve Ferrel'e (1998, s. 170) göre plansız satın almanın nedeni ürüne duyulan ihtiyaç değil, o anda ortaya çıkan duygusal dürtülerdir. Bayley ve Nancarrow (1998, s.100) ise, ürünle karşılaşıldığı anda hissedilen eksiklik sonucu plansız satın almanın gerçekleştiğini belirtmektedir.

Yazın Taraması ve Araştırmanın Hipotezleri

Ulusal ve uluslararası literatürde duygusal zekâ ile tüketici satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Seven (2019: 59) tarafından yapılan tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ve hedonik satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik araştırmada istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Duygusal zekâ düzeyi alt boyutlarından başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanılması alt boyutu ile hedonik satın alma davranışı arasında pozitif, duyguların düzenlenmesi ve kendi duygularını değerlendirme boyutları ile negatif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bearden, Netemeyer ve Mobley (1999) tarafından yapılan araştırmada duygusal zekâ düzeyi ile kompulsif satın alma davranışı arasında negatif yönlü 0.23 oranında ilişki olduğu belirlenmiştir. Nair ve Dass (2015) tarafından tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile plansız satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan araştırmada negatif yönlü ve 0.83 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oralkan (2017), tarafından üniversite öğrencilerine yönelik yapılan bir araştırmada da, tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile plansız satın alma davranışları arasındaki ilişki incelenmiş ve negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatürde tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile faydacı satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 1: Duygusal zekâ ve alt boyutları ile tüketici satın alma davranışları; hedonik (H1a), faydacı (H1b), kompulsif (H1c), plansız satın alma (H1d) davranışı arasında anlamlı derecede ilişki vardır.

Seven (2019: 61) tarafından giyim alışverişi yapan üniversite öğrencilerine yönelik yapılan bir araştırmada, tüketicilerin duygusal zekâ alt boyutlarının hedonik satın alma davranışı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma neticesinde, duygusal zekâ alt boyutlarından kendi duygularının değerlendirilmesi (duygusal farkındalık) boyutunun hedonik satın alma davranışı üzerinde negatif yönlü ve 0.16 düzeyinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Başkalarının duygularını değerlendirme (empatik duyarlılık) boyutunun hedonik satın alma davranışı üzerinde pozitif yönlü 0.17 düzeyinde etkili olduğu, duyguların kullanılması boyutunun pozitif yönde 0.20 düzeyinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Duyguların düzenlenmesi boyutunun hedonik satın alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı belirtilmiştir. Literatürde yer alan bu araştırma çerçevesinde bu çalışma için aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir. Kidwell, Hardesty ve Childers (2008) tarafından yapılan araştırmada, tüketicilerin duygusal zekâları ile gıda ürünü tercihleri incelenmiş, duygusal zekâ düzeyleri yüksek olan katılımcıların hedonik satın alma davranışından ziyade faydacı satın alma davranışlarının daha fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Lim ve Kim (2020) tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin hedonik ve faydacı satın alma davranışı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında, duygusal zekânın faydacı satın alma davranışını 0.17 oranında etkilediği ancak hedonik satın alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Literatürde yapılan araştırmalar çerçevesinde duygusal zekâ alt boyutlarının hedonik ve faydacı satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 2: Duygusal zekâ alt boyutları, hedonik satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Hipotez 3: Duygusal zekâ alt boyutları, faydacı satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Bearden ve diğerleri (1999) tarafından duygusal zekâ düzeyinin kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan araştırmada, duygusal zekâ düzeyi yüksek olan tüketicilerin daha düşük seviyede kompulsif satın alma davranışı sergiledikleri tespit edilmiştir. Duygusal zekânın kompulsif satın almayı negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Uslu Divanoğlu ve diğerleri (2018) tarafından alışveriş merkezlerini ziyaret eden tüketicilere yönelik yapılan araştırmada, duygusal zekâ düzeyi yüksek tüketicilerin kendi duygularını değerlendirme yeteneklerine sahip olduklarından kompulsif satın alma davranışı sergilemedikleri, düşük duygusal zekâyâ sahip olan tüketicilerin ise kendi duygularını kontrol edemediklerinden dolayı kompulsif satın alma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Literatürde yapılan araştırmalar çerçevesinde, tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki etkisini test etmek amacıyla aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 4: Duygusal zekâ alt boyutları, kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Büyüker İşler ve Atilla (2013, s.202) tarafından yapılan araştırmada, genç tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile plansız satın alma davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda, duygusal zekâ alt boyutlarından empatik duyarlılık ve duyguların kullanımı boyutlarının plansız satın alma davranışlarını arttırıcı etki gösterdiği tespit edilmiştir. Peter ve Krishnakumar (2010) tarafından öğrencilerin duygusal düzeylerinin plansız satın alma davranışları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan araştırmada, pozitif yönlü ve anlamlı derecede 0.21 düzeyinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatüre bu alanda katkı sunmak amacıyla yapılan bu çalışmada, aşağıda yer alan hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir.

Hipotez 5: Duygusal zekâ alt boyutları, plansız satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Metodoloji

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Ayrıca duygusal zekâ alt boyutlarının tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek araştırmanın diğer amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Alan araştırması, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ve alt boyutlarına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla Schutte vd.(1998) tarafından geliştirilen “Duygusal Zekâ Ölçeği” kullanılmıştır. Tüketicilerin satın alma davranışlarını tespit edebilmek için; Babin vd. (1994) tarafından geliştirilen “Hedonik-Faydacı Satın Alma Davranışı Ölçeği”, Valence ve diğerleri (1988) tarafından geliştirilen “Kompulsif Satın Alma Davranış Ölçeği” ile Rook ve Fisher (1995) tarafından geliştirilen “Plansız Satın Alma Davranışı Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmanın amaçlarına yönelik geliştirilen hipotezlerin test edilebilmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Aracı

Araştırma Muğla il merkezinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Muğla il merkezinde yer alan tüketiciler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Muğla merkez nüfusu 2017 yılında 109.979 kişidir (TÜİK, 2017). Muğla il nüfusunun tamamına anket uygulamak mümkün olmadığı için kolayda örnekleme yöntemi ile örneklem seçilmiştir. Örneklem ana kütleyi temsil etme sayısının 383 anket olduğu belirlenmiştir (www.surveysystem.com). Anket formu 500 kişiye dağıtılmış ancak 488 anketin analiz edilmeye elverişli olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya 488 anketin verileri analiz edilerek devam edilmiştir. Anket formu tüketicilerle yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümünde “Duygusal Zekâ Ölçeği”nde yer alan ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde tüketici satın alma davranışlarını belirlemek amacıyla “Hedonik-Faydacı Tüketici Davranışı Ölçeği”, “Kompulsif Satın Alma Davranışı Ölçeği” ve “Plansız Satın Alma Davranışı Ölçeği”nde yer alan ifadeler yer almaktadır. Son bölümde ise yaş, öğrenim durumu, cinsiyet, medeni durum, meslek, gelir durumu vb. sorulardan oluşan demografik bilgiler yer almaktadır. Anket formunda yer alan ölçeklere ilişkin bilgiler şu şekildedir:

Duygusal Zekâ Ölçeği: Araştırmaya katılan tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin belirlemek amacıyla Schutte ve diğerleri (1998) tarafından oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte 33 ifade yer almaktadır. Ölçek orijinalinde; empatik duyarlılık, duygusal düzenleme, duyguların kullanımı ve duygusal farkındalık olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Empatik duyarlılık boyutunda 6 ifade, duygusal düzenleme boyutunda 13 ifade, duyguların kullanımı boyutunda 8 ifade ve duygusal farkındalık boyutunda 6 ifade yer almaktadır.

Hedonik-Faydacı Tüketici Davranışı Ölçeği: Tüketicilerin hedonik ve faydacı satın alma davranışlarını belirlemek için Babin ve diğerleri (1994, s.649) tarafından geliştirilen, Akgül (2014, s.228) tarafından Türkçe’ye çevrilip, güvenilirliği ve geçerliliği test edilen ölçek kullanılmıştır. Ölçekte, hedonik satın alma davranışını ölçen 10 ifade, faydacı satın alma davranışını ölçen 5 ifade olmak üzere toplam 15 ifade yer almaktadır.

Kompulsif Satın Alma Davranışı Ölçeği: Valence ve diğerleri (1988, s.426) tarafından geliştirilen, Arslan ve Öz (2016, s. 345) tarafından Türkçe’ye uyarlanan ölçekte kompulsif satın alma davranışını ölçmeye yönelik 13 ifade yer almaktadır ve tek boyut olarak değerlendirilmiştir.

Plansız Satın Alma Davranışı Ölçeği: Rook ve Fisher (1995) tarafından geliştirilmiş, Torlak ve Tiltay (2010) tarafından Türkçe’ye çevrilerek, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçekte 9 ifade yer almakta ve tek boyuttan oluşmaktadır.

Anket formunda duygusal zekâ ölçeği ve tüketici satın alma davranışlarına yönelik kullanılan ölçekler 5’li likert sistemi ile değerlendirilmiştir ve 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum’u ifade etmektedir.

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen veriler IBM SPSS 22. 0 istatistik paket programı ile analiz edilmiş ve %95 güven aralığında değerlendirmeler yapılmıştır.

Demografik veriler

Araştırmaya 488 tüketici katılmıştır. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş, cinsiyet, medeni durumu vb. demografik bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1
Araştırmaya Katılanların Tüketicilerin Demografik Bilgileri

Cinsiyet	Kişi	Yüzde (%)	Medeni Durum	Kişi	Yüzde (%)
Kadın	128	26.2	Evli	264	54.1
Erkek	360	73.8	Bekâr	224	45.9
Yaş	Kişi	Yüzde (%)	Eğitim Düzeyi	Kişi	Yüzde (%)
20 Yaş ve altı	80	16.4	Önlisans	184	37.7
21- 29 Yaş	144	29.5	Lisans	304	62.3
30 - 39 Yaş	160	32.8			
40 Yaş ve Üzeri	104	21.3			
Görev	Kişi	Yüzde (%)	Gelir Durumu	Kişi	Yüzde (%)
Memur	304	62.3	1000 TL ve altı	16	3.3
Serbest Meslek	28	5.7	1001-1999 TL	64	13.1
İşçi	12	2.5	2000-2999 TL	104	21.3
Öğrenci	144	29.5	3000 ve üzeri	304	62.3
TOPLAM	488	100.0	TOPLAM	488	100.0

Araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özellikleri incelendiğinde Erkek tüketicilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Tüketicilerin medeni durumlarına bakıldığında evli olanların bekâr olanlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde çoğunluğunun 30-39 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin çoğu memurdur. Gelir düzeyleri incelendiğinde ise 3000 TL üzeri gelir düzeyine sahip olan tüketicilerin diğerlerine göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Güvenilirlik analizi ve tanımlayıcı istatistikler

Duygusal zekâ ölçeği güvenilirlik analizi değeri 0.893 çıkmıştır. Cronbach's Alpha değeri 0.80'in üzerinde ise yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (Kalaycı, 2008, s. 405). Tüketici satın alma davranışlarına yönelik kullanılan ölçeklerden Hedonik-Faydacı tüketim Ölçeği güvenilirlik analizi değeri 0.781'dir. Kompulsif tüketime yönelik ifadelerin yer aldığı ölçeğin güvenilirlik değeri 0.827'dir. Plansız satın alma davranışına yönelik ifadelerin güvenilirlik değeri ise 0.653'tür. Cronbach's Alpha değeri 0.60 - 0.80 aralığında ise ölçek oldukça güvenilirdir (Kalaycı, 2008: 405). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada kullanılan "Duygusal Zekâ Ölçeği", Schutte ve diğerleri (1998) tarafından geliştirilmiştir ve ölçek orijinalinde; empatik duyarlılık, duygusal düzenleme, duyguların kullanımı ve duygusal farkındalık olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu çalışmada Schutte ve diğerleri (1998) tarafından oluşturulan boyutlar kullanılarak araştırmanın analizleri gerçekleştirilmiştir. Duygusal zekâ ölçeği ve alt boyutlarına yönelik betimsel istatistik verileri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2
Duygusal Zekâ Ölçeği Betimsel İstatistiği

Duygusal Zekâ Ölçeği	N	Ortalama	S.S.
Empatik Duyarlılık	488	3.73	0.54
Duygusal Düzenleme	488	3.86	0.59
Duyguların Kullanımı	488	3.87	0.57
Duygusal Farkındalık	488	3.91	0.65
Duygusal Zekâ (Genel)	488	3.84	0.52

Duygusal zekâ ölçeğine yönelik betimsel istatistik verileri incelendiğinde, araştırmaya katılan tüketicilerin duygusal zekâ düzeyi ortalama değerinin 3,84 olduğu görülmektedir. 5’li likert sisteminde orta değer 3 olduğu değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin orta değer epey üzerinde olduğu görülmektedir. Duygusal zekâ alt boyutlarından “empatik duyarlılık” ortalama değeri 3,73; “duygusal düzenleme” boyutu ortalama değeri 3,86; “duyguların kullanımı” boyutu ortalama değeri 3,87; “duygusal farkındalık” boyutu ortalama değeri ise 3,84’tür. Duygusal zekâ alt boyutlarının tamamının ortalama değeri orta düzeyin üzerindedir.

Tüketicilerin satın alma davranışına yönelik ifadelerin yer aldığı ölçeklerin betimsel istatistikî bilgileri Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3
Tüketici Satın Alma Davranışı Betimsel İstatistiği

Tüketici Satın Alma Davranışları	N	Ortalama	S.S.
Hedonik (Hazcı) Satın Alma	488	2.84	0.74
Faydacı Satın Alma	488	3.00	0.73
Kompulsif Satın Alma	488	2.31	0.70
Plansız Satın Alma	488	2.37	0.59

Tüketicilerin satın alma davranışlarına yönelik ifadelerin betimsel istatistik değerleri incelendiğinde, hedonik satın alma davranışının ortalama değerinin 2,84 olduğu görülmektedir. Hedonik satın alma davranışı ortalama değeri, orta değer olan 3’e yakındır. Faydacı satın alma davranışı ortalama değeri 3.00’ tür. Faydacı satın alma eğilimi orta değerde yer almaktadır. Kompulsif satın alma davranışına yönelik betimleyici istatistik değeri 2.31’dir. Araştırmaya katılan tüketicilerin kompulsif satın alma eğilimleri orta değer altında yer almaktadır. Plansız satın alma davranışına yönelik betimsel istatistik verileri değerlendirildiğinde, ortalama değer 2.37 olduğu görülmektedir. Plansız satın alma eğilimi de orta değer altında yer almaktadır.

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi

Araştırmada geliştirilen hipotezlerin değerlendirilmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen veriler ve hipotezlere ilişkin sonuçlar aşağıda tablolar ile belirtilmektedir.

Hipotez 1: Duygusal zekâ ve alt boyutları ile tüketici satın alma davranışları; hedonik (H1a), faydacı (H1b), kompulsif (H1c), plansız satın alma (H1d) davranışı arasında anlamlı derecede ilişki vardır.

Hipotez 1’i test etmek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4

Hipotez 1'e Yönelik Korelasyon Analizi Tablosu

Pearson Korelasyon	Hedonik Satın Alma (H1a)	Faydacı Satın Alma (H1b)	Kompulsif Satın Alma (H1c)	Plansız Satın Alma (H1d)
<i>Duygusal Zekâ (Genel)</i>	.090*	.063	-.147**	-.331**
<i>Empatik Duyarlılık</i>	-.019	.163**	-.155**	-.192**
<i>Duygusal Düzenleme</i>	.042	-.015	-.186**	-.393**
<i>Duyguların Kullanımı</i>	.190**	.062	.025	-.233**
<i>Duygusal Farkındalık</i>	.106*	.095*	-.173**	-.236**

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır. **Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Duygusal zekâ ve satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen korelasyon analizi tablosuna göre, duygusal zekâ düzeyi ile hedonik satın alma davranışı arasında, istatistiksel olarak pozitif yönlü ve anlamlı %9 düzeyinde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Hedonik satın alma davranışı ile duygusal zekâ alt boyutlarından duyguların kullanımı arasında pozitif yönlü %19 düzeyinde, duygusal farkındalık alt boyutu ile yaklaşık %11 düzeyinde pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Hedonik satın alma davranışı ile duygusal zekâ alt boyutlarından empatik duyarlılık ve duygusal düzenleme arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Hipotez 1a; duygusal zekâ (genel), duyguların kullanımı ve duygusal farkındalık boyutları için kabul edilirken, empatik duyarlılık ve duygusal düzenleme boyutları için red edilmiştir.

Faydacı satın alma davranışı ile empatik duyarlılık arasında pozitif yönlü ve anlamlı derecede yaklaşık %16 oranında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Empatik duyarlılık boyutu faydacı satın almayı arttırmaktadır. Duygusal farkındalık boyutu ile faydacı satın alma davranışı arasında da pozitif yönlü ve anlamlı derecede yaklaşık %10 düzeyinde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Genel duygusal zekâ düzeyi, duygusal düzenleme ve duyguların kullanımı boyutu ile faydacı satın alma davranışı arasında anlamlı derecede ilişki bulunamamıştır. Hipotez 1b; empatik duyarlılık ve duygusal farkındalık boyutu için kabul edilirken, genel duygusal zekâ düzeyi, duygusal düzenleme ve duyguların kullanımı boyutları için red edilmiştir.

Kompulsif satın alma ile genel duygusal zekâ düzeyi arasında negatif yönlü ve anlamlı derecede yaklaşık %15 seviyesinde ilişki olduğu belirlenmiştir. Duygusal zekâ düzeyi, kompulsif satın alma davranışını azaltmaktadır. Duygusal zekâ alt boyutlarından empatik duyarlılık ile yaklaşık %16, duygusal düzenleme ile yaklaşık %19, duygusal farkındalık ile yaklaşık %17 oranında kompulsif satın alma davranışı arasında negatif yönlü ve anlamlı derecede bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duyguların kullanımı boyutu ile kompulsif satın alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişki bulunamamıştır. Hipotez 1c; genel duygusal zekâ düzeyi, empatik duyarlılık boyutu, duygusal düzenleme boyutu ve duygusal farkındalık boyutu için kabul edilirken, duygusal farkındalık boyutu için red edilmiştir.

Plansız satın alma davranışı ile duygusal zekâ ve alt boyutları arasında negatif yönlü ve anlamlı derecede ilişki olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak duygusal zekâ düzeyinin plansız satın alma davranışını yaklaşık %33 oranında azalttığı görülmektedir. Duygusal zekâ alt boyutlarından; empatik duyarlılık boyu yaklaşık %19, duygusal düzenleme boyutu yaklaşık %39, duyguların kullanımı boyutu yaklaşık %23, duygusal farkındalık boyutu yaklaşık %23 oranında plansız satın alma davranışını azaltmaktadır. Hipotez 1d; duygusal zekâ ve alt boyutlarının tamamı açısından kabul edilmiştir.

Hipotez 2: Duygusal zekâ alt boyutları, hedonik satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Duygusal zekâ alt boyutlarının hedonik satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 5
Hipotez 2'ye Yönelik Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Hedonik Satın Alma Davranışı						
Bağımsız Değişkenler	R²	F	β	t	p	Durbin Watson
<i>Empatik Duyarlılık</i>	.112	15.260**	-.370	-4.331	.000	2.444
<i>Duygusal Düzenleme</i>			-.435	-4.362	.000	
<i>Duyguların Kullanımı</i>			.692	.924	.000	
<i>Duygusal Farkındalık</i>			.226	.233	.001	

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5'de yer alan çoklu regresyon analizine göre, duygusal zekâ alt boyutlarının hedonik satın alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı derecede etkisinin olduğu görülmektedir. Çoklu regresyon modelinde, değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığı Durbin-Watson testi ile belirlenmektedir. Genellikle 1.5 – 2.5 civarında bir Durbin-Watson testi değeri otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Öztürk, 2006, s. 267). Çoklu doğrusal regresyon analizi Durbin-Watson değeri incelendiğinde 2.444 olduğu görülmektedir. Bu değer, istenen aralık içerisinde yer almaktadır. Duygusal zekâ alt boyutlarının, tüketici satın alma davranışlarından hedonik satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği hipotez 2 kabul edilmektedir. R² değeri incelendiğinde, hedonik satın alma davranışının %11. 2'lik kısmı duygusal zekâ boyutları ile açıklanabilmektedir. Beta değerleri incelendiğinde, duygusal zekâ alt boyutlarından empatik duyarlılık boyutundaki 1 birimlik artış, tüketicilerin hedonik satın alma davranışında 0.370 düzeyinde bir azalmaya neden olmaktadır. Duygusal düzenleme boyutundaki 1 birimlik artış, hedonik satın alma davranışında 0.435 oranında bir azalma ortaya çıkarmaktadır. Duyguların kullanımı ($\beta=0.692$) ve duygusal farkındalık ($\beta=0.226$) alt boyutları ise hedonik satın alma davranışını pozitif yönde etkilemektedir.

Hipotez 3: Duygusal zekâ alt boyutları, faydacı satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Duygusal zekâ alt boyutlarının faydacı satın alma davranışı üzerindeki etkisi, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 6
Hipotez 3'e Yönelik Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Faydacı Satın Alma Davranışı						
Bağımsız Değişkenler	R²	F	β	t	p	Durbin Watson
<i>Empatik Duyarlılık</i>	.057	7.304**	.310	3.564	.000	1.593
<i>Duygusal Düzenleme</i>			-.380	-3.743	.000	
<i>Duyguların Kullanımı</i>			.146	1.436	.152	
<i>Duygusal Farkındalık</i>			.096	1.344	.179	

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Duygusal zekâ alt boyutlarının faydacı satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği tablo 6'ya göre, istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Durbin-Watson testi sonucu 1.593'tür ve değişkenler arasında otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Duygusal zekâ alt boyutlarının, tüketici satın alma davranışlarından faydacı satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği çoklu regresyon modeli ile hipotez 3 kabul edilmektedir. R² değeri incelendiğinde, faydacı satın alma davranışının %5,7'lik kısmı duygusal zekâ boyutları ile açıklanabilmektedir. Beta değerleri incelendiğinde, empatik duyarlılık boyutundaki 1 birimlik artışın faydacı satın alma davranışını 0.310 düzeyinde arttırdığı görülmektedir. Duygusal düzenleme alt boyutunun faydacı satın alma davranışı üzerinde negatif etkisinin olduğu görülmektedir. Duygusal düzenleme boyutundaki 1 birimlik artışın faydacı satın alma davranışı üzerinde 0.380 düzeyinde bir azalmaya neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygusal zekâ alt boyutlarından duyguların kullanımı ve duygusal farkındalık boyutlarının faydacı satın alma boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi görülmemiştir.

Hipotez 4: Duygusal zekâ alt boyutları, kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Duygusal zekâ alt boyutlarının kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisi, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 7
Hipotez 4'e Yönelik Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Kompulsif Satın Alma Davranışı						
Bağımsız Değişkenler	R ²	F	β	t	p	Durbin Watson
<i>Empatik Duyarlılık</i>	.148	21.022**	-.218	-2.750	.006	1.625
<i>Duygusal Düzenleme</i>			-.602	-6.498	.000	
<i>Duyguların Kullanımı</i>			.728	7.844	.000	
<i>Duygusal Farkındalık</i>			-.077	-1.188	.236	

p < 0.05 ***p* < 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 7 verilerine göre, duygusal zekâ alt boyutlarının kompulsif satın alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak etkisi olduğu tespit edilmiştir. Durbin-Watson testi sonucu 1.625'tir ve değişkenler arasında otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Duygusal zekâ alt boyutlarının, tüketici satın alma davranışlarından kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği çoklu regresyon modeli ile hipotez 4 kabul edilmektedir. R² değeri incelendiğinde, kompulsif satın alma davranışının %14. 8'lik kısmı duygusal zekâ boyutları ile açıklanabilmektedir. Beta değerleri incelendiğinde, empatik duyarlılık boyutundaki 1 birimlik artışın kompulsif satın alma davranışını 0.218 oranında azalttığı görülmektedir. Duygusal düzenleme boyutundaki 1 birimlik artışın kompulsif satın alma davranışı üzerinde 0.602 oranında azalmaya sebep olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekâ alt boyutlarından duyguların kullanımı boyutunun (0.728), kompulsif satın alma davranışını arttırdığı görülmektedir. Duygusal farkındalık boyutunun kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Hipotez 5: Duygusal zekâ alt boyutları, plansız satın alma davranışı üzerinde etkilidir.

Duygusal zekâ alt boyutlarının plansız satın alma davranışı üzerindeki etkisi, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 8

Hipotez 5'e Yönelik Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Plansız Satın Alma Davranışı						
Bağımsız Değişkenler	R ²	F	β	t	p	Durbin Watson
<i>Empatik Duyarlılık</i>	.177	25.949**	.042	.644	.520	1.956
<i>Duygusal Düzenleme</i>			-.606	-7.947	.000	
<i>Duyguların Kullanımı</i>			.241	3.160	.002	
<i>Duygusal Farkındalık</i>			.007	.132	.895	

*p< 0.05 **p<0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Duygusal zekâ alt boyutlarının plansız satın alma davranışı üzerindeki etkisini analiz eden çoklu regresyon modeli, istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar göstermektedir ve hipotez 5 kabul edilmektedir. Durbin-Watson testi sonucu 1.956'dır ve değişkenler arasında otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Çoklu regresyon modeli R² değeri incelendiğinde, plansız satın alma davranışının %17, 7'lik kısmı duygusal zekâ boyutları ile açıklanabilmektedir. Beta değerleri incelendiğinde, empatik duyarlılık boyutunun plansız satın alma davranışını etkilemediği görülmektedir. Duygusal düzenleme boyutundaki 1 birimlik artışın plansız satın alma davranışını 0.606 oranında azalttığı görülmektedir. Duyguların kullanımı boyutundaki 1 birimlik artışın, plansız satın alma davranışı üzerinde 0.241 oranında artışa sebep olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekâ alt boyutlarından duygusal farkındalık boyutunun, plansız satın alma davranışı üzerinde etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Sonuç

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin duygusal zeka düzeyleri ile satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve duygusal zeka alt boyutlarının hedonik, faydacı, kompulsif ve plansız satın alma davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırma neticesinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Tüketicilerin genel olarak duygusal zekâ düzeylerinin orta değer üzerinde olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın alma davranışına yönelik betimsel istatistik değerleri incelendiğinde, en yüksek ortalama değer hedonik satın alma davranışında olduğu görülmektedir. Hedonik satın alma davranışına yönelik tutum ise orta değere yakındır. Tüketicilerin kompulsif ve plansız satın alma davranışlarının orta değer epey altında olduğu görülmektedir.

Tüketicilerin genel duygusal zekâ düzeyleri ile satın alma davranışlarından hedonik, kompulsif ve plansız satın alma davranışı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Duygusal zekâ düzeyi, tüketicilerin hedonik satın alma davranışı ile pozitif yönlü 0.09 oranında bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Seven (2019) tarafından yapılan benzer bir çalışmada duygusal zekâ alt boyutlarından başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanılması boyutları arasında pozitif yönlü ilişki olduğu belirlenmiştir. Araştırma neticesinde tüketicilerin genel duygusal zekâ düzeyi ile kompulsif (0.147) ve plansız satın alma (0.331) davranışı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bearden ve diğerleri (1999) tarafından yapılan çalışmada duygusal zekâ düzeyi ile kompulsif satın alma davranışı arasında negatif yönlü 0.23 oranında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Nair ve Dass (2015) tarafından tüketicilerin duygusal zekâ düzeyleri ile plansız satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan çalışmada negatif yönlü ve 0.83 oranında ilişki olduğu ortaya konmuştur. Oralkan (2017) tarafından yapılan çalışmada da, duygusal zekâ ile plansız satın alma arasında negatif yönlü ilişki olduğu belirtilmektedir. Yapılan araştırma neticesinde elde edilen sonuçlar ile literatürde yer alan araştırma sonuçları karşılaştırıldığında benzer neticeler elde edildiği görülmektedir.

Duygusal zekâ alt boyutlarının hedonik satın alma davranışı üzerinde etkisinin test edildiği hipotez sonucunda, hedonik tüketim eğiliminin duygusal zekâ alt boyutlarından etkilendiği ($R^2=.112$) görülmüştür. Empatik duyarlılık ($\beta= -0.370$) ve duygusal düzenleme ($\beta= -0.435$) boyutlarının negatif etkisi görülürken, duyguların kullanımı ($\beta= 0.692$) ve duygusal farkındalık ($\beta= 0.226$) boyutlarının pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Seven (2019) tarafından yapılan benzer bir araştırmada empatik duyarlılık ve duyguların kullanımı boyutlarının hedonik satın alma davranışını pozitif yönde, duygusal farkındalık boyutunun negatif yönde etkilediği belirtilmiştir. Lim ve Kim (2020) tarafından yapılan araştırmada ise duygusal zekâ düzeyi ile hedonik satın alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı belirtilmiştir.

Yapılan araştırma neticesinde duygusal zekâ alt boyutlarının faydacı satın alma davranışı üzerindeki etkisinin ($R^2=.057$) çok düşük derecede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Empatik duyarlılığın faydacı satın alma davranışını pozitif yönde ($\beta= 0.310$) etkilediği, duygusal düzenleme boyutunun ise ($\beta= -0.380$) negatif yönde etkilediği görülmektedir. Duyguların kullanımı ve duygusal farkındalık boyutlarının, faydacı satın alma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Lim ve Kim (2020) tarafından yapılan benzer bir çalışmada duygusal zekâ düzeyinin faydacı satın alma davranışını pozitif yönde ve 0.17 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Duygusal zekâ alt boyutlarının kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkisinin ($R^2=.148$) olduğu tespit edilmiştir. Empatik duyarlılık ($\beta= -0.218$) ve duygusal düzenleme ($\beta= -0.602$) boyutları, kompulsif satın alma davranışını azaltıcı bir etkiye sahipken, duyguların kullanımı ($\beta= 0.728$) boyutunun kompulsif satın alma davranışını artırıcı etkisinin olduğu görülmektedir. Duygusal farkındalık boyutunun ise kompulsif satın alma davranışı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bearden ve diğerleri (1999) ile Uslu Divanoğlu ve diğerleri (2018) tarafından yapılan araştırmalarda, duygusal zekânın kompulsif satın almayı negatif yönde etkilediği belirtilmiştir.

Plansız satın alma davranışı üzerinde duygusal zekâ alt boyutlarının test edildiği hipotezde de ($R^2=.177$) istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Duygusal düzenleme boyutunun plansız satın alma davranışını ($\beta= -0.606$) azaltıcı etkisinin olduğu, duyguların kullanımı boyutunun ($\beta= 0.241$) ise plansız satın alma davranışını artırdığı görülmektedir. Empatik duyarlılık ve duygusal farkındalık boyutlarının, plansız satın alma davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Büyüker İşler ve Atilla (2013) tarafından yapılan araştırmada, duygusal zekâ alt boyutlarından empatik duyarlılık ve duyguların kullanımı boyutlarının plansız satın alma davranışlarını artırıcı etki gösterdiği tespit edilmiştir. Peter ve Krishnakumar (2010) tarafından öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin plansız satın alma davranışları üzerinde pozitif yönlü ve 0.21 oranında etkisinin olduğu belirtilmiştir.

Sonuç olarak, duygusal zekânın tüketici satın alma davranışlarını etkilediği görülmektedir. Pazarlama alanında faaliyet gösteren özel sektör temsilcilerinin bu sonuçları dikkate alarak tutundurma faaliyetlerini gerçekleştirmelerinin kurumlarının satışlarına olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sonraki çalışmalara öneri olarak, pazarlama alanında çalışan akademisyenlerin, duygusal zekâ ve tüketici davranışlarını farklı örneklem düzeylerinde ve farklı gruplarla çalışmalarının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen diğer unsurların belirlenmesine yönelik çalışmalar da, bu konuda araştırma yapan bilim insanları için öneri olarak sunulabilir.

Kaynakça

Ahtola, O. T. (1985). Hedonic and utilitarian aspects of consumer behavior: An attitudinal perspective, *Association for Consumer Research*, 12, 7-10. Erişim adresi: <https://www.acrwebsite.org/volumes/6348/volumes/v12/NA-12>

- Akgül, D. (2014). *Hedonik (hazcı) tüketimin özel günlerdeki alışveriş kültürü üzerindeki etkisi ve ülkelerarası karşılaştırmalı bir araştırma*, (Yayımlanmamış doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Arnold, M. J., Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations, *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95. doi: 10.1016/S0022-4359(03)00007-1
- Babin, B. J., Darden, W. R., Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value, *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656. doi: 10.1086/209376
- Bayley, G., Nancarrow, C. (1998). Impulse purchasing: A qualitative exploration of the phenomenon, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1(2), 99-114. doi: 10.1108/13522759810214271
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., Mobley, M. F. (1999). *Handbook of marketing scales: Multi-Item measures for marketing and consumer behavior research*. Newbury Park: SAGE Publications. doi: 10.4135/9781412984379
- Beatty, S. E., Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: modelling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191. doi: 10.1016/S0022-4359(99)80092-X
- Bilgen, E. (2014). *Kompulsif satın alma üzerinde materyalizm, statü tüketimi, moda yönelimi ve paraya yönelik tutumun etkisi*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Black, D.W. (2001). Compulsive buying disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management, *CNS Drugs*, 15(1), 17-27. doi: 10.2165/00023210-200115010-00003
- Büyüker İşler, D., Atilla, G. (2013). Duygusal zekâ ve dürtüsel satın alma davranışı ilişkisi, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 180-206. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/288902>
- Clover, V. T. (1950). Relative importance of impulse-buying in retail stores, *Journal of Marketing*, 15(1), 66-70. doi: 10.1177/002224295001500110
- Coley, A. L. (2002). *Affective and cognitive processes involved in impulse buying*, (Unpublished master's thesis), The University of Georgia, Athens. Erişim adresi: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.515.7956&rep=rep1&type=pdf>
- Cooper, R.K., Sawaf, A., (1997). *Executive EQ: Emotional intelligence in leadership and organizations*, New York: Grosset Publications.
- Crowley, A. E., Spangenberg, E. R., Hughes, K. R. (1992). Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of attitudes toward product categories, *Marketing Letters*, 3(3), 239-249. doi: 10.1007/BF00994132
- Çetinkaya, Ö., Alparslan, A. M., (2011). Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 363-377. Erişim adresi: http://abs.mehmetakif.edu.tr/upload/0421_126_dosya.pdf
- Druskat, V. U., Mount, G., Sala, F. (2013). *Linking emotional intelligence and performance at work: Current research evidence with individuals and groups*. New York: Psychology. doi: 10.4324/9780203763896
- Eroğlu, F. (2016). Kompulsif satın alma: Kişisel faktörler, postmodern tüketim şekilleri ve reklama karşı tutumun rolüne yönelik bir araştırma, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(35), 253-282. doi: 10.31795/baunsobed.645323
- Fusun, A. (2002). Duygusal zekâ ve liderlik, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(12), 53-68. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/219218>
- Gates, G. (1995). A review of literature on leadership and emotion: exposing theory, posing questions, and forwarding an agenda, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 2(4), 98-110. doi: 10.1177/107179199500200408
- Glatt, M. M., Cook, C. C. (1987). Pathological spending as a form of psychological dependence, *British Journal of Addiction*, 82(11), 1257-1258. doi: 10.1111/j.1360-0443.1987.tb00424.x
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. New York: Bantam.

- Goleman, D. (1998). *Duygusal zekâ: Neden IQ' dan daha önemlidir*, (Çeviri: B.Seçkin), İstanbul: Varlık Yayınları.
- Hirschman, E. C., Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions, *The Journal of Marketing*, 46(3), 92-101. doi: 10.1177/002224298204600314
- Kacen, J. J., Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163-176. doi: 10.1207/S15327663JCP1202_08
- Kalaycı, Ş. (2008), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, (3.Baskı). Ankara: Asil Yayınları.
- Kearney, M., Stevens, L. (2012). Compulsive buying: Literature Review and suggestions for future research, *The Marketing Review*, 12(3), 233-251. doi: 10.1362/146934712X13420906885359
- Kidwell, B., Hardesty, D. M., Childers, T. L. (2008). Consumer emotional intelligence: Conceptualization, measurement, and the prediction of consumer decision making, *Journal of Consumer Research*, 35(1), 154-166. doi: 10.1086/524417
- Kılıç, R. (2015). İşgörenlerin duygusal zekâları ile örgütsel sinizm algıları arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 59-73. doi: 10.11611/JMER670
- Koç, E. (2012). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: global ve yerel yaklaşım*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Law, K. S., Wong, C. S., Song, L. J. (2004). The construct and criterion validity of emotional intelligence and its potential utility for management studies, *Journal of Applied Psychology*, 89(3), 483-496. doi: 10.1037/0021-9010.89.3.483
- Lim, S. H., Kim, D. J. (2020). Does Emotional intelligence of online shoppers affect their shopping behavior? From a cognitive-affective-conative framework perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(14), 1-10. doi: 10.1080/10447318.2020.1739882
- Mataracı, P. (2017). *Sürdürülebilir pazarlama ve tüketici davranışı: Çevreyle dost ürün satın alma davranışında çevre bilinci, yaşam tarzı ve ilgilenim düzeyinin etkilerinin belirlenmesi üzerine bir pilot araştırma*, (Yayımlanmamış doktora tezi), İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., ..., De Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms, *Psychiatry Research*, 180(2-3), 137-142. doi: 10.1016/j.psychres.2009.12.001
- Nair, D., Das, S. (2015). Impact of emotional intelligence on impulse buying and product value proposition. *European Journal of Business and Management*, 7(1), 165-172. Erişim adresi: <https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/18890/19360>
- O'Shaughnessy, J., Jackson O'Shaughnessy, N. (2002). Marketing, the consumer society and hedonism, *European Journal of Marketing*, 36(5-6), 524-547. doi: 10.1108/03090560210422871
- O'Guinn, T. C., Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157. doi: 10.1086/209204
- Okutan, S., Bora, B., Altunışık, R. (2013). Keşifsel satın alma eğilimleri ve bu eğilimlerin plansız, kompulsif ve hedonik satın alma tarzlarıyla olan ilişkisinin incelenmesi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3), 117-136. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/65384>
- Oralkan, A. (2017). *Duygusal zekânın satın alma davranışları üzerine etkisi*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Beykent Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Öztürk, E. (2006). *Çoklu doğrusal regresyon modeli*, Ş.Kalaycı (Ed). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri içinde (s. 259-269), Ankara: Asil Yayınları.
- Peter, P., Krishnakumar, S. (2010). Emotional intelligence, impulse buying and self-esteem: the predictive validity of two ability measures of emotional intelligence. *Advances in Consumer Research*, 37, 877-879. Erişim adresi: <https://www.acrwebsite.org/volumes/15424/volumes/v37/NA%20-%2037>

- Piron, F. (1991). Defining impulse purchasing, *Advances in Consumer Research*, 18, 509-513. Erişim adresi: <https://www.acrwebsite.org/volumes/7206/volumes/v18/NA-18/full>
- Rodríguez, E., Berges, M., Casellas, K., Paola, R. D., Lupín, B., Garrido, L., Gentile, N. (2002). Consumer behaviour and supermarkets in Argentina, *Development Policy Review*, 20(4), 429-439. doi: 10.1111/1467-7679.00181
- Rook, D. W., Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior, *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313. doi: 10.1086/209452
- Salovey, P., Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211. doi: 10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG
- Scherhorn, G., Reisch, L. A., Raab, G. (1990). Addictive buying in West Germany: An Empirical Study, *Journal of Consumer Policy*, 13(4), 355-387. doi: 10.1007/BF00412336
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J., Dornheim, L. (1998). Development and validation of A measure of emotional intelligence, *Personality and Individual Differences*, 25(2), 167-177. doi: 10.1016/S0191-8869(98)00001-4
- Şenel, M. (2018). *Farklı kıtlık mesajlarının plansız satın alma niyeti üzerindeki etkisi ve fomo (fırsatları kaçırma korkusu)'nun aracı rolü.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karabük Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Seven, E. (2019). *Duygusal zekâ ve duygusal Zekânın tüketicilerin hedonik satın alma davranışına etkisi,* (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Solomon, M. R., Dahl, D. W., White, K., Zaichkowsky, J. L., Polegato, R. (2014). *Consumer behavior: buying, having, and being*, London: Pearson.
- Sosik, J. J., Megerian, L. E. (1999). Understanding leader emotional intelligence and performance: The role of self-other agreement on transformational leadership perceptions, *Group & Organization Management*, 24(3), 367-390. doi: 10.1177/1059601199243006
- The Survey system, sample size calculator, <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>, Erişim Tarihi: 27.11.2018.
- Tokmak, M. (2018). *İşgörenlerin Duygusal zekâ düzeylerinin örgüte karşı sinik tutumları üzerine etkisi*, Azmi Yalçın (Ed.), İktisadi ve İdari Bilimler Bilimsel Araştırmalar Kitabı İçinde, Cilt 3, Ankara: Akademisyen.
- Torlak, Ö., Tiltay, M. A. (2010). *Anlık satın alma ölçeklerinin türk tüketicisi için uyarlanmasına yönelik bir deneme*, 15. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, 406-423.
- TÜİK, (2017). Türkiye istatistik kurumu, adrese dayalı nüfus kayıt istatistikleri, http://tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=2305 , Erişim Tarihi: 27.11.2018
- Tunç, B. (2018). *Sağlık kurumlarında örgütsel vatandaşlık davranışı, iş özerkliği, örgüt güvenlik iklimi, duygusal zekâ, sinizm ve tükenmişlik arasındaki ilişkiler ve bir araştırma*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Arel Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Ünsalver, B. Ö. (2011). *Alışverişkolik*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Uslu Divanoğlu, S., İçerli, L., Arsu, T. (2018). Tüketicilerin duygusal zekâsının içgüdüsel ve kompulsif satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Aksaray ili örneği. *Electronic Turkish Studies*, 13(30). 495-518. doi: 10.7827/TurkishStudies.14172
- Valence, G., D'astous, A., Fortier, L. (1988). Compulsive buying: concept and measurement, *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433. doi: 10.1007/BF00411854
- Yeşilyaprak, B. (2001). Duygusal zekâ ve eğitim açısından doğurguları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25(25), 139-146. Erişim adresi: <http://kuey.net/index.php/kuey/article/view/532/345>

Örgütlerde Algılanan Sosyal Destek ve Toksik Duygular İlişkisi: İyimserlik ve Kötümserliğin Aracılık Etkisi¹

Arş. Gör. Mehmet Ali TAŞ² – Dr. Öğr. Üyesi Meral BEKTAŞ³

Başvuru Tarihi: 26.06.2019

Kabul Tarihi: 25.11.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Örgüt içerisinde zehirleyici duygu durumunu ifade eden toksisitenin, tüm örgütlerde bir noktaya kadar etkisini gösterdiği bilinen bir gerçektir. Olumsuz duyguların yarattığı kirli iklim, örgütleri ve çalışanlarını önemli ölçüde olumsuz etkileyebilmektedir. Bu olumsuz havanın çalışanlarda yarattığı zehirleyici etkinin, algılanan sosyal destek ve iyimserlik gibi faktörler vasıtasıyla yumuşaması diğer taraftan kötümserlik faktörü ile artması beklenmektedir. Bu beklentiyi sınamak amacıyla, özel bir çağrı merkezi çalışanlarından anket yöntemiyle veriler toplanmış ve analiz edilerek bulgular sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre değişkenler arasında önemli ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Ayrıca algılanan sosyal desteğin ve toksik duygu durumlarının bazı boyutları arasında gerçekleşen ilişkide, iyimserlik ve kötümserliğin aracılık rolü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Sosyal Destek, Toksik Duygular, İyimserlik, Kötümserlik, Aracılık Etkisi

Atıf: Taş, M. A. ve Bektaş, M. (2020). Örgütlerde algılanan sosyal destek ve toksik duygular ilişkisi: İyimserlik ve kötümserliğin aracılık etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 83-106.

¹ Bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş makale olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Sağlık Yönetimi, matas@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9714-7188

³ Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, mbektas@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1616-8065

The Relationship Between Perceived Social Support and Toxic Emotions in Organizations: The Mediating Role of Optimism and Pessimism

Res. Asst. Mehmet Ali TAŞ – Asst. Prof. Dr. Meral BEKTAŞ

Submitted by: 26.06.2019

Accepted by: 25.11.2020

Article Type: Research Article

Abstract

It is a known fact that toxicity, which expresses the toxic state in the organization, has an effect up to some point in all organizations. The polluted climate caused by negative emotions can significantly affect their organizations and employees. It is expected that the toxic effect of this negative atmosphere on employees will be softened by factors such as perceived social support and optimism and to increase with the pessimism factor. In order to test this expectations, data were collected from the employees of a private call center with survey method and the data were, analyzed and were presented. According to the findings, important and significant relationships between the variables were determined. Furthermore, the mediating role of optimism and pessimism in the relationship between perceived social support and some dimensions of toxic emotions was determined.

Keywords: *Perceived Social Support, Toxic Emotions, Optimism, Pessimism, Mediating Effect*

Giriş

Doğası gereği insanların sevme, sevilme ve ait olma gibi ihtiyaçları bulunmaktadır. Genellikle insanlar yakın ve samimi ilişkiler kurmak isterler. Çalışma hayatında da bunalan bireyler derdini anlatacakları ve çözüm önerileri ile destek bulacağı doğal kaynaklara sığınmak isterler (Marcinkus, vd., 2007, s. 104). Bu kaynakların başında aile, eş, iş arkadaşları, danışmanlar ve öğretmenler gelmektedir. Ancak insanların her zaman çevrelerindeki bu kaynaklardan olumlu etkilendiği de söylenememektedir. Denge Kuramında (Heider, 1946) insanların çevrelerinden ve çevredeki negatif ve pozitif değişimin sebeplerinden etkilendiği ifade edilmektedir.

Çalışanlar özellikle iş ortamlarında, iş hayatının ve örgütsel yapıdan kaynaklanan bir takım toksik tutum ve davranışlara maruz kalmaktadır (Bektaş ve Erkal, 2015, s. 520). Bu tutum ve davranışların sürekli tekrar etmesi sonucunda çalışanlar bazen izole olmakta, zamanla bezmekte ya da tükenmektedir. Bu zehirleyici atmosferi soluyan bazı çalışanlar ise olumsuz durumla karşılaştıklarında bir an önce bu durumdan kurtulma çabasına girmektedirler. Bu çabalardan bir tanesi destek arayışıdır. Nitekim Fredrickson'ın (2001) geliştirdiği İnşa Kuramına göre, ilişkileri devam ettirmek ve daha fazlasını elde etmek için sosyal kaynaklar inşa edilmektedir. Böylece olumsuz duygulara karşı destek bulma olasılığı yükselerek pozitif duyguların daha fazla deneyimlenmesi sağlanmaktadır. Çünkü olumsuzluğun boyutu ne olursa olsun çalışanlara sosyal destek sağlandığı takdirde tükenmişlik ve stres düzeyinin düştüğü ifade edilmektedir (Torun, 1995, s. 7). Sosyal desteğin sağlanması durumunda stresin patolojik etkileri azalabilmekte, hatta bazen hastalıkların önünde tampon vazifesi bile görebilmektedir (Chien vd., 2000, s. 69-84). Sosyal destek çalışanlar için saygı, bilgi, sosyal arkadaşlık, duygusal destek, dinlenme, takdir, kabul görme ve meydan okuma gibi anlamlar taşımaktadır (Cohen ve Wills, 1985, s. 310-357).

İş hayatında toksisite ile mücadele noktasında yeterli ve doğru desteği alamayan çalışanlar, örgüt için kaliteli iş çıkarmak adına harcamaları gereken zamanı ve enerjiyi bu toksisite durumlarıyla baş edebilmek için harcamaktadır. Bu durum, çalışanlara ve örgüte olumsuz bir çıktı şeklinde yansıyabilmektedir. Bazen çalışma ortamında toksik duygularla boğuşan çalışanlar gerek yöneticilerinden gerekse iş arkadaşlarından bu durumdan kurtulmak için sosyal destek beklentisine girmektedir. Çünkü sosyal destek bir ihtiyaç olarak algılanmakta ve giderilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada iyimserlik düzeyi yüksek olan çalışanların sosyal destekten daha fazla yararlandıkları söylenebilmektedir (Karademas, 2006). Psikolojik olarak dayanıklı ve dirençli bireyler, stres, taciz, aşağılanma, azarlanma, kaygı, tehdit gibi olumsuzluklar silsilesi ile karşılaştıkları durumlarda başarılı bir şekilde kendilerini koruyabilmektedirler. Dirençli kişiler, başa çıkma mekanizmalarından biri olan mücadele etmeyi tercih edebilmektedirler. Böyle olumsuzluk sarmalında iyimser olan bireyler bu durumun geçici ve genel olmadığı kanısına varmakta ve kendilerini kısa sürede toparlayabilmektedirler (Peterson ve Bossio, 2001, s. 129).

İncelenen literatür çerçevesinde toksik duyguların çalışanları meşgul ettiği, motivasyonu, verimliliği, etkililiği ve performansı düşürdüğü ve özellikle çalışanları mutsuz ettiği görülmektedir. Bu durumda, mutsuz olan çalışanlardan olağanüstü bir performans beklemek gerçek dışı bir çaba olmaktadır. Çünkü Genişletme Kuramında (Fredrickson, 2001) insanların mutsuz olduklarında düşünme ve yaratıcılık repertuarlarının daraldığı ifade edilmektedir. İzole olmuş, bezmiş ve enerjisi tükenmiş bir çalışan kitlesinin örgüte katkıları olmadığı gibi zararları da dokunabilmektedir. Bu nedenle örgütlerde sosyal ilişkilerin kurulmasına zemin hazırlayan bir örgüt tasarımı gerekmektedir. Zehirli atmosferin dağılmasında ve çalışanların rahatlamasında sosyal desteğin önemli bir etkiye sahip olması beklenmektedir. Bunun yanında ayrıca kişinin sahip olduğu psikolojik bir sermaye olan ve hem kişilik özelliği hem de olayları açıklama tarzı olarak da ifade edilen iyimserlik/kötümserliğin toksik duygularla başa çıkmada önemli birer mekanizma olabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada, söz konusu değişkenler bir modelde ele alınarak aralarındaki ilişkinin ortaya konulması çalışma açısından önem arz etmektedir. Bu amaçla yürütülen bu çalışma, stresli çalışma atmosferinde çalışmak durumunda kalan çağrı merkezi çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, algılanan sosyal desteğin toksik duygular üzerindeki etkisinde iyimserlik/kötümserlik aracı etkisi bir model çerçevesinde analiz edilerek sunulmuştur. Bu değişkenleri bir modelde değerlendirerek aralarındaki ilişkiyi ortaya koyan başka bir çalışmanın olmaması bu çalışmayı özgün kıldığı düşünülmektedir.

Algılanan Sosyal Destek

İnsanlar arasında bağ kurulmasının önemine yapılan vurgu yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. İnsanoğlunun tek başına hayatını sürdürmesi beklenmemektedir. Bu nedenle insanın sağlıklı bir şekilde hayatına devam edebilmesi için diğer insanlarla iletişime geçmesinin gerekli olduğu ileri sürülmektedir. Bireylerin yaptıkları işler ve kazandıkları başarıların sosyal ilişkiler sayesinde olduğu ifade edilmektedir (Stroebe ve Stroebe, 1996; Akt: Sönmezsoy, 2018, s. 4). Her bireyin, ihtiyacı gereği sürekli olarak sosyal kaynaklardan beslenmesi gerekmektedir. Bireyler önemsendiği ve değer gördüğü ölçüde mutlu olmakta ve zorlukların üstesinden gelebilmektedir. Aksi takdirde ruhsal hastalıklar baş gösterebilmektedir (Sorias, 1988). Bu noktada bireyler aile, eş ve arkadaş çevresinin oluşturduğu psikolojik oksijen çadırı sayesinde rahatlayarak kendilerine olumlu bir psikolojik solunum sağlayabilmektedir. Genel olarak bu çevreden beklenen destek ve yardıma da algılanan sosyal destek denilmektedir.

Algılanan sosyal destek, ihtiyaç anında yardım sağlanabileceği inancı veya destek ağları tarafından sağlanan destekleyici davranışları kapsamaktadır. Bu destek genel olarak aileden ve diğer sosyal çevreden beklenmektedir (Barnett vd., 2018, s. 188). Bu bağlamda sosyal destek; bireyin değer verilmesini, önemsenmesini ve bir gruba duygusal açıdan bağlanmasını sağlayan ilişkiler ve etkileşimler bütünüdür (Pugliesi ve Shook, 1998, s. 216; Akın, 2015, s. 48). Bir durum veya ilişki hakkındaki belirsizliği azaltarak kişinin rahatlamasına zemin hazırlayan sözlü ve sözsüz iletişimdir (Collins vd., 2016, s. 162). Bu iletişim ise alıcının iyi oluşunu yükseltmeye yöneliktir (Shumaker ve Brownell, 1984, s. 13). Bu nedenle sosyal destek aslında önemli bir başa çıkma yöntemi ve stresle mücadele mekanizmasıdır (Usta, 2015, s. 80). Bunun yanında bir benlik saygısı ve aitlik gibi önemli ihtiyaçları karşılayan bir sağlık düzenleyicisidir (Polat ve Kahraman, 2013, s. 214).

Sosyal destek daha çok bireyin çevresinden algıladığı desteğe odaklanmaktadır. Bu destek paketi içerisinde aile, özel kişiler ve iş arkadaşları bulunmaktadır (Kirmeyer ve Lin, 1987, s. 148). Bu nedenle sosyal destek kavramının iş hayatını da kapsadığı ileri sürülmektedir (Polatçı, 2015, s. 28). Çalışanların işyerinde birbirlerine sağladıkları sosyal desteğin, performansları üzerinde önemli bir etkisinin olabileceği ifade edilmektedir. Öyle ki iş arkadaşları, bir meslektaşının ne yapması gerektiği (ne yapmaması gerektiği) konusundaki inançlarını şekillendirmeye yardım ederek, onu cesaretlendirme noktasında ona önemli bazı davranışsal destek sağlamaktadır (Chiaburu ve Harrison, 2008, s. 1085). Bu nedenle işyerinde sosyal destek, kişinin kapasitesini zorlamasına ve başarılı olmasına zemin hazırlamaktadır. Bu deneyimlerden dolayı da bireyin refah düzeyini olumlu şekilde etkilemektedir (Collins vd., 2016, s. 162).

Genel itibarıyla sosyal desteğin olumlu etkisinden bahsedilse de aslında beklenmeyen durumlara da yol açması ihtimal dâhilindedir. Çünkü sosyal desteğin alıcıda nasıl bir reaksiyona yol açtığı konusunda net bir açıklama getirilememiştir. Bu bağlamda her zaman iyi oluşu olumlu etkileyen bir unsur olduğunu söylemek doğru olmasa gerek (Gray, 2018, s. 3). Sosyal destek, bireyin rol belirsizliğini, rol çatışmasını ve iş yükünü azaltabilir ve bu da iş tatmini ve örgütsel bağlılığı yükseltebilmektedir. Buna karşın iş yerinde olumsuz örgüt iklimi ve arzu edilmeyen ilişkiler çalışanlarda stres ve iş memnuniyetsizliğine neden olabilmektedir. Bu durum çalışanın mutluluğunu olumsuz etkileyebilmektedir. İşyerinde saygısız, güvensiz ve istismarcı gibi sosyal ilişkiler, toksik bir örgüt iklimine sebep olmaktadır (Oksanen vd., 2010, s. 686-687). Örgütte yaşanan iletişim ve duygusal

desteğin azlığı yüksek maliyetlere sebep olabilmektedir. Nitekim çalışanların işten ayrılma niyetlerinin artmasına ve bunun da ötesinde iş gücü devir oranının yükselmesine neden olabilmektedir (Chiaburu ve Harrison, 2008, s. 1085).

Sosyal destek genel olarak kişinin özel ve iş hayatını etkilemektedir. Nitekim bu algı Malow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üçüncü basamağında yer almaktadır. Sosyal destek hem beklenti hem ihtiyaçtır. Bu ihtiyacın giderilmesiyle bir üst basamağa geçilebileceği ifade edilmektedir. sosyal destek algısının gerçekleşmesi durumunda performans, motivasyon, bağlılık ve iş tatmini artmakta (Marcinkus, vd., 2007, s. 104) diğer yandan tükenmişlik, kaygı, stres gibi unsurlarda azalmaktadır (Lindorff, 2001, s. 281; Bhaunthumnavian, 2003, s. 80; Clara, vd., 2003, s. 265; Daalen, vd., 2006, s. 464-465). Bu nedenle sosyal desteğin aslında bireye birçok açıdan katkı sağladığı ifade edilebilir (Polatçı, 2015, s. 28). Ek olarak, sosyal destek depresyon ve anksiyete gibi duygu durumlarında etkili bir rol oynayabilir ve stresin etkilerini hafifletme gücüne sahip olabilir (Lim vd., 2010, s. 28; Barnett vd., 2018, s. 188). Bu nedenle sosyal destek bir koruma ve geliştirme mekanizması olduğu söylenebilir (Polat ve Kahraman, 2013, s. 217).

İyimserlik ve Kötümserlik

Pozitif psikolojide irdelenen ve insanların dünyaya ve olaylara neden ve nasıl iyimser bakabildiklerine dair yapılan çalışmalardan bazıları, kişinin geleceğe pozitif bakabilmesi ve olumsuz olayları dış çevreye bağlamasıyla ilgili olan iyimserlik ile ilgilidir (Carr, 2016, s. 108-109; Youssef ve Luthans, 2007, s. 779; Carr, 2016, s. 107).

1970'li yılların sonuna kadar iyimserlik karakter zayıflığı ve psikolojik bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Bireyin geleceği dengeli ve duygulardan arındırılmış bir şekilde değerlendirme gücünü, zihinsel sağlığını ve yetişkinliğini ortaya koyan bir gösterge şeklinde bakılmaktaydı (Peterson, 2000, s. 44-47; Carr, 2016, s. 107). Sonraki yıllarda yapılan çalışmaların birçoğunda insanların düşünce yapılarında iyimser sürecin daha yoğun olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Buna göre birçok insan olumlu şeyleri olumsuzlardan daha fazla hatırladığı tespit edilmiştir. Kişiler, hayatın her alanında iyimser tavırlarını daha fazla ortaya koyduğu keşfedilmiştir (Norem, 2001, s. 93).

İyimserlik kavramı; iyi oluş, sağlık, verimlilik ve başarı gibi unsurlarla ilişkisinden dolayı bireye güç veren bir yapı olarak tanımlanmaktadır. İyimserlik olumsuz olayların inkârı değildir. Ancak dirençli ve mutlu bireylerin bir özelliği olduğu ileri sürülmektedir. Diğer taraftan iyimserliğin gerçekçi, esnek ve makul olması önem arz etmektedir. Yoksa kör iyimserliğin, bireylerin psikolojik ve fiziksel sağlıkları üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 95).

İyimserlik ile kötümserlik ayrımı, insanların beklentileri üzerinde temellendirildiği görülmektedir. Olumlu gelecek bekleyenlere iyimser tersini bekleyenlere ise kötümser denilmektedir (Türkmenoğlu, 2017, s. 120). Hatta iyimserliğin insanın ruh sağlığının olumlu tarafını, kötümserliğin ise patolojik tarafını temsil ettiği ileri sürülmektedir (Eryılmaz, 2015, s. 390). Burada bahsedilen iyimserlik kavramı iki ana yaklaşımla değerlendirildiği görülmektedir. Birincisi kişinin genel olumlu beklentileri ile nitelenen bir kişilik özelliği (Çalışkan ve Uzunkol, 2018, s. 79) iken ikincisinde ise olayları açıklama tarzı şeklinde değerlendirilmektedir (Peterson ve Bossio, 2001, s. 129; Seligman, 1998; Youssef ve Luthans, 2007, s. 778; Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 95; Türkmenoğlu, 2017, s. 120). Kişilik özelliği olarak ifade edilen iyimserlik yaklaşımında, bireyler gelecekte olumsuzluktan ziyade olumlu yöne odaklanmakta ve gelecek için belirledikleri hedeflere ulaşma noktasındaki beklentileri iyimser yöndedir. Bu durum kişilerin amaçları çerçevesinde hareket ettiğini ileri süren amaç-beklenti kuramına atıf yaptığı görülmektedir. Diğer taraftan yükleme tarzı olarak ifade edilen iyimserlikte bireyler, meydana gelen olumsuz olayları dışsal (benim hatam değil), geçici (bu yalnızca şimdi oldu) ve spesifik (yalnızca bu olay) olarak görürken; kötümser kişiler ise tam tersi bir tutum sergilemektedir. Kötümserler

olumsuz olayları içsel (benim hatam), kalıcı (bu her zaman oluyor) ve genel (her olay) şeklinde yorumladıkları görülmektedir (Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 96; Peterson, 2000, s. 48; Karacaoğlu ve İnce, 2013, s. 185). Kötümserler başarısızlığı iç dünyalarına bağlamaktadır. Başarısızlık ve talihsizliklerinin devam edeceğine inanmaktadırlar. Geçmişin sorunlarına atıf yaparak olumsuz düşüncenin içinden çıkmakta zorlanırlar. Geleceğe yönelmediklerinden dolayı başarısız olmakta ve ilerleme kaydedememektedirler (Toor ve Ofori, 2010, s. 342; Avey vd., 2008, s. 54).

Kötümser kişilik özelliğine sahip kişilerde durumu inkâr etme yaklaşımı aracılığıyla başa çıkma davranışından kaçınması söz konusudur. Bu noktada kötümserlik, olumsuz olayları dış çevreye bağlayarak kadere atıf yaptığı ifade edilmektedir (Carr, 2016, s. 115). İyimser bireyler, olumsuz durumlar karşısında etkili başa çıkma ile kendilerini ve motivasyonlarını korumaktadır. Böylece amaçlarına daha rahat ilerledikleri görülmektedir. Kötümser kişiler ise her koşulda en kötü senaryoyu beklediği ifade edilmektedir (Eryılmaz, 2015, s. 390; Çalışkan ve Uzunkol, 2018, s. 79).

İyimserlik ve kötümserlik unsurlarının her ikisi de bir kişide aynı anda bulunabileceği ileri sürülmektedir. Birinin varlığında diğerrinin ortaya çıkması söz konusu olmaktadır. Bu durumun olayları açıklama tarzıyla yakından ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Olumsuz olay veya zehirleyici bir çevrede insanların kötümser ancak olumlu ve rahat bir çevrede ise iyimser olabileceği ileri sürülmektedir. Yani depresyon, kaygı, stres, hastalık, baskı ve mobbing gibi durumların varlığında kötümserlik yokluğunda ise iyimserliğin olacağı ifade edilmektedir. Bu nedenle hangisi daha fazla beslenirse ve ortaya çıkmasına yardımcı olunursa kişi onu davranışlarına ve hayatına yansıtılmaktadır (Peterson, 2000, s. 44-50).

Toksik Duygular

Toksik kavramı genel olarak zararlı, zehirli ve ölümcül olan (Chu, 2014, s. 954), solunum yoluyla teneffüs edilen zehirli bir madde olarak ifade edilmektedir (Bektaş ve Erkal, 2015, s. 520). Duygu ise çevresel olayların etkilerine karşı uyarılma işlevi görmektedir. Bu uyarılma için enerji ve uygun eylemi başlatma güdüsü sağlamaktadır (Spector ve Fox, 2002, s. 272). Bu bağlamda toksik duygular, çalışanın olumsuz (öfke ve hayal kırıklığı), tekrarlanan, tüketen (duygusal yorgunluk) ve tefrik eden (izolasyon) davranışlarını betimlemektedir (Kiefer ve Barclay, 2012, s. 601). İş yerinde toksik duygular, çalışanların güçlü enerji tüketicileri olarak tanımlanmaktadır (Frost, 2003, s. 5; Akt: Kasalak ve Aksu, 2016, s. 677). Burada bahsedilen toksik duygular, olumsuz duygularla veya mobbinge karıştırılmamalıdır. Olumsuz duygular genel olarak kısa süreli, yoğun olmakta ve kişiyi eyleme geçmesine odaklanmaktadır (Parkinson, 1995, s. 9). Mobbing ise belli bir kişiyi hedef alarak sistematik bir saldırı yapılırken toksik duyguların belli bir sistemi bulunmamaktadır. O anda o ortamda bulunanlar etkilenmektedir (Kasalak ve Aksu, 2016, s. 677). Toksik duygular uzun süreli ve tekrar etme özelliğine sahiptir. Ancak olumsuz duyguların zamanla toksik duygulara dönüşebileceği ifade edilmektedir (Kiefer ve Barclay, 2012, s. 603).

Toksik duyguların önemli üç özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler aynı zamanda toksik duygu deneyimleri ölçeğinin boyutlarını oluşturmaktadır. Bunlardan ilki *tekrar eden duygulardır*. Bu duygular, bireye duygusal ağırlık yükleyen, çözülmediği duygusu veren ve tekrarlanması beklenen duygulardır. Toksik duygular tekrar ettikçe bireye duygusal ve psikolojik bir yorgunluk yüklemektedir. İkincisi *Bağlantıyı kesen duygulardır*. Bunlar daha çok sosyal ağa vurgu yapmaktadır. Bireyin sosyal ağından ve iş arkadaşlarından ayrılmasını ifade etmektedir. İzolasyon ve zayıf aidiyet hissi yaratmaktadır. Üçüncüsü de *bezdirici duygulardır*. Bezdirici duygular bireyi bilişsel ve fiziksel olarak tükenme aşamasına getirmektedir. Bu duygular kişiyi anında etkilemekte ve o anda birey tükenmişlik ve enerji kaybı yaşamaktadır (Kiefer ve Barclay, 2012, s. 603-604; Chu, 2014, s. 954; Bektaş ve Erkal, 2015, s. 522).

Örgütlerde toksik duygulara sebep olan yedi kaynaktan bahsedilmektedir (Frost, 2004, s. 112-115; Bektaş ve Erkal, 2015, s. 520). Bunlar:

1. Yöneticinin zorbaca davranışlarından ve bilerek isteyerek itaat ettirme, acı çektirme ve çalışanların özgüvenin baltalama aruzundan kaynaklanan *kötü niyet*.
2. Yöneticinin yetersizliği ve kontrol düşkünlüğü nedeniyle çalışanlara baskı yapması, sonucunda ise çalışanların stres yaşamasına sebep olan *yetersiz beceriye sahip yöneticiler*.
3. Yöneticilerin gerektiği durumlarda çalışanlarını savunmaması ve terfi zamanlarında onları desteklememesi sonucunda örgütte ihanet havasının yayılmasına sebep olan *yönetici sadakatsizliği*.
4. Duygusal zeka düzeyi düşük olan çalışanların/yöneticilerin empati yönü düşük ve duygusal belirsizliği olması durumu olan *duyarsızlık*.
5. Özellikle karizmatik liderler çalışanlarını başarı odaklı çalıştırmaktadır. Aşırı iş yüküne maruz kalan çalışanlar iş ve özel hayat dengesi de zarar görmektedir. Lider bir gün başarısız olduğunda veya işi bıraktığında lidere olan aşırı bağlılıktan dolayı çalışanların hayal kırıklığına uğraması durumu olan *ihlal*.
6. Sistemik etik dışı davranışları, imkânsız hedefleri, sürekli ücretten kesintileri, sürekli politika değişikliklerini ifade eden *kurumsal güçler*.
7. Kaçınılmayan duygusal acılar, travmatik etkiler, teknolojik değişimler ve yetersiz kalan yetenekler gibi *kaçınılmazlık* olduğu ifade edilmektedir.

Yönetici davranışları, örgütün refah ve olumlu iklimi için önemli derecede etkilidir (Bowling ve Michel 2011, s. 309). Çünkü toksik kaynakların başlıca sebebi aslında toksik yöneticilikten gelmektedir. Art niyetli denetimler, bilerek aslılara hakaret etmek, üzmemek ve özgüvenden yoksun bırakmak, alay etmek, küçük düşürmek ve sindirmek arzusu gibi başlıca yönetici davranışlar toksik hava yaratmaktadır. Bu davranışlar etik dışı, saldırgan, narsist ve katı olduğu ifade edilmektedir (Kasalak ve Aksu, 2016, s. 687). Toksik duygu ve davranışların örgüt içerisinde devam etmesinin önemli bir diğer sebebi de toksik duyguları yayan çalışanların olmasıdır. Bu çalışanların; koruyucu özel bağlantılara ve güçlere sahip olması, kritik bir işin başında olması veya yüksek düzeyde yetenekli ve önemli bir boşluğu dolduruyor olması toksik davranışların tekrarlanmasına sebep olabilmektedir (Kusy ve Holloway, 2010, s. 145-146; Bektaş ve Erkal, 2015, s. 521).

Haksız yere olumsuz muameleye maruz kalan çalışanların sosyal mübadele teorisine göre karşılık vermesi beklenmektedir. Çalışanlar tutumlarını değiştirecekleri ve bozulan adaleti sağlamaya çalışacakları ileri sürülmektedir (Tepper vd., 2009, s. 157; Chu, 2014, s. 954). Bunlardan bir tanesi de kasıtlı olarak yapılan üretim karşıtı davranışlardır. Bu davranışlar saldırganlık, sapma, misilleme ve intikam gibi çeşitli eylemlerden oluşmaktadır (Spector ve Fox 2002, s. 274, Bowling ve Michel 2011, s. 309; Wei ve Si 2013, s. 283). Ancak duygusal toksisitenin örgütsel yaşamın bir yan ürünü olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir. Etkili yönetilmesi sonucunda zararları minimize edilebilmektedir (Frost, 2004, s. 111). Aksi takdirde çalışanları rahatsız eden zorbalıkların ve katlanmak zorunda oldukları toksik davranışların zararlı sonuçları hem çalışanları hem de örgütü tehdit etmektedir (Kiefer ve Barclay, 2012, s. 600; Chu, 2014, s. 953).

Görüldüğü üzere toksik duygular ile tutum ve davranışlar yüksek düzeyde ilişkilidir (Kiefer ve Barclay, 2012, s. 602). Kurumlar bu toksik duyguları etkin şekilde yönetemez ise çalışanlarından verim alması zorlaşacaktır. Çünkü toksik duyguların önemli bir diğer kaynağı da iş arkadaşları olabilmektedir (Kasalak ve Aksu, 2016, s. 677). Bu nedenle örgüt içerisinde yönetilmeyen toksisitenin, çalışanların öz yeterliliklerini, umutlarını, iyimserliklerini, morallerini dolayısıyla motivasyonlarını, performanslarını ve dayanıklılık düzeylerini düşürmesi beklenmektedir (Wei ve Si 2013, s. 283). Çalışanların mesajlarına cevap verilmediğinde, önemsenmedikleri ve değer görülmedikleri durumlarda, nezaket ve etik dışı davranışlar karşısında duygusal

anlamda zehirlendikleri ifade edilmektedir. Çalışanlar işten ve örgütten kopma hali yaşamaya başlamaktadır. Yaşadıkları acıya odaklanmakta bu nedenle duygusal ve entelektüel enerjilerini iş süreçlerinde kullanamamaktadırlar (Frost, 2004, s. 11).

Algılanan Sosyal Destek, Toksik Duygular, İyimserlik ve Kötümserlik İlişkisi

Pozitif duyguların olumsuz ruh halini aşmak için bir kaynak olduğu ve önemli başa çıkma stilleriyle ilişkili olduğu ileri sürülmektedir (Tugade vd., 2004, s. 1163). Genişletme teorisinin öngördüğü gibi, sık sık olumlu duyguları deneyimleyen bireyler, yalnızca zevk aldıkları için değil, geniş bir yaşamın zorluklarıyla başa çıkmaya yardımcı olan kaynaklar oluşturdukları için daha tatmin olmaktadır (Cohn vd., 2009, s. 362). Dahası esnek bireyler yalnızca kendilerinde olumlu duygular geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda yakın sosyal çevrelerini de olumlu duygu sarmalına çekmektedir. Yani sosyal çevre bireyin, birey de sosyal çevrenin iyi oluşu deneyimlemesinde rol oynamaktadır. Genişletme ve inşa teorisinin perspektifinden bakıldığında, pozitif duygular bireysel gelişim ve sosyal destek için önemli araçlar olduğu görülecektir. İnsanların kişisel ve sosyal kaynaklarını inşa ederek, pozitif duygular açısından daha iyi hale gelmekte ve gelecekte daha iyi hayat sürmektedir (Fredrickson, 2001, s. 220-223).

Her ne kadar olumlu duygular olumlu bir örgüt iklimi yaratsa da olumsuz duygular da iş ortamına yayılarak diğer çalışanları zehirlemektedir. Çalışanlar arasında sosyal ilişkilerin önem verildiği günümüzde iletişim kanalları vasıtasıyla örgütsel düzeyde bir zehirlenmenin söz konusu olabileceği ileri sürülmektedir. Bu durum toksik örgüt kültürünün oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Bektaş ve Erkal, 2015, s. 520). Toksik örgüt kültüründe çalışanların sosyal destek alması daha az zehirlenmesine yol açmaktadır. Nitekim psikolojik sorunlarla sosyal desteğin negatif bir ilişkisinin olduğu saptanmıştır (Akın, 2015, s. 49). Olumsuz durumlarla mücadele etme, kararlılıkla direneme ve sıkıntılarla başa çıkma stratejisinin en popüler ve faydalı şekli meslektaşlardan, aileden ve arkadaşlardan sosyal destek sağlamaktır (Lim vd., 2010, s. 30). Bir başka çalışmada da sosyal çevrenin bireye sağladığı destekler bireyin benlik saygılarını ve direncini olumlu etkilediğini ortaya koymuştur (Arıcı, 2015, s. 152). Buradan hareketle algılanan sosyal desteğin, bireylerin zorluklar karşısındaki duruşunu sağlamlaştırması, direnmesi, harekete geçerek mücadele etmesi ve bu mücadelede kararlı ve dayanıklı olması noktasında önemli bir rol oynayacağı söylenebilir. Bu bağlamda algılanan sosyal desteğin iyi oluş yükselterek toksik havayı nispeten dağıtacağı ve insanların rahatlamalarına yardımcı olacağı düşünülerek H1 hipotezi geliştirilmiştir.

H1: Algılanan sosyal destek, toksik duygu durumlarını etkilemektedir.

Örgüt içerisinde beslenen olumlu sosyal ilişkiler çalışanların üretkenlik, zenginlik ve öğrenme kaynağını oluşturmaktadır. Pozitif ilişkiler insanlara mutluluk ve uzun yaşam sağlamaktadır. Güçlenen sosyal ilişkilerin insan davranışlarını düzenlediği bilinmektedir. İnsanlar desteklendikleri, sevildikleri ve manevi destek aldıklarında kendilerini değerli ve güvende hissedebilmektedir. Sonucunda geleceğe ilişkin iyimserlik düzeyinin arttığı ve performansın yükseldiği tespit edilmiştir (Cameron, 2013, s. 51-56). Kötümser kişilerin mücadeleyi hızlı şekilde bıraktıkları ve olayın akışına teslim oldukları (Seligman, 2006, s. 5) görülmüştür. Ancak iyimserliğin kişiyi sempatik yaparak sosyal destek alma ihtimalini arttırabilmektedir (Karademas, 2006). Sosyal destek kişilerin olumsuz hayat deneyimlerinin ve stresörlerinin etkisini azaltarak iyi oluşlarını ve gelecek beklentilerini olumlu şekilde etkileyebilmektedir (Pugliesi ve Shook, 1998, s. 216-217). Sosyal destek uyumu arttırması nedeniyle kötümser havayı dağıtmakta ve sosyal ilişkilerin kurulmasını kolaylaştırmaktadır (Akın, 2015, s. 48). Bu açıklamalar ışığında H2 ve H3 geliştirilmiştir.

H2: Algılanan sosyal destek, iyimserliği etkilemektedir.

H3: Algılanan sosyal destek, kötümserliği etkilemektedir.

İyimser olan insanlar diğer insanlara veya çalışma arkadaşlarına da olumlu davranmakta ve saygı çerçevesinde ilişkiler geliştirmektedir. İyimserliği bir kişilik özelliği olarak açıklayan teoriler bu durumun okul öncesi çağdan başlayıp ölüncüye kadar devam ettiğini ifade etmektedir. İyimser olan insanların geleceği olumlu şekilde düşünmesi sonucunda olayların seyrini kendilerinin değiştirebileceğine inanmaktadır. İçsel kontrol algısına sahip oldukları görülmektedir. Bu nedenle hem daha fazla çalışmaya motive olmakta hem de olumsuz bir durum karşısında işlerine odaklanmaktadır. İyimser kişiler dayanıklılık düzeyleri yüksek olup, kararlı ve performanslı çalışmaktadır (Carr, 2016, s. 112). Uzun vadeli planlar yapar ve örgütün neden olacağı toksik iklime karşı dirençli oldukları ifade edilmektedir (Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 102). İyimser bireylerin kötümserlere nazaran daha olumsuz koşullarda çalışabildiği saptanmıştır. Olumsuz durumlar karşısında aktif başa çıkma yöntemini kullanarak sosyal destek ararken kötümserler ise pasif başa çıkma yöntemini tercih edip kaçınmacı davranmakta ve içe kapanmaktadır (Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 98).

İyimserlik zor zamanlarda sıkıntılarla baş edebilmek için etkili bir rol oynamaktadır. Bireyler, her koşulda hedefe ilerleme kararlılığı göstermekte ve sorunların derinliklerinde kaybolmamaktadır. Diğer taraftan kötümser kişiler, öz yeterlilik ve güven noktasında problem yaşamakta ve atacakları adımlar konusunda tereddütte düşmektedirler (Çalışkan ve Uzunkol, 2018, s. 79). Bu nedenle bu çalışmada iyimserliğin toksik bir örgütte çalışanların toksik duygu düzeylerini düşüreceği düşünülmektedir. Dolayısıyla H4 ve H5 hipotezi geliştirilmiştir.

H4: İyimserlik, toksik duygu durumlarını etkilemektedir.

H5: Kötümserlik, toksik duygu durumlarını etkilemektedir.

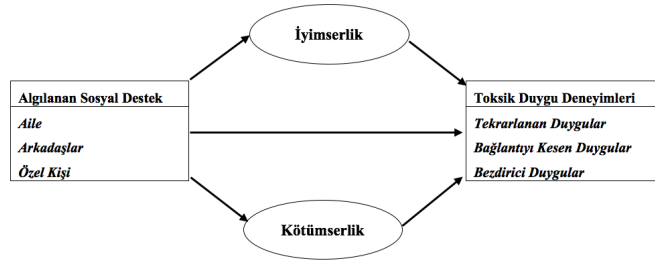
Bu çalışmada değişken olarak değerlendirilen algılanan sosyal destek, toksik duygular, iyimserlik ve kötümserlik arasındaki ilişkinin bir modelle gösterilmesi amaçlanmaktadır. Bu modelde algılanan sosyal destek bağımsız, toksik duygular bağımlı, iyimserlik ve kötümserlik ise aracı değişken olarak belirlenmiştir. İkili modelle yapılmış çalışmaların sonuçlarında yukarıda bahsedildiği gibi değişkenler arasında belli bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Tugade vd., 2004, Carr, 2016, Wei ve Si 2013; Frost, 2004; Cohn vd., 2009; Lim vd., 2010; Karademas, 2006; Akın, 2015; Pugliesi ve Shook, 1998; Cameron, 2013; Peterson, 2000; Youssef ve Luthans, 2007; Çalışkan ve Uzunkol, 2018; Hefferon ve Boniwell, 2011). Nitekim çeşitli şekillerde kavramsallaştırılan ve değerlendirilen iyimserlik, olumlu ruh hali ve iyi bir moralle ilişkilendirilmektedir. Ancak iyi oluş üzerinde çevrenin etkisi büyüktür. Güçlü sosyal ilişkiler, olumlu bakış açısı kişiye güç ve enerji sağlamaktadır. Kişi çevresel destekten mahrum kalırsa kötümserlik düzeyi artmakta ve tehditlere karşı korunmasız olmaktadır (Peterson, 2000, s. 44-50). Bu açıklamalar ışığında, söz konusu dört değişken birlikte değerlendirilerek bir model tasarlanmış (Bkz. Şekil 1) ve H6 hipotezi geliştirilmiştir.

H6: Algılanan sosyal desteğin toksik duygular üzerindeki etkisinde iyimserlik ve kötümserlik değişkenleri aracı rol oynamaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın bu aşamasında; araştırmanın modeli, örnekleme, veri toplama araçları, veri analizinde kullanılan yöntemler ve araştırmanın bulguları yer almaktadır.

Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda oluşturulan araştırmanın modeli şekil 1’de gösterilmiştir. Buna göre Algılanan Sosyal Destek ve Toksik Duygu Deneyimleri ilişkisinde iyimserlik ve kötümserliğin aracı rol oynaması beklenmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın Örnekleme

Bu araştırma, yaklaşık olarak 300 kişinin çalıştığı özel bir çağrı merkezinde yapılmıştır. Araştırmada 200 anket dağıtılmış ancak bu anketlerden 178 tanesinin eksiksiz doldurulduğu görülmüştür. Buna göre dağıtılan anketlerin cevaplanma oranı %89 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu veri seti analize tabi tutularak, analiz için gerekli işlemlerden geçirilirken uç değer teşkil eden anketin bulunmaması nedeniyle tüm anketler analize dâhil edilmiştir.

Örneklem kitlesinden veri toplamak için anket formu kullanılmış olup anket formunda da üç farklı ölçek yer almaktadır. Bunlar: “Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ASDÖ)”, “Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği (TDDÖ)” ve “İyimserlik/Kötümserlik Ölçeği (İKÖ)” dir.

Veri Toplama Araçları

Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ASDÖ): Zimet ve meslektaşları (1988) tarafından geliştirilen Algılanan Sosyal Destek Ölçeği 3 boyut ve 12 maddeden oluşmaktadır. Buna göre ölçeğin boyutları: aile 4 madde, arkadaşlar 4 madde ve özel kişi 4 madde şeklinde belirlenmiştir. Bu ölçek 5) *Tamamen katılıyorum ve 1) Hiç katılmıyorum* şeklinde 5’li likert tipi ile derecelendirilmiştir. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Eker ve Arkar (1995) tarafından gerçekleştirilmiş olup Türk kültüründe uygulanabileceği kanıtlanmıştır.

Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği (TDDÖ): Keifer ve Barclay (2012) tarafından geliştirilen bu ölçekte tekrarlanan duygular (tekduy) 5 madde, bağlantıyı kesen duygular (bağkes) 5 madde ve bezdirici (yorucu) duygular (bezduy) 4 madde olmak üzere 3 boyut ve 14 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte 5) *Tamamen katılıyorum ve 1) Hiç katılmıyorum* şeklinde 5’li likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışması ise Bektaş ve Erkal (2015) tarafından yapılmış, geçerliliği ve güvenilirliği sınanmıştır. Sonuçta bu ölçeğin Türk kültürüne uygulanabilen güvenilir bir ölçme aracı olduğu tespit edilmiştir.

İyimserlik/Kötümserlik Ölçeği (İKÖ): Çalışkan ve Uzunkol (2018) tarafından geliştirilen bu ölçek, iyimserlik 8 madde ve kötümserlik 8 madde olmak üzere 2 boyut ve 16 maddeden oluşmaktadır. Bu ölçekte 5) *Tamamen katılıyorum ve 1) Hiç katılmıyorum* şeklinde olmak üzere 5’li likert tipi bir derecelendirme kullanılmıştır.

Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Kullanılan ölçek maddelerinin faktör yüklerini sınamak ve maddelerin özgün formlarda olduğu gibi dağılım gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla DFA Lisrel 8.8 programı kullanılarak Doğrulayıcı Faktör Analiz (DFA) yapılmıştır. Elde edilen uyum iyiliği değerleri tablo 1’de gösterilmiştir. Bu tabloda olması gereken normal değerler, kabul edilebilir asgari değerler (Aksu vd., 2017, s. 79; Papatya vd., 2016, s. 32; Kocagöz ve Dursun, 2010, s. 145) ve ikinci düzey DFA değerleri yer almaktadır.

İlk olarak Algılanan Sosyal Destek Ölçeği analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda maddelerin özgün formda olduğu gibi dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Yanı sıra uyum iyiliği değerlerinin olduğu çıktı dosyası incelenerek gerekli modifikasyon işlemleri yapılmıştır. Mevcut kuramsal gerekçeler de dikkate alınarak modele en fazla katkıyı sağlayacak işlemler uygulanmıştır. Buna göre aile3 ile aile4 ve özel2 ile özel4 maddeleri birbirine

bağlanmıştır. Ayrıca, gerekli faktör yükünü vermemesi ve uyum iyiliği değerlerini düşürmesi gerekçesiyle aile3 maddesi modelin dışında bırakılmıştır. Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği ile ilgili yapılan işlemler incelendiğinde, uyum iyiliği değerlerini düşürmesi ve hata varyanslarının yüksek olması nedeniyle tekduy5, bağkes5 ve bezduy4 maddeleri modele dâhil edilmemiştir. İyimserlik/Kötümserlik Ölçeğine ilişkin yapılan DFA sonucunda ise iyi1 ile iyi2, iyi5 ile iyi15, iyi7 ile iyi13, kötü4 ile kötü12 ve kötü6 ile kötü16 maddeleri arasında modifikasyon işlemi yapılarak birbirine bağlanmıştır. İlâveten kötü2 maddesi modelden çıkarılmıştır.

Ölçeklere ilişkin tespit edilen ve tablo 1’de verilen bu değerler, oluşturulan DFA modellerinin anlamlı ve kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir.

İkinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

İkinci düzey DFA yapılmasının temel amacı Toksik Duygu Deneyimleri ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin alt boyutlarının bir araya gelmesi sonucunda oluşturacakları sinerjiyi ortaya koymaktır. Bu nedenle ilgili ölçeklerin boyutları, bir üst yapı olarak tanımlanan “ASDÖ” ve “TDDÖ” örtük değişkenlerine ne ölçüde uyum sağladıkları ikinci düzey DFA ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen uyum iyiliği değerleri tablo 1’de gösterilmiştir.

Algılanan Sosyal Destek Ölçeği için ikinci düzey DFA uygulanırken bazı modifikasyonlar yapılmıştır. Arkadaş2 ile arkadaş3 maddeleri arasında modifikasyon işlemi uygulanarak birbirine bağlanmıştır. Aile3 maddesi ise uyum iyiliği değerlerini düşürmesi nedeniyle modele dâhil edilmemiştir. Bunun yanında elde edilen tüm t değerlerini anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($t > 1.96$; $p < .05$). Dört boyutlu modele ilişkin faktör yükleri incelendiğinde (Standardized Solution) ise aile 99. ile 1.00, arkadaş 92. ile 1.00 ve özel 1.03 ile 1.11 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu değerler modelin iyi uyum gösterdiğini ve ilgili boyutların” ASDÖ” örtük değişkenini anlamlı şekilde yordadığını göstermektedir. Bu nedenle Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin üç faktörlü yapısının anlamlı olduğu söylenebilir.

Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeğine ilişkin yapılan ikinci düzey DFA neticesinde çıktı dosyası incelenmiştir. Sunulan öneriler gereği tekduy5, bağkes5 ve bezduy4 maddeleri modelden çıkarılmıştır. Bu işlemler sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri tablo 1’de sunulmuştur. Bu değerler incelendiğinde Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeğine ilişkin üç faktörlü ölçek yapısının anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Söz gelimi tekrar eden duygular boyutunun bu modele olan faktör yükü 1.12 ile 1.23, bağlantıyı kesen duygular 1.09 ile 1.23 ve bezdirici duygular ise 0.91 ile 1.20 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bunun yanında t değerlerinin de anlamlı çıkması ($t > 1.96$; $p < .05$) neticesinde boyutların örtük değişken olarak belirlenen “TDDÖ”ni anlamlı şekilde yordadıkları söylenebilir.

Tablo 1
Birinci ve İkinci Düzey DFA Uygunluk Değerleri ve Ölçeklerin Aldığı Değerler Tablosu

İndeksler	Normal Değerler	Kabul Edilebilir Değerler	Birinci Düzey DFA			İkinci Düzey DFA	
			ASDÖ	TDDÖ	İKÖ	ASDÖ	TDDÖ
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2 /sd \leq 3$	$3 \leq \chi^2 /sd \leq 5$	1,94	2,24	1,66	1,98	2,24
GFI	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.90 \leq GFI \leq .95$	0.93	0.93	0.90	0.92	0.91
AGFI	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$.85 \leq AGFI \leq .90$	0.88	0.89	0.86	0.88	0.86
CFI	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	$.90 \leq CFI \leq .95$	0.98	0.97	0.98	0.98	0.98
NFI	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI \leq .95$	0.97	0.96	0.96	0.96	0.97
RMSEA	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 \leq RMSEA \leq .010$	0.073	0.084	0.061	0.075	0.084

$p - value < .01$

ASDÖ: Algılanan Sosyal Destek Ölçeği

TDDÖ: Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği

İKÖ: İyimserlik/Kötümserlik Ölçeği

Analizlere geçmeden önce DFA analizleri sonucunda belirlenen boyutların analize uygunluk kriterini sağlayıp sağlamadığını ortaya koymak amacıyla normal dağılımı test edilmiştir. Tüm ölçeklerin ve ilgili boyutlarının normal dağılımı değerlerinin (skewness/kurtosis) -1 ve +1 arasında (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 208-210) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre veri seti ortalama etrafında dağılım gösterdiği söylenebilir. Bunun yanında örneklemin analiz için yeterliliğini saptamak amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır (İslamoğlu ve Alınacak, 2014, s. 403). Buna göre İKÖ ve ASDÖ çok iyi ve TDDÖ ise mükemmel değerler arasında olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 4). Ardından ilgili değişkenlerin Cronbach's Alpha güvenirliği test edilerek elde edilen bulgular tablo 4'te gösterilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Betimsel analiz sonucunda katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ilgili elde edilen bulgular tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2
Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Örneklemin Dağılımı		Örneklemin Dağılımı				
	N	%	N	%			
Cinsiyet Dağılımı	Kadın	132	74,2	Hizmet Süreleri (Yıl)	1-5	136	79,5
	Erkek	46	25,8		6-10	29	17
Yaş Dağılımı	25 ve altı	109	61,9	11+	6	3,5	
	26-35	62	35,2				
	36+	5	2,9				
Medeni Durumu Dağılımı	Evli	24	14				
	Bekâr	147	86				

Bu çalışmaya dâhil edilen katılımcıların 132'si (%74.2) kadınlardan oluşmaktadır. 147'si (%86) ise bekâr olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 109'u (%61.9) 25 ve altındaki yaş grubunda yer almaktadır. Bunun yanında hizmet süreleri bağlamında katılımcılar incelendiğinde 1-5 yıl çalışan kişi sayısı 136 (%79.5) olduğu saptanmıştır. Buna göre katılımcıların profili incelendiğinde büyük çoğunluğu kadın, bekâr, 25 ve altı yaş aralığında ve 1-5 yıl aralığında çalışma süresine sahip olduğu görülmektedir.

Fark Testi Bulguları

Demografik bulguların yanı sıra cinsiyet ayrımı bağlamında ölçeklerin ilgili boyutları düzeylerinde anlamlı bir farklılığın olup olmadığını sınamak amacıyla Independent Sample T testi uygulanmıştır. Buna göre cinsiyet farklılığı bağlamında ölçeklerin ve ilgili boyutlarının ortalamalarında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>.05$). Bu nedenle bu bulguyla ilgili tablo verilmemiştir. Ancak medeni durum değişkeni bağlamında ölçeklerin ortalamalarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 2'de verilen bulgulara göre katılımcıların; TDDÖ ($t_{(169)} = 2.20$; $p<.05$), Tekduy ($t_{(169)} = -2.09$; $p<.05$) ve Aile ($t_{(169)} = 2.02$; $p<.05$) değişkenlerine ilişkin ortalamalarında anlamlı ve önemli bir farklılığın olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda elde edilen ortalamalara göre TDDÖ ve Tekduy değişkenlerinde bekâr katılımcıların ortalamaları evli katılımcılarınkinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında aile desteği boyutunda ise evli katılımcıların ortalaması daha yüksek olduğu saptanmıştır ($p<.05$).

Tablo 3

Medeni Durum Bağlamında Kullanılan Ölçeklerin Boyutlarına İlişkin Fark Analizi Tablosu

	Evli		Bekâr		p	t	f	Anlamlı Fark
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.				
TDDÖ	1.82	1.00	2.26	.95	.037	-2.20	.338	Bekâr> Evli
Tekduy	1.93	1.23	2.50	1.23	.038	-2.09	.002	Bekâr> Evli
Aile	4.38	.56	4.11	.87	.050	2.02	.017	Evli> Bekâr

D.f. (Serbestlik Derecesi)= 169
TDDÖ: Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği
Tekduy: Tekrarlanan Duygular

Bu analizlerin yanında ayrıca yaş grupları ve çalışma süreleri bağlamında değişkenlerin ortalamaları arasında anlamlı farklılığın olup olmadığı test edilmiştir. Bu analiz ANOVA testi ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular ise tablo 4'te gösterilmiştir. Tüm değişkenlerin güvenilirlik değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4

Katılımcıların Yaş Grupları Bağlamında Ölçeklerin Boyutlarına İlişkin Fark Analizi Bulguları Tablosu

	Yaş grupları	Ort.	S.S.	p	f	Anlamlı Fark
	26-35	2.17	1.08			
	36-45	1.35	.48			
Aile	25 ve altı	3.99	.87	.003	5.935	26-35>25 ve altı
	26-35	4.44	.70			
	36-45	4.29	.41			
Arkadaş	25 ve altı	3.76	1.03	.015	4.291	26-35>25 ve altı
	26-35	4.23	.94			
	36-45	3.95	.27			

D.f. (Serbestlik Derecesi) gruplar arası=2 ve grup iç =173
Tekduy: Tekrarlanan Duygular

Elde edilen analiz bulguları incelendiğinde farklı yaş gruplarında yer alan katılımcıların Tekduy ($F_{(2,173)}=4.536$; $p<.05$), Aile ($F_{(2,173)}=5.935$; $p<.05$) ve Arkadaş ($F_{(2,173)}=4.291$; $p<.05$) değişkenlerine ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Bu bulgular neticesinde ortalamalar incelendiğinde tekduy boyutunda hem 25 ve altı hem de 26-35 yaş grubunun ortalamaları, 36-45 yaş grubunun ortalamasından daha yüksek olduğu saptanmıştır ($p<.05$). Aile ve arkadaş destekleri boyutlarının her ikisinde de 26-35 yaş grubunun ortalaması 25 ve altı yaş grubunun ortalamasından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<.05$).

Ancak çalışma süreleri bağlamında değişkenlerin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>.05$). Bu nedenle bu bulguyla ilgili tablo verilmemiştir.

Korelasyon Testi Bulguları

Değişkenler arasında ilişkinin olup olmadığını test etmek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Burada ilişkinin yönü ve şiddeti belirlenmektedir. Elde edilen bulgular tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5
Ölçekler Arasındaki İlişki, Ölçeklerin Ortalamaları ve Güvenirlik Değerleri Tablosu

	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.İyimser	3.54	.92	(.892)									
2.Kötümser	2.54	.99	-.486**	(.878)								
3. ASDÖ	3.93	.79	.287**	-.072	(.903)							
4. Aile	4.16	.83	.169*	.079	.779**	(.873)						
5. Arkadaş	3.92	1.01	.209**	-.172*	.789**	.557**	(.906)					
6. Özel	3.72	1.19	.275**	-.051	.779**	.381**	.335**	(.885)				
7. TDDÖ	2.22	.95	-.302**	.615**	-.091	.079	-.129	-.127	(.951)			
8. Tekduy	2.42	1.22	-.258**	.586**	-.078	.079	-.162*	-.072	.915**	(.923)		
9. Bağkes	2.46	1.24	-.213**	.563**	.050	.205**	-.010	-.035	.900**	.752**	(.924)	
10. Bezduy	1.77	.84	-.337**	.411**	-.270**	-.146	-.188*	-.277**	.744**	.551**	.495**	(.825)

**P<.01; *P<.05

Cronbach's Alpha güvenirlik değerleri parantez içinde ve koyu puntolarla gösterilmiştir.

KMO değerleri: İKÖ=,882; ASDÖ=,867 ve TDDÖ=,912; p=,000

ASDÖ: Algılanan Sosyal Destek Ölçeği

TDDÖ: Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği

Tekduy: Tekrarlanan Duygular

Bağkes: Bağlantıyı Kesen Duygular

Bezduy: Bezdirici Duygular

Tablo 5 incelendiğinde en yüksek ortalama sahip değişkenin aile boyutu (ort.=4.16; S.S.=83) olduğu görülmektedir. Bezduy ise en düşük ortalamaya sahip boyut olduğu saptanmıştır (ort.=1.77; S.S.=84).

İyimserlik boyutunun ASDÖ ve ilgili boyutlarıyla pozitif fakat TDDÖ ve ilgili boyutlarıyla negatif ve anlamlı ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir (p<.05). Kötümserlik boyutu ise arkadaş boyutuyla negatif ancak toksik duygu deneyimleri ve ilgili tüm boyutlarıyla pozitif ve anlamlı ilişkisinin olduğu saptanmıştır (p<.05). ASDÖ ile bezduy negatif, aile boyutu ile bağkes pozitif, arkadaş boyutu ile tekduy ve bezduy boyutları arasında negatif ve son olarak da özel boyutu ise sadece bezduy ile arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir (p<.05).

Regresyon Testi Bulguları

Bağımsız değişken olarak belirlenen ölçek ve faktörlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini sınamak amacıyla doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular tablo 6,7, 8 ve 9 da gösterilmiştir.

Tablo 6

Sosyal Desteğin Toksik Duygu Deneyimleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Testi Bulguları

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BAĞIMLI DEĞİŞKENLER								
	TDDÖ			Regresyon Modelin Özeti					
ASDÖ	β	S.H.	p						
	-.124	.091	.099	R ² =.015; Adj. R ² =.010; F =2.752; p=.099					
	Tekduy			Bağkes			Bezduy		
	β	S.H.	p	β	S.H.	p	β	S.H.	p
Aile	,054	,117	,600	,134	,119	,194	-,064	,108	,524
Arkadaş	-,186	,119	,060	-,074	,121	,455	-,011	,110	,908
Özel	-,032	,085	,702	-,067	,086	,426	-,198	,078	,016
Regresyon Modelin Özeti	R ² =.028; Adj. R ² =.011			R ² =.011; Adj. R ² =-.006			R ² =.056; Adj. R ² =.040		
	F =1.677; p=.174			F =640; p=.590			F =3.469; p=.017		

ASDÖ: Algılanan Sosyal Destek Ölçeği
TDDÖ: Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği
Tekduy: Tekrarlanan Duygular
Bağkes: Bağlantıyı Kesen Duygular
Bezduy: Bezdirici Duygular

Tablo 6'da verilen bulgular incelendiğinde ASDÖ ve TDDÖ değişkenleri arasında kurulan regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p>.05$). Dolayısıyla H1 reddedilmiştir. Bunun yanında algılanan sosyal desteğin boyutlarıyla ile toksik duygu durumlarının tekduy ve bağkes boyutlarıyla kurulan regresyon modelleri de anlamlı olmadığı ($p>.05$), fakat bezduy boyutuyla kurulan modelin anlamlı olduğu saptanmıştır ($p<.05$). Buna göre sadece özel boyutunun bezduy boyutunu anlamlı ve negatif etkilediği saptanmıştır ($\beta=-.198$; $p<.05$).

Tablo 7

Sosyal Desteğin İyimsizlik/Kötümsizlik Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Testi Bulguları

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BAĞIMLI DEĞİŞKENLER					
	İYİMSERLİK			KÖTÜMSERLİK		
	β	S.H.	p	β	S.H.	p
ASDÖ	.325	.075	.000	-.119	.085	.113
Regresyon Modelin Özeti	R ² =.106; Adj. R ² =.101; F=20.837; p=.000			R ² =.014; Adj. R ² =.009; F=2.536; p=.113		
	İYİMSERLİK			KÖTÜMSERLİK		
	β	S.H.	p	β	S.H.	p
Aile	,205	,084	,037	,071	,094	,484
Arkadaş	,015	,085	,872	-,215	,096	,029
Özel	,184	,061	,021	-,009	,068	,913
Regresyon Modelin Özeti	R ² =.114; Adj.R ² =.099; F=7.447; p=.000			R ² =.033; Adj.R ² =.016; F=1.950; p=.123		

ASDÖ: Algılanan Sosyal Destek Ölçeği

Tablo 7'de gösterilen bulgulara göre ASDÖ sadece İyimsizlik ile kurulan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ($p=.000$). Buna göre bağımsız değişken olarak belirlenen ASDÖ'nün iyimsizliği ($\beta=.325$; $p<.05$) olumlu ve anlamlı şekilde yordadığı tespit edilmiş olup, H2 kabul edilmiştir.

Bunun yanında boyutlar bağlamında kurulan regresyon modelleri incelendiğinde ($p=.000$); özel ($\beta=.184$; $p<0.05$) ve aile ($\beta=.205$; $p<0.05$) boyutlarının iyimserliği olumlu ve anlamlı şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Ancak ASDÖ'nün kötümserliği anlamlı şekilde yordamadığı görülmüştür ($p>.05$). Bu nedenle H3 reddedilmiştir. Diğer yandan sosyal desteğin boyutlarından sadece arkadaş boyutunun kötümserliği anlamlı ve negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir ($\beta=-.215$; $p<0.05$).

Tablo 8

İyimserliğin Toksik Duygu Deneyimleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Testi Bulguları

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BAĞIMLI DEĞİŞKENLER								
	TDDÖ			Regresyon Modelin Özeti					
	β	S.H.	p						
İYİMSERLİK	-.298	.083	.000	$R^2=.089$; Adj. $R^2=.084$; $F=17.169$; $p=.000$					
	Tekduy			Bağkes			Bezduy		
	β	S.H.	p	β	S.H.	p	β	S.H.	p
İYİMSERLİK	-.258	.097	.001	-.213	.099	.004	-.332	.089	.000
Regresyon Modelin Özeti	$R^2=.067$; Adj. $R^2=.061$ $F=12.541$; $p=.000$			$R^2=.046$; Adj. $R^2=.040$ $F=8.396$; $p=.000$			$R^2=.105$; Adj. $R^2=.099$ $F=20.544$; $p=.000$		
<i>TDDÖ: Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği</i>									
<i>Tekduy: Tekrarlanan Duygular</i>									
<i>Bağkes: Bağlantıyı Kesen Duygular</i>									
<i>Bezduy: Bezdirici Duygular</i>									

Tablo 8'de verilen bulgular göre, iyimserliğin TDDÖ ve ilgili diğer boyutlarıyla kurulan regresyon modellerinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p<.05$). Buna göre bağımsız değişken olarak iyimserliğin TDDÖ ($\beta= -.298$; $p<0.05$), tekduy ($\beta= -.258$; $p<0.05$), bağkes ($\beta= -.213$; $p<0.05$) ve bezduy ($\beta= -.332$; $p<0.05$) bağımlı değişkenlerini anlamlı ve negatif şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle H4 kabul edilmiştir.

Tablo 9.

Kötümserliğin Toksik Duygu Deneyimleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Testi Bulguları

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BAĞIMLI DEĞİŞKEN								
	TDDÖ			Regresyon Modelin Özeti					
	β	S.H.	p						
KÖTÜMSERLİK	.598	.065	.000	$R^2=.358$; Adj. $R^2=.354$; $F=98.025$; $p=.000$					
	Tekduy			Bağkes			Bezduy		
	β	S.H.	p	β	S.H.	p	β	S.H.	p
KÖTÜMSERLİK	.586	.076	.000	.563	.078	.000	.430	.079	.000
Regresyon Modelin Özeti	$R^2=.343$; Adj. $R^2=.339$ $F=91.845$; $p=.000$			$R^2=.317$; Adj. $R^2=.313$ $F=81.768$; $p=.000$			$R^2=.185$; Adj. $R^2=.180$ $F=39.949$; $p=.000$		
<i>TDDÖ: Toksik Duygu Deneyimleri Ölçeği</i>									
<i>Tekduy: Tekrarlanan Duygular</i>									
<i>Bağkes: Bağlantıyı Kesen Duygular</i>									
<i>Bezduy: Bezdirici Duygular</i>									

Tablo 9’da verilen bulgulara göre kötümserliğin TDDÖ ve ilgili diğer boyutlarıyla kurulan regresyon modellerinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p < .05$). Bu modeller incelendiğinde ise kötümserliğin; TDDÖ ($\beta = .598$; $p < .05$), tekduy ($\beta = .586$; $p < .05$), bağkes ($\beta = .563$; $p < .05$) ve bezduy ($\beta = .430$; $p < .05$) bağımlı değişkenlerini anlamlı ve olumlu şekilde etkilediği görülmektedir. Kötümserliğin en fazla TDDÖ değişkenini yordadığı görülmektedir. Bu bulgular neticesinde H5 kabul edilmiştir.

Aracılık Testi Bulguları

Bu araştırmada asıl cevabı aranan konu ise, Algılanan Sosyal Destek ve Toksik Duygu Durumları ilişkisinde iyimserlik/kötümserliğin aracılık rolünün olup olmadığıdır. Bu aracılık rolünü ortaya koyabilmek için mevcut veriler, Andrew F. Hayes tarafından geliştirilen ve SPSS paket programına sonradan eklenebilen PROCESS makrosu kullanılmıştır (Hayes 2013, s. 16). PROCESS makrosu önemli bir avantajı olarak tüm modelin ve aracı değişkenin dolaylı etkisini (aracılık etkisini) birlikte değerlendirip göstermesidir (Kuşluvan vd. 2016, s. 88). Bu makroda stabilitenin kontrol altında tutulabilmesi için bootstrap metodu uygulanmaktadır. Burada ifade edilen bootstrap güven aralığı ile anlamlılık değeri (significancy) için güven derecesinin üst (ULCI) ve alt (LLCI) değerleri ve yeniden örnekleme metodu belirlenmekte ve tercih edilmektedir. Güven aralığının anlamlı sayılabilmesi için her ikisinin de ya sıfırdan büyük ya da küçük olmalıdır. Diğer yandan yeniden örnekleme metodu ile az miktardaki örnekleme binlerce tekrarlayarak örneklemin temsil kabiliyetini kuvvetlendirmektedir (Hayes 2018, s. 95-97). Böylece az veri setlerinden anlamsız sonuçların önüne geçilmiş olmakta ve sağlıklı sonuçlara ulaşmayı sağlamaktadır (Arslan ve Yener 2015, s. 297).

Bu araştırmada aracı etkiyi sınamak amacıyla 178 örneklem üzerinden %95 güven aralığında ve yanlış hatasından arındırmak maksadıyla bootstrap yöntemi ile oluşturulan 1000’lik örneklem metodu kullanılarak aracılık etkisi modeli kurulmuştur. Bu aracı rol etkisi ise PROCESS makrosunun model 4’ü kullanılarak (Hayes 2013, s. 105-113) tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular da Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10

Algılanan Sosyal Destek ve Toksik Duygu Durumları İlişkisinde İyimserlik/Kötümserliğin Aracılık Rolüne İlişkin Bulgular Tablosu

İyimserliğin Aracı Olduğu İlişki	Doğrudan			Doğrudan Etkinin p Değeri	Dolaylı Etkinin Bootstrap Güven Aralığı LLCI/ULCI	Sobel Testi			Aracı Etki Türü
	Toplam Etki	Doğrudan Etki	Dolaylı Etki			SE	Z	p	
ASDÖ → Bezduy	-.2796	-.1582	-.1214	.1106	-.2483/-.0393	.0423	-2.8723	.0041	Tam
Aile → Bezduy	-.1651	-.0699	-.0952	.3829	-.2049/-.0341	.0336	-2.8306	.0046	Tam
Arkadaş → Tekduy	-.2796	-.1582	-.1214	.1299	-.1693/-.0083	.0423	-2.8723	.0041	Tam
Özel → Bezduy	-.2197	-.1452	-.0741	.0022	-.1639/-.0259	.0281	-2.6521	.0080	Kısmi
Kötümserliğin Aracı Olduğu İlişki									
Arkadaş → Tekduy	-.1960	-.0760	-.1200	.3125	-.2322/-.0365	.0535	-2.2408	.0250	Tam
ASDÖ: Algılanan Sosyal Destek Ölçeği									
Tekduy: Tekrarlanan Duygular									
Bezduy: Bezdirici Duygular									

Tablo 10’da gösterilen bulgular incelendiğinde ilk olarak, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenlerin ilişkisinde iyimserlik boyutunun aracı etkisinin sonuçları görülmektedir. Buna göre iyimserlik değişkeninin analize dâhil edilmesiyle ASDÖ’nün bezduy üzerindeki doğrudan etkisinin ($-.1582$; $p = .1106$) anlamını kaybettiği tespit edilmiştir. ASDÖ’nün bezduy üzerindeki dolaylı etkisinin ($-.1214$) %95 güven düzeyinde Bootstrap LLCI ($-.2483$) ve ULCI ($-.0393$) güven aralığının her ikisinin de negatif olduğu görülmektedir. Ayrıca

Sobel testi ($Z=-2.8723$; $p<.05$) sonucu da anlamlı olduğu saptanmıştır. Bu nedenle ASDÖ'nün bezduy üzerindeki etkisinde iyimserliğin tam aracılık rolü üstlendiği ifade edilebilir.

İyimserliğin dâhil edilmesiyle beraber aile faktörünün bezduy üzerindeki doğrudan etkisinin ($-.0699$; $p=.3829$) anlamsız hale geldiği görülmektedir. Sobel testi ($Z=-2.8306$; $p<.05$) sonuçlarının anlamlı ve Bootstrap LLCI ($-.2049$) ile ULCI ($-.0341$) güven aralığının her ikisinin de negatif olması nedeniyle iyimserlik değişkenin tam aracılık etkisinin anlamlı olduğu saptanmıştır.

Yine iyimserliğin aracı değişken olarak analize dâhil edildiğinde arkadaş boyutunun tekduy üzerindeki doğrudan etkisinin ($-.1582$; $p=.1299$) anlamlılığını yitirdiği görülmektedir. Bootstrap LLCI ($-.1693$) ve ULCI ($-.0083$) güven aralığının her ikisinin de negatif olduğu görülmekte olup, Sobel testi ($Z=-2.8723$; $p<.05$) sonucunun anlamlı olması nedeniyle bağımsız ile bağımlı değişkenler arasındaki anlamlı ilişkide iyimserliğin tam aracılık rolü üstlendiği saptanmıştır.

Özel boyutunun bezduy ile ilişkisinde iyimserliğin aracılık etkisi incelendiğinde ise iyimserliğin aracı değişken olarak analize dâhil edilmesiyle özel boyutunun bezduy üzerindeki doğrudan etkisi ($-.1452$; $p=.0022$) ise anlamlılığını yitirmediği tespit edilmiştir. Sobel testi ($Z=-2.6521$; $p<.0080$) anlamlı ve Bootstrap LLCI ($-.1639$) ve ULCI ($-.0259$) güven aralığının her ikisinin de negatif olduğu görülmekte olup iyimserliğin bu değişkenler arasındaki ilişkide kısmi aracılık etkisinin olduğu ortaya konulmuştur.

Son olarak da kötümserlik değişkenin aracı rol olarak analize dâhil olduğu modeller denenmiştir. Ancak sadece bağımsız değişken olarak belirlenen arkadaş ve tekduy bağımlı değişkeni ilişkisinde aracı rol oynadığı saptanmıştır. Buna göre kötümserlik aracı değişken olarak modele dâhil edildiğinde arkadaş boyutunun tekduy üzerindeki doğrudan etkisinin ($-.0760$; $p=.3125$) anlamlılığını yitirdiği tespit edilmiştir. Sobel testi ($Z=-2.2408$; $p<.0250$) ile elde edilen bulgulara göre bağımsız ile bağımlı değişkenler arasında dolaylı ilişkinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bunun yanında Bootstrap LLCI ($-.2322$) ve ULCI ($-.0365$) güven aralığının her ikisinin de negatif olduğu görülmekte olup kötümserliğin bu iki değişken arasındaki ilişkide tam aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Her ne kadar boyutlar bağlamında anlamlı aracılık modelleri tespit edilmiş olsa da, ASDÖ'nün TDDÖ üzerindeki etkisinde iyimserlik ve kötümserliğin aracı etkisinin olmaması nedeniyle H6 reddedilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Dinamik bir çevrede faaliyet gösteren örgüt çalışanları, belirsizlik, baskı, karmaşa, kıskançlık ve iletişim aksaklıkları gibi nedenlerden dolayı zehirli örgütsel ortamlarda çalışmak durumunda kalabilmektedirler. Zehirli havanın solunması sonucunda çalışanların, moralinin, örgüte olan güvenlerinin, performanslarının ve verimliliklerinin olumsuz etkileneceği bilinen bir gerçektir. Nitekim insanları duyguları zehirlendiğinde entelektüel yeteneklerini kullanamadıkları bilinmektedir. Bu gibi durumlarda çalışanlar, diğer arkadaşlarıyla bağ kurarak onlardan sosyal destek bekleyebilirler. Diğer çalışanlar da acı çeken arkadaşlarının nefes alabileceği bir ortam yaratarak onların rahatlayabilmesi için iş yüklerini hafifletmeleri gerekebilmektedir.

Zehirli ortamlarda, toksisitenin önlenmesi ya da düzeyinin hafifletilebilmesi için özellikle yöneticilere de büyük görevler düşmektedir. Çalışanların birbirlerine sağladıkları dışsal bir özelliğe sahip olan sosyal destek kadar içsel olan iyimserlik de önemli bir etkidir. Bunun yanında çalışanların kötümserlik duygu durumları da iş ortamlarının zehirli bir ortama dönüşmesine neden olabilmektedir. Bireysel nitelikleri ifade eden iyimserlik ve kötümserlik kavramları hem kalıtım hem de çevresel faktörlerden kaynaklı olabilmektedir. Kalıtımsal özellikler kötümserliği %25 oranında açıklarken, geçmiş deneyimler, kötümser ebeveynlerin rol model teşkil etmesi ve sergiledikleri kötümser davranışların bireylerin kötümserlik düzeylerinde önemli rol oynamaktadır (Ben-Zur, 2003, s. 69; Eryılmaz, 2015, s. 390).

Büyük örtük değişken olarak belirlenen ASDÖ, aile ve arkadaş faktörlerinin iyimserliği arttıran etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Yapılan diğer çalışmalar sonucunda sosyal desteğin bireyin günlük yaşam olaylarıyla ve stres etkeni ile başa çıkma ve uyum sağlama yeteneğini geliştirdiğini göstermektedir (Huang vd., 2008, s. 1796; Lindorff, 2001, s. 281). Sosyal desteğin kişinin sağlığını, refahını ve geleceğe ilişkin iyimserliğini etkilediğini net bir şekilde belirlenmiştir (Barnett vd., 2018, s. 188). İyi oluş değişkenleri ile sosyal destek arasında pozitif yönde orta düzeyde, depresyon ve yalnızlığın sosyal destek ile negatif yönde orta düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiş olup (Yalçın, 2015, s. 21) bu çalışmanın bulguları desteklenmiştir.

İyimserlik değişkeni toksik duygu durumlarını düşürücü etkiye sahip iken kötümserliğin ise beklendiği gibi arttırıcı etkisinin olduğu saptanmıştır. Youssef ve Luthans (2007, s. 780)'ın yapmış olduğu çalışma sonucunda toksisite durumlarında iyimserlik ve umut devreye girerek kişinin kısa sürede toparlanmasını sağlamadığı ortaya çıkmıştır. İyimserlik düzeyleri yüksek olan çalışanların problem çözebilme kapasiteleri ve esnek düşünerek yaratıcı oldukları bilinmektedir (Peterson, 2000, s. 44). Diğer taraftan manidar şekilde büyük örtük değişkenlerden ASDÖ'nün TDDÖ üzerinde anlamlı bir etkisi saptanmamıştır. Ancak ASDÖ'nün özel boyutu, bezdirici duyguları azalttığı tespit edilmiştir. Bu durum, sosyal desteğin her zaman olumlu etkisinin olamayacağına bağlanmaktadır. Çünkü sosyal desteğin alıcı kişide yaratacağı reaksiyonun olumsuz ya da etkisiz olma durumu da ihtimal dâhilindedir (Gray, 2018, s. 3).

Genel olarak literatürde sosyal desteğin toksisiteyi azaltan etkisinden bahsedilmektedir. Çünkü toksik davranış veya durumlarla başa çıkabilmek adına çalışanlar sosyal desteğe başvurabilmektedir. Bu durumu iş arkadaşlarıyla ya da yöneticileriyle paylaşabilmektedirler. Sosyal desteğin düzeyi ne olursa olsun her zaman tükenmişlik ve stres gibi toksik iklimin düzeyini düşürerek iyimserliği arttırdığı ifade edilmektedir (Torun, 1995, s. 7). Bunun dışında sosyal destek alan kişilerin toksisiteyle mücadele etme kararı alarak direnebilir. Ayrıca iyimserliğini bozmadan işine odaklanabilir (Kasalak ve Aksu, 2016, s. 684). Çünkü bireyler bir tehdidi yönetmek için kullanılabilir farklı başa çıkma seçeneklerini değerlendireceği ileri sürülmektedir. Aile arkadaş, özel kişiler veya içsel başa çıkma mekanizmalarını kullanabilmektedir. (Bowling ve Michel 2011, s. 310). Bunun sonucunda ise toksisitenin patolojik etkileri azaltılarak biyolojik ve ruhsal hastalığın da önüne geçmesi söz konusudur (Chien vd., 2000, s. 69-84).

Çalışmada, iyimserlik boyutu analiz modeline dâhil olduğunda bezdirici davranışların ASDÖ ve aile boyutuyla ilişkisinde tam ve özel boyutu ile kısmi aracılık etkisine sahipken arkadaş boyutu ile tekrar eden davranışların ilişkisinde ise tam aracılık rolü üstlendiği saptanmıştır. Buradan hareketle tek başına sosyal desteğin toksisite ile mücadele etmede yeterli olmadığı söylenebilir. Aynı zamanda kişinin iyimser olması gerekmektedir. Yani bu iki bileşenin bir araya gelmesi sonucunda bir sinerji yaratarak daha etkili sonuçların alınmasını sağlayabilir. Toksisite ile başa çıkmada, bir zorluk karşısında dayanıklılık düzeyinin ve çevresel desteklerin yeterli derecede olması gerekmektedir. Bu bileşenlerin birbirini desteklediği açıktır (Youssef ve Luthans, 2007, s. 779-780). Başarılı olmak için zorluklarla mücadele etmek ve çeşitli desteklerden faydalanmak gerekebilmektedir. İyimser açıklama tarzı ise bu direncin önemli bir anahtarı olduğu ifade edilmektedir. İyimser ve sosyal yönü güçlü bireyler başarısız olduklarında nedenini araştırmakta ve çözüm aramaktadır. Bu nedenle zor ve stresli bir işi yapmak üzere seçilecek adaylarda motivasyon ve güçlü sosyal ilişki yeteneğinin yanında ayrıca iyimserlik de aranması konusunda görüşler bulunmaktadır (Türkmenoğlu, 2017, s. 122).

Çalışmada, kötümserlik boyutu analiz modeline dâhil edildiğinde arkadaşlık ile tekrar eden davranışlar ilişkisinde tam aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Normalde arkadaşlık boyutu, tekrar eden duyguları yüksek oranda düşürürken kötümserliğin araya girmesiyle arkadaşlığın etkisi gittikçe azalmıştır. İş arkadaşlarının, bireylerin toksisiteyle mücadelesinde önemli rol oynadığı ifade edilmektedir. Onlara önemli bazı davranışsal destek sağladıkları (Chiaburu ve Harrison, 2008, s. 1085) belirtilmiştir. Ancak her ne kadar kişi arkadaşlarına güvense, duygularını paylaşırsa, sorunlarını dile getirirse ve yardım alsın da kötümser bir yapıya sahip olduğunda bunların etkisi azalabilmektedir.

Fredrickson (2009) olumsuz duygular, kişinin anlık düşüncelerini ve eylemlerini kısıtladığını ve olumlu duygular ise bireyin dikkatini, düşünmesini ve davranışsal repertuarlarını genişletme potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymuştur (Hefferon ve Boniwell, 2014, s. 24; Çetin, 2017, s. 114; Carr, 2015, s. 25; Tugade vd., 2004, s. 1166). Olumlu duygular, güçlü bir büyüme ve değişim kaynağıdır. Bu kaynak birbirinden beslenen ve yukarı doğru bir spiral şeklinde yükseldiği ifade edilmektedir (Cohn vd., 2009, s. 372). Daha kapsayıcı ve aktif sosyal gruplar, daha esnek hedefler ve geniş zihniyet ürettiği görülmektedir. Bu nedenle sosyal grupların ve informal ilişkilerin geliştirilmesine imkân verilmelidir. Öyle ki bu çalışmada arkadaş desteğinin kötümserliği azalttığı saptanmıştır. Dolayısıyla örgüt içerisinde toksik duyguları etkin bir şekilde azaltmak ve eğer mümkünse, dikkat ve şefkat gibi yapıcı uygulamalarda bulunmak, örgütün toksik duyguların üretilmesi ve yayılması engellenebileceği ileri sürülmektedir (Chu, 2014, s. 960). Olumlu duyguların yayılmasının sağlanmasıyla çalışanların zamanla tükenme, izole edilme ve yabancılaşma sorunlarının önüne geçilebilir (Kasalak ve Aksu, 2016, s. 688). Böylelikle çalışanların toksisite ile mücadele noktasında başa çıkma için kaynak ve strateji oluşturmalarına yardımcı olunmuş olacağı ileri sürülmektedir (Kiefer ve Barclay, 2012, s. 602). En nihayetinde insanların ailesinden, arkadaşlarından veya hayatlarındaki özel kişilerle sevinçlerini ve sorunlarını paylaşması, onlardan maddi ve maddi olmayan yardımlar alması ve güvenebileceği kişilerle yakın ilişkiler kurması iyimser düşünceyi tetikleyebileceği ileri sürülmektedir (Tugade vd., 2004, s. 1162).

Bu noktada yöneticilerin acı çeken çalışanları fark edebilmek için empati kurması gerekebilir. Toksinlerin atılması ya da tampon bölge inşa edilmesi için önemli görevler üstlenebilirler. Toksik bir duyguya maruz kalmış bir çalışana yapılacak en iyi müdahalelerden bir tanesi de ona serbest alan yaratmaktır. Çalışanın bir süre sonra kendi kendini toparladığı ifade edilmektedir. Bazen çalışanlara ailelerine zaman ayırmalarına izin verilmelidir. Toksik duyguyu yaşayan kimsenin bazen de farkında olmadan diğer çalışanları zehirlediği belirtilmektedir. Bu tür durumlarda örgütün müdahalesi gerekebilmektedir. Mağdur kişilerin, duygusal açıdan zor durumlarla başa çıksalar bile onları duygusal olarak sağlıklı tutan bir dizi tutum ve rutine erişmeleri gerekebilmektedir. Sürekli sağlık ve performansın anahtarı, insanların iyileşmesi için periyodik olarak dinlenme veya mola vermelerine izin veren alışkanlıklar ve ritüeller oluşturmalarını gerektirebilmektedir. Her gün toksinlere karşı savaşan çalışanlar kuruluştan yardım almaları sağlanmalı ve gerekli eğitimler düzenlenmelidir (Frost, 2004, s. 118-122).

Kaynakça

- Akın, A. (2015). *Öznel iyi olma*. A. Akın ve Ü. Akın (Ed.), Psikolojide güncel kavramlar I: pozitif psikoloji (s. 6-10) içinde. Ankara: Nobel Akademik Yayınları.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arıcı, N. (2015). *Pozitif dayanıklılık*. A. Akın ve Ü. Akın (Ed.), Psikolojide güncel kavramlar I: pozitif psikoloji (s. 149-150) içinde. Ankara: Nobel Akademik.
- Avey, J., Wernsing, T. ve Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48-70. doi: 10.1177/0021886307311470
- Barnett, M. D., Martin, K. J., ve Garza, C. J. (2018). Satisfaction with work-family balance mediates the relationship between workplace social support and depression among hospice nurses. *Journal of Nursing Scholarship*, 51(2), 187-194. doi:10.1111/jnu.12451
- Bektaş, M. ve Erkal, P. (2015). Toxicity behaviors in organizations: Study of reliability and validity of toxic emotional experiences scale. Research. *Journal of Business and Management*, 2(4), 519-529. doi: 10.17261/Pressacademia.2015414060
- Ben-Zur, H. (2003). Happy adolescents: The link between subjective well-being, internal resources, and parental factors. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(2), 67-79. doi: 10.1023/A:1021864432505

- Bhanthumnavian, D. (2003). Perceived social support from supervisor and group members' psychological and situational characteristics as predictors of subordinate performance in thai work units. *Human Resource Development Quarterly*, 14(1), 79-97. doi: 10.1002/hrdq.1051
- Bowling N.A. ve Michel J.S. (2011). Why do you treat mebadly? the role of attributions regarding the cause of abusein subordinates' responses to abusive supervision. *Work and Stress*, 25, 309-320. doi: 10.1080/02678373.2011.634281
- Cameron, K. (2013). *Pozitifliderlik olağanüstü bir performans için stratejiler*. Tuğba Çekinirer (Çev.). İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Carr, A. (2015). *Pozitif psikoloji*. Ümit Şendilek (Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınlar.
- Chiaburu, D. S. ve Harrison, D. A. (2008). Do peers make the place? conceptual synthesis and meta-analysis of coworker effects on perceptions, attitudes, OCBs, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1082. doi: 10.1037/0021-9010.93.5.1082
- Chien, S., H. Chang ve J. Schaller (2000). Perspectives of adolescents with visual impairments on social support from their parents. *Journal of Visual Impairment and Blindness*, 94(2), 69-84. doi: 10.1177/0145482X0009400202
- Chu, L. C. (2014). Mediating toxic emotions in the workplace-the impact of abusive supervision. *Journal of Nursing Management*, 22(8), 953-963. doi: 10.1111/jonm.12071
- Clara, I. P., Cox, B. J., Enns, M. W., Murray, L. T. ve Torquard, L. J. (2003). Confirmatory factor analysis of the multidimensional scale of perceived social support in clinically distressed and student samples. *Journal of Personality Assessment*, 81(3), 265-270. doi: 10.1207/S15327752JPA8103_09
- Cohen, S. and T.A. Wills (1985). Stress, social support and buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357. doi: 10.1037/0033-2909.98.2.310
- Cohn, M. A., Fredrickson, B. L., Brown, S. L., Mikels, J. A., ve Conway, A. M. (2009). Happiness unpacked: positive emotions increase life satisfaction by building resilience. *Emotion*, 9(3), 361. Doi: 10.1037/a0015952
- Collins, A. M., Hislop, D. ve Cartwright, S. (2016). Social support in the workplace between teleworkers, office-based colleagues and supervisors. *New Technology, Work and Employment*, 31(2), 161-175. doi: 10.1111/ntwe.12065
- Çalışkan, H. ve Uzunkol, E. (2018). Ergenlerde iyimserlik-kötümserlik ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 6(2), 78-95. Erişim adresi: <https://toad.halileksi.net/sites/default/files/pdf/iyimserlik-kotumserlik-olcegi-toad.pdf>
- Çetin, F., (2017). *Psikolojik sermaye*. B. Akdemir (Ed.). İnsan kaynakları yönetiminde güncel yaklaşımlar içinde. İstanbul: Beta Yayınları.
- Daalen, G. V., Willemsen, T. M. ve Sanders, K. (2006). Reducing work-family conflict through different sources of social support. *Journal of Vocational Behavior*, 69(3), 462-476. doi: 10.1016/j.jvb.2006.07.005
- Eker, D., Arkar, H. ve Yıldız, H. (2001). Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği'nin gözden geçirilmiş formunun faktör yapısı, geçerlik ve güvenilirliği. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 12(1), 17-25. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRVNU9ESXk>
- Eryılmaz, A. (2015). Sistem yaklaşımı açısından kötümserlik. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 7(4), 391-400. doi: 10.5455/cap.20150203014025
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226. doi: 10.1037/0003-066X.56.3.218
- Frost, P.J. (2004). Handling toxic emotions: New challenges for leaders and their organization. *Organizational Dynamics*, 33(2), 111-127. doi: 10.1016/j.orgdyn.2004.01.001

- Gray, C. E. (2018). *You're not helping: Unhelpful workplace social support as a job stressor* (Doctoral Dissertation), University of South Florida. Erişim adresi: <https://scholarcommons.usf.edu/etd/7510>
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: Guilford Press. doi: 10.1111/jedm.12050
- Hefferon, K. ve Boniwell, I., (2011). *Pozitif psikoloji: kuram, araştırma ve uygulamalar*, Tayfun Doğan (Çev.). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *The Journal of psychology*, 21(1), 107-112. doi: 10.1080/00223980.1946.9917275
- Huang, C. Y., Sousa, V. D., Tsai, C. C., ve Hwang, M. Y. (2008). Social support and adaptation of taiwanese adults with mental illness. *Journal of Clinical Nursing*, 17(13), 1795-1802. doi: 10.1111/j.1365-2702.2008.02310.x
- İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karacaoğlu, K. ve İnce, F. (2013). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 18(1), 181-201. Erişim adresi: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=60b264e6-6e0a414c-a3f9-9a825d9c2d92%40sdc-v-sessmgr02>
- Karademas, E.C. (2006). Self-efficacy, social support and well-being: The mediating role of optimism. *Personality and Individual Differences*, 40, 1281-1290. doi.org/10.1016/j.paid.2005.10.019
- Kasalak, G., ve Aksu, M. B. (2016). How do organizations intoxicate? faculty's perceptions on organizational toxicity at university. *Hacettepe University Journal of Education*, 31(4), 676-694. doi: 10.16986/HUJE.2016015696
- Kirmeyer, S. ve Lin, T. (1987). Social support: Its relationship to observed communication with peers and superiors. *Academy of Management Journal*, 30(1), 138-151. doi.org/10.5465/255900
- Kiefer T. ve Barclay L.J. (2012). Understanding the mediating role of toxic emotional experiences in the relationship between negative emotions and adverse outcomes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 85, 600-625. doi: 10.1111/j.2044-8325.2012.02055.x
- Kocagöz, E. ve Dursun, Y. (2010). Algılanan davranışsal kontrol, Ajzen'in teorisinde nasıl konumlanır? Alternatif model analizleri. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 139-152. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/kmusekad/issue/10217/125597>
- Kusy M. ve Holloway E. (2010). *Toxic workplace! managing toxic personalities and their systems of power*. Brooklyn: John Wiley & Sons Publishing. Erişim adresi: <https://aura.antioch.edu/facbooks/15>
- Kuşlivan, S., Başoda, A. ve Kuşlivan, H. (2016). Konaklama işletmelerinde çalışanların müşteri odaklılığının işgören devrine etkisi: iş tatmininin aracılık rolü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 79-95. doi: 10.17123/atad.vol27iss10005
- Lindorff, M. (2001). Are they lonely at the top? social relationships and social support among australian managers. *Work & Stress*, 15(3), 274-282. doi: 10.1080/026783701110.1080/02678370110066599
- Lim, J., Bogossian, F. ve Ahern, K. (2010). Stress and coping in australian nurses: a systematic Review. *International Nursing Review*, 57, 22-31. doi: 10.1111/j.1466-7657.2009.00765.x
- Marcinkus, W., Whelan-Berry, K. S. ve Gordon, J. R. (2007). The relationship of social support to the work-family balance and work outcomes of midlife women. *Women in Management Review*, 22(2), 86-111. doi: 10.1108/09649420710732060
- Norem, J. K. (2001). Defensive pessimism, optimism, and pessimism. E.C. Chang (Ed.), *Optimism and Pessimism: Implications for Theory, Research, and Practice* içinde (pp. 77-100). Washington, DC: American Psychological Association. doi.org/10.1037/10385-004

- Oksanen, T., Kouvonen, A., Vahtera, J., Virtanen, M. ve Kivimäki, M. (2010). Prospective study of workplace social capital and depression: Are vertical and horizontal components equally important?. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 64(8), 684-689. doi: 10.1136/jech.2008.086074
- Papatya, G., Papatya, N. ve Hamşioğlu, A. B. (2016). Girişimci yönlülük, iç-girişimcilik ve işletme performans ilişkisi: Türkiye tekstil sektörü işletmelerinde bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(4), 19-48. Erişim adresi: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=12f054c7-6b20-4da6-b744-df6810c0cb38%40sdc-v-sessmgr03>
- Parkinson, B. (2006). *Ideas and realities of emotion*. Newyork: Routledge Publishing. Erişim adresi: <https://books.google.com.tr/books?id=cXPxFZysTTUC&lp=PP1&ots=sUOwbAiITL&dq=Ideas%20and%20realities%20of%20emotion&lr&hl=tr&pg=PR5#v=onepage&q=Ideas%20and%20realities%20of%20emotion&f=false>
- Peterson, C. ve Bossio, L. M. (2001). Optimism and physical well-being. E.C. Chang (Ed.), *Optimism and Pessimism: Implications for Theory, Research, and Practice* içinde (pp.127-145). Washington, DC: American Psychological Association, doi: 10.1037/10385-006
- Peterson, C. (2000). The Future of Optimism. *American Psychologist*, 55(1), 44-55. doi: 10.1037/10385-006
- Polat, Ü. ve Kahraman, B. B. (2013). Yaşlı bireylerin sağlıklı yaşam biçimi davranışları ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişki. *Fırat Tıp Dergisi*, 18(4), 213-218. Erişim adresi: http://www.firattipdergisi.com/pdf/pdf_FTD_855.pdf
- Polatçı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/esad/issue/38966/456069>
- Pugliesi, K. ve Shook, S. L. (1998). Gender, ethnicity and network characteristics: Variation in social support resources, *Sex Roles*, 38(3-4), 215-238. Erişim adresi: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1018733116398>
- Seligman, M.E.P. (2006). *Learned optimism: How to change your mind and your life*. New York: Vintage Books. Erişim adresi: <https://cds.cern.ch/record/1141313>
- Shumaker, S. A. ve Brownell, A. (1984). Toward a theory of social support: Closing conceptual gaps. *Journal of Social Issues*, 40(4), 11-36. doi: 10.1111/j.1540-4560.1984.tb01105.x
- Sönmezsoy, N. (2018). *Akademisyenlerin algıladıkları sosyal destek ve iş doyumunu arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Spector P.E. ve Fox S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior: Some parallels between counterproductivework behavior (CWB) and organisational citizenship behavior (OCB). *Human Resource Management Review*, 12, 269-292. doi: 10.1016/S1053-4822(02)00049-9
- Stroebe, W. ve Stroebe, M. (1996). *Social psychology handbook of basic principles*, New York: Guilford Press. Erişim adresi: <https://psycnet.apa.org/record/1996-98402-020>
- Tepper B.J., Carr J.C., Breaux D.M., Geider S., Hu C. ve Hua W.(2009). Abusive supervision, intentions to quit and employees' workplace deviance: A power/dependence analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 109, 156-167. doi: 10.1016/j.obhdp.2009.03.004
- Toor, S. ve Ofori, G. (2010). Positive psychological capital as a source of sustainable competitive advantage for organizations. *Journal of Construction Engineering and Management*, 136(3), 341-352. Erişim adresi: <https://pdfs.semanticscholar.org/7e5a/a685fc1fa37c1c16c4bd4e0e153339aa85f2.pdf>
- Torun, A. (1995). *Tükenmişlik, aile yapısı ve sosyal destek ilişkileri üzerine bir inceleme* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- Tugade, M. M., Fredrickson, B. L. ve Feldman Barrett, L. (2004). Psychological resilience and positive emotional granularity: Examining the benefits of positive emotions on coping and health. *Journal of Personality*, 72(6), 1161-1190. doi: 10.1111/j.1467-6494.2004.00294.x
- Türkmenoğlu, İ. (2017). *Pozitif yönetim - iş yerinde keyifli ortam yaratmak*. Ankara: Elma yayınevi.
- Usta, F., (2015). *Umut*. A. Akın ve Ü. Akın (Ed.), Psikolojide Güncel kavramlar I: pozitif psikoloji içinde (s. 74-81). Ankara: Nobel Akademik.
- Wei F. ve Si S. (2013). Tit for tat? abusive supervision and counterproductive work behaviors: The moderating effects of locus of control and perceived mobility. *Asia Pacific Journal of Management*, 30, 281-296. doi: 10.1007/s10490-011-9251-y
- Yalçın, İ. (2015). İyi oluş ve sosyal destek arasındaki ilişkiler: Türkiye’de yapılmış çalışmaların meta analizi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 26(1), 21-32. doi: 10.5080/u7769
- Youssef, C. M. ve Luthans, F.. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resiliency. *Journal of Management*, 33(5), 774-800. doi: 10.1177/0149206307305562
- Zimet, G.D., Dahlem, N.W., Zimet, S.G. ve Farley, G.K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 52, 30-41. doi: 10.1207/s15327752jpa5201_2

Cinsel İstismara Maruz Kalan Türk Vatandaşı ve Mülteci Çocukların Durumu¹

Prof. Dr. Kasım KARATAŞ² - Arş. Gör. Harun ASLAN³ - Dr. Aslıhan Burcu ÖZTÜRK⁴
Dr. Hande ALBAYRAK⁵

Başvuru Tarihi: 24.01.2020

Kabul Tarihi: 08.09.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Çocuğa yönelik cinsel istismar, çocuk ve aile ile kapsamlı bir sosyal hizmet müdahalesi yapılmasını gerektirmektedir. Bu araştırmada, çocuğa yönelik cinsel istismarın bildirim sonrasında hazırlanan adli görüşme raporları, sosyal inceleme raporları ve koruyucu-destekleyici tedbir kararları uygulama raporlarını içeren dosyalar üzerinden cinsel istismara maruz kalan Türk vatandaşı ve mülteci çocuklar ile ilgili durum değerlendirmesi yapmak amaçlanmıştır. Betimleyici araştırma modeli çerçevesinde nicel araştırma yöntemi ile tasarlanan araştırmada, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Ankara İl Müdürlüğünde bulunan toplam 207 farklı dosyada yer alan 181 çocuk hakkında elde edilen bilgiler taranmıştır. Belge incelemesi yöntemi ile elde edilen verilerin, araştırmacılar tarafından oluşturulmuş SPSS 23 programında veri tabanı üzerine işlenerek istatistiksel analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bilgiler, çocukların ve ebeveynlerin uyruklarına göre sosyo-demografik bilgiler, çocukların uğradığı cinsel istismara dair bilgi, çocukların bazı risklere açık olma durumu ve cinsel istismara müdahale süreci başlıkları altında çözümlenmiştir. Belirlenen sorunların çözümüne yönelik olarak çocuk koruma alanında sosyal hizmet müdahalelerine ilişkin öneriler dile getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Cinsel İstismar, Çocuk Evlilikleri, Çocuk Koruma Sistemi

Atıf: Karataş, K., Aslan, H., Öztürk, A. B. ve Albayrak, H. (2020). Cinsel istismara maruz kalan Türk vatandaşı ve mülteci çocukların durumu. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 107-132.

¹ 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Hacettepe Üniversitesi İİBF Sosyal Hizmet Bölümü, kkaratas@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4817-9981

³ Hacettepe Üniversitesi İİBF Sosyal Hizmet Bölümü, hernaslan1@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9830-1765

⁴ Hacettepe Üniversitesi İİBF Sosyal Hizmet Bölümü, aslihanburcu@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-8702-3288

⁵ Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, hndalbayrak@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2972-9490

The Situation of the Turkish Citizen and Refugee Children Exposed to Sexual Abuse

Prof. Dr. Kasım KARATAŞ - Res. Asst. Harun ASLAN - Dr. Aslıhan Burcu ÖZTÜRK
Dr. Hande ALBAYRAK

Submitted by: 24.01.2020

Accepted by: 08.09.2020

Article Type: Research Article

Abstract

In this study, it was aimed to assess the situation of Turkish citizen children who have been subjected to sexual abuse and refugee children who have been subjected to abuse mostly through child marriage by examining files including forensic interview reports, social examination reports and protective-supportive decisions application reports prepared after the notification of sexual abuse against the child. In the study, which was designed with quantitative research method within the framework of descriptive research model, information obtained from 181 children in 207 different files in Ankara Provincial Directorate of the Ministry of Family, Labor and Social Services was analysed. Statistical analysis of the data obtained by document analysis method was carried out on the database in SPSS 23 program created by the researchers. The data obtained were analyzed under the headings of socio-demographic information according to the nationalities of children and parents, information about sexual abuse of children, vulnerability of children to some risks and the process of sexual abuse intervention. In order to solve the identified problems, suggestions were made regarding social work interventions in the field of child protection.

Keywords: Sexual Abuse, Child Marriages, Child Protection System

Giriş

Çocuk istismarı, dünyada çocukları en çok etkileyen hak ihlalleri arasındadır. Çocuklara yönelik cinsel istismar başta olmak üzere her türlü istismar, çocukların fiziksel, psikolojik ve sosyal gelişimlerini olumsuz yönde etkileyerek yaşama, gelişme, korunma ve katılım haklarının gerçekleştirilmesinde önemli sıkıntılara yol açmaktadır. Bu anlamda çocuğa yönelik cinsel istismar, çoğu zaman bildirilmeyen ve bu yüzden gizli kalma olasılığı yüksek olan, tanımlanması zor ve ciddi bir çocuk istismarı türü olarak ifade edilebilir (Aydın vd., 2015; Bouvier, 2003; Finkelhor vd., 2001; Levine ve Bowden, 2002).

Çocuğa yönelik cinsel istismarın yaygınlığına ilişkin kesin veriler bulmak oldukça güçtür. Olguların yaklaşık %80'inden fazlasının bildirilmediği ve gerçek yaygınlığın kayıt altına alınan olgu sayısından çok daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir (Aydın vd., 2015; Kenny ve McEachern, 2000). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), her yıl kız çocuklarının %20'sinin, erkek çocuklarının ise %5-%10'unun cinsel istismara maruz kaldıklarını ifade etmiştir (DSÖ, 2012). Başka bir raporda (DSÖ, 2017) ise, dünya genelinde her dört çocuktan birinin fiziksel şiddete maruz kaldığı, kötü muamele gören çocukların %26'sının cinsel istismara maruz kaldığı ve mağdurların %18'inin kız, %8'inin ise erkek çocuklar olduğu ifade edilmiştir.

Çocukların cinsel istismarı, Türkiye'de de önemli bir çocuk hakkı ihlali olarak yaşanmaktadır. Çocukların korunmasında ciddi bir soruna işaret eden cinsel istismar, ensest ve çocuk evliliği biçiminde de görülebilmektedir. Son yıllarda sosyal medya üzerinden çocuğun cinsel istismarının yaygınlaştığı bilinmektedir. Çocuk koruma sistemindeki çalışmalara karşın, parçalanmış ailelerin çocukları, yoksul ve sosyal destekten yoksun çocuklar, engelli, madde bağımlısı ve ruhsal sağlık sorunu olan çocukların risk altında oldukları ve etkin bir biçimde korunamadıkları bilinmektedir.

Çocuğa yönelik cinsel istismar olguları, yalnızca Türk vatandaşı çocukları değil, aynı zamanda ağırlıklı olarak Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı olan mülteci çocukları da kapsamaktadır. Çocuk yaşta “evlilikler”, özellikle Türkiye'deki mülteci toplulukları arasında daha çok görülen bir cinsel istismar biçimidir. Türkiye'nin de taraf olduğu Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesine karşın Türkiye'de bulunan mülteci çocuklar da sağlık, barınma sorunları ile ayrımcılık, ekonomik sömürü ve cinsel istismar gibi çeşitli sorunlarla karşı karşıyadır. Mülteci çocukların karşılaştıkları silahlı çatışmalar, siyasi şiddet, zorla yerinden edilme, maddi ve ekonomik yoksunluk, çocuk evlilikleri konusunda özel bir risk oluşturmaktadır.

Bu araştırma kapsamında yer alan, Türkiye'de geçici koruma statüsü altında yaşayan Suriye uyruklular ile Irak ve Afgan uyruklu şartlı mülteci konumunda olan çocuklar için “mülteci çocuk” kavramı kullanılmıştır. Çocuğa yönelik cinsel istismarla ilgili kuramsal bölüm, hem Türk vatandaşı hem de mülteci çocuklar özelinde ortaya konulduktan sonra araştırma bulguları; çocuk ve ailelerin demografik bilgileri, çocukların uğradığı cinsel istismara dair bilgi, bazı sosyal risklere açık olma durumu ve müdahale süreci başlıklarıyla incelenmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Ankara'da 2016-2017 yılları arasında, hem Türk vatandaşı hem de mülteci çocuklara yönelik tespit edilen cinsel istismar olgularını, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Ankara İl Müdürlüğü kayıtları üzerinden inceleyerek durum değerlendirmesi yapmaktır.

Kuramsal Çerçeve

Çocuğa Yönelik Cinsel İstismar ve Risk Etmenleri

Çocuğun sağlığı, yaşamı, gelişmesi ve saygınlığı açısından, fiilen veya potansiyel olarak zararlı sonuçlar verebilecek her tür fiziksel ve/veya duygusal kötü muamele, cinsel istismar, ihmal veya ihmalkar davranış veya ticari amaçlı ya da başka tür sömürü, çocuğa karşı kötü muamele olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım

çerçevesinde kötü muamele; fiziksel, cinsel, duygusal ve psikolojik istismar ve ihmal olmak üzere dört temel düzeyde ele alınmıştır. Cinsel istismar, çocuğun, kendisinin tam olarak kavrayamadığı, geçerli bir onay vermesi mümkün olmayacak veya gelişme düzeyi açısından buna hazır olmadığı ya da toplumun verili yasalarını veya toplumsal tabularını ihlal eden bir cinsel etkinliğe dâhil edilmesi olarak tanımlanır. Çocukların cinsel istismarında failer; yaşları gereği, mağdur üzerinde belirli bir yetki, otorite veya sorumluluk taşıyan yetişkinler olabileceği gibi başka çocuklar da olabilir (DSÖ, 1999).

Çocuk istismarında yaşanan sorunlar sıklıkla tespit edilemez, böyle bir sorunla mücadele etmeye çalışan çocuklar, birincil çevrelerinden itibaren korunmasız kalabilirler. Dolayısıyla çocukların yaşayabilecekleri risk etmenlerini dört temel düzeyde incelenmektedir (DSÖ, 2006).

- *Kişisel etmenler*, çocuğun yaş ve cinsiyeti gibi biyolojik değişkenlerle ilgilidir.
- *İlişkisel etmenler*, çocuğun yakın sosyal ilişkilerini, örneğin aile üyeleri veya yakın arkadaşlarla olan ilişkilerini kapsar.
- *Çevresel etmenler*, sosyal ilişkilerin yaşandığı ortamlarla, örneğin mahalle, işyeri, okul gibi ve bu ortamların özellikleriyle ilgilidir.
- *Toplumsal etmenler*, toplumsal yaşama temel oluşturup, cinsel istismar olgusunu etkileyen, örneğin kültürel anlayış, ekonomik eşitsizlikler ve sosyal güvenlik ağlarının zayıflığı gibi sorunlarla ilgilidir.

Risk etmenleri, Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, aile içi şiddet, baskıcı aile yapısı, ailede iletişim sorunları ve güç eşitsizliği, ailede cinsel eğitimin yetersizliği ve cinselliğin tabu olması ve bastırılması, anne-baba ilgisizliği, anne- babada alkol ve madde bağımlılığı olarak ön plana çıkmaktadır (Kılıç ve Tekin, 2019; Özen ve Şener, 1997; Paslı, 2017).

Türkiye’de Çocuğa Yönelik Cinsel İstismar

Çocuğa yönelik cinsel istismar, cinsellikle ilgili tabuların ve namus odağında gelişen toplumsal yarguların ve kurumsal işleyişteki aksaklıkların sonucunda ortaya çıkması ve bildirilmesi zor bir istismar biçimidir. Paslı'nın (2019) araştırmasında belirlendiği üzere, istismarın açığa çıkmasından sonra çocuğun “namusunun temizlenmesi” için evlendirilmek istenmesi, aile ve yakın çevrenin çocuğa inanmaması, çocuğu sorumlu tutması, çocuğun utanç, suçluluk ve güvensizlik yaşaması gibi sorunlar, istismarın ortaya çıkmasını zorlaştırmaktadır.

Özellikle aile içinde gerçekleşen cinsel istismar, çocuk koruma bağlamında aileye yüklenen olumlu değerler, ataerkil toplumsal yapıyla bağlantılı olarak failerin çoğunluğunu oluşturan baba, amca-dayı, ağabey gibi erkek üyeleri korumaya yönelik eğilim nedeniyle açığa çıkmayabilmektedir. Türkiye’de Ensest Sorununu Anlamak (2009) başlıklı araştırma raporu, ortaya çıkma aşamasında ailede, eğitim ve sağlık kuruluşlarında, bildirimden sonra hukuk sisteminde ve çocuklar hakkında bakım tedbiri kararı alındıktan sonra sosyal hizmet sisteminde, çocukların korunmasını engelleyen tutum ve davranış sergilendiğini göstermiştir.

Bu nedenlerle yaygınlığı tam olarak belirlenemese de, çeşitli araştırma verileri yol gösterici olmaktadır. Türkiye’de Kadına Yönelik Aile içi Şiddet Araştırması (2015) sonuçlarına göre ülke genelinde, 15 yaş öncesinde cinsel istismara maruz kalan kadınların oranı %8,9’dur. Bu kadınların yüzde 38’i tanımadıkları kişilerin, yüzde 29’u ise yakın aile bireyleri dışında kalan erkek akrabalarının, yüzde 15’i yaşadıkları çevrede bulunan tanıdıkların istismarına maruz kalmıştır. Araştırmanın, erkek çocukları ve 15-18 yaş arası kız çocuklarını kapsamadığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Adalet Bakanlığı verilerine göre çocuğun cinsel istismarı suçuna yönelik açılan dava sayısı, 2018 yılında 18.290 olarak belirtilmiştir. Bu davalardan 13.894 kişi mahkumiyet kararı alırken, 4.704 kişi beraat etmiştir. Cinsel Dokunulmazlığa Karşı Suçların yarıya yakını (%43.7) çocuklara karşı işlenmektedir (Adalet Bakanlığı, 2018).

2011-2018 yılları arasında çocukların cinsel istismarı suçundan açılan davalardaki suç sayıları incelendiğinde; 2011 yılında 16.828 olan suç sayısı, 2014 yılına kadar artış göstermiş ve 2014 yılı içerisinde 18.104 olduğu ifade edilmiştir. 2015 ve 2016 yıllarında ise azalış gösterdiği, 2017 yılında tekrar artışa geçtiği ve 2017 yılındaki suç sayısının 16.348 olduğu ifade edilmiştir. 2018 yılına gelindiğinde ise 18.290 suç sayısı ile son 7 yıl içerisinde en yüksek değerine ulaştığı görülmüştür. 2011-2018 yılları arasında çocukların cinsel istismarı suçunun 5237 sayılı TCK uyarınca açılan tüm davalar içindeki oranı ortama %0,7'dir (Adalet Bakanlığı, 2018). Bildirimi yapılan ve adli süreci başlayan olguların sayısında artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu artışın, konuyla ilgili farkındalığın yükselmesi ile de ilgili olabileceği düşünülmektedir.

Türkiye’de Yaşayan Mülteci Çocuklar ve Cinsel İstismar

2011 yılında Suriye’de başlayan savaş nedeniyle Türkiye, dünyada en fazla mülteciye ev sahipliği yapan ülke konumuna gelmiştir. Türkiye, 1951 tarihli Cenevre Sözleşmesini coğrafi kısıtlama ile kabul ettiği için Avrupa Konseyi üyesi ülkeler dışından gelenlere mülteci statüsü verilmemektedir. Bu nedenle, Türkiye’ye kitlesel olarak göç eden Suriyeli mültecilere 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu kapsamında “geçici koruma statüsü” verilmiştir. 7 Kasım 2019 tarihi itibarıyla Türkiye’de geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin sayısı 3.682.434 olup, Türkiye nüfusunun %4,4’ünü oluşturmaktadır (GİGM, 2019). Suriyeli nüfusun %45,5’i (1.655.405) 18 yaşın altındaki çocuklardan oluşmaktadır (GİGM, 2019).

Ayrıca Irak, Afganistan, İran, Somali gibi uzun süreli savaş ve iç çatışmaların yaşandığı ülkelere Türkiye’ye göç ederek üçüncü ülkelere iltica başvurusu yapan ve başvuruları kabul edilen kişiler ise “şartlı mülteci” olarak tanımlanmaktadır. BMMYK (2019) verilerine göre Türkiye’de üçte biri çocuk olan 400.000’e yakın şartlı mülteci yaşamaktadır. Kayıt dışı olanların da varlığı göz önünde bulundurulduğunda iki milyona yakın mülteci çocuk nüfusundan bahsedilmektedir.

İçişleri ve Adalet Bakanlıklarının TÜİK için hazırladığı Suça Sürüklenen ve Suç Mağduru Çocuklar Raporu’na göre, 2014’te, 170 yabancı uyruklu çocuğun cinsel istismara uğradığı kayıtlara geçmişken, bu sayı 2017’de 1421’e yükselmiştir (Euronews, 2019). Bu sayının yükselmesinde, mültecilerin sağlık kuruluşları başta olmak üzere kamu kuruluşlarıyla daha fazla bağlantıya geçmeleri ve yasal bildirimlerin yapılmasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Dünyada en savunmasız, incinebilir grupta olan çocuklar mülteci çocuklardır. Bu çocuklar, savaş, göç ve göç edilen yerdeki yaşam süreçlerinde yetişkinlerden çok daha yoğun şekilde ihmal, istismar, sömürü, insan kaçakçılığı ve silahlı gruplarda savaştırılma gibi risklere açık durumdadırlar (BMMYK, 2015). Özellikle kız çocuklarının, toplumsal cinsiyet temelli risklerinin daha yüksek oluşu nedeniyle kaçış sırasında, sığınılan ülkede, geri dönüş sırasında ve yeniden bütünleşme sürecinde, toplumsal cinsiyete dayalı şiddet ve istismar yaşanabilmektedir (BMMYK, 1995; UNICEF, 2017).

Bu süreçte göç eden aileler, kentsel bölgelerde, daha düşük bir konut kalitesine sahip olmakta, sıklıkla güvensiz mahallelerde ikamet etmekte, ortalama olarak daha düşük eğitilmiş olmaktadır. Kadının işgücü piyasasına katılımı düşüktür (Euser vd., 2011). Ayrıca göçmen aileler, Batılı ve sanayileşmiş ülkelerdeki ailelere göre daha kalabalıktır (Tousignant vd., 1999). Kötü muamele, üç veya daha fazla çocuğu olan ailelerde daha sık yaşanmaktadır (Euser vd., 2011).

Savaş, silahlı çatışma ve ağır yaşam koşullarından kaçan mülteci çocuklar, istismar risklerini yüksek düzeyde yaşayan özel bir çocuk grubudur. Özellikle savaş ve göç sürecinin getirmiş olduğu olumsuz sonuçlar, tek ebeveynli ailelerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Tek ebeveynli mülteci ailelerde yaşanan güvensizlik durumu, çocuğa yönelik istismar açısından büyük bir risk faktörü doğurmaktadır. Ebeveynin çalışması, çocukları yalnızlaştırarak onlara bakacak sorumluluk sahibi kişilerin olmamasına ve çocukların her türlü istismardan kaygı uymasına neden olmaktadır (Evans ve Mayer, 2012).

Mülteci kamplarında, çoğunlukla kadınlara ve çocuklara, özellikle genç kızlara yönelik şiddet görülebilmektedir. Örneğin, kamplarda birkaç ailenin aynı çadırı paylaşmaları sonucu, erkeklerin diğer ailedeki kadınları taciz ettikleri bilinmektedir. Kadınların uzak yere kurulmuş tuvalet ve banyoya giderken tacize uğradıkları görülmektedir (BMMYK, 1995). Kadınlara göç esnasında şiddet uygulayanlar, isyancı gruplar, sivil halk ya da diğer mülteci gruplardan kişiler olabilmektedir (Butler vd., 2007). Türkiye’de geçici barınma merkezlerinde yaşayan kadınlara yönelik şiddet ve çocuk evlilikleri görüldüğü rapor edilmiştir (AFAD, 2014).

İstismara maruz kalan tüm çocuklar için T.C. Anayasası, Çocuk Hakları Sözleşmesi ve diğer iç hukuk düzenlemeleri uyarınca, eşit biçimde tespit, bildirim ve müdahale süreçleri öngörülmesine karşın; mülteci çocukların dil sorunu, yoksulluk, dışlanma, uyum gibi sorunlardan dolayı, bildirim ve müdahale süreçlerinde zorluklar yaşayabilecekleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Çocuk Evlilikleri

Cinsel istismarın bir biçimi olan çocuk evlilikleri, çocuk sağlığını olumsuz yönde etkileyen, özellikle kız çocuklarının fiziksel ve ruhsal sağlığını, duygusal ve bilişsel gelişimini, eğitime erişimini ve meslek edinme fırsatlarını engelleyen, aile içi şiddet riskini barındıran toplumsal bir sorundur. Dünyanın birçok bölgesinde var olan bir sorun olmakla birlikte, özellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde çok daha yaygın olarak görülmekte ve daha çok “zorla evlilik” biçiminde gerçekleşmektedir. UNICEF’in 2014 verilerine göre dünyada 700 milyondan fazla kız çocuğunun, 18 yaşından önce evlendiği açıklanmıştır. Bu sayının üçte biri, yani yaklaşık olarak 250 milyonu, 15 yaşından önce evlenmiş olan kız çocuklarıdır. Gelişmekte olan bölgelerde yaşayan 15 yaşın altında, yaklaşık iki milyon kız çocuğunun gebe olduğu tahmin edilmektedir. 16 yaşın altında 2,5 milyon kız çocuğu, doğum yapmaktadır (UNFPA, 2015).

Yasal düzenlemelere karşın, toplumun ataerkil değerleri, dini inanç, çeşitli sosyo-ekonomik etmenler ve aile yapısı, ekonomik sorunlar, kız çocuklarının eğitiminin önemsenmemesi, “küçük yaşta itaatin kolay sağlanması”, Türkiye’de erken yaşta evlenmenin temel taşları olmaya devam etmektedir (Yüksel-Kaptanoğlu ve Ergöçmen, 2014). Geleneksel kabule sahip çocuk evliliklerinde ise kız çocukların düşük eğitim düzeyi, kadınların işgücüne düşük katılımı, düşük sosyo-ekonomik düzey, kırsal bölgede yaşamak (Yüksel-Kaptanoğlu ve Ergöçmen, 2014), anne-baba kaybı, flörtleşmenin kabul edilmemesi, cinsel istismara maruz kalma nedeniyle evliliğe zorlanma (Güler ve Küçükler, 2010), çocuk evliliklerinin geleneksel olarak kabul görmesi, akraba evlilikleri, berdel ve başlık parası (Dağdelen, 2011; Ertem ve Koçturk, 2008) dikkat çekmektedir.

Ülke çapında yapılan Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırmasına (TNSA, 2018) göre, 15-19 yaş grubu çocuk ve kadınların %4’ü hâlihazırda çocuk sahibidir ya da ilk çocuklarına gebedir. Türkiye’de, 25-49 yaşlarındaki kadınların %21’i 18 yaşına kadar ve %4’ü 15 yaşına basmadan önce evlenmektedir. 15-19 yaş grubu Suriyeli çocuk ve kadınların %39’u hâlihazırda çocuk sahibidir ya da ilk çocuklarına gebedir. 15-17 yaş aralığındaki Suriyeli göçmen kadınların beşte biri ya annedir ya da ilk çocuğuna gebedir. 25-49 yaşlarındaki Suriyeli göçmen kadınların %38’i 18 yaşına kadar, %55’i 20 yaşına kadar ve %12’si 15 yaşından önce evlenmiştir.

Geleneksel mülteci topluluklarında önemli bir sorun olan çocuk evlilikleri hakkındaki kaynak ülkelerdeki yasalar, çocuk evliliğini önlemeye yönelik olsa da uygulamada etkili olduğu söylenemez. Suriye’de müslümanlar için geçerli olan yasaya göre evlilik için asgari yaş kadınlarda 17, erkeklerde 18 olmasına karşın, hâkimler, 13 yaşındaki kız ile 15 yaşındaki oğlan çocuğun evlenmesine izin verebilir (FIDH, 2012). Irak’ta evlilik yaşı 18’dir, ancak adli izinle 15-18 yaşları arasındakiler ile evlenilebilir (Puttick, 2015). Afganistan’da kızlar için yasal evlilik yaşı 16, erkekler için ise 18’dir (UNICEF, 2018). Yasalara karşın bu ülkelerde çocuk evlilikleri, din adamlarının inisiyatif alması ve yüksek düzeydeki toplumsal kabul nedeniyle yaygın şekilde gerçekleştirilmektedir (Puttick, 2015; UNICEF, 2018). Örneğin, Irak’ta yaşayan kızların 18 yaşından önce evlenme oranı %25 iken, 15 yaşından önce evlenme oranı %6 olarak belirlenmiştir (Puttick, 2015; Roudi-Fahimi ve Ibrahim, 2013). Afganistan’da ise kadınların %46,4’ünün 18 yaşından önce, %15,2’sinin 15 yaşından önce evlendiği (UNICEF, 2018) bilinmektedir.

Mülteciler özelinde bakıldığında ise çatışma dönemi ve göç süreçlerinde, ekonomik sorunlarla ve güvenlik sorunlarıyla baş etmenin bir yolu olarak, ailelerin çocuk evliliklerini işlevsel olarak kullandıkları bilinmektedir. Ekonomik sorunlar ve kız çocuğunun “namusunu koruma” ile kaçırılma ve tecavüz gibi güvenlik sorunları da önemli etmenlerdir (Mourtada vd., 2017; Spencer, 2015; UNICEF, 2014). Türkiye’de yaşayan 15-18 yaş aralığındaki Suriyeli kız çocuklarının %14’ü evlidir. Erken yaşta ve çok eşli evliliklerin yaygın görüldüğü, eşler arası yaş farkının çok olduğu, 13-14 yaşında gebeliklerin ve erken yaşta doğumların çok sık olduğu anlaşılmıştır (AFAD, 2014).

Türkiye’de Çocuk Koruma Sistemi

Türk Ceza Kanunu madde 103’e göre “onbeş yaşını tamamlamamış veya tamamlamış olmakla birlikte fiilin hukuki anlam ve sonuçlarını algılama yeteneği gelişmemiş olan çocuklara karşı gerçekleştirilen her türlü cinsel davranış”, cinsel istismardır. Öte yandan, diğer çocuklara (15-18 yaş arası) karşı işlenen fiilin, cinsel istismar sayılabilmesi için, cinsel davranışın cebir, tehdit, hile veya iradeyi etkileyen başka bir nedene dayalı olarak gerçekleştirilmiş olması gerekir.

On beş yaşını doldurmamış bir çocuğun evlendirilmesi halinde çocuğun nitelikli cinsel istismarı suçu kapsamına girdiği için şikayet aranmaksızın; Cumhuriyet Savcılığı re’sen soruşturma açar. Mağdur ve ailesi şikayetten vazgeçse dahi mahkeme davaya devam ederek hüküm verir; evlendiği kişi cinsel istismar suçundan, çocuğun ebeveynleri ise suça ortaklıktan yargılanarak ceza alabilmektedir.

Türk Ceza Kanunu (TCK), çocukların cinsel istismarı suçunu da kapsayacak şekilde (madde 103) her vatandaşa suçu bildirme yükümlülüğü verir (madde 278-279-280). Suçu yetkili makamlara bildirmeyen kişi, bir yıla kadar hapis cezasına çarptırılır. Kişi, kamu görevlisi veya sağlık mensubu ise ceza altı aydan iki yıla kadar çıkmaktadır. Mağdurun 15 yaşından küçük olması durumunda, ceza yarı oranında artırılmaktadır.

Bildirim yapıldıktan sonra çocukların korunması için 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu (ÇKK) madde 5’te yer alan danışmanlık, eğitim, bakım, sağlık ve barınma konularında koruyucu ve destekleyici tedbir kararları alınabilmektedir. Bu kapsamda, çocuğun yaşadığı sorunlar ile ailedeki iletişim sorunları, çocukların yetiştirilmesi ve gelişimleriyle ilgili sorunların çözümünde çocuk ve ailelerine yol göstermeyi amaçlayan danışmanlık tedbiri; çocuğun bütüncül sağlığı için istismar ile birlikte oluşabilecek fiziksel ve ruhsal sorunlara müdahale edilebilmesi için sağlık tedbiri; çocuğun okula devamının ve uyumunun sağlanması amacıyla eğitim tedbiri uygulanmaktadır. Çocuğun bakımı ve korunmasının, ailesi tarafından yerine getirilememesi hâlinde ise bakım tedbiri kararı ile çocuk, sosyal bakım (kuruluş bakımı, koruyucu aile, evlat edinme vb) altına alınabilmektedir.

Karar verme konusunda zorlukların yaşandığı çocuk koruma alanında, süpervizyon sisteminin olmaması, çocuk refahı ile ilgisi olmayan alanlardan meslek elemanlarının istihdamı, hizmet içi eğitim ve denetimlerin

yetersizliği, meslek elemanlarının yetersiz sayıda olması (Kılıç ve Tekin, 2019), çoklu-disiplinli ekip çalışması modelinin yaygın olmaması, kuruluşlar arasında koordinasyon eksikliği, izleme ve değerlendirme çalışmalarının yapılmaması, koruyucu ve önleyici çalışmaların yapılmaması (Kök, 2019), sistemin işleyişini zorlaştıran sorunlar olarak belirlenmiştir.

Çocuk koruma sistemi, çocuklar arasında ayırım gözetmeksizin kapsayıcı bir anlayışla yürütülmesi gerekmektedir. Ancak göç ve uyum süreçleriyle ilgili yeterli deneyimin olmaması, çocuk koruma sisteminde sorunlar yaşanmasına neden olabilmektedir. Örneğin, kamplarda özel yaşamın korunması gereği, birlikte yaşayanların veya resmi şekilde evli olmayanların tespitinin mümkün olmadığı, kadınların mağdur olmaması için çok eşli olarak göç edenlerin evliliklerinin geçerli sayıldığı aktarılmaktadır (AFAD, 2013).

Yöntem

2016 – 2017 yıllarında, o zamanki adıyla Ankara Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı İl Müdürlüğüne (ASPİM) yansıyan istismar mağduru çocukların dosya bilgileri üzerinden tam sayım yoluyla nicel bir araştırma yürütülmüştür. Betimleyici araştırma doğrultusunda, dosyalardaki adli görüşme raporları, sosyal inceleme raporları ve koruyucu-destekleyici tedbir kararlarını uygulama raporları üzerinden, belge incelemesi yapılmıştır. Karasar (2005) belge incelemesini, veri toplama, var olan kayıt ve belgelerin incelenmesi üzerinden gerçekleştirmek olarak tanımlarken, belge incelemesi yönteminin, genel tarama ve içerik çözümlemesi amacı doğrultusunda uygulandığını belirtmiştir. Bu iki türden içerik çözümlenmesi tanımı itibari ile bu araştırmanın türüne uygundur.

Araştırmada içerik çözümlemesi yapabilmek için tüm belgeler taranmış ve ortaklaşan bilgiler üzerinden SPSS 23'te bir veri tabanı oluşturulmuştur. Dosyaların incelenmesi ve SPSS veri tabanına işlenmesi, Kasım-Aralık 2017 -ve Ocak -Şubat 2018 döneminde (toplam 4 ayda) gerçekleştirilmiştir. Toplam 207 farklı dosyada, 181 çocuk hakkında elde edilen bilgiler taranmış, her bir dosya ayrı bir olgu olarak değerlendirilmiştir. On bir çocuğun iki dosyası; altı çocuğun üç dosyası ve bir çocuğun dört dosyası bulunmaktadır. Toplam 18 çocuk hakkında birden çok işlem yapıldığı ve mükerrer dosya açılmış olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, çocukların ve ebeveynlerin uyruklarına göre sosyo-demografik bilgiler, çocukların uğradığı cinsel istismara dair bilgi, çocukların bazı risklere açık olma durumu ve cinsel istismara müdahale süreci başlıkları altında çözümlenmiştir.

Alanyazının sistematik incelemesini gerçekleştirmek için, çocuğa yönelik cinsel istismar, çocuk evlilikleri ve çocuk koruma sistemi araştırma terimleri olarak belirlenmiştir. Araştırma terimleri; PubMed, ScienceDirect, CINAHL ve EBSCO dahil olmak üzere farklı dergilerde ve çevrimiçi veri tabanlarında arama yapmak için kullanılmıştır.

Raj vd. (2018), mülteci toplulukları arasındaki sağlık alanı ile ilgili araştırma sonuçlarında bir boşluk olduğunu iddia etmektedirler. Bu nedenle, bu çalışmada ek raporlar için gri alanyazın yaklaşımı benimsenmiştir. Uluslararası sivil toplum kuruluşları tarafından yayınlanan gri alanyazın ve raporlar, Save The Children, Birleşmiş Milletler ve diğer yardım kuruluşlarına odaklanılarak dahil edilmiştir. Arama terminolojisi ve arama veri tabanı oluşturulduktan sonra sistematik bir alanyazın incelemesi gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Çocukların ve Ailelerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo 1
Çocukların Uyruklarına Göre Dağılımı

Uyruğa Göre Dağılım	Sayı	%
Türk vatandaşı	162	78,3
Suriye vatandaşı	35	16,9
Irak vatandaşı	8	3,9
Afganistan vatandaşı	2	1,0
Toplam	207	100,0

Araştırma kapsamında incelenen Türk vatandaşı çocukların dosya sayısı 162 iken, mülteci çocukların dosya sayısı 45'tir. Mülteci çocukların %77,7'si Suriye vatandaşı iken, diğer %22,3'ü Irak ve Afganistan vatandaşıdır.

Türk vatandaşı çocukların istismar tarihindeki yaş ortalaması 13,5, en küçük yaş üç ve en büyük yaş 17'dir. Mülteci çocukların yaş ortalaması biraz daha yüksek olup 13,9'dur, en küçük yaş dokuz ve en büyük yaş ise 17'dir.

Bildirim yapıldığı tarihte ise Türk vatandaşı çocukların yaş ortalaması 14,7; mülteci çocukların ise 15'tir.

Tablo 2
Çocukların Uyruklarına Göre Cinsiyet Dağılımı

Çocukların Uyruklarına Göre Dağılımı	Kız	Erkek	Toplam	
Türk vatandaşı	Sayı	153	9	162
	%	94,4%	5,6%	78,3%
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	44	1	45
	%	97,8%	2,2%	21,7%
Toplam	Sayı	197	10	207
	%	95,2%	4,8%	100,0%

İncelenen toplam 207 dosya içerisinde kız çocuklarının sayısı 197, erkek çocukların sayısı ise 10'dur. Türk vatandaşı çocukların %94,4'ü kız çocuğu iken, mülteci çocukların %97,8'i kız çocuğudur.

Çocukların uyruklarına göre öğrenim durumları

Türk vatandaşı çocukların %56,2'si lise ve dengi bir okulda eğitimini sürdürmektedir; örgün eğitim çağında olup, okuryazar olmayan çocuk sayısı altıdır. Çocukların %23,5'i açık lise öğrencisidir, %9,3'ü lise eğitimini yarıda bırakmıştır.

Mülteci çocukların tamamının okul çağında olmasına karşın %86,7'sinin okuryazar olmadığı ve herhangi bir okula devam etmediği anlaşılmaktadır.

Mülteci çocukların türkçe bilme durumu

Mülteci çocukların %24,4'ü Türkçe konuşabiliyorken, %73,3'ü Türkçe bilmemektedir. Korunma açısından risk oluşturan bu durum, çocukların okula erişim olanaklarının kısıtlı olmasıyla da bağlantılıdır.

Engel durumu

Türk vatandaşı çocukların %15,4'ünün zihinsel engeli vardır ve hepsinin zihinsel gerilik teşhisi bulunmaktadır. Başka araştırmalarda benzer oranda (%16,3; %16,1) düşük zeka düzeyi belirlenmiştir (Göker vd., 2010; Urazel vd., 2017). Mülteci çocuklarda herhangi bir engel durumuna rastlanılmamıştır.

Ebeveynlerin uyruklarına göre sosyo-demografik bilgileri

Türk vatandaşı ebeveynlerin %56,5'i evli ve bir arada yaşamaktadır, %25,6'sı ise boşanmıştır. Mülteci çocukların ebeveynlerinde boşanma yoktur; ancak on ailenin, ölüm ve beş ailenin ise göç nedeniyle dağıldığı ortaya çıkmıştır. Türk vatandaşı ailelerde, üyelik %6,8 oranındayken, mülteci çocuklarda %2,2'dir.

Çocukların beşte dördünün çekirdek ailede, beşte birinin ise geniş ailede yaşadığı görülmüştür. Tüm ailelerde, çekirdek aile tipi yaşantısının daha yaygın olduğu ortaya çıkmıştır.

Türk vatandaşı ve mülteci çocukların, anne ve babalarının öğrenim durumunun farklılaştığı görülmektedir. Türk vatandaşı anne ve babaların yarıya yakını (%42,6) ilkokul mezunu; %24,1'i ortaokul ve lise mezunudur. Annelerin %7,4'ü, erkeklerin ise %2,5'i okuryazar değildir. Mülteci anne ve babaların çoğunluğunun ise okuryazar olmadığı görülmüştür. Annelerin %51,1'i, babaların ise %46,7'si okuryazar değildir.

Çocukların Uğradığı Cinsel İstismara Dair Bilgi

Tablo 3

Uyruklarına göre Çocukların Uğradıkları İstismarın Niteliği

İstismarın Niteliği		Cinsel Penetrasyon	Temas İçermeyen Cinsel İstismar	Çocuk Yaşta Evlendirilme Dolayısıyla Cinsel İlişki	Ensest	Fuluş (Cinsel Sömürü)	Müstehcen Görüntü İzletirmek	Reşit Olmayanla Cinsel İlişki	Toplam
Çocukların Uyruklarına Göre Dağılımı									
Türk vatandaşı	Sayı	99	33	4	14	2	1	9	162
	%	61,1	20,4	2,5	8,6	1,2	0,6	5,6	78,3
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	0,0	1	43	0	0	1	0	45
	%	0,0	2,2	95,5	0,0	0,0	2,2	0,0	21,7
Toplam	Sayı	99	34	47	14	2	2	9	207
	%	47,8	16,4	22,7	6,8	1,0	1,0	4,3	100,0

Türk vatandaşı çocukların maruz kaldığı istismarın, çoğunlukla (%61,1) cinsel penetrasyon içerdiği görülmüştür. Buna mahkeme dosyasında yazıldığı biçimiyle reşit olmayanla cinsel ilişki (TCK 104) oranı da eklendiğinde bu oran %66,7'ye çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında ensest %8,9 oranında görülmüştür. Ayrıca Türk vatandaşı çocuklarda, cinsel istismar olguları içinde çocuk evliliği %2,5 oranında iken mülteci çocuklarda bu oran %95,5'e çıkmaktadır.

Tablo 4
İstismarcının Aile Üyesi Olması Durumu

İstismarcının Aileden Olmasının Çocukların Uyruklarına Göre Dağılımı		Evet	Hayır	Toplam
Türk Vatandaşı	Sayı	50	112	162
	%	30,9	69,1	78,3
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	2	43	45
	%	4,4	95,6	21,7
Toplam	Sayı	52	155	207
	%	25,1	74,9	100,0

Türk vatandaşı çocuklarda, istismarcının üçte biri aile üyesi iken; üçte ikisinden biraz fazlası aile dışından kişilerdir. Çocuk evliliklerinin yaygınlığından dolayı mülteci çocuklarda, aile içi istismar oranı %4,4'e düşmektedir.

Tablo 5
Aileden olan İstismarcının Yakınlık Durumu

İstismarcının Aileye Yakınlık Durumu		Ağabeyi	Amca/Dayı	Babası	Dede	Kuzen	Üvey Ağabey	Toplam
Mağdur Çocukların Uyruklarına Göre Dağılımı								
Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşı	Sayı	5	11	21	6	3	4	50
	%	10	22	42	12	6	8	96,1
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	0	0	1	1	0	0	2
	%	0	0	50	50	0	0	3,9
Toplam	Sayı	5	11	22	7	3	4	52
	%	9,6	21,1	42,2	13,6	5,8	7,7	100

Ensest kapsamında en yüksek oranda görülen fail, babadır. ÇİM'de yapılan bir araştırmada, öz babaların oranı %39,5'tir, üvey baba %18,7 ile onu takip etmektedir.

Tablo 6
Çocukların Uyruklarına Göre Gebelik ve Nasıl Sonuçlandığı

Gebelik ve Nasıl Sonuçlandığı		Gebe Çocuk Sayısı	Çocuk Doğdu	Kürtaj	Dosyada Böyle Bir Bilgi Yok	Gebelik Devam Ediyor	Düşük	Toplam
Çocukların Uyruklarına Göre Dağılımı								
Türk vatandaşı	Sayı	14	6	4	4	0	0	14
	%	8,6	42,9	28,6	28,6	0,0	0,0	28,6
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	35	22	0	2	8	3	35
	%	77,8	62,9	0,0	5,7	22,9	8,6	71,4
Toplam	Sayı	49	28	4	6	8	3	49
	%	23,7	57,1	8,2	12,2	16,3	6,1	100,0

Cinsel istismar sonrasında, çocukların yaklaşık olarak dörtte birinin gebelik yaşadığı ortaya çıkmıştır. Türk vatandaşı çocukların %8,6'sının gebelik yaşadığı, %42,6'sının doğum yaptığı ve %28,6'sının kürtaj olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mülteci her beş çocuktan dördünün, cinsel istismar sonrasında gebelik yaşadığı, %62,9'unun doğum yaptığı görülmektedir. Kürtaj bilgisine rastlanılmamıştır.

Doğan 28 bebekten sadece biri, kuruluş bakımına verilmiştir. Türk vatandaşı beş çocuk-annenin ve bir babanın bebeğine baktığı, mülteci çocuk-annelerin 21'inin bebeğine bakarken bir bebeğin de kuruluş bakımına verildiği görülmüştür.

Çocukların Faille Tanışma Yolu

Türk vatandaşı çocukların %37,7'sinin, faille aile ve akrabalar aracılığıyla tanıştığı belirlenmiştir.

Mülteci çocukların ise faille, ebeveynlerinin onayı ile evlendirildiği için %93,3'ünün ailesi ve akrabaları aracılığıyla faille tanıştıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Aile ve akrabalar aracılığıyla tanışılan failin kim olduğuna bakıldığında; abi, abinin eşinin kardeşi, amca, dayı, enişte, kuzen, annenin veya babanın arkadaşı gibi yanıtlar dikkat çekicidir. Türk vatandaşı çocukların %18,5'i erkek arkadaşı aracılığı ile faille tanışmıştır.

Çocukların Bazı Sosyal Risklere Açık Olma Durumu

Kurum bakımı deneyimi

Dosya bilgilerine ulaşılan 162 Türk vatandaşı çocuktan yalnızca altısı, istismar öncesinde kuruluş bakımında yaşamıştır. Bu çocukların ikisi, olay öncesi kuruluştan kaçmıştır.

Bu gruptaki çocukların %75,9'u, istismar sonrasında kuruluş bakımına alınmıştır. Mülteci çocuklar arasında istismar öncesi kuruluş bakımına rastlanılmamıştır; sonrasında kuruluş bakımına alınan çocuk sayısı yalnızca ikidir.

Türk vatandaşı mağdur çocukların %11,1'i kuruluştan kaçarken; bakım altına alınan iki mülteci çocuk, kuruluştan kaçma davranışı göstermiştir.

Evden kaçma deneyimi

Türk vatandaşı çocukların %32,7'sinin, istismar öncesi evden kaçma deneyimi bulunmaktadır. Bu grupta, cinsel istismar sonrasında evden kaçan çocuk oranı da aynıdır. Mülteci çocuklarda, olaydan önce evden kaçma deneyimi hiç yokken istismar sonrasında üç çocuk evden kaçmıştır.

Ruh sağlığı hizmeti alma

Yalnızca Türk vatandaşı çocukların %9,3'ünün, istismar öncesinde ruh sağlığı hizmeti aldığı belirlenmiştir. Öte yandan istismar sonrası süreçte ise Türk vatandaşı çocukların %38,3'ü ruh sağlığı hizmeti alırken, mülteci çocukların %4,4'ü ruh sağlığı hizmeti almıştır.

Cinsel İstismara Müdahale Süreci

Çocukların olayı ilk kime anlattığı

Türk vatandaşı çocukların %22,8'i yaşadıklarını ilk olarak annelerine, %16,7'si güvenlik birimlerine, %14,2'si arkadaşına anlatmıştır. Babalara anlatma oranı %6,2'de kalmıştır.

Mülteci çocukların %46,7'sinin, istismarı, sağlık çalışanlarına, %13,3 oranında güvenlik birimlerine ve yine %13,3 oranında Sığınmacı ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği çalışanlarına anlattıkları görülmüştür.

Çocukların ve/veya ailelerinin istismarcıdan şikâyetçi olması

Türk vatandaşı çocukların ailelerinin %29'unun istismarcıdan şikâyetçi olmadığı görülmüştür. Başka bir araştırmada (Zengin, 2014), ailelerin %15'inin, cinsel istismarı sakladığı ve %85'inin ise şikâyetinde bulunduğu saptanmıştır. Ailesi cinsel istismarı saklayan çocukların, ailesi bildirimde bulunanlara göre durumluk kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Mülteci çocukların ailelerinde bu oran %80'e yükselmektedir. Bu durum, mültecilerde çocuk evliliklerinin yaygın olarak toplumsal kabul görmesi ile ilgilidir.

Ailenin çocuğa karşı tutumu

Bu çalışmada, tüm ebeveynlerin %81,2 oranında sahiplenici/koruyucu tutum sergiledikleri, %6,4 oranında hem suçlayıcı hem de sahiplenici bir tutum sergilediği görülmüştür. Suçlayıcı/reddedici (%3,5) ve inanmama/sahiplenme tutumu sergileyen ebeveyn oranı (%3,5) az düzeydedir. Türk vatandaşı ve mülteci ailelerde oranlar, birbirine çok yakındır.

Bildirim yapıları

Türk vatandaşı çocuklarda %22,2 oranında anneler, %19,1 oranında kendisi, %16,7 oranında babalar bildirim yapmıştır.

Mülteci çocukların, maruz kaldığı istismarın bildirimini ise %51,1 oranında sağlık çalışanları, %13,3 oranında ise SGDD çalışanları tarafından yapıldığı görülmektedir.

Toplamda bakıldığında, istismarın bildirim için öncelikli tercihin %66,7 oranında polis merkezi, daha sonra %13,5 ile Cumhuriyet Savcılığı olduğu görülmektedir. Bunun nedeninin, bu merkezlerde doğrudan adli işlemin başlatılması olduğu düşünülmektedir. Türk vatandaşı ve mülteci çocuklar arasında karşılaştırma yapıldığında (Polis: %66,7- %66,7; Cumhuriyet Savcılığı %13,6- %13,3), oranların benzer çıktığı görülmüştür.

Olay ve bildirim tarihi arasında geçen süre

İncelenen dosyalarda, istismar olayının bildirimini olaydan çok sonra yapıldığı görülmüştür. İstismara maruz kalan 157 Türk vatandaşı çocuğun bildirimini olaydan ortalama 15 ay sonra yapıldığı, 44 mülteci çocuğun maruz kaldığı istismarın bildirimini ise ortalama 14 ay sonra yapıldığı ortaya çıkmıştır. En erken bildirim, olaydan bir ay sonra ve en geç bildirim ise olaydan yaklaşık 11 yıl sonra yapıldığı anlaşılmaktadır.

Çocuk evliliği ile bağlantılı olarak, mülteci çocukların %97,8'inin istismarı sürekli olarak yaşadığı görülmüştür.

Acil koruma kararıyla geçici kuruluş bakımına alınma

Tablo 7

Geçici Kuruluş Bakımına Alınma

Geçici Kuruluş Bakımı		Evet	Hayır	Dosyada Bilgi Yok	Toplam
Çocukların Uyrularına Göre Dağılımı					
Türk Vatandaşı	Sayı	9	13	140	162
	%	5,6	8,0	86,4	78,3
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	37	4	4	45
	%	82,2	8,9	8,9	21,7
Toplam	Sayı	46	17	144	207
	%	22,2	8,2	69,6	100,0

Acil koruma kararıyla ilgili dosyaların büyük kısmında verinin olmaması, çözümlene yapmayı zorlaştırmaktadır. Bu sınırlı veri üzerinden değerlendirildiğinde mülteci çocuklara, Türk vatandaşı çocuklara göre çok daha yüksek oranda geçici olarak kurum bakımına alınması kararı verilmesinin, gebelik durumu ile bağlantılı olabileceği düşünülmektedir.

Verilen kararlar ve diğer destekler

Tablo 8

Koruyucu ve Önleyici Tedbirler Kararları

Koruyucu ve Önleyici Tedbir Kararları		Danışmanlık Tedbiri	Bakım Tedbiri	Sağlık Tedbiri	Eğitim Tedbiri
Türk Vatandaşı	Sayı	111	59	91	34
	%	68,5	36,4	56,2	21,0
Mülteci (Suriyeli, Iraklı, Afganistanlı)	Sayı	7	5	11	1
	%	15,6	11,1	28,9	2,2
Toplam	Sayı	118	64	102	35
	%	57,0	47,5	49,3	16,9

Türk vatandaşı çocukların %68,5'ine danışmanlık tedbir kararı verilmiş iken mülteci çocukların %15,6'sına danışmanlık tedbiri kararı verilmiş olması, çocuk koruma ile ilgili kuruluşların, mülteci çocukların gereksinimlerine yeterli düzeyde yanıt veremediğini göstermektedir.

Bakım tedbiri, Türk vatandaşı çocukların %36,4'üne, mülteci çocukların ise %11,1'ine verilmiştir.

Çocukların istismar öncesinde ve özellikle istismar sonrasında, eğitim yaşamına uyum sorunları yaşamaları nedeniyle Türk vatandaşı çocukların %21'ine eğitim tedbiri verilmiştir.

Sosyal ve ekonomik destek hizmetlerinden yararlanma

Bildirim sonrasında, çocuğun korunma ve gelişme haklarının gerçekleştirilmesine katkı sağlamak için yoksul ailelere çeşitli maddi destekler sağlanmaktadır. Bunlardan biri Türk vatandaşı ailelerin %11,7'sine, mülteci ailelerinin ise %11,1'ine maddi yardım şeklinde verilen sosyal ve ekonomik destektir (SED). Bunun dışında, ailelerin evde bakım desteği, dul maaşı, yaşlı bakım ve engelli bakım desteği aldıkları görülmüştür. Cinsel istismar sonrası dört Türk vatandaşı aileye evde bakım desteği, iki kişiye dul maaşı, bir aileye yaşlı bakım desteği, 12 aileye engelli bakım desteği sağlanmıştır. Yalnızca iki aileye aile danışmanlığı verilmiştir.

Mülteci çocukların aile üyelerinin ise bu hizmetlerden yararlanamadıkları görülmüştür.

Tartışma

Çocukların ve Ailelerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırma bulguları, yaş ortalaması, 12-13 yaş aralığında yoğunlaşan bazı araştırmalarla (Dönmez vd., 2014; Urazel vd., 2017) uyumlu olmasına karşın, ortalama yaşı kız çocuklarda 11,7; oğlan çocuklarda 10,1 olarak belirleyen Türkiye'de yapılmış 30 araştırmayı çözümlenen araştırmadan (Beyazıt ve Ayhan, 2015) farklılık göstermektedir.

Cinsel istismara uğrayan kız çocuklarının ağırlığı, birçok araştırmada ortaya çıktığı üzere (Beyazıt ve Ayhan, 2015; Bilgin, 2015; Dönmez vd., 2014; Gönültaş, 2013) cinsel istismarın, toplumsal cinsiyet temelli bir sorun olduğunu göstermektedir. Çeşitli ülkelerdeki araştırmaları derleyen bir çalışma, oğlan çocuklarının uğradığı cinsel istismarın çok daha az düzeyde ortaya çıktığını göstermiştir (Walrath vd., 2003). Türkiye'deki

araştırmaları analiz eden bir çalışmada (Beyazıt ve Ayhan, 2015), cinsel istismara uğrayan erkek çocukların oranı ortalama %21,5'tir. Türkiye genelindeki ÇİM'lere başvuran erkek çocukların oranı ise %15'tir (ASUMA ve İMDAT, 2018). Bu çalışmada Ankara ilinde yaşayan çocuklar özelinde oranın çok daha düşük olması, tespitle ilgili sorunları akla getirmektedir.

Cinsel istismar öncesi dönemde çeşitli nedenlerle okula devam etmemenin risk oluşturduğu ve istismar sonrası dönemde okulu bırakmanın görüldüğü bilinmektedir. Nitekim bir çalışmada, cinsel istismar mağduru çocukların %33'ünün okula gitmediği ortaya konulmuştur (Öztop ve Özcan, 2010). Türk vatandaşı çocuklarda özellikle eğitimi yarıda bırakma, mülteci çocuklarda da eğitime erişememe gibi sorunların, cinsel istismar için risk oluşturduğu görülmüştür. Nitekim birçok çalışmada (Bunting, 2008; Carlstedt vd., 2009; Csorba vd., 2005; El Arab ve Sagbakken, 2019) mülteci çocuklar da dahil olmak üzere cinsel istismar mağduru olan çocukların, eğitim düzeyinin daha düşük olduğu görülmüştür.

İstismara uğrayan çocukların ailelerinde boşanmanın dörtte bir oranında görülmesi, parçalanmış aile yapısının çocukların cinsel istismara uğramalarında önemli bir risk etmeni olduğunu göstermektedir. Küntay ve Erginsoy (2005) fuhuşa itilen kız çocukları üzerine yaptığı çalışmada da, boşanmış ailenin %33 oranında olması yine önemli bir bulgudur. Tüm Türkiye için oransal bir istatistik bulunmasa da, 15-49 yaş arasındaki kadınların %4'ünün boşanmış olduğu bilgisi (TNSA, 2018) genel oran için önemli bir göstergedir.

TÜİK (2018) verilerine göre Türkiye genelinde 15 yaş üstü okuma yazma bilmeyen kadınların oranı %6,1, erkeklerin ise %1,1'dir. Bu oranla karşılaştırıldığında, istismara uğrayan çocukların ailelerinin eğitim düzeyinin daha düşük olduğu görülmektedir.

Mülteci anne ve babaların çoğunluğunun ise okuryazar olmaması ve genel olarak bakıldığında, kadınların eğitim düzeyinin düşük oluşu, kız çocuklarının eğitiminin yeterince önemsenmediğine ilişkin bir veridir. Örneğin AFAD (2014) verilerine göre Türkiye'deki Suriyeli kadınların %64'ünün, düşük eğitilmiş ya da hiç eğitim görmemiş kadınlardan oluştuğu ortaya çıkmaktadır. Kadınların %21'i okuma-yazma bilmemekte, %8'i sadece okuryazar, %35'i ise ilköğretim mezunudur. Şartlı mültecilerden İran dışındaki ülkelere gelen kişilerin de eğitim düzeyinin düşüklüğü dikkat çekmektedir. Örneğin Afganistanlı kadınlarda okuma-yazma bilmeyenlerin oranı %28,7, Iraklı kadınlarda %23,2'dir (Adalı ve Yüksel-Kaptanoğlu, 2017). Bu çalışmadaki veriler değerlendirildiğinde mülteci çocuk evliliklerinde, ailenin eğitim düzeyinin ortalamadan çok daha düşük olduğu görülmektedir.

Bilindiği üzere çocuğa yönelik istismarda, ebeveynlerin üvey olmaları bir risk etmenidir. Üvey babaların, üvey kızlarını (öz kızı olan babalara kıyasla) beş kat daha fazla cinsel olarak istismar ettikleri; üvey babaya sahip kızların, diğer erkekler tarafından daha fazla istismar edildikleri belirlenmiştir. Üvey annesi olan kızların, diğerlerine göre üç kat daha fazla cinsel istismara uğramaları da dikkat çekicidir (Finkelhor, 2005).

Çocukların Uğradığı Cinsel İstismarın Niteliği ve Yaşanan Riskler

Penetrasyon içeren cinsel istismarın, en yaygın istismar biçimi olarak belirmesi, bu durumun ciddiye alındığını ve kanıtlanması daha kolay olduğu için daha çok açığa çıkarıldığını ve bildirimini yapıldığını göstermektedir. Farklı çalışmalarda da, bildiri yapılan cinsel istismar olgularında vajinal ve anal penetrasyonun ağırlığı (Bilgin, 2015; Gönültaş, 2013; Urazel vd., 2017) göze çarpmaktadır.

Araştırma bulgularını destekler nitelikte olan ÇİM olgularını değerlendiren bir çalışmada, cinsel istismar olguları içinde ensest %10,9 (Bağ ve Alşen, 2017), hastane olgularını ortaya koyan başka bir çalışmada %9,7 oranında (Göker vd., 2010) görülmüştür. Özellikle dede (%15,3), amca-dayı-enişte (%11), kardeş/üvey kardeş (%10) diğer faillerdir (Bağ ve Alşen, 2017). Çocuk psikiyatri kliniğinde, on yıllık verinin değerlendirildiği bir

başka araştırmada ise benzer şekilde ensest ilişkide failin, öz baba olması (%22,2), üvey babaya (%8,3) göre daha yüksek orandadır (Metin, 2010).

Çocukların faille tanışmasına yönelik alanyazında belirtilen başka araştırmalarda da (Beyazıt ve Ayhan, 2015; Bilgin, 2015; Gönültaş, 2013) failin aile/ çevresi ve akrabalarından olması önemli oranda belirlenmiştir.

Yineleyen istismarın, çoğunlukla kuruluştan kaçma sonrası gerçekleşmesi (Aksu vd., 2013; Bilgin, 2015), kuruluştan kaçmanın önemli bir risk oluşturduğunu göstermektedir. Öte yandan evden kaçan çocukların, alkol ve madde kullanımı riski altına olması, bunun da cinsel istismara uğrama riskini arttırdığı birçok araştırmada vurgulanmıştır (Howe, 2005; Hughes vd., 2015; Saewyc vd., 2004).

Araştırma kapsamında yalnızca Türk vatandaşı çocukların istismar öncesinde ruh sağlığı hizmeti almasıyla paralel olarak benzer şekilde başka bir araştırmada, çocuklarda cinsel istismar öncesinde, en çok dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu tanısına rastlanılmıştır (Cengel-Kultur vd., 2007). Ayrıca istismar sonrası süreçte ise hem Türk vatandaşı çocukların hem de mülteci çocukların ruh sağlığı hizmeti almasına ilişkin bulguları destekleyen başka bir araştırmada (Aksu vd., 2013), davranış bozukluğu ön plana çıkmıştır. Birçok araştırmada istismar sonrasında en sık travma sonrası stres bozukluğu (Aksu vd., 2013; Ballı, 2010; Dönmez vd., 2014; Şimşek vd., 2011) ve depresif bozukluk geliştiği (Bilgin, 2015; Uğur vd., 2012) ortaya çıkmıştır.

Cinsel İstismara Müdahale Süreci

Çocukların olayı ilk anlattığı kişinin anne olması, özellikle ataerkil aile düzeninde, babalarla iletişimin sınırlı olması, babalardan çekinme ve korku duymanın yaygınlığı nedeniyle annelerin, çocuklarıyla daha açık bir iletişim kurmaları ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Anneden sonra sağlık çalışanlarının öncelikli olması, gebelik durumunda sağlık hizmetinden yararlanmak için hastaneye gidildiğinde durumun ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır.

İstismarın ortaya çıkması ile birlikte ailenin çocuğa yönelik tutumları, çocuğun yaşadıklarıyla baş etmesinde çok önemlidir. Yapılan bir çalışmada (Taner ve Gökler, 2004), ailelerin, cinsel istismara maruz kalan çocuklarıyla olan ilişkilerinde sergiledikleri koruyucu ve destekleyici davranışların, çocukların travma belirtilerinin iyileştirilmesinde etkili olabileceği gösterilmiştir.

Bildirim sürecinde yönelik annelerin daha yüksek bir yoğunluğa sahip olduğu bu araştırma bulgularını destekler nitelikte olan başka bir araştırmada (Gönültaş, 2013), cinsel istismarın bildirimini yapan annelerin oranı %68,2 iken babaların daha düşük bir oranda (%20,2) bildirim yaptığı gösterilmiştir. Ayrıca çocuk evliliklerinde, bildirim kim tarafından yapıldığı ile çocuğun, istismarı ilk kime anlattığına ilişkin bulgular uyum göstermektedir.

İstismarın gerçekleştiği tarih ile bildirim tarihi arasında geçen sürenin uzun olması, istismarın yeniden yaşanmasına neden olabilmektedir. Türk vatandaşı çocukların %58,6'sının, istismarı sürekli/birçok kez yaşaması, başka araştırmalarda ortaya çıktığı üzere (Bilgin, 2015; Dönmez vd., 2014; Gönültaş, 2013) yarıya yakın oranda görülmektedir. Cinsel istismara daha sık şekilde maruz kalan çocukların, daha fazla ruhsal sorun yaşadığının tespiti (Bilgin, 2015), bu veriyi önemli kılmaktadır. Gönültaş'ın (2013) araştırmasında, istismar tarihindeki yaş ortalaması 11,4 iken, bildirim yapıldığı yaş ortalamasında %32,7 ile 13 yaş ön plana çıkmaktadır. Başka bir araştırmada (Urazel vd., 2017) adli makama, olay günü başvuruların oranı %34,0, ilk 3 ay içinde %50,4 ve üç aydan uzun sürede başvuruların oranı ise %15,6'dır.

Koruyucu ve önleyici tedbir kararlarına yönelik Çocuk İzlem Merkezi (ÇİM) olguları üzerinden yapılan bir araştırma (Bağ ve Alşen, 2017) bakım tedbiri kararında; ensest (%67), aile içi şiddet ve şiddet riski (%21), çocuk

veya ailenin, aile bakımını reddetmesinin (%12) etkili olduğunu göstermiştir. Özellikle sağlık tedbiri kararı, Türk vatandaşı çocukların yarısından fazlasına verilmişken mülteci çocuklarda bu oran yaklaşık üçte bire düşmektedir. Bu durum, Türk vatandaşı çocuklarda madde kullanımının önemli oranında görülmesi ve gebelik/ kürtaajla ilgili sağlık gereksinimleriyle bağlantılı görülürken, mülteci çocuklarda ise madde kullanımına hiç rastlanılmamış olmasından ve kürtaajın olmayışından kaynaklandığı düşünülmektedir. Nitekim yapılan bir araştırma (Bilgin, 2015), çocuklara en sık (%70,4) sağlık tedbiri kararı verildiğini, sağlık tedbiri kararlarında, madde kullanımının önemli olduğunu göstermiştir. Başka bir çalışmada (Aksu vd., 2013), danışmanlık/ sağlık tedbir kararı olan cinsel istismar mağduru çocukların %70,4'ünün madde kullandığı belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında mülteci çocukların cinsel istismar sonrasında ruhsal tedavi alma durumunun Türk vatandaşı çocuklara kıyasla çok düşük olması, çocuk evliliklerinin kültürel bir olgu olarak normalleştirilmesi ve duygusal etkilerinin bilinmemesi ve özellikle tercüman gereksinimi nedeniyle ruh sağlığı hizmetlerinin, mülteci çocuklara uygun olarak verilmemesinden kaynaklı olabilmektedir.

Türk vatandaşı çocukların eğitim yaşamına uyum sorunları yaşamaları nedeniyle eğitim tedbiri almalarına yönelik, başka bir çalışmada (Bilgin, 2015) bu oranın %33,3 olması, eğitim sorunlarının yaygınlığını göstermektedir. Ayrıca Türkiye'de 6-11 yaş arasındaki mülteci kız çocuklarının %62'sinin, 12-14 yaşlarında %60'ının, 15-17 yaşlarında ise %23'ünün eğitime devam ettiği gösterilmiştir (UN Women, 2018). Büyük kısmı okula gitmemesine karşılık, mülteci çocuklardan yalnızca bir çocuğa eğitim tedbiri kararı verilmiş olması, temel çocuk haklarından biri olan eğitim hakkının, mülteci çocuklar için eşitlikçi bir anlayışla ele alınmadığını göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma kapsamında hem Türk vatandaşı hem de mülteci çocuklara yönelik cinsel istismar olguları üzerinden durum değerlendirmesi yapıldığında üç temel başlık ortaya çıkmaktadır.

Çocuklar ve Ailelerinin Sosyo-Demografik Özellikleri

Çocukların istismar tarihindeki yaş ortalamalarının, ergenliğe giriş yaşına yakın olduğu irdelendiğinde, çocuğun kendini koruması açısından zayıf bir dönemde olmasının, istismar riskini artırdığı söylenebilir. Çocuklarla yetişkinler arasında var olan güç eşitsizliği, küçük yaştaki çocuklar açısından daha belirgin olmaktadır. Mülteci çocuklarda, ortalama yaşın yaklaşık 14 olması, çocuk evlilikleri yaşıyla ilgili ipucu vermektedir.

Farklı araştırma bulgularında da (Crosson-Tower, 2009; Hall ve Hall, 2007) ortaya çıktığı üzere kız çocuklarının, çok daha yüksek oranda cinsel istismar riski altında olduğu görülmektedir. Ancak erkek çocukların da risk altında olduğu göz ardı edilmemelidir. Erkek çocuklarda bildirim az olmasının, eşcinsellikle damgalanma korkusu, kendini koruyamamış olmanın erkek kimliğine zarar verdiği algısı ve meslek elemanlarının farkındalıklarının düşük olmasıyla bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Engelliliğin, çocuğu cinsel istismara karşı daha savunmasız hale getirdiği, özellikle zihinsel engelin varlığında, çocuğun istismarı anlamakta ve ifade etmekte güçlük çektiği, bu nedenle istismarın açığa çıkmasının zorlaştığına dair çeşitli araştırma bulguları (Aral ve Gürsoy, 2001; Navalta vd., 2006; Topçu, 1997), Türk vatandaşı çocuklarda %15,4 oranında görülen zihinsel gerilik bulgusunu destekler niteliktedir.

Ebeveynlerin boşanması, ebeveynlerden birinin veya ikisinin birden olmamasının, çocuğa yönelik cinsel istismar riskini artırması (Finkelhor, 1993), hem Türk vatandaşı hem de mülteci çocukların ailelerinde, dörtte bir oranında aile parçalanması görülmesinden anlaşılmaktadır. Bunun yanında, cinsel istismar sonrasında,

ailelerin dağılmasına da rastlanılmaktadır. Örneğin Paslı (2009) tarafından yapılan bir çalışmada, anne babanın istismar öncesinde boşanması %25 oranındadır; istismar sonrası ise anne babaların %57'sinin boşanmış olduğu ya da ayrı yaşadığı ortaya çıkmıştır. Yüzde 23 oranındaki ensest mağduru çocuğun ebeveynlerinin, boşanma veya cezaevine girme dolayısıyla ayrıldığı görülmüştür.

Hem Türk vatandaşı hem de mülteci çocukların ailelerinin, ortalamadan daha düşük eğitim düzeyinde olması, ailelerin düşük eğitim düzeyinin, çocuklara yönelik kötü muamele ve cinsel istismarda bir risk etmeni olduğunu (Euser vd., 2011) göstermektedir.

Çocukların Uğradığı Cinsel İstismarın Niteliği ve Yaşanan Riskler

Bildirimi yapılmış olgular içinde, istismarın büyük bölümünün aile dışından kişiler tarafından gerçekleştirilmesi, ailenin şikayet sürecine daha kolay şekilde dahil olmasıyla ilgili olabilir. Ortaya çıkmasının ve bildirimının, ailede sosyal ve ekonomik sorunlar yaratmasına karşın aile içi cinsel istismarın üçte bir oranında bildirilmiş olması, konuya ilişkin farkındalığın artması ile açıklanabilir. Aile içi istismarın, en ağır biçimlerinden olan ve müdahale süreçleri hassasiyet gerektiren ensest olgularına özel bir hizmetin olmaması, süreci riskli hale getirebilmektedir. Nitekim bazı araştırmalarda (Kılıç ve Tekin, 2019; Kök, 2019) ortaya çıktığı üzere hem aile dışı hem de aile içi istismar olgularında, çocukların baskı, tehdit ve korku nedeniyle ifadelerini değiştirdiğini ve faili aklama çabalarının olduğu bilinmektedir.

Bu bölümde öne çıkan önemli bulgulardan biri de, mülteci çocukların maruz kaldığı çocuk evlilikleridir. Göç sürecinde ekonomik sorunlar, kız çocuğunun namusunu koruma odağındaki kaygılar, cinsel istismarın üstünü örterek namus temizleme gibi dinamiklerle devam eden mülteci çocuk evliliklerinin (ASPB, 2016; Bartels vd., 2018) tespit edilmesi ve çocuğun yüksek yararını gözetilen müdahalelerin gerçekleştirilmesinde zorluklar olduğu bilinmektedir.

Cinsel istismarın en ağır sonuçlarından biri olan gebeliğin tespitinden sonra, cinsel istismar durumunda 20 haftaya kadar uzatılan yasal süre içinde kürtaj olanağının değerlendirilebilmesi, gebeliğin devam etmesi durumunda çocuğun maruz kalabileceği fiziksel şiddet ve öldürülme riskinden korunabilmesi ve bebeğin korunması gibi çalışmalar önem kazanmaktadır.

Mağdur çocuğun, acil ya da uzun süreli olarak kurum bakımına alınması, çocuğun hayatını derinden etkileyebileceği için iyi bir şekilde değerlendirilmesi gereken bir süreçtir. Kurum bakımında olmanın, evden kaçma, zihinsel engellilik, madde kullanımı, ruh sağlığının bozuk olması/ bozulması gibi istismar öncesinde risk etkeni olması, aynı zamanda istismarın sonuçları olarak belirmesi, istismarın önlenmesi ve rehabilitasyonunda bütüncül bir yaklaşımın gereğini ortaya koymaktadır.

Cinsel İstismara Müdahale Süreci

Türk vatandaşı çocukların, istismarı ilk anlattıkları kişinin, en çok anne olduğu görülmüştür. Çocukları cinsel istismara uğrayan anne ve babaların çocuğa inanmaları, destekleyici olmaları, çocuğun kendini güvende hissetmesine olanak sağlamaları önemlidir. Çocuğun anlattıkları karşısında aşırı duygusal tepkiler ya da çocuğa inanmama, çocuk üzerinde olumsuz etkiler yaratır. İstismarı ilk olarak anneye açıklamak, çocuğun anneden destek almasını sağlayabilmektedir (Elliott ve Carnes, 2001). Bir araştırmada, annelerine açılmayan çocukların bir kısmının, annelerinin güçsüz olması ve kendilerini destekleyemeyeceklerini nedeniyle olayı saklayabilecekleri belirlenmiştir (Paslı, 2017). Yine ataerkil aile yapısıyla bağlantılı olan annenin güçsüzlüğü, çocukların korunmasında bir sorun olarak görünmektedir.

Türk vatandaşı çocukların ailelerinin, yaklaşık üçte birinin şikayetçi olmaması, cinsel istismarın çoğu kez gizli kaldığına ilişkin tartışmaya (Finkelhor, 1993) kanıt gösterilebilir. İstismarın gizli kalmasının ya da olay ve

bildirim tarihi arasındaki sürenin uzun olmasının birçok nedeni bulunmaktadır. Suçluluk hissi ve ebeveynlerini yitirme korkuları (Brown ve Anderson, 1991), cezalandırılacağı ya da terk edileceği korkusu, utanç duygusu, istismarın gizlenmesine yol açabilmektedir (Friedrich vd., 2001). Olguların gizli kalmasında, çocuğun istismarı tam olarak anlayamaması, hoş olmayan hatıraları bastırması ya da unutmak istemesi, olayı ve ayrıntılarını anlatmada yeterli iletişim becerilerine sahip olmaması gibi nedenler de rol oynayabilmektedir (Johnson, 2004).

Kıyaslama yapıldığında, istismar ve bildirim tarihinde arasındaki sürenin, mülteci çocuklarda daha fazla olmasının; çocuk evliliklerinin yaygınlığı, evliliklerin tespitinin zorluğu, çocuk ve ailesinin bunu kültürel bir olgu şeklinde yaşamaları ile ilgili olduğu düşünülmektedir.

Çocuklar için verilen koruyucu ve önleyici tedbir kararlarına bakıldığında, özellikle bakım tedbirinin Türk vatandaşı çocuklara yaklaşık üçte bir oranında verilmiştir. Bakım tedbirinin düşük olmasına karşın danışmanlık ve sağlık tedbirinin yüksek düzeyde olması, çocuğun daha çok aile yanında desteklendiğini göstermektedir. Mülteci çocuklara koruyucu ve önleyici tedbirlerin daha düşük düzeyde verilmesinde, çocuk evliliklerinin, meslek elemanları tarafından kültürel bir olgu kabulü ve dil sorununun etkili olduğu düşünülmektedir. Tedbir kararlarının, farklı bakanlıklara bağlı kuruluşlar tarafından yerine getirilmesi, çoğu kez hakkında birden fazla tedbir kararı olan çocukların sürecinin, etkili ve uyumlu bir biçimde yürütülmesinin zor olacağı görülmelidir. Bu noktada, vaka yönetimi ve değerlendirme toplantıları gibi özgün müdahale yöntemlerine gereksinim vardır. 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanununa Göre Verilen Koruyucu Ve Destekleyici Tedbir Kararlarının Uygulanması Hakkında Yönetmelik kapsamında yapılan Çocuk Koruma İl Koordinasyon toplantıları bunun için önemli bir girişimdir.

Cinsel istismarın önlenmesi ve müdahale mekanizmasının iyi bir biçimde işlemesi için çocuk koruma politikasının mülteci çocukların da özel gereksinimlerini kapsayacak şekilde geliştirilmesi sağlanmalıdır. Sağlık, eğitim ve sosyal hizmet kuruluşları, eğitimin yarıda bırakılması, madde kullanımı, aile sorunları, zihinsel gerilik gibi risk durumlarında hem ailelerle hem de çocuklarla rehabilitasyon çalışmaları ile birlikte koruyucu ve önleyici nitelikte çalışmalar yapılmalıdır. Aile içi şiddet, ailede iletişim sorunları ve güç eşitsizliği, cinselliğin tabu olması ve bastırılması, anne-baba ilgisizliği, anne- babada alkol ve madde bağımlılığı gibi temel risk etmenleri üzerinden çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Bu doğrultuda özellikle risklerin yoğun olduğu bölgelerde çocuk ve gençlik merkezleri kurulmalıdır.

Özellikle hastane ve okul gibi kuruluşlarda çalışan profesyoneller, iyi gözlem ve değerlendirme becerisine sahip olmaları konusunda desteklenmelidir. Meslek elemanları ve anne-babalara yönelik risk fark etme, yönlendirme mekanizmaları hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak üzere eğitim verilmelidir. Anne-babalara yönelik sağlıklı çocuk gelişimi, aile içi iletişim, çocukla iletişim ve çocuğun korunmasına yönelik eğitim çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca çocukların kendilerini cinsel istismardan koruma yollarının öğretilmesi konusu önem taşımaktadır. Bu kapsamda öncelikle hayır' diyebilme becerisini kazandırmak, çocuğun özel bölgelerini ve mahremiyeti anlamasını sağlamak, iyi dokunuş ve kötü dokunuşu ve iyi sır ve kötü sırrın ne olduğunu anlatmak ve istismar davranışları karşısında çocuğa ne yapması gerektiğinin okullarda öğretilmesi önemlidir.

Çocuk koruma sisteminde işlevleri olan eğitim, sağlık ve sosyal hizmet kuruluşları, göç kuruluşları ile adalet sistemindeki kuruluşların işbirliği ve koordinasyonunun sağlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, öncelikli olarak çocukların her tür istismardan etkili bir şekilde korunması ve gelişimlerinin desteklenmesi için yıllarını kapsayan "Çocuk Koruma Hizmetlerinde Koordinasyon Strateji Belgesi"nin (2013) uygulamaya geçmesi büyük önem taşımaktadır.

Mülteci çocuklar özelinde bakıldığında; barınma, kayıt işlemleri, sağlık, eğitim gibi temel gereksinimlerin karşılanması gerekmektedir. Sosyal hizmet ve adalet sisteminden etkili bir biçimde yararlanılabilmesi için kurumsal düzenlemelerin eşitlik temelinde geliştirilmesi, mülteci çocuklarda evlilik biçiminde kendini gösteren cinsel istismar riskini azaltmak için önem taşır. Bunun yanında özellikle mülteci çocuklara verilen koruyucu önleyici tedbir kararlarının düşük olduğu göz önünde bulundurulduğunda, çocuk koruma sisteminin çocuk mülteci çocuklar için işlevselliğinin sağlanması ve eşitlik temelinde işlemesi gerektiği ortadadır.

Kaynakça

- Adalet Bakanlığı. (2018). *Adli İstatistikler 2018*. Erişim adresi: <https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/2182019155518istatistik2018.pdf>
- Adalı, T. ve Yüksel-Kaptanoğlu, İ. (2017). Hanehalkı Nüfusunun ve Yaşanılan Konutun Özellikleri *Uydu Kentlerde Yaşayan Sığınmacıların Sosyo-Ekonomik Profili* (ss. 47-68). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Basımevi.
- AFAD. (2013). *Türkiye'deki Suriyeli Sığınmacılar, 2013 Saha Araştırması Sonuçları*. Erişim adresi: http://madde14.org/index.php?title=AFAD_-_T%C3%BCrkiye%E2%80%99deki_Suriyeli_S%C4%B1%C4%9F%C4%B1nmac%C4%B1lar,_2013_Saha_Ara%C5%9F%C4%B1rmas%C4%B1_Sonu%C3%A7lar%C4%B1
- AFAD. (2014). *Türkiye'deki Suriyeli Kadınlar*. Erişim adresi: https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/17935/xfiles/afad-suriye-kdn_eng_1_.pdf
- Aksu, H., Karakoç Demirkaya, S., Gürbüz Özgür, B. ve Gün, B. (2013). Aydın ilinde bir yıldaki çocuk ve ergen adli olguların değerlendirilmesi. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 14(4). doi: 10.5455/apd.43501
- Aral, N. ve Gürsoy, F. (2001). Çocuk Hakları Çerçevesinde Çocuk İhmal ve Istismarı. *Milli Eğitim Dergisi*, 151(5). Erişim adresi: https://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/151/aran_gursoy.htm
- ASPB. (2016). *Suriyeliler ile Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşları Arasındaki Evlilik İlişkileri Araştırması*. Erişim adresi: https://www.ailevecalisma.gov.tr/Raporlar/ATHGM/Suriyeliler_ile_Turkiye_Cumhuriyeti_Vatandaslari_Arasindaki_Evlilik_Iliskileri_Arastirmasi.pdf
- ASUMA ve İMDAT. (2018). *Türkiye'de Çocuk İstismarı Raporu-2*. Erişim adresi: <http://imdat.org/wp-content/uploads/2018/05/RAPOR-%C3%87OCUK-%C4%B0ST%C4%B0SMARI-tam.pdf>
- Aydin, B., Akbas, S., Turla, A., Dundar, C., Yuce, M. ve Karabekiroğlu, K. (2015). Child sexual abuse in Turkey: an analysis of 1002 cases. *Journal of forensic sciences*, 60(1), 61-65. doi: 10.1111/1556-4029.12566
- Bağ, Ö. ve Alşen, S. (2017). Çocuk izlem merkezinde cinsel istismarın değerlendirilmesi: Bir merkezin bir yıllık deneyimi. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 18(1). doi: 10.5455/apd.214951
- Ballı, Ö. (2010). *Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesine Başvuran Çocuk İstismarı ve İhmali Olgularının Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi), Adana, Çukurova Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Adana.

- Bartels, S. A., Michael, S., Roupetz, S., Garbern, S., Kilzar, L., Bergquist, H.vd. (2018). Making sense of child, early and forced marriage among Syrian refugee girls: a mixed methods study in Lebanon. *BMJ global health*, 3(1), 1-12. doi:10.1136/bmjgh-2017-000509
- Beyazıt, U. ve Ayhan, A. B. (2015). Türkiye’de yapılmış çocuğun mağdur olduğu cinsel istismar olgularını konu alan bilimsel çalışmaların incelenmesi. *The journal of Academic Social Science Studies*, 31, 443-453. doi:10.9761/JASSS2631
- Bilgin, Ö. (2015). *Cinsel İstismar Mağduru Çocukların Psiko-Sosyal Durumlarının İstismara Ait Özellikler Açısından Tanımlanması*. (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- BMMYK. (1995). *Sexual Violence against Refugees: Guidelines on Prevention and Response*. United Nations High Commissioner for Refugees. Erişim adresi: <https://www.unhcr.org/publications/operations/3b9cc26c4/sexual-violence-against-refugees-guidelines-prevention-response-unhcr.html>
- BMMYK. (2015). *Protecting And Supporting The Displaced In Syria Unhcr Syria End of Year Report*. United Nations High Commissioner for Refugees. Erişim adresi: www.unhcr.org/56cad5a99.pdf
- BMMYK. (2019). *Türkiye İstatistikleri*. United Nations High Commissioner for Refugees. Erişim adresi: <https://www.unhcr.org/tr/unhcr-turkiye-istatistikleri>
- Bouvier, P. (2003). Child sexual abuse: vicious circles of fate or paths to resilience? *The Lancet*, 361(9356), 446-447. doi: 10.1016/S0140-6736(03)12501-9
- Bozbeyoğlu, A., Koyuncu, E., Sezgin, A., Kardam, F. ve Sungur, A. (2009). *Türkiye’de Ensest Sorununun Anlamak*. Nüfusbilim Derneği ve Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu: <http://www.nd.org.tr/images/other/282.pdf>
- Brown, G. R. ve Anderson, B. (1991). Psychiatric Morbidity in Adult Inpatients with Childhood Histories of Sexual and Physical Abuse. *American journal of Psychiatry*, 148(1), 55-61. doi: 10.1176/ajp.148.1.55
- Bunting, L. (2008). Sexual Offences Against Children: An Exploration of Attrition in the Northern Ireland Criminal Justice System. *Child abuse & neglect*, 32(12), 1109-1118. doi:10.1016/j.chiabu.2008.09.002
- Butler, C. K., Gluch, T. ve Mitchell, N. J. (2007). Security Forces and Sexual Violence: A Cross-National Analysis of a Principal—Agent Argument. *Journal of Peace Research*, 44(6), 669-687. doi:10.1177/0022343307082058
- Carlstedt, A., Nilsson, T., Hofvander, B., Brimse, A., Innala, S. ve Anckarsäter, H. (2009). Does Victim Age Differentiate Between Perpetrators of Sexual Child Abuse? A Study of Mental Health, Psychosocial Circumstances, and Crimes. *Sexual Abuse*, 21(4), 442-454. doi:10.1177/1079063209346699
- Cengel-Kultur, E., Cuhadaroglu-Cetin, F. ve Gokler, B. (2007). Demographic and Clinical Features of Child Abuse and Neglect Cases. *Turkish journal of pediatrics*, 49(3), 256. doi: 10.4274/tpa.640
- Crosson-Tower, C. (2009). *Understanding Child Abuse and Neglect* (E. Edition Ed.): Pearson
- Csorba, R., Aranyosi, J., Borsos, A., Balla, L., Major, T. ve Póka, R. (2005). Characteristics of Female Child Sexual Abuse in Hungary between 1986 and 2001: A Longitudinal, Prospective Study. *European Journal of Obstetrics & Gynecology and Reproductive Biology*, 120(2), 217-221. doi: 10.1016/j.ejogrb.2004.08.018

- Dağdelen, G. (2011). *Early marriage: the case of Van province in Turkey*. (Master Thesis) The Middle East Technical University, The Graduate School of Social Sciences, Department of Sociology, Ankara. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Dönmez, Y. E., Soylu, N., Özcan, Ö. Ö., Yüksel, T., Demir, A. Ç., Bayhan, P. Ç.vd. (2014). Cinsel İstismar Mağduru Çocuk ve Ergen Olgularımızın Sosyodemografik ve Klinik Özellikleri. *Turgut Özal Tıp Merkezi Dergisi*, 21(1). doi:10.7247/jtomc.2013.1170
- DSÖ. (1999). *Dünya Sağlık Örgütü Çocuk İstismarını Önleme Hakkında İstişare Raporu*. Geneva. Erişim adresi: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/65900>
- DSÖ. (2006). Preventing Child Maltreatment: A Guide to Taking Action And Generating Evidence. Erişim adresi: https://www.who.int/violence_injury_prevention/publications/violence/child_maltreatment/en/
- DSÖ. (2012). *World Health Statistics 2012*. Erişim adresi: https://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/2012/en/
- DSÖ. (2017). *European status report on preventing child maltreatment*. Erişim adresi: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0017/381140/wh12-ecm-rep-eng.pdf?ua=1
- El Arab, R. ve Sagbakken, M. (2019). Child marriage of female Syrian refugees in Jordan and Lebanon: a literature review. *Global health action*, 12(1), 1-12. doi:10.1080/16549716.2019.1585709
- Elliott, A. N. ve Carnes, C. N. (2001). Reactions of Nonoffending Parents to the Sexual Abuse of Their Child: A review of the Literature. *Child maltreatment*, 6(4), 314-331. doi: 10.1177/1077559501006004005
- Ertem, M. ve Koçturk, T. (2008). Opinions on early-age marriage and marriage customs among Kurdish-speaking women in southeast Turkey. *BMJ Sexual & Reproductive Health*, 34(3), 147-152. doi: 10.1783/147118908784734927
- Euronews. (2019). Suriyeli kız çocukları Türkiye'de cinsel istismarın en büyük mağduru oldu: Artış yüzde 736. Erişim adresi: <https://tr.euronews.com/2019/10/26/suriyeli-kiz-cocuklari-turkiyede-cinsel-istismarin-en-buyuk-magduru-oldu-artist-yuzde-736>
- Euser, E. M., van IJzendoorn, M. H., Prinzie, P. ve Bakermans-Kranenburg, M. J. (2011). Elevated child maltreatment rates in immigrant families and the role of socioeconomic differences. *Child maltreatment*, 16(1), 63-73. doi: 10.1177/1077559510385842
- Evans, R. ve Mayer, R. (2012). Global priorities against local context: protecting Bhutanese refugee children in Nepal. *Development in Practice*, 22(4), 523-535. doi:10.1080/09614524.2012.672954
- FIDH. (2012). *Women and the Arab Spring: Taking their place?* International Federation for Human Rights. Erişim adresi: <https://www.fidh.org/IMG/pdf/femmesarabangbassdef.pdf>
- Finkelhor, D. (1993). Epidemiological Factors in The Clinical Identification of Child Sexual Abuse. *Child abuse & neglect*, 17(1), 67-70. doi: 10.1016/0145-2134(93)90009-t
- Finkelhor, D. (2005). Risk factors in sexual victimization of children. In N. Frost (Ed.), *Child Welfare: Major Themes in Health and Social Welfare, Volume III*.
- Finkelhor, D., Wolak, J. ve Berliner, L. (2001). Police reporting and professional help seeking for child crime victims: A review. *Child maltreatment*, 6(1), 17-30. doi: 10.1177/1077559501006001002

- Friedrich, W. N., Fisher, J. L., Dittner, C. A., Acton, R., Berliner, L., Butler, J.vd. (2001). Child Sexual Behavior Inventory: Normative, psychiatric, and sexual abuse comparisons. *Child maltreatment*, 6(1), 37-49. doi: 10.1177/1077559501006001004
- GİGM. (2019). *Geçici Koruma: Yıllara Göre Geçici Koruma Kapsamındaki Suriyeliler*. Erişim adresi: <https://www.goc.gov.tr/gecici-koruma5638>
- Göker, Z., Aktepe, E., Hesapçioğlu, S. T. ve Kandil, S. (2010). Cinsel İstismar Mağduru Olan Çocukların Başvuru Şekilleri, Klinik ve Sosyodemografik Özellikleri. Referral types of sexually abused children and their clinic and sociodemographic features. *SDÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 17(4), 15-21. doi:10.17343/sdutfd.60034
- Gönültaş, B. M. (2013). *Çocuğa Yönelik Cinsel Şiddet Olaylarında Olay Kurgusunda ve Şüpheli İfadelerindeki Ortak Özelliklerin İncelenmesi*. (Doktora Tezi). Sosyal Bilimler Anabilim Dalı Doktora Tezi, İstanbul Hacettepe Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Güler, Ö. ve Küçüker, H. (2010). Early marriages among adolescent girls in Afyonkarahisar, Turkey. *Electronic Journal of General Medicine*, 7(4), 365-371. Erişim adresi: <https://www.ejgm.co.uk/download/early-marriages-among-adolescent-girls-in-afyonkarahisar-turkey-6810.pdf>
- Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü. (2015). *Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması Araştırması*. Erişim adresi: <http://www.hips.hacettepe.edu.tr/siddet2014/>
- Hall, R. C. ve Hall, R. C. (2007). *A Profile of Pedophilia: Definition, Characteristics of Offenders, Recidivism, Treatment Outcomes, and Forensic Issues*. Paper presented at the Mayo Clinic Proceedings. doi: 10.4065/82.4.457
- Howe, D. (2005). *Child Abuse and Neglect: Attachment, Development and Intervention*: Macmillan International Higher Education
- Hughes, A. A., Bean, R. A. ve Harper, J. M. (2015). Sexual Abuse and Subsequent Risky Sexual Behaviors: A Competency Model for Treatment of Adolescent Females. *The American Journal of Family Therapy*, 43(4), 326-338. doi:10.1080/01926187.2015.1051897
- Johnson, C. F. (2004). Child Sexual Abuse. *The Lancet*, 364(9432), 462-470. doi: 10.1016/S0140-6736(04)16771-8
- Kanun. (2004). *Türk Ceza Kanunu* (Sayı 5237).
- Kanun. (2005). *Çocuk Koruma Kanunu* (Sayı 5395).
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*: 15. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Kenny, M. C. ve McEachern, A. G. (2000). Racial, ethnic, and cultural factors of childhood sexual abuse: A selected review of the literature. *Clinical psychology review*, 20(7), 905-922. doi: 10.1016/s0272-7358(99)00022-7
- Kılıç, A. K. ve Tekin, H. H. (2019). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Korunmaya Muhtaç Çocuk Birimlerinde İhmal ve İstismar Vakalarına Verilen Hizmetlerin Niteliğine İlişkin Görüşleri. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(3), 843-865. doi:10.33417/tsh.622575

- Kök, H. (2019). *Türkiye’de Cinsel İstismara Uğrayan Çocuklara Yönelik Hizmet ve Uygulamaların Değerlendirilmesi: Bir Model Önerisi*. (Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Küntay, E. ve Erginsoy, G. B. (2005). *İstanbul’da on sekiz yaşından küçük ticari 'seks işçisi' kız çocukları* (Vol. 259): Bağlam Yayınları.
- Levine, I. ve Bowden, M. (2002). Protection from sexual exploitation and abuse in humanitarian crises: the humanitarian communitys response. *Forced Migration Review*(15), 20-21. Erişim adresi: <https://www.fmreview.org/sites/fmr/files/FMRdownloads/en/displaced-children-and-adolescents/levine-bowden.pdf>
- Metin, Ö. (2010). *Çocuk Psikiyatri Polikliniğinde Değerlendirilen Cinsel İstismar Olgularının Biyopsikososyal Özellikleri*. (Uzmanlık Tezi). Çocuk Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Tıpta Uzmanlık Tezi. Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi, Mersin. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Mourtada, R., Schlecht, J. ve DeJong, J. (2017). A qualitative study exploring child marriage practices among Syrian conflict-affected populations in Lebanon. *Conflict and health*, 11(1), 27. doi:10.1186/s13031-017-0131-z
- Navalta, C. P., Polcari, A., Webster, D. M., Boghossian, A. ve Teicher, M. H. (2006). Effects of Childhood Sexual Abuse on Neuropsychological and Cognitive Function in College Women. *The Journal of Neuropsychiatry and Clinical Neurosciences*, 18(1), 45-53. doi:10.1176/jnp.18.1.45
- Özen, N. ve Şener, Ş. (1997). Çocuk ve ergende cinsel istismar. *Ege Psikiyatri Sürekli Yayınları*, 2(4), 473-493. Erişim adresi: <http://psikiyatridizini.net/viewarticle.aspx?articleid=5521>
- Öztop, D. B. ve Özcan, Ö. Ö. (2010). *Cinsel İstismar Vakalarının Sosyodemografik ve Klinik Özelliklerinin Değerlendirilmesi*. Paper presented at the Yeni Symposium. Erişim adresi: <http://yenisymposium.com/Pdf/TR-YeniSempozyum-97e2e73a.PDF>
- Paslı, F. (2009). *Örselenme Kuşkusuyla Gazi Üniversitesi Çocuk Koruma Merkezi Tarafından Bildirimleri Yapılan Çocukların Adli ve Sosyal Süreçlerinin İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) Disiplinler Arası Sosyal Psikiyatri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Paslı, F. (2017). Cinsel İstismara Uğrayan Çocukların Eekolojik Sistem Yaklaşımı Açısından İncelenmesi. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 39-53. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/369397>
- Paslı, F. (2019). Çocuğa Yönelik Cinsel İstismar Deneyiminin Mikro Ve Mezzo Sistemler Açısından İncelenmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(2), 463-492. doi:10.33417/tsh.572244
- Puttick, M. (2015). *The Lost Women of Iraq: Family-based violence during armed conflict*: Ceasefire Centre for Civilian Rights. Erişim adresi: https://minorityrights.org/wp-content/uploads/2015/11/MRG-report-A4_OCTOBER-2015_WEB.pdf
- Raj, A., Jackson, E. ve Dunham, S. (2018). Girl child marriage: A persistent global women’s health and human rights violation *Global Perspectives on Women's Sexual and Reproductive Health Across the Lifecourse* (ss. 3-19): Springer. Erişim adresi: <https://www.springer.com/gp/book/9783319604169>
- Roudi-Fahimi, F. ve Ibrahim, S. (2013). Ending child marriage in the Arab region. *Population Reference Bureau*, 1(8). Erişim adresi: <https://www.semanticscholar.org/paper/Ending-child-marriage-in-the-Arab-region.-Roudi-Fahimi-Ibrahim/4022b78287426b272e03fe2e22c377a527c3b499>

- Saewyc, E. M., Magee, L. L. ve Pettingell, S. E. (2004). Teenage Pregnancy and Associated Risk Behaviors Among Sexually Abused Adolescents. *Perspectives on sexual and reproductive health*, 36(3), 98-105. doi: 10.1363/psrh.36.98.04
- Spencer, D. (2015). *To protect her honour. Child marriage in emergencies-the fatal confusion between protecting girls and sexual violence*. Paper presented at the Care Gender and Protection in Humanitarian Contexts: Critical Issues Series. Erişim adresi: <https://insights.careinternational.org.uk/publications/to-protect-her-honour-child-marriage-in-emergencies-the-fatal-confusion-between-protecting-girls-and-sexual-violence>
- Şimşek, Ş., Fettahoğlu, E. Ç. ve Özatalay, E. (2011). Cinsel istismara uğramış çocuklarda ve ebeveynlerinde travma sonrası stres bozukluğu. *Dicle Tıp Dergisi*, 38(3), 318-324. doi:10.5798/diclemedj.0921.2011.03.0040
- Taner, Y. ve Gökler, B. (2004). Çocuk istismarı ve İhmali: Psikiyatrik Yönleri. *Acta Medica*, 35(2), 82-86. Erişim adresi: <https://actamedica.org/index.php/actamedica/article/view/188/166>
- TNSA. (2018). *Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması*. Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü. Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırmaları. Erişim adresi: http://www.hips.hacettepe.edu.tr/tnsa2018/rapor/TNSA2018_ana_Rapor.pdf
- Topçu, S. (1997). *Çocuk ve Gençlerin Cinsel İstismarı: Ensest ve Pedofili*: Doruk Yayınları
- Tousignant, M., Habimana, E., Biron, C., Malo, C., SIDOLI-LeBIANC, E. ve Bendris, N. (1999). The Quebec Adolescent Refugee Project: psychopathology and family variables in a sample from 35 nations. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 38(11), 1426-1432. doi: 10.1097/00004583-199911000-00018
- TÜİK. (2018). *Eğitim İstatistikleri*. Türkiye İstatistik Kurumu. Erişim adresi: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1018
- Uğur, Ç., Şireli, Ö., Esenkaya, Z., Yaylalı, H., Duman, N. S., Gül, B.vd. (2012). Cinsel İstismar Mağdurlarının Psikiyatrik Değerlendirmesi ve İzlemi: Son Dört Yıllık Deneyim. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 19(2), 81-86. Erişim adresi: http://cms.galenos.com.tr/Uploads/Article_27639/cogepderg-19-81.pdf
- UN Women. (2018). Needs Assessment of Syrian Women and Girls under Temporary Protection in Turkey. Birleşmiş Milletler. Erişim adresi: <http://eca.unwomen.org/en/digital-library/publications/2018/08/needs-assessment-of-syrian-women-and-girls-under-temporary-protection-status-in-turkey>
- UNFPA. (2015). *Girlhood, not motherhood: Preventing adolescent pregnancy*. Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu. Erişim adresi: https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Girlhood_not_motherhood_final_web.pdf
- UNICEF. (2014). *Ending child marriage: Progress and prospects*. Erişim adresi: <https://data.unicef.org/resources/ending-child-marriage-progress-and-prospects/>
- UNICEF. (2017). *A Deadly Journey for Children: The Central Mediterranean Migration Route*. UNICEF Child Alert. Erişim adresi: https://www.unicef.org/publications/index_94905.html
- UNICEF. (2018). *Child Marriage in Afghanistan*. UNICEF. Erişim adresi: <https://www.unicef.org/afghanistan/media/2711/file/afg-report-Child%20Marriage%20in%20Afghanistan.pdf.pdf>

- Urazel, B., Fidan, S. T., Gündüz, T., Şenlikli, M. ve Asfuroğlu, B. Ö. (2017). Çocuk ve Ergen Cinsel İstismarlarının Değerlendirilmesi. *Osmangazi Tıp Dergisi*, 39(2), 18-25. <https://doi.org/10.20515/otd.308058>
- Walrath, C., Ybarra, M., Holden, E. W., Liao, Q., Santiago, R. ve Leaf, P. (2003). Children with reported histories of sexual abuse: utilizing multiple perspectives to understand clinical and psychosocial profiles. *Child abuse & neglect*, 27(5), 509-524. doi: 10.1016/s0145-2134(03)00035-8
- Yüksel-Kaptanoğlu, İ. ve Ergöçmen, B. A. (2014). Early marriage: trends in Turkey, 1978-2008. *Journal of Family Issues*, 35(12), 1707-1724. doi:10.1177/0192513X14538025
- Zengin, B. Y. (2014). *9-17 Yaş Grubunda Cinsel İstismar Olgularının Adli Süreçte Yaşadıkları Örselenmenin Değerlendirilmesi ve Çözüm Önerileri*. (Uzmanlık Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul Tıp Fakültesi, İstanbul. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Jeokültür ve Dünya Sistemi: Wallerstein'ı Yanlış mı Anladık?¹

Dr. Öğr. Üyesi Fulya AKSU EREKER² - Dr. Utku ÖZER³

Başvuru Tarihi: 03.06.2020

Kabul Tarihi: 09.12.2020

Makale Türü: Derleme

Öz

Jeokültür kavramı, özellikle Soğuk Savaş Sonrası dönemde genel olarak Uluslararası İlişkiler literatüründe, özel olarak da jeopolitik ve dış politika çalışmalarında oldukça sık kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Bununla birlikte kavramın bu çalışmalarda ilk kez Immanuel Wallerstein tarafından “Dünya Sistemleri Analizi” kapsamında tanımlandığı ve kavramsallaştırıldığı şekliyle kullanıldığını söylemek olanaklı değildir. Wallerstein’in kavramsallaştırmasında jeokültür dünya sisteminin meşruiyet sağlayıcı ideolojisini tanımlamak üzere kullanılmaktadır, dolayısıyla sistemik bir fenomendir. Oysa jeokültürü tekil devletlerin dış politikalarının bir aracı anlamında kullanmak, Wallerstein’in kavramsallaştırmasıyla örtüşmemektedir. Bu çalışmanın temel amacı Wallerstein’in kendisinin ortaya koyduğu bir kavramın Uluslararası İlişkiler literatüründe ancak bağlamından çıkarılarak yaygın şekilde kullanılabilir olmasının nedenlerini anlamaktır. Bu amaçla çalışmanın ana eksenini Wallerstein’in jeokültür kavramsallaştırmasını anlama çabası oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın temel argümanı, kavramın içeriğinin değiştirilerek Uluslararası İlişkiler’in ana akım yaklaşımlarına uygun hale getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Jeokültür, Dünya Sistemleri Analizi, Wallerstein, Jeopolitik

Atıf: Aksu Ereker, F. ve Özer, U. (2020). Jeokültür ve Dünya Sistemi: Wallerstein’ı yanlış mı anladık? *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 133-150.

¹ Çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

² Altınbaş Üniversitesi, İİSBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, fulya.ereker@altinbas.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1747-2763

³ Athens Institute of Education and Research (ATINER), utkuozer@atiner.gr, ORCID: 0000-0002-2068-2841

Geoculture and the World System: Did We Misunderstand Wallerstein?

Asst. Prof. Dr. Fulya AKSU EREKER - Dr. Utku ÖZER

Submitted by: 03.06.2020

Accepted by: 09.12.2020

Article Type: Review

Abstract

Especially in the post-Cold War period the concept of geoculture has become a frequently used concept in the International Relations literature in general and in geopolitical and foreign policy studies in particular. Yet it is not possible to say that in these studies the term is used in a way that was first defined and conceptualized by Immanuel Wallerstein within the context of World Systems Analysis. In Wallerstein's conceptualization geoculture is used to define the legitimizing ideology of the world system, thus is a systemic phenomenon. Referring to geoculture as a tool of individual states' foreign policies does not correspond to Wallerstein's conceptualization. The main purpose of this study is to acknowledge the reasons why a term that has been formulated by Wallerstein, is taken out of its original context in order to be used in the International Relations literature. Accordingly, the attempt to understand Wallerstein's conceptualization of geoculture is the main focus of this study. The main argument in this line is that, by transforming the content of the term it has been adjusted to the mainstream approaches of International Relations.

Keywords: Geoculture, World System Analysis, Wallerstein, Jeopolitics

Giriş

Jeokültür genellikle jeopolitik alanın bir alt kavramı olarak ele alınmaktadır. Terim olarak ilk kez Immanuel Wallerstein tarafından, modern dünya sisteminin kültürel çerçevesini tanımlamak üzere “Dünya Sistemleri Analizi” başlıklı kitabında kullanılmıştır. Wallerstein’in (1992, s. 11-12) tanımladığı biçimiyle jeokültür kavramı, ulus-üstü olduğu ve dünya sisteminin işlediği kültürel çerçeveyi temsil ettiği için jeopolitik kavramından çıkarsanmıştır. Wallerstein’in kavramsallaştırmasında jeokültür sistemik bir fenomendir, dolayısıyla Wallerstein’in bu kavramsallaştırma ile amacı dünya sisteminin meşruiyet sağlayıcı ideolojisini tanımlamaktır.

Jeokültür kavramı genel olarak 21. Yüzyılın Uluslararası İlişkiler literatüründe, özel olarak da jeopolitik ve dış politika çalışmalarında oldukça sık kullanılan bir kavram haline gelmiş olmakla birlikte, kavramın bu çalışmalarda ilk kez Wallerstein tarafından tanımlandığı ve kavramsallaştırıldığı şekliyle kullanıldığını söylemek olanaklı değildir. Wallerstein, yapısal bir kavramsallaştırma içinde sistemik bir kültüre işaret etmekteyken, diğer kullanımda fiziksel olarak ilişkili olmasa dahi belirli bir kültürün baskın olduğu coğrafyaya işaret edilmektedir. Bu kullanımıyla jeokültür tekil devletlerin dış politikalarının bir aracı anlamına gelmektedir ki bu anlam Wallerstein’in kavramsallaştırmasıyla örtüşmediği gibi, zıddıdır. Bir devletin kültürel bağlarından dış politikasında ne şekilde fayda sağlayacağı sorunsalı, Wallerstein’in (1993, s. 21) doğrudan belirleyeni olma işleviyle dünya sisteminin alt-yapısı olarak tanımladığı jeokültür kavramından uzaktır.

Özellikle Türkçe literatürde⁴ sıkça başvurulan bu kullanıma göre nüfus, kimlik, tarih, dil, din, etnisite, kültürel ve sanatsal eserler, değerler, kurumlar ve hatta bu unsurların bir kısmını da içeren medeniyet jeokültürün kapsamına girmektedir. Bu şekilde tanımlandığında jeokültürün esas olarak coğrafyayla kültür arasındaki ilişkiyi ifade ettiği görülmektedir. Burada coğrafya sınırlı bir anlamda kullanılmakta ve çoğunlukla da devlet sınırlarıyla örtüşmektedir. Devletlerin bu unsurlar içinden sahip oldukları ya da farklı durumlara göre seçici olarak kullandıkları çeşitli dış politika amaçlarını gerçekleştirmeye çalışma girişimleri de esas olarak jeokültürün yaygın kabul gören bu yeni tanımıyla örtüşmektedir. Böylece devletlerin sahip oldukları kültürel unsurların onun jeokültürel konumunu ve hatta gücünü temsil ettiği kabul edilmektedir. Dolayısıyla jeokültür bir devletin sahip olduğu güç unsurlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada kısmen de olsa yine Soğuk Savaş sonrası dönemde yaygınlaşan bir kavram olan ‘yumuşak güç’ kavramına yaklaştığı söylenebilir. Joseph Nye’in (Nye, 1990) Uluslararası İlişkiler literatürüne kazandırdığı bir kavram olan yumuşak gücün en önemli kaynağı kültür olarak ortaya koyulmuştur ve bu anlamda devletlerin dış politikalarında bir güç unsuru olarak kültürden söz edildiğinde jeokültür ile kesişebilmektedir. Her ne kadar devletler bu unsuları yüzyıllardır dış politika amaçlarını gerçekleştirmek için kullanıyor, duruma göre bazen birine başka bir zaman diğerine başvuruyor olsalar da bu kullanımın jeokültür olarak adlandırılması Soğuk Savaş sonrası döneme denk

⁴ Bu çalışma kapsamında Türkiye’de yayınlanmış doğrudan ya da dolaylı olarak jeokültür konusuna değinen tez ve makaleler taranmıştır. Bu tarama göstermiştir ki Türkiye’de yapılan çalışmalar da jeokültür ekseriyetle sınırlı bir coğrafya ile kültür arasındaki ilişki olarak tanımlanmış ve jeopolitiğin alt dalı olarak konumlandırılmıştır. Hatta kavramın sıkça kullanıldığı çalışmaların bir kısmında herhangi tanımlamaya yer bile verilmemiş, pek çok çalışmada da jeokültür kavramı yine tanımlanmadan, jeopolitik, jeostrateji, jeoekonomi kavramlarıyla birlikte aynı cümle içinde peş peşe sıralanarak bu kavramların tamamlayıcısı olarak yer almıştır. Ayrıca doğrudan jeokültür konusunu alan çalışmaların sayısı çok sınırlıdır. Jeokültür ya jeopolitik ve jeopolitiğin bir alt dalı olan jeostrateji ve jeoekonomiyle birlikte ele alınmakta ya da bu konuları ele alan çalışmalarda jeopolitik ya da jeostratejinin bir parçası ya da alt başlığı olarak yer bulmaktadır. Nitekim jeokültür kavramının tanımı bile çoğu örnekte jeopolitiğin alt dalı olduğu bilgisiyyle birlikte verilmektedir. Bu kavramların tamamı ve dolayısıyla da jeokültür belli bir coğrafyayı içerecek biçimde kullanılmaktadır. Bu coğrafya bir ülke ile sınırlı olabileceği gibi bir bölgeyi de kapsayabilmektedir. Ancak en geniş kullanımında bile bütün dünyayı ya da dünya sistemini ifade etmemektedir. Nitekim yaygın kullanım da esas olarak belli bir ülkeyi ve Türkiye’de yapılan yayımlar söz konusu olduğunda da Türkiye’yi içermektedir. Yani söz konusu kullanımlar esas olarak Türkiye’nin jeokültürü olgusuna gönderme yapmaktadır. Türkiye’nin jeokültüründen söz edildiğinde Türkiye’nin içinde bulunduğu coğrafya ve komşu bölgelerle paylaştığı kültür unsurlarının dış politikasının bir aracı olarak kullanılması çalışmaların büyük çoğunluğunun konusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’nin Balkanlar, Ortadoğu, Orta Asya, Kafkasya, Akdeniz ve Karadeniz gibi komşu bölgelerle tarihsel, dini, linguistik, etnik bağlar taşıması Türkiye’nin jeokültürel gücünü belirlediği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu bağlamda jeokültür kavramının Wallerstein’in kullandığı sistemsel anlamda kullanılması söz konusu değildir. Bununla birlikte belirtilmelidir ki jeokültür kavramını Wallerstein’in tanımladığı anlamda kapitalist dünya ekonomisinin ideolojisi olarak liberalizm bağlamında kullanan çalışmalar da yok değildir. Ancak bu tür çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır (Örnek için bkz. Ergün, 2015).

gelmektedir. İşte tam da bu noktada Wallerstein'ın tanımladığı biçimiyle kapitalist dünya ekonomisinin jeokültürü olarak liberalizmin çöküşüne işaret ettiği süreçle kesişmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı Wallerstein'ın kendisinin ortaya koyduğu bir kavramın Uluslararası İlişkiler literatüründe ancak bağlamından çıkarılarak yaygın şekilde kullanılabilir olması için nedenlerini anlamaktır. Bu kapsamda öncelikli olarak Wallerstein'ın jeokültür kavramıyla ortaya koymaya çalıştığı temel çerçeve açıklanarak, tartışılacaktır. Bu bağlamda ilk olarak kavramın ana kaynağı olan dünya sistemi kavramsallaştırması, jeokültürün bu yaklaşımdaki yerini ortaya koyabilmek amacıyla analiz edilecektir. Bir kavramın uluslararası ilişkiler analizlerinde ilk kavramsallaştırıldığı şekliyle yaygın bir kullanım alanı bulamadığı halde bağlamından kopararak kullanıldığında yaygın kabul görmesi, esasında Uluslararası İlişkilerin ana akım yaklaşımlarına uyumlu hale getirilmesiyle ilişkilidir. Çalışmanın temel argümanı bu iddiada yatmaktadır.

Dünya-Tarihsel Sistemi ve Analizi

Wallerstein'ın (2004, s.16) kendi sözleriyle “Dünya Sistemleri Analizi (DSA), analiz birimi, sosyal zamansallıklar ve farklı sosyal bilimler disiplinleri arasında yaratılan ayrımları kombine etme çabası olarak ortaya çıkmıştır”. DSA ilk olarak standart analiz birimi olan ulus devlet yerine “dünya sistemini” koymaya çalışır. Bir bakıma o güne kadar çalışılmış olan ulusal ekonomiler, ulusal siyasal yapılar ya da ulusal toplumların aslında gerçekten var olup olmadığını sorgular ve bu nedenle analiz odağı olarak ulus devletin yerine tarihsel sistemi koyar.

Tarihsel sistemler mini-sistemler ve dünya-sistemleri olarak ikiye ayrılırken, dünya-sistemleri de kendi içinde dünya-imparatorlukları ve dünya-ekonomileri olarak ikiye ayrılır. Dünya-sistemi ve onun alt kategorileri olan dünya-imparatorlukları ve dünya-ekonomileri arasındaki “tire” işareti, dünyaya ait sistem, ekonomi ya da imparatorluktan bahsedilmediğinin, aksine sistem, ekonomi ve imparatorluğun dünyanın bizatihi kendisi olduğunun altının çizilmesi ile ilgilidir (Wallerstein, 2004, s.17). Bu bağlamda ekonomi, sistem ve imparatorluk dünyanın kendisidir ancak bu, coğrafi olarak tüm yeryüzünü kapsıyor oldukları anlamına da gelmemektedir.

Bu şekilde, Wallerstein'ın yaklaşımının özünü, tek anlamlı analiz biriminin dünya-sistemi olduğu düşüncesi meydana getirir (Wendt, 1987, s. 345). Modern dünya-sistemi, dünya-ekonomisi şeklini almaktadır. Modern dünya-ekonomisi kapitalist bir dünya ekonomisidir. Kapitalizmin atfedildiği alan devlet değil, dünya ekonomisinin kendisidir ve bu dünya-ekonomisi merkez üretim süreçleri ile çevre üretim süreçleri arasında, merkezin lehine olacak şekilde eşitsiz olarak bölünmüştür (Wallerstein, 2004, s. 18).

Wallerstein'a göre kapitalist sistem “bütün kurumları ile sermaye birikimine öncelik veren herkesi orta vadede ödüllendirmeye, baska öncelikleri hayata geçirmeye çalışan herkesi de orta vadede cezalandırmaya göre donatılmış bir sistemdir”, çünkü bu sistemin ayırt edici özelliği, sonsuz ve sınırsız sermaye birikimine öncelik vermesidir. “Bunu mümkün kılmak için kurulmuş kurumlar kümesi, coğrafi olarak aynı üretim faaliyetlerini birbirine bağlayan meta zincirlerini, bir devletlerarası sistem içinde birbirine bağlanmış modern devlet yapıları ağını, toplumsal yeniden üretimin temel birimleri olarak gelirleri bir havuzda toplayan haneler yaratılmasını ve son olarak bu yapıları mesrulasştırarak sömürülen sınıfların huzursuzluklarını kontrol altında tutmaya çalışan entegre bir jeokültürü içerir” (Wallerstein, 2000, s. 145).

Kapitalist dünya ekonomisinin merkezi araçları ulus-devletlerdir; çünkü kapitalizmin gerektirdiği sürekli sermaye birikimine doğru gidişi sağlayacak olan küresel iş bölümü olmakla birlikte bu iş bölümünü kapsayacak siyasi faaliyetler ulus-devlet çerçevesinde yönetilmektedir. Bu çerçevede devletlerarası sistem dünya ekonomisinin üst-yapısıdır ve modern dünyanın bilinçli bir icadıdır. “Kapitalist dünya ekonomisi coğrafi bakımdan çok geniş bir üretim süreçleri kümesini tümleştirmek suretiyle inşa edilmiştir. Şüphesiz bütün

tarihsel sistemler bir iş bölümüne dayanmaktadır, fakat öncekilerden hiçbirisi kapitalist dünya ekonomisi kadar karmaşık, geniş, ayrıntılı ve yapışık değildi. Ne var ki içinde bu tür bir iş bölümünün geliştiği çerçeve bir dünya imparatorluğu değil, kendisi de bu sistemin tarihsel gelişiminin ürünü olan bir devletlerarası sistem çerçevesi oldu. Ancak şiddet araçlarını kontrol eden devletler arası sistem değil, ayrı ayrı devletler olmuştur.” (Wallerstein, 1993, s. 216-217).

Kapitalizm ve modern devletler arası sistem birbirlerinden ayrı, tarihsel icatlar değil, aksine aynı madalyonun iki yüzüdür. Görünmez bir bütünün (yapının) parçalarıdır, biri olmadan diğeri de olamaz (Wallerstein, 2000, s. 1363). Bu şekilde dünya sistem analizi yapıyı, devletleri belirleyen ve inşa eden dünya kapitalist ekonomisinin düzenleyici ilkeleri yoluyla tanımlar. Bu bağlamda yapının açıklayıcı rolünü yapısalcı terimlerle ortaya koyar (Wendt, 1987, s. 315). Bu kapsamda Wallerstein’in iddiası, sosyal fenomenlerin sosyal sistem olarak adlandırılan bütünlük içinde anlaşılabilceği, bütünlüğü oluşturan parçaları anlamaya çalışmanın beyhude olduğu yönündedir (Tayfur, 2000, s. 281). Dolayısıyla dünya sistem analizi bütüncül (holist) bir ontolojiye sahiptir. Yapan olarak devleti kapitalist dünya sisteminin (yapının) üretim gereklerinin etkilerine indirger (Wendt, 1987, s. 339). Dünya sistem analizi yapıya ontolojik olarak öncelik verir ve ardından diğer varlıkları (devlet ve sınıf gibi) onun etkilerine indirger. Bu çerçevede, birey, devlet vb aktörlerin tümü yapının etkilerinin bir ürünüdür, aktörler sisteme dışsal olarak ortaya çıkmış ama onun içinde hareket ederler (Wallerstein, 2004, s. 21). Yapılar, Wallerstein’a (2004, s. 21) göre aktörlerin özgürce hareket etmelerini kısıtlayan sosyal hapisanelerdir.

DSA’leri dünya sistemini tarihsel olarak görür. O nedenle sistem hakkındaki genelleştirmelerde öncesiz-sonrasız kabuller bir yana bırakılır, bir başlangıçları olduğu gibi dönüşüm ve sonlarının olduğu da kabul edilir. Diğer bir deyişle, kapitalist dünya-ekonomisi tarihsel bir sistemdir, yani kuralları ve yapıları vardır, bir başı ve nihayette sonu olan tarihsel bir gelişimdir.

Dünya-sisteminin gelişimi durgunluk ve yayılma olarak adlandırılan iniş-çıkışlar sürecinde meydana gelir. Durgunluk dönemlerinde kapitalist dünya ekonomisi yeniden yapılandırılır. Tarihsel sistem olarak kapitalist dünya ekonomisi döngüsel hareketler geçirir. Bu döngülerden en önemlisi “hegemonik güçlerin yükseliş ve düşüşü”dür.

Hegemonya, üretim, ticaret ve finans alanlarında üstünlüğe sahip olduğunda elde edilir. Bu alanlardaki üstünlüğe dayalı olarak elde edilen hegemonya devletler arası sistemde siyasi-askeri avantaj olarak yansıtılır. Wallerstein’a göre siyasi hegemonya, ittifak halindeki merkez güçler müşteri durumundaysa ve merkez güçlere meydan okuyan devletler savunma halindeyken elde edilir. Fakat hegemonya rolünün bedeli çok ağırdır ve bu nedenle kısa sürede düşüşe geçer. Çünkü, diğer merkez hatta bazı durumlarda yarı-çevre ülkeler üretim verimliliklerini geç gelenlerin en son teknolojiyi alma avantajıyla artırdıklarından, hegemonik devletin üretim maliyetleri kısa sürede kırılğan hale gelecektir.

Tarihsel örneklerde, Otuz Yıl savaşları, Napoleon Savaşları, Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarında olduğu gibi, hegemonya merkez güçlerin katıldığı dünya savaşları sonucu elde edilmiştir. Devletler sistemi böylece her seferinde yeni bir hegemonik gücün önderliğinde yeniden yapılır. Westphalia Barışı ve düzeni, Avrupa Uyumu, Birleşmiş Milletler ve Bretton Woods sistemi devletler sisteminin bu türde yeniden yapılanmasının örnekleridir.

Hegemonik gücün ideoloji ve politikası her zaman global liberalizmdir. Liberalizmdir, çünkü global yapının ya da Wallerstein’ın deyişiyle dünya sistemi olarak global kapitalizmin işleyişini sağlayacak gerekleri özünde barındırır.

Bu dönüşüm nosyonu tarihsel “ilerleme” nosyonunun sorgulanmasına da yol açmıştır. İlerleme kaçınılmaz bir süreç ve kesinlik değil, sadece olasılıktır (Wallerstein, 2004, s.18). Her birinin sınırları, her birinin uydurulmuş gelenekleri olan ulus devletlerin ortaya çıkmasıyla beraber, dünyanın bir dünya bilincine doğru, insanlık denen şeye doğru gitmekte olduğu söylenmektedir (Wallerstein, 1993, s. 247). Nitekim ilerleme teorisi kapitalist tarihsel sistemin temel dayanağıdır. İlerleme, yenilik ve değişim kapitalizmin temel ihtiyacıdır, çünkü kesintisiz sermaye birikimine dayalı sistem hareket ve değişimi gerektirir (Wallerstein, 1993, s. 220). Wallerstein’ın (1993, s.295) sözleriyle “kapitalist dünya-ekonomisi ilerlemeyi temsil ediyordu, çünkü modernleştiriyordu”. Ancak bu bir çelişkidir, çünkü Wallerstein’a göre bu şekilde evrensel olan esasında partiküler olandan çıkarsanmaktadır. Bu çelişkiyi açıklamak ise Wallerstein’a göre ardışık tarihsel sistemler modeli olan dünya sistemleri analizi ile mümkündür. Yani, doğrusal evrenselciliğin tahrif edici gözlüklerini kullanmadan, geçmiş tarihsel sistemlerin işleyişlerini incelemek asli olandır. (Wallerstein, 1993, s.315). Bu bakımdan Wallerstein’ın geliştirdiği DSA, Tayfur’un (2000, s. 280) da dediği gibi modernleşme teorilerine karşı geliştirilen en gelişmiş meydan okumalardan birisidir.

Dünya Sisteminin İdeolojisi Olarak Jeokültür

Wallerstein’ın (1992, s. 11) kullandığı biçimiyle jeokültür, kendisinin de dile getirdiği gibi jeopolitik kavramıyla benzeşmesi için özellikle seçilmiştir, çünkü kendisinin tanımladığı şekliyle jeokültür dünya sisteminin işlediği kültürel çerçeveyi ifade etmektedir. Bu kültürel çerçeve, yani jeokültür, dünya sisteminin küresel ideolojisi olarak işlemektedir (Wallerstein, 2003:9). Bu bağlamda modern dünya sisteminin jeokültürü -ideolojisi- Wallerstein’a göre liberalizmdir. Wallerstein (2003, s. 95) ideolojiyi “çok sayıda insanı harekete geçirmeyi hedefleyen kapsamlı, uzun vadeli bir siyasi program” anlamında kullanmaktadır. Wallerstein, kapitalist dünya sisteminin şekillenmeye başlamasının ardından bu sistemin jeokültürünün de nasıl yavaş yavaş oluşmaya başladığını açıklamaktadır. Nitekim kendisi de liberalizmin tarihsel bağlamına oturtulması gerektiğini ve kendisi için bu bağlamın 1789 ve 1989 tarihleri arasında olduğunu dile getirmektedir (Wallerstein, 2003, s. 95). Ancak liberalizmin jeokültür olarak ne şekilde konumlandırıldığı tartışmasından önce Wallerstein’ın kültür derken neyi kastettiğinin tanımlanması gerekmektedir.

Etimolojik olarak kültür kavramının Latince toprağı sürmek anlamına gelen *colere* fiilinden geldiğini belirten Wallerstein (1992, s. 201), böylece sıklıkla insan iradesinin ürünü olguların tam tersini belirtmek üzere kullanılmasına rağmen, aslında kültürün en başından beri kendiliğinden değil, insan iradesinin bir sonucu olarak yetişen bir şey olduğu anlamına geldiğine dikkat çekmektedir. Wallerstein (1992, s. 158) kültürü evrensel -yani bütün insanlar için ortak- ya da tek bir kişiye özgü olmayan davranışlar, değerler, inançlar gibi özellikler olarak tanımlamaktadır. Doğal olarak dünyanın farklı yerlerindeki, farklı dönemlerde yaşamış, farklı dini ya da dilsel toplulukların üyesi olan bireyler birbirlerinden kolayca gözlemlenebilecek biçimde farklı davranmaktadırlar (Wallerstein, 1992, s. 160). Buna göre her grubun kendi kültürü vardır ve her birey de cinsiyet, ırk, dil, sınıf, milliyet gibi pek çok farklı grubun üyesi olması dolayısıyla pek çok farklı kültüre katılmaktadır (Wallerstein, 1992, s. 158). Bu haliyle kültür bir yandan grupların kendilerini diğer gruplardan ayırmanın bir yoluken, diğer yandan da grup içinde paylaşılan ve aynı anda da grubun dışıyla paylaşılmayanları temsil etmektedir (Wallerstein, 1992, s. 159). Bununla birlikte kültür aynı zamanda belli bir grup içindeki bütünlükten çok bölünmeye ve dolayısıyla farklılaşmaya da işaret etmektedir. Wallerstein’ın burada kastettiği kültür kavramının günlük ve popüler olanın karşısı olarak kullanılmasıdır. Bu şekliyle kültür esas olarak “üst kültür” ifade etmektedir. Dolayısıyla Wallerstein kültürü esas olarak iki anlamda kullanmaktadır. Birinci anlamında, grubu diğerinden ayırıştıran özellikler olarak anlaşılırken, ikincisi bir grup içinde diğerlerinden farklı ya da üstün olan olgular anlamında kullanılmaktadır (Wallerstein, 1992, s. 160). Birinci anlama göre belli bir kültürü olduğu kabul edilen gruplar belli bir öz-bilinç ve dolayısıyla sınır algısına, öngörülen davranışlar ve dayatılan değerler sistemiyle birlikte paylaşılan bir sosyalleşme modeline ve resmi -

ulus-devlet örneğinde olduğu gibi- ya da dolaylı bir örgütlenmeye sahiptirler (Wallerstein, 1992, s. 161). Belli bir grup içindeki farklılıklara işaret eden ikinci anlam ise esas olarak söz konusu grup -ya da toplumsal sistem- içinde belli kişilerin çıkarlarının savunulmasına yönelik bir ideolojik örtüdür (Wallerstein, 1992, s. 162).

Wallerstein (1992, s. 159) kültürün bu ikinci kullanımının kültürün üstyapı olarak algılanmasına neden olduğunu belirtmektedir. Ancak kendisi aynı fikirde değildir. Bu bağlamda Wallerstein jeokültürü de dünya ekonomisinin üstyapısı olarak görmemektedir. Ona göre jeokültür, dünya ekonomisinin gözden uzak olan ve bu nedenle değerlendirmesi zor olan zemindir ve bu zemin aynı zamanda sistemin gelişmesini de sağlayan unsurdur (Wallerstein, 1992, s. 11). Yine Wallerstein'in (1992, s. 166) ifadesine göre kültür, kapitalist dünya ekonomisinin fikir-sistemidir. Dolayısıyla Wallerstein'in tanımladığı biçimiyle jeokültür de ekonomik yapı gibi sistemeldir, sistemin kültürünü, sistemin düşünsel yapısını ifade etmektedir. Nitekim Wallerstein (Wallerstein, 1992, s. 166), bu fikir-sisteminin, kapitalist dünya ekonomisinin sosyo-ekonomik çelişkileri, belirsizlikleri, karmaşıklıklarıyla uzlaşmaya yönelik kolektif tarihsel girişimlerin bir sonucu olduğunu dile getirmektedir. Kapitalist dünya-ekonomisinin henüz jeokültürünün yerleşmediği, açık jeopolitik normların olmadığı ilk dönemlerinde en temel konularda bile "asgari düzeyde de olsa bir toplumsal konsensus"un olmadığını, sistemin "ekonomik ve siyasi olarak, onu desteklemek ve güçlendirmek için gerekli jeokültürden yoksun bir yapı içinde işleminin" çelişkilere neden olduğunu ve bu durumun "kapitalist dünya-ekonomisinin kendi iç mantığının gerektirdiği biçimde gelişmesi ve genişlemesi için ciddi bir ayarlamayı" gerektirdiğini belirtmektedir (Wallerstein, 2003, s. 125-6). Bu nedenle jeokültürün gelişimi kapitalist dünya sisteminin gelişiminden bağımsız olarak düşünülemez ve her ikisinin de ortaya çıkması ve gelişmesini sağlayan tarihsel dinamikler esas olarak ortakır.

Jeokültüre ilişkin olarak, kavramın daha sonraki kullanımına yönelik tartışmalar açısından ele alınması anlamlı olan kavramlardan bir diğeri, Wallerstein'in da kültür kavramına yönelik incelemesinde değindiği, medeniyet kavramıdır. Samuel Huntington tarafından ortaya atılan ve özellikle Soğuk Savaşın sona ermesinin ardından sıkça atıfta bulunulan Medeniyetler Çatışması teorisinin merkezinde de bu kavramın olması dikkat çekicidir. Wallerstein (1992, s. 215) medeniyet kavramının iki kullanımı olduğunu belirtmektedir. Bunlardan ilki, Wallerstein'in ifadesiyle "gramatik olarak tekil" olarak kullanılan, insanların daha "medeni" olmasını sağlayan süreçleri ve bu süreçlerin sonuçlarını belirten, benzersiz ve evrensel bir olgudur. İkinci kullanım tekil değil, çoğuldur ve dolayısıyla medeniyete değil medeniyetlere işaret eder. Buna göre "bir medeniyet bir tür tarihsel bir bütün oluşturan ve (her zaman eşzamanlı olmasa da) bu olgunun diğer çeşitleriyle bir arada varolan dünya görüşü, gelenekler, yapılar ve kültürün (hem maddi kültür hem yüksek kültür) belirli bir toplamıdır." (Wallerstein, 1992, s. 215). İlk ve tekil kullanımıyla medeniyet, Wallerstein'a (1992, s. 223) göre herkesi kapsayan yeni tarihsel sistemin -kapitalist dünya ekonomisinin-savunucularının ideolojik inşasıydı ve bu yeni sistemin ayrıcalığının ve herkesi kapsayan doğasının hem kaçınılmaz hem de arzu edilir olduğunu ifade ediyordu. Üstelik Wallerstein'in (1992, s. 224) işaret ettiği gibi kapitalizmin medenileştirici olması dolayısıyla ilerlemeyi temsil ettiği görüşü sadece bu sistemin savunucuları tarafından değil, Marx gibi kapitalizmin ilerleme olduğunu öne süren sistem karşıtları tarafından da paylaşılıyordu. Medeniyet kavramının ikinci kullanımı olan, bir değil birçok medeniyetin varlığına işaret eden anlamı ise esas olarak bu ilk kullanıma tepki olarak ortaya çıkmıştı ve mevcut haliyle kapitalizmin -esasen Batı hakimiyetindeki dünya ekonomisinin -ahlaken ve siyasi olarak alternatif tarihsel sistemlerden daha iyi olduğu hipotezini reddediyordu (Wallerstein, 1992, s. 224).

Bu noktada akıllara Wallerstein'in da işaret ettiği bir soru gelmektedir. Hangi tanım açısından ele alınırsa alınsın kültür bir bütün değil parçalı bir yapıdır, toplumdan topluma, gruptan gruba ve hatta aynı grup içinde farklılık göstermektedir. Üstelik bütün bunlara kültürün değişken yapısı da eklenmelidir. Wallerstein'in (1992, s. 208) da dikkat çektiği gibi küçük ölçekli birimlere yakından bakıldığında uygulama ve değerlerin, uzun dönemler ya da bir kişi ya da grubun kendilerini farklı bir yerde bulduğu durumların dışında, tek bir insanın

ömrü boyunca bile nasıl sürekli değiştiği konusunda farkındalığa varmak mümkündür. Böyle bir durumda kapitalist dünya sisteminin tamamını kapsayacak bir dünya kültüründen bahsetmek nasıl mümkün olacaktır?

Wallerstein bu soruyu evrensellik ilkesinden yola çıkarak açıklamaya çalışmaktadır. Evrenselliğin temel ilkesi insan davranışının keşfedilebilir, doğrulanabilir biçimlerde açıkça ifade edilmiş, her zaman ve mekanda geçerli genel yasalara tabi olduğudur (Wallerstein, 1992, s. 233). Bu doğrultuda Wallerstein (1992, s. 185) binlerce yıldır evrensel değerler ve gerçekler olduğunu, evrensel olduğu iddia edilen fikirler öne sürüldüğünü, son elli yıldır daha yoğun olmakla birlikte neredeyse 200 yıldır pek çok ulusal hükümetin ve uluslararası kurumun insan haklarıyla ilgili tartışmalarda olduğu gibi, bu değerlerin ve gerçeklerin geçerliliği ve uygulanabilirliğini iddia ettiklerini dile getirmektedir. Böylece zaman içinde kültürel formları açısından ulus-devletler giderek daha çok birbirine benzemeye başlamış, yasama organı, anayasa, bürokrasi, sendikalar, ulusal para birimi, eğitim sistemi gibi kurumlarıyla bütün devletler belli standartlar çerçevesinde benzer siyasi biçimlere ulaşmışlardır (Wallerstein, 1992, s. 186). Bunlar içinde eğitim sistemleri jeokültürel gündemin başlıca tedarikçilerinden olmaları nedeniyle özellikle önem taşımaktadır (Wallerstein, 2012, s. 135). Ancak evrensellik tezi daha ilk ortaya çıkışından itibaren meydan okumalarla karşılaşmıştır (Wallerstein, 1992, s. 233). Wallerstein'ın (1992, s. 189) da belirttiği gibi dünya tarihi kültürel homojenleşmeden çok kültürel farklılaşma, kültürel ayrıntılandırma ya da kültürel karmaşaya doğru bir eğilim göstermiştir. Dolayısıyla aslında Wallerstein'a göre dünya kültürü diye bir şey bulunması söz konusu değildir. Söz konusu olan yalnızca tarihsel sistemin varlığını meşrulaştıran bir araç olarak jeokültürdür. Wallerstein'ın (2003, s. 127) da dile getirdiği gibi "kapitalist dünya ekonomisinin isleyişlerinin mesrulasştırılması için uzun ömürlü jeokültürel bir zemin" oluşturulmuş ve bu jeokültür, kendisinin deyimiyile, en azından 150 yıl kadar başarısını sürdürmüştür.

Devletler ve dünya sistemi açısından bu noktaya ulaşılması uzun dönemli tarihsel süreçlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu süreçlerin incelenmesi Wallerstein'ın jeokültür kavramını neyi ifade etmek üzere kullanıldığının anlaşılması açısından anlamlıdır.

Bu bağlamda ilk önemli gelişme Aydınlanmayla birlikte yaygınlaşan evrensellik düşüncesidir. Aslında evrensellik düşüncesinin kökenleri, Aydınlanmadan çok öncesine, tek tanrılı dinler olan Musevilik, Hıristiyanlık ve İslam'a uzanmaktadır ve sonrasında Bacon ve Netwtoncu bilimsel paradigmlar tarafından beslenmiştir (Wallerstein, 1992, s. 233). Wallerstein'ın (1992, s. 144) da belirttiği gibi Aydınlanmanın felsefi ve entelektüel gelişmeleriyle birlikte evrensellik iddiaları artan bir biçimde dile getirilmeye başlanmıştır. Bu esas olarak Aydınlanmanın akla attığı özelliklerle ilgilidir. Cassirer'den alıntıyla Wallerstein "tüm düşünen özneler, tüm uluslar, tüm çağlar ve tüm kültürler için aynı" olduğu düşünülen aklın "değişmezliği ve birliği" fikrine olan bağlılıkla Aydınlanmanın evrensellik düşüncesinin gelişmesine yaptığı katkıyı vurgulamaktadır. Bu dönemde sosyal bilimlerde yaşanan gelişmeler de bu evrensellik düşüncesinin yansımalarıdır. Bu bağlamda Wallerstein (1992, s. 145) Montesquieu'nün "Kanunların Ruhı" ve Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" eserlerini örnek göstererek her iki eserin de başlıca kaygısının farklı toplumsal durumlarda ifade edilen anlamların evrenselliği arayışı olduğunu dile getirmektedir. Benzer biçimde uluslararası hukuk ve doğal haklar doktrininin gelişmesi de yine aynı evrensellik anlayışıyla ilişkilidir. Evrensellik düşüncesinin üçüncü ve son ayağını kapitalist sistemin emperyalizmle birlikte dünyanın diğer bölgelerine de yayılması ve böylece tam anlamıyla bir dünya ekonomik sistemi haline gelmesi oluşturmaktadır. Wallerstein'ın (2007, s. 62) ifadesiyle kapitalist sistem "gezegen üzerindeki tek tarihsel sistem olmak amacıyla on dokuzuncu yüzyıldan itibaren bütün yerküreyi kendi yörüngesine eklemlmek için başlangıç bölgesinden (Avrupa'nın bazı bölgeleri, artı Amerika'nın bazı bölgeleri) dışarı doğru yayılmaktadır."

Bununla birlikte kapitalizmin gelişmesinin bir diğer sonucu ülkesel olarak tanımlanmış farklı ulus devletlerin ve egemenlik doktrinlerinin ortaya çıkmasıydı (Wallerstein, 1992, s. 144). Bu durum "evrensel" ile "tikel" arasında giderek artan bir gerilimi de beraberinde getirmekteydi (Wallerstein, 1992, s. 145). Dünya ekonomisinin bütünselliği ile aynı zamanda çeşitli devletlere bölünmüş olması arasındaki yapısal çelişkinin bir

yansıması, Fransız Devrimi'ni takiben ortaya çıkan ve sermaye birikim sürecinin içkin yapısal koşullarına yönelik farklı siyasi-ideolojik tepkiler olarak ortaya çıkan milliyetçilik ve enternasyonalizm ikilemidir.

Wallerstein (2003, s. 237) Fransız Devrimini, "Aydınlanmanın ilk büyük siyasi ifadesi" olarak tanımlamaktadır. Nitekim Wallerstein'ın tanımladığı şekliyle jeokültür kavramının oluşumunda Fransız Devrimi önemli bir dönüm noktasıdır. Bunun nedeni Wallerstein'a (Wallerstein, 1992, s. 8) göre Fransız Devrimi'nin kültürel anlamda kapitalist dünya sisteminin sonsuz sermaye birikimine en uygun değerler sisteminin olgunlaşmasına yaptığı katkıdır. Daha önce de değinildiği gibi kapitalist dünya-ekonomisinin ilk dönemlerinde jeokültürden söz etmek mümkün değildir. Ortaya çıktığı 16. yüzyıldan itibaren üç yüzyıl boyunca sistem, "sağlam biçimde yerleşmiş herhangi bir jeokültür olmaksızın islev görmüş," "on altıncı yüzyıl ile on sekizinci yüzyıl arasında, kapitalist dünya ekonomisi içinde, kadroların çoğunun faal olarak benimsediği ve sıradan insanların çoğunun en azından pasif olarak benimsediği söylenebilecek herhangi bir değerler ve temel kurallar dizisi var olmamıştır." (Wallerstein, 2003, s. 142). Bununla birlikte bu üç yüz yıl boyunca Wallerstein'ın (2003, s. 238) ifadesiyle "çevre bölgelerden merkez bölgelere önemli bir artı-değer aktarımıyla birlikte, eksensel isbölümü; sonsuz sermaye birikiminin çıkarlarına hizmet edenlere mükâfat önceliği; devletlerarası sistemin çatısı ve 'kuralları' tarafından sınırlanan sözüm ona egemen devletlerden oluşan devletlerarası sistem; ve dünya sisteminin giderek büyüyen kutuplaşması, sadece ekonomik olmakla kalmayıp, toplumsal olan ve demografik hale gelmenin de esiginde bulunan bir kutuplaşma" gibi sisteminin kilit kurumlarının çoğu kurulmuş ve yerleşmişti.

Her ne kadar 18. Yüzyıla gelene kadar yaşanan gelişmeler bunun zeminini hazırlamış olsa da söz konusu yapının değişimi Fransız Devrimi ile mümkün hale gelmiştir. Fransız Devrimi'nin bu bağlamda önemli rol oynayan getirilerinden biri halk egemenliği ilkesidir. Wallerstein'a (2000, s. 86-7) göre "devletlerin egemenliği -bir devletlerarası sistem içerisinde içe yönelik ve dışa yönelik egemenlikleri-kapitalist dünya ekonomisinin temel direklerinden biridir" ve "eger o düşer ya da ciddi hasar görürse, kapitalizm bir sistem olarak savunulamaz hale gelir.". Kapitalist ekonominin işleminde bu kadar kritik bir role sahip olması, bu ilkenin ortaya çıkması ve şekillenmesindeki etkisi dolayısıyla Fransız Devrimi'nin önemini de altını çizmektedir. Ancak bu ilke, tek başına yeterli değildi. 1789-1815 dönemindeki olaylar aynı zamanda mevcut siyasi bilinci dönüştürerek değişimin normal olduğu görüşünün ve sistemin siyasi mekanizmalarının sürekli evrilmesinin beklenebilirliğinin genel düşünce yapısına yerleşmesini sağlamıştı ve modern dünya sisteminin üç ideolojisi olan muhafazakarlık, liberalizm ve sosyalizmin 19. yüzyılda ortaya çıkışı da bu yeni dünya görüşüne bir yanıtı (Wallerstein, 1992, s. 9). Muhafazakârlar, Fransız Devrimi'nin bütün tezahürlerine temelden karşıyken, liberaller Fransız Devrimi'ni, -en azından İngiltere'de parlamenter hükümetin evrimine benzer bir şey olduğuna inanılan versiyonunu- olumlu bir şey olarak görüyordu. Kendilerine bazen demokratlar, cumhuriyetçiler, radikaller ve sosyalistler denen insanlar ise -en azından daha sonraki dönemde gelişip bağımsız bir ideolojik hamle şeklinde ortaya çıkana kadar- liberallerin küçük bir sol eklentisinden öte bir şeyi temsil etmiyordu (Wallerstein, 2000, s. 102).

Bu üç ideoloji, Wallerstein'ın (2003, s. 80) ifadesiyle "modernliğe ve değişimin 'normalleşme'sine yönelik" üç tavrı ortaya koymaktadır: Tehlikeyi mümkün olduğunca sınırlandırmak -muhafazakarlık; mümkün olduğunca akılcı biçimde insanoglunun mutluluğunu gerçekleştirmek- liberalizm ve ilerleme için ona direnen güçlere karşı yoğun mücadele suretiyle gidisi hızlandırmak -sosyalizm. Bu üç ideoloji içinden 19. yüzyılın ikinci yarısından 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar olan döneme -1848 sonrasında 1968'e- hakim olan liberalizm olmuştu. Hatta Wallerstein'a (2003, s. 223) göre bu 120 yılda "birbiriyle çatışma halindeki üç ideoloji görüntüsü altında, aslında sadece bir ideoloji, ezici biçimde egemen liberalizm ideolojisi" vardı. Liberalizmin dünya sisteminin merkezi söylemi haline gelmesi bağlamında zaferi, Wallerstein'a (2003, s. 10) göre doruk noktasına yaygın görüşün aksine 1914'te değil, 1945 sonrası dönemde ulaşmış ve 1968 yılına kadar bu konumunu korumuştur. Wallerstein'a (2003, s. 239) göre liberalizmin zaferi "kapitalist dünya ekonomisi için yaşayabilir

bir jeokültürü, hem sistemin kadrolarının gözünde hem de önemli ölçüde halk yığınlarının, yani sıradan denen insanların gözünde diğer kurumları da mesrulaştıracak bir jeokültürü en iyi sağlayabilen” ideolojinin liberalizm olmasından kaynaklanmaktaydı.

Hem muhafazakarlık hem de sosyalizm giderek artan bir biçimde kendilerini liberal kategorilerle tanımlamaya başladıklarından, Wallerstein’a (1992, s. 9) göre liberalizmin hakimiyetinden ve pratikte esas olarak yalnızca muhafazakâr liberalizm ve sosyalist liberalizmden söz edilebilmektedir. Wallerstein’a (2003, s. 240) göre bu, liberalizmin akılcı reformculuk doktrininin herkesin ihtiyaçlarına cevap veriyor gibi görünmesiyle ilişkiliydi. Muhafazakâr eğilimliler açısından bu, “biraz oy hakkı, bir parça refah devleti, biraz da ortak bir ulusal kimlik altında birleştirilme”siyle tehlikeli sınıfların devrimci içgüdülerini bastırmanın yolu olabilir gibi görünmekteydi. Aynı akılcı reformculuk radikal eğilimler açısından ise “daha sonraki daha temel değişiklik umudunu ve beklentisini yok etmeksizin mevcut yer ve zamanda biraz temel değişim sağlamaktaydı.” Muhafazakârlar ve radikaller ile liberaller arasındaki farklar, başlangıçta “köklü ilke farkları iken, gittikçe değişimin hızı hakkındaki argümanlara indirgenmişti: Muhafazakârlar, “mümkünse yavaş”, diyorlardı; radikaller, “mümkünse hızlı”, diyorlardı; liberaller ise gidişi, “dogru hızda” buluyorlardı” (Wallerstein, 2000, s. 49). Kuralları koyan her durumda liberalizmdi. Muhafazakarlık ve sosyalizmin kendilerini liberalizme eklemeleri her iki ideolojinin de kapitalist dünya ekonomisi içinde saf halleriyle egemen olma ihtimallerinin olmamasıyla ilgilidir. Wallerstein’a (1992, s. 10) göre bunun nedeni gerek muhafazakarlık gerekse de sosyalizmin devletin ötesinde topluma hitap etmesine ve felsefi olarak devletin temelini çürütmelerine karşılık liberalizmin devleti meşrulaştırmasıdır.

Liberalizmin devleti meşrulaştırması esas olarak liberalizmin bireysel ve sözleşmecî olması dolayısıyla çatışmaların nihai çözümünü, kendi çıkarı olmadığı ve çoğunluğun anlaşma ve uzlaşmasının taşıyıcısı olduğu varsayılan devlette bulunmasıyla ilişkilidir (Wallerstein, 1992, s. 10). Bu tanımlamada öne çıkan unsurlardan biri devlet dışındaki bütün unsurların çıkarları olduğunun vurgulanmasıdır. Bu noktada devreye kültür girmektedir. Çünkü daha önce de belirtildiği gibi kültür -ikinci anlamıyla kullanıldığında gerek toplum gerekse de sistem içindeki çıkar farklılıklarından kaynaklanan eşitsizliklerin meşrulaştırılması aracı olarak işlemektedir. Esasında kapitalist sistem “bir gün, herkesin yeterli (... esit) imkanlardan yararlanacağı ve hiç kimsenin baskalarının sahip olmadığı imtiyazlara sahip olmayacağı bir toplumsal düzen kurmayı basaracağı”nı vaat etmekteydi (Wallerstein, 2000, s. 154). Ancak her ne kadar eşitsizliklerin giderilmesi vaatleri söz konusu olsa da bunların Wallerstein’ın ifadesiyle gerçekler değil, vaatler olması mevcut durumdaki eşitsizliklerin bir şekilde meşrulaştırılması ihtiyacını doğuruyordu. Dolayısıyla asıl amaç eşitsizliklerin giderilmesi değil, meşrulaştırılmasıdır. Çünkü eşitsizlik ya da Wallerstein’ın ifadesiyle “sosyal hiyerarşi” kaçınılmaz kabul edilmektedir. Eşitlik karşıtı tezlere göre bu kaçınılmazlık insanlar arasındaki farklılıkların indirgenemezliğinden olduğu kadar karmaşık süreçlerin düzenlenmesi ihtiyacından da kaynaklanmaktadır (Wallerstein, 1992, s. 227).

Kültür bir kere böyle tanımlandığında Wallerstein’ın (1992, s. 166) da belirttiği gibi kültürün inşası çatışan çıkarların savaş alanı haline gelmektedir. Bu çatışmaların sistem karşıtı dinamiklere dönüşmesinin önünü kesecek olan da yine aynı ideolojik meşrulaştırma. Wallerstein’ın (1992, s. 181) belirttiği gibi siyasi arenada sorunun kaynağının dışlanma olduğu görüşüyle birlikte herkesin -mülksüzlerin, azınlıkların, kadınları ve diğerlerinin- sisteme dahil edilerek eşitlenmesi ve devletin sadece bir azınlığa değil, bütün bir topluma, bütün insanlığa hizmet edilmesinin aracı haline getirilmesi argümanı ile sorunun çözülmesi planlanmıştır. Üstelik Wallerstein’a (2004b, s. 62) göre devlet aynı zamanda “halk kitlelerini nispeten sabırlı olmaya ikna eden başlıca ideoloji kaynağıdır” da. 19. yüzyıldan itibaren jeokültüre hükmeden resmi liberal ideolojiyle uyumlu biçimde sabırlı olmayı destekleyen en önemli argüman, reformun kaçınılmazlığı, işlerin hemen olmasa bile gelecek nesiller için iyiye gideceği ve daha müreffeh ve eşitlikçi bir dünyanın ufukta olduğudur. Böylece eşitlikçiliğe bir kez daha vurgu yapılmış olmaktadır (Wallerstein, 2004b, s. 62). Bu eşitlik vurgusunun liberalizmin sosyalizmin

eşitlikçiliğine verdiği bir yanıt olduğu düşünülebilir. Hatta Wallerstein (2000, s. 154) “modern dünyanın gündelik hayata yönelik ilk sahiden eşitlikçi toplumsal bakış açısını yaratmış olduğu için tarihteki ilk sahiden kolektivist jeokültürü de üretmiş olduğunu” dile getirmektedir .

Fakat burada gerçekte söz konusu olan eşitlik algısı, vaatlerle sınırlı olmanın ötesinde aynı zamanda oldukça aldattıcıdır da. Çünkü “ortaya çıkan her tür ayrıcalık, herkesin fırsat eşitliği içinde olduğu bir durumda üstün başarıların bir sonucuymuş gibi gerekçelendirilmekte,” bu da “kapitalist birikim sürecinin tepesinde yer alanları buldukları konuma layık sayan liyakat sistemi (meritokrasi) olarak kurallastırılmaktadır” (Wallerstein, 2012, s. 134). Böylece hiyerarşinin daha altında bulunan kişilerin bu durumlarından esas olarak kendilerinin sorumlu oldukları varsayılmış oluyor, bu da biyolojik ya da kültürel terimlerle açıklanıyordu. Buna ek olarak söz konusu eşitlik söylemi Wallerstein’ın da dikkat çektiği gibi eşitlemenin aslında, güçsüz olanın güçlü olanın modeline asimile edilmesini de içermektedir. Üstelik bunun sadece tek tek devletler için değil, bütün dünya sistemi için geçerli olduğunu söylemek de mümkündür. Böylece evrenselliğin bir boyutu bilimcilik olarak ortaya çıkarken, bir diğer boyutu da asimilasyon olarak ortaya çıkmakta ve her ikisi de dünya genelinde eşitsizliği -açıkça dile getirilmese de- savunmakta ve sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır. Wallerstein’ın (1992, s. 182) ifadesiyle “sistemin savunucuları bilimcilik ve asimilasyonun dünya kültürünün (birinci anlam) gerçek değerlerini temsil ettiğini ve bunun uygulayıcılarının kültür adamı (ikinci anlam) olduğunu” iddia etmektedirler.

Bu noktada uzlaşmayı sağlayacak olanın devlet olması ve liberalizmin de devleti meşrulaştıran bir ideoloji olması, liberalizmi kapitalist dünya sisteminin jeokültürü yapan temel nedendir. Liberalizm devlet yapılarının uzun dönemli güçlendirilmesine olanak tanıyan tek ideolojidir ve kapitalist dünya sisteminin de tam olarak buna ihtiyacı vardır. Çünkü devlet sistemi Wallerstein’a (1992, s. 10) göre kapitalist dünya ekonomisinin işleyişi için en temel unsurdur. Bu ekonomik sistem sürekli bir sermaye birikimine öncelik vererek işlemektedir ve bunun en iyi biçimde işlemesi için de coğrafi olarak çok geniş, dünya çapında bir iş bölümü yaratılmıştır (Wallerstein, 1992, s. 191). Nitekim bu nedenle kapitalist gelişmenin tarihsel gidişatı ulus-devletin kapitalist dünya ekonomisi içindeki tipik siyasal örgütlenme olarak yaygınlaşması ve kendisini oluşturan devletlerin hareket özgürlüğünü sınırlandıran, birbirini takip eden hegemonya modelleri ve gücünü ve etkisini arttırmak için merkezindeki devletlerin birbiriyle rekabet ettiği bir devletlerarası sistemin coğrafi olarak yayılması ve kurumsallaşmasıyla sonuçlandı (Wallerstein, 1992, s. 153).

Ulus-devletlerin kapitalist dünya ekonomisi ve devletlerarası sistem içindeki rolü, 19. yüzyıl boyunca milliyetçi hareketlerin de artmasına neden oldu. Bu aynı zamanda daha önce sözü edilen evrensel ve tikel arasındaki gerilimi de beraberinde getirmekteydi. Çünkü Wallerstein’ın (1992, s. 145) da belirttiği gibi milliyetçilik başlangıçta devrimci güç Fransa’nın evrenselleştirici emperyalizmine karşı bir tepki olarak ortaya çıkmıştı. Dolayısıyla her ne kadar uluslararası sistemin ulus-devletlere ihtiyacı olsa da başlangıçtan itibaren “milliyetçilik ile evrensellik arasında bir gerilim” vardı (Wallerstein, 1992, s. 146). Wallerstein’a (1992, s. 156) göre tarihsel olarak bir ideoloji ve belli bölgesel ve kültürel iddialara ilişkin genel bir vurgu olarak milliyetçilik, dünya ekonomisinin yarı-çevre bölgelerinde desteklenirken, evrensellik iddiaları merkez devletlerdeki baskın burjuvazilerde güçlüydü. Bu gerilim, aynı zamanda 19. yüzyıldan itibaren sosyalizm ve işçi hareketi içindeki tartışmalarda da kendini gösteriyordu (Wallerstein, 1992, s. 146). Nitekim Marx ve Lenin de milliyetçilikle enternasyonalizm arasındaki kökten çelişki ve sosyalizme geçişin ulus devletlerin yıkılması ve ulusların daha üst bir enternasyonalist birimde erimesini gerektirdiği konularında hem fikirdir (Wallerstein, 1992, s. 155). Bununla birlikte Wallerstein’a göre özellikle Lenin için milliyetçiliğin pratik bir siyasi önemi de vardı. Asya ve Afrika’daki emperyalist yayılmaya karşı verilen milliyetçi mücadelenin yanı sıra Lenin, kapitalist gelişme sürecinde arkaik pre-kapitalist yapıları ortadan kaldıran rolleri nedeniyle de milliyetçi hareketleri desteklemekteydi. Nitekim ulusların kendi kaderini tayin hakkı tezi bu bağlamda değerlendirilmelidir.

Bu bağlamda bir diğer önemli dönüm noktası Rusya’da Ekim Devrimi’nin gerçekleştiği 1917 yılıdır. Ancak Sovyetler Birliği’ni kapitalist dünya sisteminin bir parçası olarak gören Wallerstein, bu tarihte ortaya çıkan yapının ve bu yapının ideolojisi olan sosyalizmin, karşıtı olarak ortaya çıktığı liberalizmle farklılıklardan çok ortaklıklara sahip olduğunu öne sürmektedir. Wallerstein’a (2003, s. 54) göre ideolojik düzeyde Marksizm-Leninizm gerçek bir alternatiften çok, “Wilsoncu liberalizmin bir varyantı” haline gelmişti ve “iki ideoloji aslında jeokültürün temel karinelere bağlılığı paylaşıyordu”. Buna göre her iki yapı ve ideoloji ile onların bu dönemdeki liderleri olan Vladimir Lenin ve Woodrow Wilson, Aydınlanma mirasını, insanların akıl ve bilinçle daha iyi bir toplum inşa edebilecekleri ve devletin rasyonel, bilinçli, kolektif karar alma mercii olarak bu inşanın aracı olduğu inancını, seküler bir gelecek vizyonunu, dünyanın çevresindeki halklar için -hepsi de eşit olacak olan uluslar için- “ulusların kendi kaderini tayin hakkı” idealini ve tarihin kaçınılmaz olarak sonunda herkesi içine alacak kendi evrenselleştirici idealleri doğrultusunda hareket etmekte olduğu görüşünü paylaşıyorlardı (Wallerstein, 1992, s. 5). Soğuk Savaşın sonra ermesinden sonra kaleme aldığı eserlerde bu noktanın altını çizen Wallerstein’a (2003, s. 54-55) göre liberalizm ile Marksizm-Leninizm altı programda ve dünya görüşünde hemfikirlerdi: “(1) Ulusların kendi kaderini tayini ilkesini desteklemekteydiler; (2) tüm devletlerin ekonomik kalkınmasını savunuyorlardı, bununla, tünelin ucundaki refah ve esitlikle birlikte kentleşme, ticarileşme, proleterleşme ve sanayileşmeyi de kastetmekteydiler; (3) tüm insanlara esit olarak uygulanan evrensel değerlerin varlığına ilişkin bir inancı dile getirmekteydiler; (4) teknolojik gelişmenin tek rasyonel temeli olarak (özellikle Newtoncu biçimdeki) bilimsel bilginin geçerliliğine olan güvenlerini dile getirmekteydiler; (5) insanın ilerlemesinin hem kaçınılmaz hem de arzu edilir olduğuna ve bu ilerlemenin gerçekleşmesi için güçlü, istikrarlı, merkezi devletlerin varolması gerektiğine inanmaktaydılar; (6) halk yönetimine -demokrasiye- inançlarını beyan ediyorlar, fakat demokrasiyi, aslında akılcı reform uzmanlarının temel siyasi kararları almasına cevaz verilen bir durum olarak tanımlıyorlardı”. Üstelik bunların da ötesinde Wallerstein (1992, s. 7) söz konusu ideolojik söylemlerin birbirlerinin varlıklarını sürdürmelerine yardım ettiklerini ve biri olmadan diğerinin de inandırıcılığını kaybedeceğini dile getirmektedir. Bu nedenle Wallerstein (2003, s. 65-6) Marksizm-Leninizm’in ideolojik olarak çöküşünün bir ideoloji olarak liberalizmin de çöküşü olduğunu öne sürmektedir. Soğuk Savaş hem Sovyetler Birliği’nin hem de Birleşik Devletlerin ideolojileri adına kendi kamplarında sıkı bir düzen kurmalarına ve gelecek nesillerin düşüncelerine yön vermelerine izin vermişti (Wallerstein, 1992, s. 7). Ancak ABD, 1945’ten itibaren özellikle “ekonomik verimlilikte sağladığı ezici üstünlük” ve kurduğu ittifaklar sistemiyle Wallerstein’ın (2003, s. 20) tek kutuplu olarak tanımladığı dünya sisteminin hegemonik gücü haline gelmişti ve “dünya siyaset ve ekonomi arenalarında tüm önemli kararları fiilen kontrol etmesini ya da yönlendirmesini mümkün kılan” bu hegemonya aynı zamanda ideolojik ve hatta kültürel bir hegemonyaydı. Bu nedenle her ne kadar iki kamp ve farklı evrensellik iddiası içeren ideolojileri söz konusu olsa da dünya sistemi kapitalist olduğundan jeokültürü de daha önce belirtildiği gibi bu sistemin işleyişiyle uyumlu olan, hatta sistemin işleyişi için gerekli olan liberalizmdir.

Kapitalist dünya ekonomisinin işleyebilmesini sağlayan en önemli dinamik, barındırdığı çelişkilerin kontrol altında tutulmasıdır. Bunu sağlayan düşüncelerden biri, üzerinde sıkça durulan evrensellik düşüncesidir. Her ne kadar sistem ulus-devlet yapısı üzerinden işlese de söz konusu devletlerin sınırlarının geçirgen olmasını da gerektirmektedir. Çünkü dünya çapında bir iş bölümüne dayanan sistem, devletler arasında malların, sermayenin ve işgücünün sınırsız ve kısıtlamasız dolaşmasını gerektirmektedir (Wallerstein, 1992, s. 191). Wallerstein bu dolaşımların basit nüfuzlarla ulusal ayrımları yıktığını belirtmekte ve kültürün uluslararasılaşmasının da tam olarak bu olduğunu dile getirmektedir.

Evrensellik düşüncesi sistemin barındırdığı çelişkilerin kontrol altında tutulmasını sağlayan iki ideolojik doktrinden biriyken diğeri de ırkçılık-cinsiyetçiliktir. Birbiriyle çelişkiliymiş gibi görünen bu iki doktrin aslında kapitalist sistem içinde var olan çelişkilerin meşrulaştırılması ve sistemin dünyanın tamamına yayılması için bir arada kullanılmaktadır. Biri olmadan diğeri eksik kalacağından ve bu şekilde sistemin meşruluğu konusunda yeterince ikna edici olunamayacağından bu iki doktrin birlikte kullanılması kaçınılmazdır. Dolayısıyla her ne kadar birbiriyle çelişen ve hatta karşıt iki doktrin gibi görünseler de sistemin meşruiyetinin sağlanması için ikisine de ihtiyaç duyulmakta ve sıkça başvurulmaktadır.

İrkçılık-cinsiyetçilik bütün insanların haklarının aynı olmadığı, biyolojik ya da kültürel açıdan kesin bir hiyerarsik sıranın söz konusu olduğu ve insanların haklarını, ayrıcalıklarını ve kolektif çalışma süreci içindeki yerlerini bu hiyerarsinin belirlediği yönündeki görüşü ifade etmektedir. (Wallerstein, 2012, s. 134) Her ne kadar liberal rüya evrenselliğin ırkçılık-cinsiyetçiliğe karşı zafer kazanması olarak tanımlanmasa da (Wallerstein, 1992, s. 181) Wallerstein (1992, s. 167 ve 170) bu iki ideolojiyi simbiyotik olarak tanımlamaktadır. Ancak beraber var olabilen everensellik ırkçılık-cinsiyetçiliğin “doğru dozu” kapitalist sistemin varlığını sürdürebilmesi için de mutlaka gereklidir. Kapitalist dünya sistemine yönelik etno-merkezci/Avrupa-merkezci eleştiri de bu noktadan kaynaklanmaktadır. Buna göre “Avrupa-merkezcinin kaba versiyonu, ‘asagi’ etiketi yemis gruplara karşı toplumsal ayrımcılık ve bu grupları dışlamaya götüren ırkçılık sekinde” ortaya çıkarken, Avrupalılar aynı zamanda “kendi degerlerini evrensel degerler olarak tanımlamak suretiyle, özel degerlerini dünyanın geri kalanına empoze” etmişler ve bunu “kendi hakimiyetlerini ve maddi çıkarlarını geliştirecek sekilerde” yapmışlardır (Wallerstein, 2003, s. 167). Dolayısıyla ırkçılık ve evrensellik aslında aynı madalyonun iki yüzü konumdadırlar ve tamamen aynı amaca, kapitalist dünya-ekonomisinin meşrulaştırılmasına ve sürdürülmesine hizmet etmektedirler. Bu anlamda ikisini de kullanışlı muhafazakar ideolojiler olarak tanımlayan Wallerstein (1992, s. 178), bunlardan ırkçılık-cinsiyetçiliğin inkarın sürdürülmesine de hizmet ettiğini belirtmektedir.

Bunun en bariz örneği kültürün, dünya genelindeki eşitsiz gelişmenin açıklanması -ya da belki de daha doğru ifadeyle meşrulaştırması için kullanılmasıdır. Bu bağlamda ortaya çıkan ideolojik açıklama, bazı devletlerin daha yavaş gelişmesinin nedeninin onların diğere devletler kadar ‘modern’ olmalarını önleyen ya da şimdiye kadar önlemiş olan kültürlerinden kaynaklandığıdır (Wallerstein, 1992, s. 178). Bu açıklamanın doğal uzantısı Wallerstein’ın belirttiği gibi, az gelişmiş bu devletlerin gelişebilmeleri için, zaten gelişmiş olanları kopyalamaları, kendilerinden daha ileri olanların yardımıyla modern dünyanın evrensel kültürünü benimsemeleri gerektiği şeklinde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla burada da söz konusu olan esas itibarıyla asimilasyondur. Ayrıca bu şekilde “siyasal / ekonomik / askeri / kültürel hakimiyet için yeni bir argüman oluyordu: muktedirlerin, bir tür çıkmaz yolda kilitlenip kalanlara yardım etmelerini olanaklı kıldığından dolayı ayrıcalıklı konuma sahip olmaları haklı gösteriliyordu” (Wallerstein, 2007, s. 83). Böylece bir yandan eşitsizlik meşrulaştırılmış oluyordu. Ayrıca eğer bu yardıma rağmen çok az ilerleme gösteriyor ya da hiç ilerleme gösteremiyorlarsa, bu onların modern evrensel değerleri reddeden ırkçılar olduğu anlamına geleceğinden, bir yandan da gelişmiş devletlerin onları küçümsemesi ve hor görmesi de meşrulaştırılmış oluyordu. Wallerstein (1992) gerçeğin reddedilerek kurbanın suçlanması olarak adlandırdığı bu katı meşrulaştırma sistemiyle, “ileri” bir devlette, “geri kalmışlığı” “modern” olmayı isteyerek reddetme dışında bir yolla algılamaya yönelik herhangi bir girişimin Üçüncü Dünyaçılık, ters ırkçılık ya da irrasyonel olarak etiketlendiğine de dikkat çekmektedir. Gerçekte söz konusu olan ise evrenselliğin, güçlüler tarafından zayıflara verilen, ancak onları çifte bir açmazla karşı karşıya bırakan bir hediye olmasıdır: hediye reddetmek kaybetmektir; hediye kabul etmek kaybetmektir (Wallerstein, 1992, s. 217). Bir başka ifadeyle (tekil anlamıyla) medeniyete asimile olmak, daha önce aşağı konumda olduğunu kabul etmek ve en iyi ihtimalle ikinci sınıf bir vatandaşlık elde etmekken, (çoğul anlamıyla) belli bir medeniyet adına (tekil anlamıyla)

medeniyeti reddetmek ise gerçek anlamda geleneksel olma erdemine bile sahip olmayan ve gelişmeyen arkaizmlere kurban gitmek riski taşıyordu (Wallerstein, 1992, s. 224).

Böylece mevcut dünya ekonomik sisteminin meşrulaştırılması anlamında jeokültürün dünyanın farklı bölgelerini de etkisi altına alması sağlanmış oluyordu. Bunu yapabilmek için evrensellik yaklaşımına olduğu kadar ırkçılık-cinsiyetçiliğe de başvurulması ise jeokültürün işleyiş biçiminin çarpıcı bir örneğini teşkil etmektedir. Sonuçta her ne kadar birbiriyle çelişiyor gibi görüne de bu iki söylemin bir arada kullanılması esas olarak jeokültürün etki alanının genişletilmesine hizmet etmektedir. Fakat bu şekilde sistemin güvence altına alındığını düşünmek de bir yanılgı olacaktır, çünkü bu yapıya yönelik meydan okumalardan kaçınmak da mümkün olmamıştır.

Jeokültürel anlamda kapitalist dünya sisteminde yaşanan önemli bir kırılma noktası Wallerstein'a göre 1968 yılıdır. Wallerstein İkinci Dünya Devrimi olarak tanımladığı 1968 hareketini, Birinci Dünya Devrimi olarak nitelendirdiği 1848 Devrimleriyle karşılaştırmaktadır. Kendisinin ifadesiyle "1848 devrimi başarıları ve başarısızlıkları vasıtasıyla bir ideoloji olarak liberalizmin zaferini ve sonuçta iki rakibinin -muhafazakârlık ve sosyalizm- basit muavinlere dönüşmesini sağlamışken, 1968 devrimi, başarıları ve başarısızlıkları vasıtasıyla bu liberal konsensüsü bozmuştur" (Wallerstein, 2003, s. 226). 1968'le birlikte "liberalizmin bütün jeokültürünün ve özellikle de sistem karsıtı hareketlerin kurdugu tarihsel iyimserliğin kirlenmiş, daha doğrusu sahtekârca olduğunun ve halk kitlelerinin çocuklarının dünyayı miras almak söyle dursun kendilerinden bile daha kötü bir duruma düşebileceklerinin farkına varılmıştı". Bu farkına varış liberal devletin insanlara sabırlı olmaları karşılığında vaat ettiklerinin gerçekleşmesi anlamına gelmekteydi ve dolayısıyla sistemin çözülüşünde kilit rol oynamıştı. Böylece 1968 devrimi, "liberal ideolojinin dünya sisteminin jeokültüründeki baskınlığını sarsmıştı" (Wallerstein, 2003, s. 134). Sonuçta farklı ideolojiler arasındaki mücadele yeniden başlamış, Wallerstein'ın (2003, s. 246) ifadesiyle "1968 dünya devrimi liberalizmi 1815-1848 döneminde olduğu yere, diğerleriyle rekabet halindeki siyasi bir stratejiden ibaret bir hale" döndürmüştür.

Devletin bilinçli kolektif iradenin rasyonel yargıcı olduğu doğrultusundaki liberal inanca meydan okunması olarak tanımladığı bu dönemdeki olaylar, Wallerstein'a (1992, s. 11) göre liberalizmin bir ideoloji olarak reddi bağlamında kapitalist dünya ekonomisinin jeokültürünün entelektüel çevresiyle bir kopuştur ve bu nedenle de yazar tarafından devrim olarak tanımlanmaktadır. Buna göre her ne kadar çabucak alevlenip sönmüş olsa da devrim kalıcı bir etki bırakmıştı. Çünkü, jeokültürün egemen ideolojisi olan liberalizme mesruiyet kaybettirmiş, insanların toplumsal dönüşüm aracı olarak devletten vazgeçmelerine neden olmuş ve ilerlemenin kaçınılmazlığı hakkındaki iyimserliği ortadan kaldırmıştı (Wallerstein, 1992, s. 58).

Wallerstein, 1968'de başlayan ve 1980'lerde artan söz konusu meydan okumanın, her biri liberalizmin evrensellik iddialarının reddi anlamına gelen üç biçim aldığını dile getirmektedir. Bu biçimlerden ilki, yeni entelektüel odağın ekonomi ya da politika yerine kültür olmasıdır. Kültüre yönelik bu ilgi mevcut sistemden çıkış arayışını temsil etmesi ve böylece siyasal eylemi sürdürmesi açısından kayda değerdir (Wallerstein, 1992, s. 12). Jeokültüre yönelik meydan okumanın aldığı ikinci biçim, kapitalist dünya sisteminin jeokültürünün onlarsız var olamayacağı temel özellikleri olarak ırkçılık ve cinsiyetçilik kavramlarıyla ilgili yeni araştırma alanlarının ve toplumsal hareketlerin yaratılmasıdır. Wallerstein'a (1992, s. 12) göre bu ırkçılık karşıtı ve cinsiyetçilik karşıtı hareketler bir kimlik arayışı olarak tamamen yeni bir jeokültür yaratılması amacıyla evrensel olamayan, fakat dünya genelinde bir mücadele çerçevesi işlevi görebileceği gibi ayrımcı bir popülizme de dönüşebilir. Ancak burada önemli olan nokta sistem karşıtı bu hareketlerden birinin çıkarlarının mutlaka bir diğerinkiyle çatışması, hatta her hareketin de kendi içinde bölünmüş olmasıdır (Wallerstein, 1992, s. 182). Wallerstein'a göre böylece sistem karşıtı hareketlerin mücadelelerini sonuna kadar götürme konusunda tereddüt etmeleri kültürün asıl zaferi olmuştur. Üçüncü ve son meydan okuma ise modern dünya sisteminin

en eski entelektüel ayağına bir saldırı olan “yeni bilim” anlayışıyla “iki kültür” —fen bilimleri-beşeri bilimler— kavramının reddedilmesidir. Bütün bunlar dolayısıyla 1968, Wallerstein’a (2003, s. 227) göre “dünya egemen katmanlarının 1848’den beri büyük bir özenle yaratmakta ve güçlendirmekte oldukları kültürel hegemonyalarının ters yüz olusunun başlangıcını temsil etmekteydi”.

Nitekim 1968 olaylarından ya da Wallerstein’ın (2003, s. 9) nitelendirmesiyle devriminden çok da uzun olmayan bir süre sonra Soğuk Savaşın sona ermesiyle liberalizmin zaferi ilan edilirken Wallerstein’a göre “bu, gerçekliğin tamamen yanlış algılanmasıdır” ve bu olaylar aslında “liberalizmin çöküşü”nü göstermektedir. Böylece Wallerstein 1789 Fransız devrimiyle ortaya çıkan ve o döneme kadar yaklaşık 300 yıllık bir geçmişini olan kapitalist sistemi meşrulaştıran ya da Wallerstein’ın ifadesiyle onun jeokültürü olan liberalizmin hakimiyetinin tam 200 yıl sonra 1989 yılında sona erdiğini öne sürmektedir. Wallerstein’a (2003, s. 11) göre Komünizm’in çöküşü “bir ideoloji olarak liberalizmin nihai başarısını değil, liberal ideolojinin tarihsel rolünü sürdürebilme kabiliyetinin kesin biçimde zayıflayışını” temsil etmektedir. Wallerstein’a (2000, s. 9) göre dünya sisteminin tanımlayıcı jeokültürü olan liberalizmin vaadi daha önce de belirtildiği gibi “tedrici reformların dünya sisteminin içerdiği eşitsizlikleri ıslah edip keskin kutuplaşmaları azaltacağı”ydı ve “modem dünya sistemi içinde bunun mümkün olduğu yanılması, devletleri halklarının gözünde mesrulaştırması ve onlara öngörülebilir bir gelecekte bir yeryüzü cenneti vaat etmesi [...] büyük bir istikrar unsuru olmuştur.” Ancak Soğuk Savaş sonrası dönemde bu vaadin zemini ortadan kalkmaya başlamıştır. Çünkü “liberalizmin vaadinin en son ciddi müritleri eski Komünist bloktaki eski tarz Komünist partilerdi” ve bunun da ortadan kalmasıyla liberalizmin vaadine biraz da olsun inanç kalmadığından kapitalist dünya sisteminin sağlam bir mesruiyeti olamayacaktır (Wallerstein, 2003, s. 228). Wallerstein’ın aslında iki ideolojinin birbirlerinin varlıklarını sürdürmelerine yardım ettiğini öne sürmüş olduğu hatırlandığında, birinin çöküşünün diğerinin de sonunu hazırladığını düşünmek şaşırtıcı olmayacaktır. Komünizmlerin çöküşüyle eşzamanlı olarak “Üçüncü Dünya’daki ulusal kurtuluş hareketlerinin çöküşü ve Batı dünyasında Keynes modeline duyulan inancın çöküşü [...] halkın, [...] reformist programların geçerliliği ve gerçekliğinden hayal kırıklığına” ugradığı (Wallerstein, 2000, s. 10) ve artık vaatlerinin bulabileceği bir karşılık olmaması anlamında liberalizmin çöküşüne işaret ediyordu.

Liberalizmin sonun geldiği iddiası esas olarak bu ideolojinin meşrulaştırdığı sistemin çöküşü anlamına gelmektedir. Nitekim Wallerstein (2003, s. 231) da bu dönemi “kapitalist dünya ekonomisinin parçalanma dönemi” olarak tanımlamaktadır. Ona (2000, s. 39) göre Soğuk Savaş sonrası içinde bulunulan dönem dünya kapitalizminin nihai zaferine değil, “ilk ve tek gerçek krizi”ne tanıklık etmektedir. Bu da dolayısıyla bundan sonra ne olacağı sorusunu akıllara getirmektedir. Wallerstein (2003, s. 231) bu soruya verdiği yanıtta bu süreçte liberalizmin kahramanı olan bireyin oynayacak önemli bir rolü olmadığı, çünkü hiçbir bireyin parçalanmış bir yapıda uzun süre hayatta kalamayacağını söyleyerek başlamaktadır. Bu durumda özne olarak ancak, “güç ve sığınak köseleri yaratmaya yetecek denli büyük gruplar” oluşturmak bir seçenek olabilecektir. Wallerstein’a (2003, s. 233) göre “özbilinçli, ama gene de iç içe geçmiş olduklarının farkında olan” bu gruplar aracılığıyla “herkesi kazançlarına dahil edecek çok farklı bir dünya sistemi” yaratıp yaratılamayacağına bakılması gerekmektedir. Bunun için “birer fail olarak grupların önceliğine dayalı bir ideoloji (yani bir siyasi program)” ortaya koyulmalıdır (Wallerstein, 2003, s. 231). İçinde yaşanan tarihsel sistemin parçalandığı süreçte Wallerstein’a (2003, s. 233) göre bu ideoloji yeni bir sol ideoloji olacaktır.

Wallerstein’ın sistemsel dönüşümle ilintili olarak yeni bir sistemi kuracak ve bunu meşrulaştıracak yeni jeokültürü oluşturma misyonunu sistemin alt birimleri olarak bireylerin meydana getireceği gruplara yüklemesi, kendi dünya sistem yaklaşımıyla çelişir görünmektedir. Wallerstein’ın birey gruplarına tarihsel sistemin dönüşümünde çökmekte olan sistemsel ideolojiyi yenisiyle değiştirecek failliği/yapanlığı yüklemesi,

esasinda dünya sistemleri analizi yaklaşımının da yapısalcılığı açısından eleştirilen bir yönüdür. Yapana/faile, varlığı dünya sisteminin bütünlüğüyle ilişkilerine indirgenmiş bir rol tanıyan, bu anlamda sistemin bir etkisi, hatta kuklası olmaktan öteye rol vermeyen determinist bir teorinin dünya tarihsel sisteminin meşrulaştırıcı ideolojisi olarak jeokültürünü değiştirme gücünü de vermesi, bu sınırlar içerisinde bakıldığında gerçekten de çelişkilidir. Ancak bu noktada Wallerstein'in yapısalcılığının iddia edildiği ölçüde determinist olup olmadığı tartışmalı duruma gelmektedir. Nitekim Wallerstein'in kendi kavramsallaştırmasından yola çıkıldığında, sistemin aktörlerinin sisteme dışsal olarak ortaya çıkmış olmakla birlikte, sistem içerisinde hareket etmekte özgür sayıldıkları, yalnızca parçası oldukları sistemin sosyal hapishaneler olarak işlev görerek onları kısıtladıkları ve/veya yönlendirdiklerinin varsayıldığı rahatlıkla görülebilir. Bu kavramsallaştırma ise bireye veya birey gruplarına dönüşüm ve hatta çöküş sürecinde olan sosyal hapishanelerini bir başkasıyla değiştirme özgürlüğü tanınmasını olanaklı kılan şeydir. Bu bağlamda Wallerstein'in Marx'ın (1990, s. 13) iyi bilinen "İnsanlar tarihlerini kendileri yaparlar, ama bunu kendi seçtikleri koşullar içinde değil, doğrudan belirli olan ve geçmişten gelen koşullar içinde yaparlar" kavramsallaştırmasının izinden gittiği açıktır.

Sonuç Yerine: Jeokültürün Dönüşen Anlamı

Wallerstein'in kapitalist dünya ekonomisinin çöküşü ve bunun yerine kurulacak yeni dünya sistemine yönelik öngörülerinin gerçekleşme ihtimaline dair bir şey söylemek için henüz çok erken olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Nitekim kendisi de bunun zorlu ve uzun bir süreç olacağını belirtmektedir. Fransız Devriminin ardından jeokültürün oluşmaya ve yayılmaya başlaması on yıllar almıştır. Nitekim sistemin bir jeokültürünün oluşmaya başlaması bile sistemin ortaya çıkışından yüzyıllar sonra gerçekleşmişti. Ancak burada mutlaka akılda tutulması gereken Wallerstein için anahtar kelimenin "sistem" olduğu ve bu doğrultuda bu yeni sürece de yine dünya sistemi bağlamında baktığıdır. Dünya Sistemleri Analizi yalnızca tek ve kendine özgü bir dünya, kendi birimlerini kendisi meydana getiren bir dünya tanımlamakla kalmamış, insan gerçekliğinin fenomenolojik bütünselliğini de tanımıştır.

Gerçekten de Soğuk Savaş sonrası dönemde artık özellikle küreselleşme olgusunun geldiği noktanın da etkisiyle sistemik, dünya-ölçekli dinamikler yaygın kabul görmeye başlamıştır. Jeokültüre sistemik bir fenomen olarak bakıldığında küreselleşme, Batılılaşma, Amerikanlaşma, İslamlaşma gibi kültürel hakimiyet ya da hegemonya kavramları öne çıkmaktadır. Bu şekilde küreselleşme de fenomen olarak ekonomik, siyasal ve kültürel unsurlarının tümüyle birlikte dünya sisteminin bir evrensel kültür meydana getirmek üzere küreselleşmesi halini alır. Bireysel kültürler, diğer bir deyişle devletlerin dış politikalarında kullanacakları kültürler ise yalnızca aynı jeokültürün birer parçası, hatta ürünü olmaktan ibarettir. Wallerstein için dünya sistemi küresel kapitalizmdir ve bu sistemin jeokültürü Fransız devrimiyle başlayan, siyasal birim olarak ulus devletler tarafından belirlenen liberalizmdir.

Soğuk Savaş'ın sonunun -Wallerstein'in iddiasının aksine- liberalizmin zaferi olarak ilan edilmesi, bu olguyu veri kabul eden çalışmaları da beraberinde getirmiştir. Doğu blokunun ortadan kalkmasına verilen ilk tepki, bunun liberalizmin zaferi ile ulaşılan Tarihin Sonu olduğunu ilan etmek olmuştur. Ancak sorunsuz bir zaferden söz edilemeyeceğinin ortaya çıkması ile varılan yeni nokta Medeniyetler Çatışması olarak nitelendirilmiş, oldukça da yaygın kabul görmüştür. Huntington'un Medeniyetler Çatışması tezi, Wallerstein'in da jeokültürü açıklarken medeniyet kavramından yararlanmış olması bağlamında önemlidir. Esasında Huntington'un Medeniyetler Çatışması tezi, özellikle Wallerstein'in kavramsallaştırmasından bakılınca liberalizmi ya da Wallerstein'in tanımlamasıyla kapitalist dünya ekonomisinin ideolojisini, yani jeokültürünü meşrulaştırmaktadır. Bu şekilde dünya sisteminde değişimin kaçınılmaz olduğu vurgusuna dikkat çeken Wallerstein'dan yola çıkarak, Huntington'un tezinin aslında mevcut jeokültürün yeni koşullara uyarlanmasından öte bir çaba olmadığını öne sürmek mümkündür.

Fakat son kertede jeokültür olgusunu odak almaya çalışan yeni çalışmalar açısından Medeniyetler Çatışması tezinin de sunduğu olanaklar daha kabul edilebilir olmuştur. Bu kapsamda mevcut sistemin değişim ya da dönüşümünü öngörmeyen ya da bununla hiç ilgilenmeyen, mevcut tarihsel sistem ve onun jeokültürü içerisinde çoğunlukla tekil olgu ya da olgulara odaklanan, yine zaman-mekan gibi kategorilerle sınırlı çalışmalar üretilmiştir. Bu şekilde aslında, Wallerstein'in da işaret ettiği şekilde 19. yüzyıl Sosyal Bilimlerinin evrenselci açıklayıcı analizine takılı kalırlar, evrensel açıklayıcı modellerle tekel olanı açıklamaya kalkışır. Jeokültürü bu analiz düzeyinde çalışmak, jeokültür kavramını da bu süreçte tek tek devletlerin dış politika amaçlarını gerçekleştirmek için kullandıkları kültürel unsurları ifade etmek üzere söz konusu çalışmalar bağlamında dönüştürmüştür. Burada söz konusu olan dış politika hedefi dünya liderliği de olsa belli bir bölgede etkili bir aktör olmak ya da bir devletle iyi ikili ilişkiler geliştirmek de olsa kültürel öğelerin kullanımı söz konusu olduğunda bunun jeokültür bağlamında değerlendirilmesidir. Ancak bu yöndeki her değerlendirme, Wallerstein'in sistemik jeokültür bağlamından bir kopuşa işaret eder.

Kaynakça

- Ergün, O. (2015). Postmodern jeopolitik ve küresel tasarımın eleştirel çözümlemesi. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 6(21), 405-443. Erişim adresi: <https://yayin.taa.gov.tr/yuklenenler/dosyalar/dergiler/taad/taad-21/taad-21.pdf>
- Huntington, S. (1993). The clash of civilizations?. *Foreign Affairs*, 72 (3), 22-49. doi:<https://doi.org/10.2307/20045621>
- Marx, K. (1990). *Louis Bonaparte'm 18. Brumaire'i* (Sevim Belli, Çev.). Ankara: Sol Yayınları.
- Nye, J. s. Jr. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153-171. doi: <https://doi.org/10.2307/1148580>
- Tayfur, M. F. (2000). Systemic-structural approaches, world system analysis and the study of foreign policy. *METU Studies in Development*, 27(3-4), 265-299. Erişim adresi: <http://www2.feas.metu.edu.tr/metusd/ojs/index.php/metusd/article/view/134>
- Wallerstein, I. (1992). *Geopolitics and geoculture: essays on the changing world system*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wallerstein, I. (2000). *Bildiğimiz dünyanın sonu: Yirmi birinci yüzyıl için sosyal bilim* (Tuncay Birkan, Çev.) . İstanbul: Metis Yayınları.
- Wallerstein, I. (2003). *Liberalizmden sonra* (Erol Öz, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Wallerstein, I. (2004a). *World-systems analysis: An introduction*. Darham-London: Duke University Press. doi: <https://doi.org/10.1215/9780822399018>
- Wallerstein, I. (2004b). *Amerikan gücünün gerileyişi: Kaotik dünyada ABD* (Tuncay Birkan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

- Wallerstein, I. (2007). *Avrupa evrenselciliği: İktidarın retoriği* (Sinan Önal, Çev.). İstanbul: Aram Yayıncılık.
- Wallerstein, I. (2012). *Tarihsel kapitalizm ve kapitalist uygarlık* (Necmiye Alpay, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Wendt, A. (1987). The agent-structure problem in international relations theory. *International Organization*, 41(3), 335-370. doi: <https://doi.org/10.1017/S002081830002751X>

Sağlık Alanında Maliyet ile İlgili Yayımlanmış Makalelerin Bibliyomerik Analizi¹

Dr. Öğr. Üyesi Aynur TORAMAN² - Doç. Dr. Burcu ASLANTAŞ ATEŞ³

Başvuru Tarihi: 05.11.2019

Kabul Tarihi: 30.11.2020

Makale Türü: Derleme

Öz

Bu çalışma, sağlık alanında maliyet konulu makalelerde, maliyetin en çok hangi yönünün çalışıldığını ve en fazla hangi sağlık biriminin uygulamaya konu edildiğini tespit etmek ve böylece, hangi sağlık kurumunda ve biriminde hangi konunun daha az çalışıldığını göstererek araştırmacılara yol göstermek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç kapsamında çalışılmayan konuların belirlenmesi, bundan sonraki süreçte araştırma yapacak olanlara yol gösterir nitelikte olması adına da önemlidir. Bu kapsamda, DergiPark veri tabanında “hastane”, “maliyet”, “sağlık kurumları” ve “sağlık işletmeleri” anahtar kelimeleri kullanılarak tarama gerçekleştirilmiş ve çalışmalara ait bibliyometrik verilere ulaşılmıştır. Çalışmalar; yıllar, çalışma yapılan sağlık kurum ve birimleri, çalışma konuları ve yazar sayıları bağlamında incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Bibliyometrik özellikler çerçevesinde değerlendirmeye alınan toplamda 72 makale analize tabi tutulmuştur. Analiz sonrasında, makale sayılarının yıllar itibarıyla dağılımında 2016 yılından sonra büyük bir ivme kazandığı tespit edilmiştir. Radyoloji birimine ait maliyet çalışmalarının diğer birimlere oranla çarpıcı bir şekilde fazla olduğu görülmüştür. Sonuç olarak sağlık maliyeti konusunda Türkiye’de yapılan ve DergiPark’ ta yayınlanan makalelerin mevcut durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Alandaki bilgi boşluğuna, bibliyometrik analiz sayesinde ışık tutulmuş ve bundan sonra yapılacak olan çalışmalara yol göstereceği kanısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Kurumları, Sağlıkta Maliyet, Maliyet Analizi, Bibliyometrik Analiz

Atf: Toraman, A. ve Ateş, B. (2020). Sağlık alanında maliyet ile ilgili yayımlanmış makalelerin bibliyomerik analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 151-162.

¹ Bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş makale olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, aynurtoraman@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6180-4713

³ Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, burcuates@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8896-5303

Cost-Related Articles in Health Care: A Bibliometric Analysis

Asst. Prof. Dr. Aynur TORAMAN - Assoc. Prof. Dr. Burcu ASLANTAŞ ATEŞ

Submitted by: 05.11.2019

Accepted by: 30.11.2020

Article Type: Review

Abstract

This study was carried out in order to determine which aspects of the cost are the most studied and which health unit has proved to be most analyzed study in the cost-related articles in health care, and thus aiming to guide the researchers by showing which subject is less studied in which health institution and unit. Within the scope of this purpose, it is also important to determine the subjects that have not been studied before in order to guide those who will do research in future. In this context, DergiPark database was searched by using the keywords “hospital”, “cost”, “health facilities” as well as “healthcare enterprises”, and bibliometric data were obtained. The studies were examined within the context of “years, health institutions and units analyzed, study subjects, and number of authors”. In the study, bibliometric analysis technique which is one of the qualitative research methods was used. A total of 72 articles that were evaluated within the framework of bibliometric characteristics were analyzed. Following the analysis, it was found that the number of articles gained momentum after 2016 in terms of the distribution of the number of articles by years. The cost analysis of the radiology unit was observed to be significantly higher than the other units. As a result, status quo of the health care cost-related articles written in Turkey and published in DergiPark was tried to be uncovered. The information gap in the area was bridged by the bibliometric analysis, and it was concluded that it would guide the studies to be carried out thereafter.

Keywords: Health Institutions, Cost in Health Care, Cost Analysis, Bibliometric Analysis

Giriş

Sağlık kurumlarında artan teşhis ve tedavi maliyetleri ile artan sağlık hizmeti ihtiyacı, kaynakların daha etkin ve verimli kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir. Sağlık hizmetlerinde katlanılan maliyetin analiz edilmesi sağlık kurumlarında hizmet devamlılığı açısından oldukça önemlidir.

Sağlıkta maliyet alanında yapılan akademik çalışmalar, sağlık kurumlarındaki yöneticiler başta olmak üzere kanun yapıcılara ve topluma katkı sağlayıcı niteliktedir. Bu çalışmalar, genel olarak maliyet hesaplama veya maliyetlerin analizi şeklinde olabilirken, özelde bir takım maliyet alt konularının sağlık kurumlarında uygulanması şeklinde de olmaktadır.

Her çalışmada olduğu gibi sağlıkta maliyet çalışma fikrinden yola çıkıldığında literatürde bu konuda yapılan çalışmaları incelemek; farklı bir yön bulmaya çalışmak söz konusu olmaktadır. Araştırmacılara sağlıkta maliyet çalışmalarının bibliyometrik bir analizini sunmak ve çalışılmamış alanları ortaya çıkarmak ana fikrinden yola çıkılan bu çalışmada, sağlık kurumlarında maliyetin öneminden ve bibliyometrik analizden bahsedilerek, sağlıkta maliyet konulu makale çalışmalarının bibliyometrik analizine yer verilmiştir.

Sağlık Kurumlarında Maliyet

Sağlık sektöründe giderek artan maliyetler, rekabet koşulları, devletin sürekli olarak sağlık harcamalarını kontrol altına alma isteği ve bu yöndeki uygulamaları gibi nedenler sağlık kurumları yöneticilerinin maliyet unsurlarını karar alma aşamasında kullanma ihtiyacını daha da artırmıştır. Sağlık kurumlarında yöneticilerin hem genel planlama hem de bölümlere ilişkin planlama, yürütme ve denetim faaliyetlerini istenilen düzeyde yapabilmesi için, sabit ve değişken maliyetleri bilmeleri gerekmektedir (Kısakürek vd., 2011, s.44). Bunun yansısı tüm sağlık kurumları kâr amacı gütsün veya gütmesin sundukları sağlık hizmetinin kalitesini yükseltip kaynaklarını da verimli kullanmak durumundadırlar. Maliyetleri hesaplamak ve düşürmek bu noktada tüm işletmeler gibi sağlık kurumlarında da önem kazanmaktadır (Aslantaş Ateş vd., 2018, s.88). İsrâfların önlenmesi için maliyet kalemlerinin sistematik olarak kontrol edilmesi, bu hususta hayati değer taşımaktadır.

Sağlık kurumları, teknoloji yoğun ve sabit giderleri fazla olan işletmelerdir. Bu sebeple birim muayene hizmet maliyetlerini azaltabilmek için işlem süreçlerinin hızlandırılarak daha fazla hastanın muayene edilmesi birim muayene maliyetlerini azaltıcı etki yapabilmektedir (Çam ve Karaisaoğlu, 2008, s.23). Üretilen sağlık hizmeti için katlanılan maliyetlerin etkililiği de değerlendirilmelidir. Hizmet maliyetinin tam olarak saptanabilmesi maliyet kontrolü, maliyet denetimi ve kaynakların etkin dağılımının sağlanması adına önemli rol oynamaktadır Sağlık kurumlarında maliyet unsurları, direkt personel, tıbbi sarf malzeme, genel sarf malzeme, ilaç giderleri, endirekt personel, ısınma, yolluklar, endirekt üretim giderleri ve dış kaynak kullanımı olarak sayılabilir. Bu maliyet unsurlarının maliyetler içerisindeki etkilerinin doğru olarak hesaplanabilmesi için sağlıklı sonuçlar veren maliyet sistemleri kullanılmalıdır.

Bibliyometrik Analiz

Diodato, bibliyometri kavramını matematiksel ve istatistiksel tekniklerle, yayımlanmış dergi, kitap, vb. bilimsel bilgi paylaşım araçlarının incelenmesinde kullanılan yöntem olarak tanımlamıştır (Diodato, 1994, akt. Çicek ve Kozak 2012, s.736). Bibliyometrik araştırmalarda belgelerin ya da yayınların belirli özellikleri analiz edilerek bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulgular elde edilmektedir (Al ve Çoştur, 2007, s.144). Bibliyometrik bulgular disiplinlere göre farklılıkların ortaya çıkarılmasını ya da herhangi bir derginin daha yakından tanınmasını sağlayabilmektedir (Yalçın 2010, s.211). Bibliyometrik analiz sayesinde bilimsel yayınlar da bir çok gösterge ile değerlendirmeye alınmaktadır.

Liteatürdeki bibliyometrik analiz çalışmalarının çoğunun akademik dergilere ilişkin alan yayınlarının bibliyometrik özellikler kapsamında gerçekleştirildiği görülmektedir (Ryan,2005; Hotamışlı, Erem, 2014; Yalçın, 2010; Polat ve Ark, 2013; Kozak, 2003; Al ve Çoştur, 2007; Kalyane ve Sen, 1995; Ulu ve Akdağ, 2015). Bozdemir ve Taşlı (2018), hastalık maliyetini analizini bibliyometrik açıdan incelemiş ve hastalık maliyeti alanında çalışma yapmak isteyen araştırmacılara konu hakkında en hızlı şekilde ilerleyebilmek adına en çok atıf alan ilk on çalışmayı sunmuştur.

Sağlıkta maliyet alanında bilimsel yayınlanan sağlık maliyet çalışmalarını hangi konuları kapsadığı, ne tür sağlık kuruluşlarında gerçekleştirildiği, yayınların yıllar arası dağılımı ve yazar sayısı gibi faktörler açısından incelenmesi ihtiyacı duyulmuştur. Sağlık hizmetlerinde maliyet konularında yapılan çalışmaların incelenen konuların neler olduğunu ortaya koyarak yıllar bazında nasıl değişim gösterdiğinin karşılaştırmalı olarak değerlendirmesi daha iyi anlaşılmasını sağlayabilecektir. Bahsi geçen durumu gözler önüne serebilmek adına bibliyometrik analiz tercih edilmiştir.

Araştırmanın Amacı

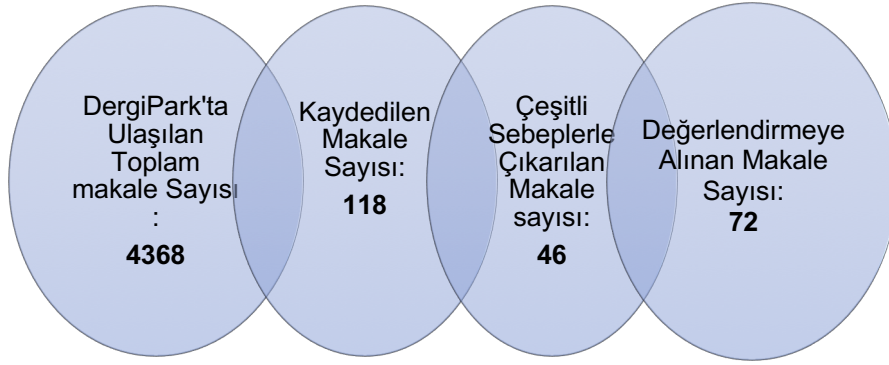
Bu araştırmanın amacı;

- Sağlık alanında maliyet çalışılan makaleleri,
 - Maliyetin en çok hangi yönünün çalışıldığını,
 - En fazla hangi sağlık kurumunun ve biriminin uygulamaya konu edildiğini,
- tespit etmek ve böylece hangi sağlık biriminde hangi konunun daha az çalışıldığını göstererek araştırmacılara yol göstermektir. Bu noktada çalışmanın önemi de ortaya çıkmaktadır.

Araştırmanın Kapsamı, Yöntemi ve Sınırlılıkları

Yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda bu araştırma Dergipark' da yapılmıştır. DergiPark, Türkiye'de akademik bilgi erişiminde en çok kullanılan araştırma alanı olması sebebiyle sağlık maliyeti adına yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi için veri kaynağı olarak seçilmiştir. DergiPark dışındaki online dergilerdeki kongre bildiri çalışmaları, yayımlanan yüksek lisans ve doktora tezleri kapsam dışında bırakılmıştır.

Çalışma kapsamındaki yayımlanmış tüm makalelere ilişkin bilgiler Excel programına aktarılmış, tüm hesaplamalar, tablolar ve grafikler bu program üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın planlama aşamasında, çalışmanın başarılı olması ve daha ayrıntılı verilere ulaşılması amacıyla Dergipark' da "hastane", "maliyet", "sağlık kurumları" ve "sağlık işletmeleri" anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. Taramada "hastane" anahtar kelimesinden 1896, "maliyet" anahtar kelimesinden 2280, "sağlık kurumları" anahtar kelimesinden 144 ve "sağlık işletmeleri" anahtar kelimesinden 48 adet makaleye rastlanılmıştır. Toplamda elde edilen 4368 adet makalenin 4250 kadarı konuyla ilgili olmaması başka bir ifadeyle herhangi bir sağlık biriminde maliyet çalışmamış olması sebebiyle ilk etapta elenmiştir. Geriye kalan 118 adet çalışma kaydedilmiştir. Kaydedilen makaleler incelendiğinde bir kısmının birbiriyle aynı olduğu; bir kısmının ise araştırma konusunu tam anlamıyla karşılamadığı; bir kısmının anahtar kelime bölümünde maliyetle ilgili bir kelime bulunmadığı tespit edilmiş ve bunlar da elenmiştir. Nihayetinde 72 makale çalışma kapsamına alınmış ve incelenmiştir. Aşağıdaki şemada bu durum özetlenmiştir.



Şekil 1. Makalelerin süreci

Araştırma için herhangi bir yıl sınırlaması yapılmamıştır. Yalnızca 2019, araştırmanın yapıldığı anda devam eden yıl olduğundan elenmiş; bunun dışında kalan ve Dergipark' da tarama sonucunda mevcut tüm yıllar çalışmaya dahil edilmiştir.

Bu çalışmada veri analizi için bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Bir bilim alanında yayımlanmış çalışmalar, farklı bibliyometrik özellikler açısından incelenerek, elde edilen bulgularla literatüre katkı sağlanmaktadır. Bibliyometrik analiz çalışmaları sayesinde incelenen yayınların ya da belgelerin belirli özellikleri bakımından değerlendirilmesi söz konusudur. Bibliyometrik analiz, belirli bir alanda belirli bir dönemde ve belirli bir bölgede kişiler ya da kurumlar tarafından üretilmiş yayınların ve bu yayınlar arasındaki ilişkilerin sayısal olarak analizidir (www.cabim.ulakbim.gov.tr). Herhangi bir bilim dalıyla ilgili üretilmiş her türden yazılı literatürün belli dönemlerde incelenmesi, o bilim dalındaki gelişmelerin ortaya konulması bakımından önemlidir (Kozak, 2000, s.16). Bibliyometrik analizle elde edilen bulgular, bilim dallarındaki ilerlemeler ve geçirmiş oldukları evreler hakkında bilgi vermekle beraber, geleceğe yönelik de değerlendirmeler yapılmasına olanak tanımaktadır (Şakar ve Cerit, 2013, s.38).

Bu doğrultuda çalışma kapsamına alınan makaleler, yayımlandıkları yıllar, yazar sayıları ve anahtar kelimeler bağlamında analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın bel kemiğini oluşturan anahtar kelimeler öncelikle gruplanmıştır. Genel olarak maliyet, maliyet analizi, maliyet hacim kâr analizi anahtar kelimelerini içeren makalelerin anahtar kelimesi “maliyet analizi” olarak kabul edilmiştir. Maliyetin alt konuları ise bu gruba ve de herhangi bir gruba dahil edilmeyerek ayrı ayrı listeye eklenmiştir. Yine sağlık birimlerinde birim maliyet hesaplama ve ilaç/hasta maliyeti hesaplama da birer anahtar kelime olarak tabloda yer almaktadır.

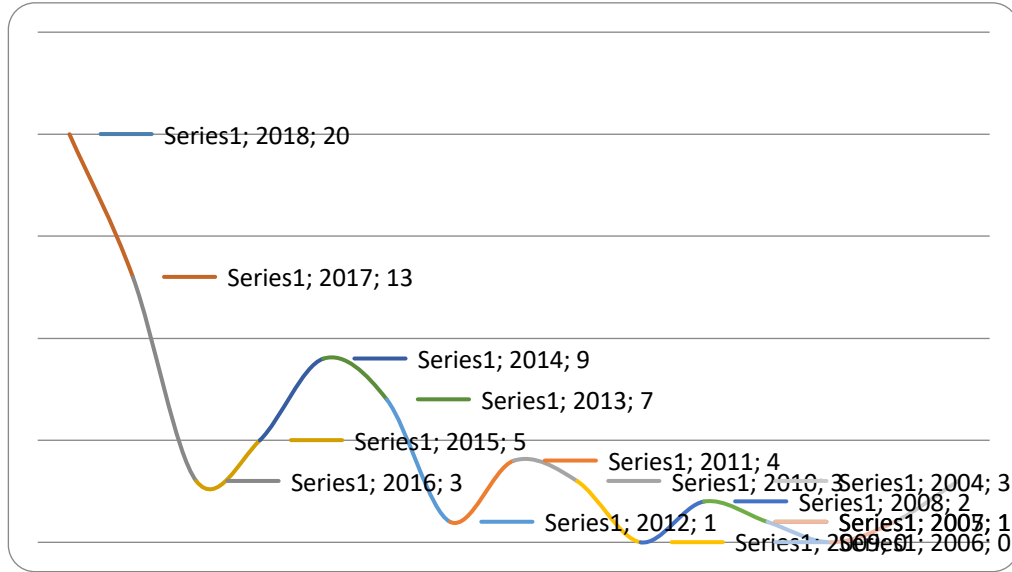
Bu şekilde oluşturulan listeye, çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler sayılarak değerler girilmiştir. Böylece ilk olarak hangi anahtar kelimenin kaç çalışmada yer aldığı ortaya konmuştur. Anahtar kelimelerin tasnifinde ikinci olarak sağlık birimleri tablosu oluşturulmuştur. Bu tabloda hangi sağlık alanında hangi anahtar kelimenin kaç kez kullanıldığının tespiti yer almaktadır. Sağlık kurumları ve sağlık kurumları içinde yer alan birimlerin, kavramsal çalışmaların, hemşirelik hizmetlerinin, evde bakım hizmetlerinin sıralandığı bu tabloda genel olarak çalışmalarda yer alan anahtar kelimelerle sağlık birimleri eşleştirilmiştir. Son olarak da buradan sağlık kurumları ve sağlık birimlerine ait kısımlar çekilerek iki ayrı tabloda gösterilmiştir.

Bulgular

Yıllara Göre Makaleler

Çalışma kapsamına alınan 2004-2018 yılları arasındaki makalelerin yıl bazındaki dağılımları Grafik 1’de gösterilmiştir. Aşağıda yer alan Grafik 1’ de görüldüğü üzere, 2006 ve 2009 yıllarında sağlık alanında maliyet konulu makale yazılmamıştır. 2018 yılında ise 20 makale ile incelenen dönem itibarıyla en yüksek seviyeye

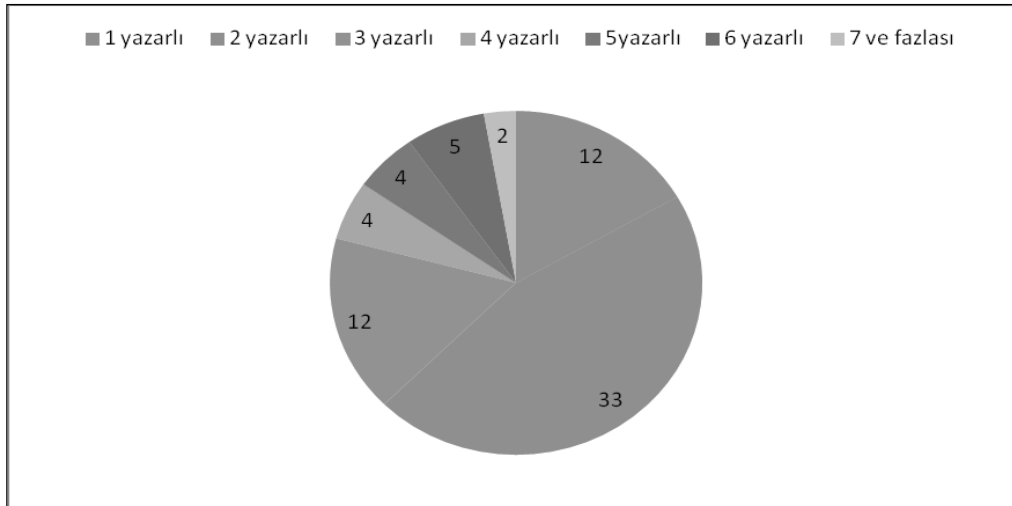
ulaşmıştır. 2017 yılındaki 13 makale ile birlikte değerlendirildiğinde, bu alandaki farkındalık son yıllarda artmıştır denebilir. Bu açıdan bakıldığında 2019 yılında bu konuda daha fazla makale yazılacağı beklentisi doğmaktadır.



Grafik 1. Makalelerin yıllar itibariyle dağılımı

Yazar Sayılarına Göre Makaleler

Aşağıdaki grafikte makalelerin kaç yazarlı olarak yazıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda yazar sayısı göre dağılım pasta grafiği ile çizilmiş ve 7 paydan oluşmuştur.



Grafik 2. Makalelerin yazar sayısı itibariyle dağılımları

Grafik 2' den görüldüğü üzere makalelerin 33 adedi 2 yazarlıdır. Sonrasında 12 makale ile 1 ve 3 yazarlı olanlar gelmektedir 4 ve 5 yazarın yer aldığı makale sayıları da birbirine eşit biçimde dörder adettir. 6 yazarlı makale sayısı 2 adet iken, 7 den fazla sayıda yazarın birleşerek yazdığı makale 2 adettir. 7 ve fazlası şeklinde adlandırılan bu gruptaki 2 makalenin yazar sayısı da 13 kişidir. Bu kişi sayısı sosyal bilimler için çok fazla görülmesine karşın Tıp alanında normal karşılanmaktadır. Nitekim bu iki makale de doktorlar tarafından yapılmıştır.

Anahtar Kelimelere Göre Makaleler

Çalışmanın amacı daha öncede belirtildiği gibi sağlık alanında yapılan “maliyet” çalışmalarının bibliyometrik analizini yapmaktır. Bu amaç doğrultusunda en önemli bulgu incelenen çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerdir. Anahtar kelimeler çalışmanın hangi alanla ilgili olduğunu göstermek noktasında okuyucuya hem genelde hem de özelde bakış açısı sunmaktadır. Anahtar kelimeler aynı zamanda çalışılan konuyu ifade ettiğinden bu çalışmada “anahtar kelime” ve “çalışılan konu” birbiri yerine kullanılabilir. Analize dahil edilen 72 makalenin hangi maliyet alanında olduğunu incelemek için anahtar kelimeler ve kaç çalışmada kullanıldıkları aşağıda verilen tabloda yer almaktadır.

Tablo 1
Anahtar Kelimelerin Yayınlarında Kullanılma Sıklığı

ANAHTAR KELİMELER	SIKLIK
Maliyet Analizi	37
İlaç Maliyeti / Hastalık Maliyeti	15
Faaliyet Tabanlı Maliyetleme	6
Birim Maliyet	5
Değer Analizi	4
Kalite Maliyeti	3
Hedef Maliyet	1
Sorumluluk Muhasebesi	1
Toplam 72	

Tablo 1 hazırlanırken, çalışmalar anahtar kelimeleri itibarıyla ele alınmıştır. Esasında bu tablo, makaleler bu çalışma için seçilirken esas alınan kriteri de yansıtmaktadır. Çalışmaların çoğu elbette ki “maliyet” kelimesini anahtar kelime olarak içermektedir. Ancak, anahtar kelimelere göre liste yapılıp yukarıdaki tablo oluşturulurken, genel olarak maliyet ve maliyet analizi çalışılanlar ile anahtar kelimeler kısmında özel bir maliyet alanını içerenler birbirinden ayrıştırılmıştır.

Tablo 1’ den görüleceği üzere 72 makalenin 37 sinde “maliyet analizi” anahtar kelimesi yer almaktadır. İlaç ve hastalık maliyeti anahtar kelimeleri ise 15 makalede görülmektedir. Birim maliyet hesaplanan makale sayısı 5 adettir. Genel olarak maliyet çalışılmayıp özelde çeşitli maliyet konularının çalışıldığı makaleler de mevcuttur. Bunların 6 adedinde faaliyet tabanlı maliyetleme, 4 adedinde değer analizi, 3 adedinde kalite maliyeti çalışılmıştır. Hedef maliyet ve sorumluluk muhasebesi ise birer kez çalışılmıştır.

Anahtar Kelimelerin Dağılımı

Bu kısımda öncelikle tüm çalışmaları içeren bir tablo yer almaktadır. Tabloda, incelenen makalelerde hangi sağlık biriminde hangi konunun kaç kez yer aldığı görülmektedir.

Tablo 2

Anahtar Kelimelerin Dağılımı

Sıra	Hastane/Bölüm	Maliyet Analizi	Birim Maliyet	İlaç/ Hastalık Maliyeti	Değer Analizi	Faaliyet Tabanlı Maliyetleme	Kalite Maliyeti	Hedef Maliyet	Sorumluluk Muhasebesi	TOPLAM
1	Acil Servis			4						4
2	Anestezi	1		1						2
3	Anjio Ünitesi	2								2
4	Biyomedikal Birimi	1								1
5	Çocuk Acil Servisi			1						1
6	Çocuk Cerrahisi	1								1
7	Çocuk Hastalıkları	1								1
8	Dahiliye			1	1					2
9	Diyaliz							1		1
10	Erişkin Yoğun Bakım	1		1						2
11	Fizik Tedavi Rehabilitasyon	1	1							2
12	Genel Cerrahi	1				1				2
13	Kadın Hastalıkları ve Doğum			2						2
14	Kalp Damar Cerrahisi	1	1			1				3
15	Koroner Yoğun Bakım				1					1
16	Kulak Burun Boğaz	1								1
17	Ortopedi	1		1						2
18	Radyoloji Birimleri	9	1		1	2				13
19	Tüp Bebek Ünitesi		1							1
20	Üroloji	1								1
21	Yenidoğan Yoğun Bakım		1							1
22	Evde Bakım Hizmeti	1								1
23	Hemşirelik Hizmetleri	1								1
24	Birinci Basamak Resmi Sağlık Kuruluşu	1								1
25	İkinci Basamak Resmi Sağlık Kurumu	3			1		2		1	7
26	İkinci Basamak Resmi Sağlık Kurumu					2				2
27	İkinci Basamak Resmi Sağlık Kurumu	1		1						2
28	İkinci Basamak Özel Sağlık Kuruluşu	1								1
29	Üçüncü Basamak Sağlık Kurumu	1		1			1			3
30	Kavramsal Çerçeve	6		2						8
	Toplam	37	5	15	4	6	3	1	1	72

Tablo 2' de 1-21 sıra sayılı kısım, bir sağlık kuruluşu içerisindeki birimleri alfabetik sıra ile göstermektedir. Bu grup içerisinde ayakta ya da yatarak tedavi hizmeti sunan bölümler mevcuttur. Yanı sıra tetkike yardımcı birimler de vardır.

22 ve 23 sıra sayıları ise evde bakım hizmeti ve hemşirelik hizmetlerini içermektedir. Her ikisi de sağlık kuruluşu içerisinde yer almayan bir alanda yapılan çalışma olduğu için tabloda ayrı tutulmuştur. İkisinden de birer adet mevcuttur ve her ikisi de “maliyet analizi” konusundadır.

24-29 sıra sayıları arasında olan kısım ise, genel olarak sağlık kuruluşunun tamamının ele alındığı; herhangi bir muayene, tedavi, tetkik birimi özeline inilmediği çalışmaları içermektedir. Bu grup da kendi içerisinde Sağlık Bakanlığı'nın genelgelerinde belirtilen sağlık kurumları listesine göre sıralanmıştır.

Son sırada yer alan ve “kavramsal çerçeve” şeklinde belirtilen çalışma grubu ise herhangi bir sağlık kurumu ya da sağlık kurumu içerisinde bir birimde uygulama yapılmayan; konunun kavramsal olarak ele alındığı çalışmaları kapsamaktadır. Bunlardan 6 adedi “maliyet analizi”, 2 adedi ise “ilaç/hastalık maliyeti” konusundadır. Bu tablodaki sağlık kurumları ve sağlık kurumları içindeki birimler aşağıda iki ayrı tabloda ayrıntılı olarak incelenmektedir.

Tablo 3

Sağlık Kurumlarına Göre Anahtar Kelimeler

Sağlık Kurumu	Maliyet Analizi	İlaç/Hastalık Maliyeti	Değer Analizi	Faaliyet Tabanlı Maliyetleme	Kalite Maliyeti	Sorumluluk Muhasebesi	TOPLAM
İkinci Basamak Resmi Sağlık Kurumu (Devlet/Şehir Hastaneleri)	3		1		2	1	7
Üçüncü Basamak Sağlık Kurumu (Eğitim-Araştırma Hastaneleri/ Üniversite Hastaneleri)	1	1			1		3
İkinci Basamak Resmi Sağlık Kurumu (Ağız Diş Sağlığı Merkezleri)				2			2
İkinci Basamak Resmi Sağlık Kurumu (Doğum ve Çocuk Hastaneleri)	1	1					2
İkinci Basamak Özel Sağlık Kuruluşu (Özel Hastaneler)	1						1
Birinci Basamak Resmi Sağlık Kuruluşu (Sağlık Ocakları/Aile Hekimlikleri)	1						1

Sağlık kurumlarında çalışılan maliyet konuları tablo 3' de görülmektedir. Daha önce de bahsedildiği üzere Sağlık Bakanlığı tebliğlerine göre sağlık kurumları birinci, ikinci, üçüncü basamak olarak gruplandırılmıştır. Yukarıdaki tabloda da bu gruplandırma esas alınmış ve en çok çalışma yapılan kuruluştan en aza doğru sıralanmıştır. Buna göre ikinci basamak resmi sağlık kurumu olarak nitelenen devlet/şehir hastanelerinde 7 çalışma; üçüncü basamak sağlık kurumu olarak nitelenen eğitim araştırma/ üniversite hastanelerinde 3 çalışma yapılmıştır. Yine ikinci basamak resmi sağlık kurumuna giren ağız diş sağlığı merkezleri ile doğum ve çocuk hastanelerinde ikişer çalışma mevcuttur. İkinci basamak özel sağlık kuruluşu içinde yer alan özel hastaneler ve birinci basamak olarak ifade edilen sağlık ocakları/aile hekimlikleri kategorilerinde ise birer çalışma yapıldığı görülmektedir.

Maliyet analizi konusu ağız diş sağlığı merkezleri hariç diğer tüm kuruluşlarda çalışılmıştır. Tabloda belirtilen diğer alt maliyet alanlarından ilaç/hastalık maliyeti eğitim araştırma/üniversite hastaneleri ile doğum ve çocuk hastanelerinde birer kez çalışılmıştır. Kalite maliyetleri konusu 2 kez devlet/şehir hastanelerinde, 1 kez de eğitim araştırma/üniversite hastanelerinde çalışılmıştır. Faaliyet tabanlı maliyetleme ağız ve diş sağlığı merkezinde 2 kez araştırmaya konu edilmiştir. Yine devlet/şehir hastaneleri kategorisinde değer analizi ve sorumluluk muhasebesi konuları birer kez çalışılmıştır.

Tablo 4, bir sağlık kurumu içerisinde yer alan poliklinik, yataklı birimler ve tetkik ünitelerinde hangi maliyet konusunun ne sıklıkta çalışılmış olduğunu göstermektedir.

Tablo 4
Sağlık Birimlerine Göre Anahtar Kelimeler

Sıra	Hastane/Bölüm	Maliyet Analizi	Birim Maliyet	İlaç/ Hastalık Maliyeti	Değer Analizi	Faaliyet Tabanlı Maliyetleme	Hedef Maliyet	TOPLAM
1	Radyoloji Birimleri	9	1		1	2		13
2	Acil Servis			4				4
3	Kalp Damar Cerrahisi	1	1			1		3
4	Anestezi	1		1				2
5	Anjio Ünitesi	2						2
6	Dahiliye			1	1			2
7	Erişkin Yoğun Bakım	1		1				2
8	Fizik Tedavi Rehabilitasyon	1	1					2
9	Genel Cerrahi	1				1		2
10	Kadın Hastalıkları ve Doğum			2				2
11	Ortopedi	1		1				2
12	Biyomedikal Birimi	1						1
13	Çocuk Acil Servisi			1				1
14	Çocuk Cerrahisi	1						1
15	Çocuk Hastalıkları	1						1
16	Diyaliz						1	1
17	Koroner Yoğun Bakım				1			1
18	Kulak Burun Boğaz	1						1
19	Tüp Bebek		1					1
20	Üroloji	1						1
21	Yenidoğan Yoğun Bakım		1					1

Yukarıdaki tabloya göre; incelenen dönemdeki makalelere en çok konu edilen sağlık birimi MR Ünitesi, tomografi gibi radyoloji birimleridir. Bu birimde toplam 13 çalışma yapılmıştır ve tabloda görülen diğer birimlerde yapılan çalışmalardan epeyce öndedir. Çalışmaların 9 adedinde genel olarak maliyet analizi yapılmıştır. 2 çalışma faaliyet tabanlı maliyetleme, birer çalışma ise birim maliyet hesaplama ve değer analizi konularındadır.

Acil servis biriminde 4 çalışma mevcut olup hepsi ilaç/hastalık maliyeti konusundadır. Kalp damar cerrahisinde 3 çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar, maliyet analizi, birim maliyet ve faaliyet tabanlı maliyetleme konularındadır.

Anestezi, anjiyo, dahiliye, erişkin yoğun bakım, fizik tedavi rehabilitasyon, genel cerrahi, kadın hastalıkları ve doğum ile ortopedi birimlerinde ikiye çalışma mevcuttur. Çalışmaların geneli maliyet analizi konusundadır. Yalnızca dahiliye ve kadın hastalıkları ve doğum birimlerinde maliyet analizi konusunda çalışma yoktur. Kadın hastalıkları ve doğum biriminde yapılan iki çalışma da ilaç/hastalık maliyeti konusundadır.

Tablodan görüldüğü üzere diğer birimlerde birer çalışma mevcuttur. Tüp bebek merkezi ve yenidoğan yoğun bakımda birim maliyet, çocuk acil serviste ilaç/ hastalık maliyeti, koroner yoğun bakımda değer analizi, diyalizde ise hedef maliyet çalışılmıştır. Diğerleri maliyet analizi konusu çalışılan makalelerdir.

Sonuç

Sağlık alanında yapılan maliyet konulu makalelerin bibliyometrik olarak analiz edildiği bu çalışmada tespit edilen durumlar aşağıda özetlenmektedir:

- Çalışmaların son yıllarda sayıca artmış olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla sağlıkta maliyetin öneminin giderek daha çok fark edildiği söylenebilir.
- Sağlıkta maliyet çalışmaları daha çok maliyet analizi konusunda yoğunlaşmaktadır.
- İlaç ve hastalık maliyeti de ikinci sırada çalışılan konudur.
- Maliyetin alt konuları sınırlı olarak çalışılmıştır. Bu çalışma kapsamına alınan makalelerde “değer analizi”, “kalite maliyetleri”, “faaliyet tabanlı maliyetleme”, “sorumluluk muhasebesi” ve “hedef maliyet” konuları sınırlı bir biçimde yer almaktadır. Araştırmacılar tarafından diğer maliyet konuları ya da bu maliyet konularının çalışılmadığı sağlık birimleri bundan sonraki araştırmalarda değerlendirilebilir.
- Sağlık kurumu ya da biriminde, bir hastanın birim maliyetini hesaplama konusunun da incelenen makalelerde çok az sayıda çalışıldığı tespit edilmiştir.
- Genel olarak bir sağlık kurumunda çalışılıp özelde herhangi bir birimin konu edilmediği çalışmalar açısından bakıldığında, en fazla sayıda çalışmanın devlet/şehir hastanelerinde yapıldığı görülmektedir.
- Sağlık birimleri açısından konuya yaklaşıldığında en fazla sayıca çalışmanın radyoloji birimlerinde yapıldığı görülmektedir. Radyoloji biriminde yapılan çalışmaların büyük kısmı maliyet analizi çalışmalarıdır. Birim maliyet hesaplama, değer analizi ve faaliyet tabanlı maliyetleme de çalışılmıştır fakat diğer maliyet konuları radyoloji biriminde henüz uygulanmamıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda, ilaç ve hastalık türlerinin maliyet açısından fark yaratacağı beklenen bazı sağlık birimlerinde çalışmaların yapılması, hastane türü olarak da yapılan az sayıda çalışmanın da özel hastaneler ile sağlık ocakları/aile hekimliklerinde olması nedeniyle bu alanlara kanalize olunabileceği önerilmektedir. Ayrıca yukarıdaki kısımda verilen tablolardan faydalanan araştırmacılar, radyoloji dışında diğer sağlık birimlerinde çok az sayıda çalışmanın yapıldığını görebilecekler ve çalışma yapmak için açık alanları kolaylıkla tespit edebileceklerdir.

Kaynakça

- Al, U. ve Çoştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(2), 142-163. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/tk/issue/48938/624262>
- Aslantaş Ateş, B., Toraman, A. ve Karatopuk, D. (2018). Üniversite hastanesindeki tüp bebek ünitesinin maliyet analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 87-98. doi: 10.30794/pausbed.414622
- Bozdemir, E, Taşlı, M. (2018). Hastalık maliyet analizinin bibliyometrik ve doküman açısından incelemesi. *Konuralp Medical Journal*, 10(3), 408-419. doi: 10.18521/ktd.449264

- Çam, F. (2008). Sağlık işletmelerinde maliyet analizi: Karaman devlet hastanesinde birim muayene maliyetlerinin hesaplanması. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 15-24. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/niguiibfd/issue/19742/211307>
- Çiçek, D, Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 734-756. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tk/issue/48835/622155>
- Denktaş Şakar, G, Cerit, A. (2013). Uluslararası alan indekslerinde Türkiye pazarlama yazını: Bibliyometrik analizler ve nitel bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 37-64. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2711/35878>
- Kalyane, V. L. ve Sen, B. K. (1995). A bibliometric study of the Journal of Oilseeds Research. *Annals of Library Science and Documentation*, 42(4), 121-141. Erişim adresi: <http://eprints.rclis.org/4780/1/K-41.pdf>
- Kısakürek, M, Kılıç, A. (2011). Cumhuriyet Üniversitesi Hastanesi anjiyo ünitesi maliyet-hacim-kar analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 42-59. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/6151/82613>
- Kozak, N. (2000). Türkiye' de akademik turizm literatürünün gelişim süreci üzerine bir inceleme. *DAÜ: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 15-55.
- Kozak, N. (2003). Türkiye' de yayınlanan akademik dergilerin niteliklerindeki zaman içerisindeki değişim nedenleri: Sağlık, sosyal ve teknik bilim alanlarında yayınlanan dergiler üzerine bir inceleme. *Bilgi Dünyası*, 4(2), 146-174. Erişim adresi: <http://eprints.rclis.org/7358/>
- Polat, C, Sağlam, M, Sarı, T . (2013). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi'nin bibliyometrik analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 273-288. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2709/35891>
- Ryan, C. (2005). The Ranking and Rating of academics and journals in tourism research. *Tourism Management*, 26, 657-662. doi:10.1016/j.tourman.2004.05.001
- Tübitak Ulakbim Cahit Arf Bilgi Merkezi, www.cabim.ulakbim.gov.tr (Erişim, 1.7.2019)
- Ulu, S, Akdağ, M. (2015). Yayınlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili: Selçuk İletişim Dergisi örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 5-21. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19031/201134>
- Yalçın, H. (2010). Milli Folklor Dergisi'nin bibliyometrik profili (2007-2009). *Milli Folklor*, 22(85), 205-211. Erişim adresi: https://scholar.google.com/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&q=Yalçın%2C+H.+%282010%29.+Millî+Folklor+Dergisi'nin+bibliyometrik+profili+%282007-2009%29.+Millî+Folklor%2C+22%2885%29%2C+205-211.&btnG=

Ebelik Mesleğinde Duygusal Emek¹

Dilek HACİVELİOĞLU² - Doç. Dr. Hafize ÖZTÜRK CAN³ - Doç. Dr. Nazan TUNA ORAN⁴

Başvuru Tarihi: 23.01.2020

Kabul Tarihi: 30.11.2020

Makale Türü: Derleme

Öz

Çalışanların hizmet verdikleri kişide duygu yaratma çabası olarak tanımlanan duygusal emek, sağlık alanında daima tartışma konusu olan bir kavramdır. Sağlık çalışanları hizmet ve bakım sürecinde etkili sonuca ulaşmak için duygusal emek sergilemek durumundadır. Ebelik mesleği de duygusal emek gerektiren bir meslektir. Gebelik ve doğum olayı sürece dâhil olan herkes için duygusal açıdan olumlu ya da olumsuz çok fazla deneyim barındırır. Bu duygularla başa çıkmada ve ailelere destek sağlamada ebeler kilit rol oynamaktadır. Anne ve çocuk sağlığı açısından önemli bir konumda olan ebelik mesleğinin duygusal yönlerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Bu derleme, ebelik mesleğinde duygusal emeği literatür bilgileri eşliğinde incelemek ve literatüre katkı sağlamak amacıyla yazılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Emek, Ebelik, Ebelik Duygusu, Kuram*

Atıf: Hacıvelioğlu, D., Öztürk Can, H. ve Tuna Oran, N. (2020). Ebelik mesleğinde duygusal emek. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 163-172.

¹ Çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

² Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Ebelik Ana Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, dyakti@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4806-6888

³ Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Ebelik Bölümü, hafizeztrk@gmail.com; hafize.ozturk@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8213-3330

⁴ Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü, nazan.oran@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2103-6769

Emotional Labor in the Midwifery Profession

Dilek HACİVELİOĞLU - Assoc.Prof. Dr. Hafize ÖZTÜRK CAN – Assoc. Prof. Dr. Nazan TUNA ORAN

Submitted by: 23.01.2020

Accepted by: 30.11.2020

Article Type: Review

Abstract

Emotional labor, which is defined as an effort to create emotions in employees, is always a subject of controversy in the field of health. Health care workers have to exert emotional labor in order to reach an effective result in the service and care process. Midwifery is a profession that requires emotional labor. Pregnancy and childbirth have a lot of emotional positive or negative experiences for everyone involved. Midwives play a key role in coping with these feelings and providing support to families. It is important to examine the emotional aspects of midwifery profession which is important for mother and child health. This review was written to examine emotional labor in the midwifery profession along with literature information and to contribute to the literature.

Keywords: *Emotional Labor, Midwifery, Emotion of Midwifery, Theory*

Giriş

İnsanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliklerden biri duygularıdır. Son yıllarda duyguların özellikle hizmet sektöründe yer alması gerekliliği, “duygusal emek” kavramını öne çıkarmıştır. Bu kavram, literatüre 1983 yılında Arlie Hochschild tarafından kazandırılmıştır. Diplomat bir ailede büyüyen Hochschild’in, çocukluğunda bulunduğu ortamlarda yaşanan gülümseme zorunluluğu, uzun süreli el sıkışma gibi anlamlandıramadığı davranışların nedenini merak etmesi bu konuya ilgi duymasına neden olmuştur (Özen, 2017). Hochschild’e göre insanlar sosyal yapının belirlediği kurallara göre duygularını ve davranışlarını sergilemekte, bu kurallar ise mesleklere ve durumlara göre değişmektedir (Güngör, 2009, s. 170).

Duygusal emek kavramı “çalışanların hizmet verdikleri kişilerle yaşadıkları etkileşimde, kurum ya da işverenin isteği doğrultusunda kendilerinden beklenen duyguları sergilemesi durumu” olarak tanımlanır (Güngör, 2009). Bu süreçte çalışanlar, belirli bir duygu ifadesi takınırlar ve duygusal gösterimlerini düzenleme çabası içine girerler (Yılmaz, 2016). Bu durumda, ‘gülmemeye çalışma’ ya da gülümsemeye zorlanma’, ‘ağlamamaya zorlama’ gibi duygulara aktif olarak yapılan bir müdahale söz konusudur (Bolton ve Boyd, 2003). Kurumun/işverenin beklentilerini karşılamak amacıyla duygusal emek davranışlarının sergilenmesinin bazı olumlu/olumsuz etkileri bulunmaktadır. Duygusal emek, iş dünyasında rekabet gücünde fark oluşturma, kurumsal olarak tercih edilme, iş veriminde ve kalitesinde artma, hizmet alanlarda memnuniyet yaratma gibi olumlu etkilerinin yanında; çalışanlarda tükenmişlik, iş memnuniyetsizliği, otonomi kaybı, ruhsal ve fiziksel sorunlar gibi sonuçlara da yol açabilmektedir (Oral ve Köse, 2011, s. 465). Birçok çalışan kurumun/işverenin beklentileri karşılamak istese de bazen gerçekten hissedilen duygular beklenen duygularla uyuşmamakta dolayısıyla “duygusal uyumsuzluk” ortaya çıkmaktadır (Mann, 2005, s. 304).

Hizmet alan bireylerle yüz yüze ya da sözlü iletişim kurulması, onların duygularını etkileme gerekliliğinin olması ve işverenlerin çalışan kişilerin duygularını kontrol ederek düzenlemesi v.b durumlar duygusal emek sergilenmesine ihtiyaç duyulan mesleklerin ortak özellikleridir (Çaldağ, 2010, s. 7). Çalışanlar duygusal emek sarf ederken, yüzeysel ve derinlemesine olmak üzere iki davranış mekanizması kullanmaktadır. Beklentilere yönelik olarak gerçekte hissedilmediği halde gösterilen, duyguların ve davranışların uyumsuz olduğu durumda yüzeysel davranış şekli söz konusudur. Bireyin kendinden beklenen duyguyu gerçekten hissedebilmek için çaba göstermesi ise derinlemesine davranıştır. Bu mekanizmaların her ikisi de çalışan kişi için güç olabilmekte, stres ve tükenmişlik oluşturabilmektedir (Tunç vd., 2014).

Bir hizmet sektörü olarak sağlıkla ilgili çalışma alanları duygusal emeğin en fazla yer aldığı alanlar olup, tartışılan bir konu olarak yerini almıştır. Duygusal emek sağlık çalışanlarının rollerinin bir parçasıdır. Çünkü kişilerin duygular ile yüzleşerek etkili sonuca gitmelerini sağlayan duygu yönetimi, sağlık hizmeti verenler ve bu hizmeti alanlar için çok önemlidir (Mann, 2005; Değirmenci Öz ve Baykal, 2018). Zira fiziksel, zihinsel veya duygusal, sağlık hizmeti almaya gereksinimi olan kişiler, sağlığın yükseltilmesi, korunması ve hastalık ortaya çıktığında tedavi ve bakıma yönelik hizmet beklerken aynı zamanda desteklenmeye, cesaretlendirilmeye, güdülenmeye, ilgi gösterilmeye de ihtiyaç duymaktadır (Atilla Gök, 2015).

Sağlık alanında duygusal emek ile ilgili yapılan araştırmaların yetersizliği, araştırmaları yönlendirecek teorik model eksikliği ve var olan çalışmaların sınırlı olması duygusal emek ile ilgili yeni çalışmalara yönelmek ve farkındalık yaratılması gereksinimini ortaya koymaktadır (Mann, 2005, s. 305). Sağlık hizmetlerinde duygusal emek çalışmaları genel olarak hemşirelik ile ilgili olsa da diğer sağlık mesleklerini de içeren çalışmalar mevcuttur (Smith ve Kleinman, 1989; Çaldağ, 2010; Uzuntarla, 2015; Delgado vd., 2017; Edward vd., 2017; Kılınç, 2018; Özbay, 2019; Yetim ve Erigüç, 2019). Ancak duygusal emeğe yönelik yapılan hemşirelik araştırmalarının daha çok hastalık ortamlarına odaklanması, konunun ebeliğe ilişkilendirilmesinde sınırlılık yaratmıştır (Hunter, 2001, s. 439). Oysaki ebeler genellikle sağlıklı kadınların ve bebeklerin bakımı ile ilgili hizmet vermektedir. Ebelik mesleğinde duygusal emeğe etki eden faktörleri ve belirlenen duygusal emek sergileme alanlarını bilmek, hizmet alanlar ve kurum açısından olumlu sonuçlar sağlayabilir. Ayrıca ebelik ile

ilgili tanımlanmamış duygusal emek alanlarının açığa çıkması mümkün olabilir. Bu bağlamda mevcut çalışma, ebelik mesleğinde duygusal emeği literatür bilgileri eşliğinde incelemek ve literatüre katkı sağlamak amacıyla yazılmıştır.

Ebelik Mesleğinde Duygular

Gebelik ve doğum olayı, kadın ve ailesi başta olmak üzere sürece dâhil olan herkes için duygusal açıdan olumlu ya da olumsuz çok fazla deneyimi barındırmakta, ebe (midwife=kadın ile) ise bu duyguların yönetilmesinde ve destek sağlamada kilit rol oynamaktadır (Hunter, 2001). Ebelerin duyguları yönetme şekilleri kendileri ve hizmet verdikleri kadınları etkileyeceğinden, hem kendi duygularını anlamak hem de karşı tarafın duygusal yönlerini ve tepkilerini doğru anlamlandırmak son derece önemlidir (Hunter, 2004). Kadınlar, kendi yaşam evrelerinde (gebelik öncesi, gebelik süreci, doğum, doğum sonu dönemi) bir ebe ile ilişki halinde olmayı önemserler. Bu önemliliğin derecesi kadınlara göre değişmekte ve farklı alanlarda olabilmektedir. Ebeler, yaşam döngüsündeki gelişimsel olaylar, kişiler arası iletişim, doğum deneyimleri, klinik beceri ve bilgi, bireysel bakım, güvenlik hissi gibi pek çok noktada kadının hayatına dokunabilmekte, karşılıklı ve samimiyet bağlamında kadın tarafından arkadaş olarak görülmektedir (Hunter, 2006).

Literatürde ebelik mesleğinde açıkça duygulara odaklanan ilk kişinin Billie Hunter olduğu görülmektedir. Hunter, ebelerin işleri ve kadınlarla ilişkileri ile ilgili algılarına yönelik kanıtların yetersiz olduğunu, çalışmaların genellikle stres ve tükenmişlik konularına odaklandığını belirtmiştir (Hunter, 2001; Hunter, 2017). Ebelik mesleğinde hissedilen duygu ve bu duygularla nasıl baş edilebileceği Hunter'ın temel sorusu olmuş ve duygusal emeğin sosyolojik teorilerini incelemiştir (Hunter, 2017). Ebe ve kadın arasındaki ilişkinin, kadınların doğum deneyimi kalitesi üzerinde önemli etkileri olduğuna dair göstergeler olmasına rağmen ebelerin bu ilişkilerdeki duygusal deneyimleri ile ilgili yeterince kanıt olmaması ebelikte duygu kaynaklarını tanımlamaya itmiştir. Hunter, işyerinde duygusal emeğe ilişkin literatürü gözden geçirmek ve ebelik çalışmasında var olan duygu kaynaklarını tanımlamak amacıyla yaptığı meta analizi çalışmasında (2004), ebelik mesleğinin yüksek düzeyde duygusal çalışma yaratma potansiyeline sahip olduğunu ve ebelikte duygularla ilgili keşfedilmesi gereken çok daha fazla şey olduğunu belirtmiştir. Ebelerin iş hayatlarını iyileştirmek ve hem kadınların hem de ailelerin ihtiyaçlarını karşılamak için işteki duygu anlayışlarını geliştirmelerinin önemli olduğu; ebelik eğitim ve uygulamalarında bilgi birikimini geliştirmek için bu alanda daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu sonucuna varmıştır (Hunter, 2001).

Ebelerin duygularıyla ilgili yapılan çalışmalar, ebe ve kadınlar arasındaki ilişkileri anlamaya katkıda bulunmaktadır (Hunter 2006). Ebeler mesleki profesyonellikleri gereğince tarafsızlıklarını korumak için kadınlarla empati kurma mücadelesinde duygusal emek sergilemektedirler (Kirkham, 2018, s. 110-111). Bu süreçte 'duygusal tarafsızlık' ve 'duygusal farkındalık' durumları da söz konusu olmaktadır. Daha çok hastanede çalışanlarda tanımlanan duygusal tarafsızlık, ebelerin profesyonel kimliklerini sürdürmek için duygularını bastırmalarıyla oluşur. Genellikle sahada çalışanların uyum sağladığı duygusal farkındalık ise paylaşım ve destek sayesinde ebelerin duygularını yönetmesiyle ortaya çıkmaktadır (Hunter, 2017, s. 192).

Hunter kuramını geliştirme sürecinde ebelikte duygu araştırmaları için yaptığı çalışmalarda (Hunter, 2004; Hunter, 2005; Hunter, 2006) etnografik yaklaşım benimseyerek farklı bakış açılarına ulaşmak ve ebelerin kendi hikâyelerinden sonuçlara ulaşmak için nitel çalışma yöntemi kullanmıştır. Araştırmalara katılan ebelere göre 'kadın ile' ve 'kurum ile' kavramlarının çelişmesiyle gelişen gerilim ve uyumsuzluğun yönetilmesi duygusal emeği ortaya çıkarmıştır. Hunter, 'kadın ile' kavramını; kadınlar ile çalışıp onların bireysel ihtiyaçları ile ilgilenmek ve doğumu normal yaklaşım olarak desteklemek şeklinde tanımlamaktadır. 'Kurum ile' kavramı ise görev tamamlamaya odaklı, birçok kadın ve bebeğin bakımının sağlandığı yoğun iş koşullarının olduğu doğum servislerinin gereksinimlerine yönelik yaklaşımdır (Hunter, 2017, s. 191-192).

Hunter farklı alanlarda çalışan ebelerle yaptığı çalışmalarında;

Hunter (2004)'in yaptığı nitel araştırmada, çalışma yeri ve süresi bakımından ebelerin çalıştıkları kuruma göre farklı değer ve bakış açıları sergilediklerini gözlemlemiştir. Bu çalışmada toplum temelli çalışan ebeler ve hastane ebelerinin değerler ve bakış açıları açısından farklı oldukları, hastane ebelerinin tıbbi bakım yaklaşımıyla hizmet ihtiyacını karşılayan, zorunlu olarak 'kurum ile' ideolojisini benimseyen grup olduğu; toplum temelli çalışan ebelerin ise doğal doğum modelini destekleyebilen, kişiselleştirilmiş yaklaşımı benimseyen 'kadın ile' ideolojisinde oldukları bulunmuştur.

Hastane merkezli ebe duygularını tanımlamak amacıyla hastanede çalışan ebelerle yaptığı çalışmada (Hunter, 2005); hastanede çalışan ebelerde meslektaş ilişkilerinden kaynaklı önemli sorunlar yaşandığı belirtilmektedir. Bu çalışmada, kıdemli ebelerin zorbalık davranışları sergilediği, daha genç ebelerin kendilerini genellikle "kadın ile" ideolojisi ile müdahaleci olmayan bir yaklaşımın savunucuları olarak konumlandığı, üst düzey pozisyondaki kıdemli ebelerin ise daha çok 'kurum ile' ideolojisi ile yaklaştıkları belirlenmiştir.

Toplum temelli çalışan ebelerle yaptığı diğer araştırmasında (2006), bir ebe-kadın ilişkisi modeli geliştirmiştir. Model dört temel durumdan oluşmaktadır: Dengeli değişim, reddedilen değişim, ters çevrilmiş değişim ve sürdürülemez değişim. Kadınların bakımı için kişiselleştirilmiş bir yaklaşım benimsendiğinde ve onların ebelerin tavsiyelerine karşı duyarlı olduklarında karşılıklı 'verme ve alma' durumunun oluştuğunu ve dengeli değişimin söz konusu olduğunu vurgulamıştır. Ebeler ve anneler arasındaki etkileşimlerin, kadının ebeyi reddetmesinden ebeye aşırı bağımlı bir şekilde gerçekçi olmayan beklentilerle yaklaşmasına kadar çok geniş ölçüde değişebildiğini ve duygusal olarak zor durumların ortaya çıkabildiğini belirtmektedir. Çalışmada ebe- anne etkileşimleri değişiminde çevresel faktörler, iş yükü, zaman baskısı gibi durumların ve kadın ile ebe arasında beklenen ilişkileri bir şekilde kesintiye uğratan farklı etmenlerin rol oynadığı ileri sürülmektedir (Hunter, 2006).

Hunter, ebeliğin duygusal alanını haritalamak amacıyla 2010 yılında tekrar bir gözden geçirme çalışması yapmıştır. Bu literatür taramasında dört ana tema belirlemiştir:

- Koşulların ve annelik bakımı organizasyonunun etkisi,
- Ebe-kadın ilişkilerinde duygu çalışması,
- Meslektaş ilişkilerinde duygu çalışması,
- Duygu çalışması zorlama mı hediye mi?

Bu temaların birbirinden ayrı düşünülmemeyeceği, hepsinin iç içe geçmiş durumda olduğu belirtilmektedir. Ebelikte duygu çalışmalarının odak noktasında hizmet sunumu, iş yeri ölçütlerinin ve bakım modellerinin duygu yönetiminde önemli etkisi olduğu belirtilmiştir. Büyük hastanelerde benimsenen batılılaşmış doğum bakımında, kurumsal beklentilerin sağlanması için duyguların bastırılması ve kurum odaklı çalışılmasının hem kadınlara hem de ebelere zarar verdiği belirtilmiştir. Teknik işlerin fazlalığı, işgücü sıkıntısı, kadınlara yardım ve bakım için zaman kalmaması mesleğin profesyonel idealleriyle çelişmiştir (Hunter, 2010).

Hunter'ın yaptığı çalışmaların bulgularından oluşan, çalışma şartları, mesleki kimlik, mesleki ideoloji ile duygu yönetimi arasındaki bağlantılarla tanımladığı teorik çatı Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1
Ebelik Uygulamalarında Çalışma Şartları, Mesleki Kimlik, Mesleki İdeoloji ve Duygusal Emek

Şartlar	Mesleki kimliğin yönleri	Mesleki ideoloji	Duygusal emek
Hastane-tabanlı uygulama	-Tıbbi yaklaşım -Adil bakımın temini -Otonominin azalması -Birbirinin yerine geçen ebeler -Müşteriler ile ilişkinin öneminin azalması -Kuruma ve meslektaşlara karşı bağlılık duygusunun artması (Kurum odaklı çalışma eğiliminin artması)	'Kurum ile'	'Kadının yanında olmak'/'kadın ile birlikte olmak'(kadın ile) ideali ile 'kurumun taleplerini karşılama'/'iş odaklı çalışma' (kurum ile) zorunluluğu arasındaki dengesizliği gidermek için. 'Duygusal tarafsızlık'ın egemenliği.
Entegre saha ve hastane uygulaması	Mesleki kimlik=belirsiz	'Birbirine zıt düşünce tarzı'	Artan duygusal emek
Toplum tabanlı uygulama	-Doğal yaklaşım -Bireyselleştirilmiş bakımın temini -Otonominin artması -Özbenlik kullanımının öneminin artması -Müşteriler ile ilişkinin öneminin artması -Kuruma karşı bağlılık duygusunun azalması (Kadının yanında olma/kadınla birlikte olma/kadın odaklı çalışma eğiliminin artması)	'Kadın ile'	Çatışmaları çözmek için: (a) 'kadın ile' ideali ve kurumsal talepler arasında; (b) İdealin sürdürülebilirliğine ilişkin. Hedef='duygusal farkındalık'

Kaynak: Hunter, B. (2017). Ebelik Mesleğinde Duyguyu Keşfetmek: İlk Ağzdan Açıklama. Rosamund Bryar and Marlene Sinclair (Eds.), *Ebelik Uygulamaları İçin Teori* içinde (s. 194). Alter Yayıncılık. (Çev. Eds: N. Tuna Oran, H. Öztürk Can).

Ebelikte Duygusal Emek Çalışmalarının Gözden Geçirilmesi

Hem klinik uygulama hem de duygu çalışmalarında ebelerin özerkliklerinin yüksek olması ve ilişkilerin değerli olduğu durumlarda, duygu çalışması yük yerine fayda sağlayabilmektedir. Ebelikte bakım sürekliliğinin artan iş yükü nedeniyle strese neden olduğuna dair kanıtlar olsa da bunun ebe özerkliğini artırma, karşılıklı değer ve duygusal ödül kaynağı olabileceğinin de tartışıldığı, sorunların bakım sürekliliğinin içerisinden kaynaklanabileceği belirtilmektedir (Hunter, 2010).

Ebelikte duygu çalışmaları başka araştırmacılar tarafından da ilgi görmüştür. John ve Parsons'ın (2006) doğumhanede çalışan ebelerle yaptıkları çalışmada duygusal emek, ebe tarafından üstlenilen işin görünmeyen bir parçası olarak belirtilmiştir. Çalışmada duygusal emeğin, işi koruma, işe alım sorunları ve yetersiz destek

mekanizmalarını açıklamada önemli olduğu belirtilmektedir. Ebeler, duygularını duygu yönetimi teknikleri kullanarak kontrol etmekte ve doğal duygular ile profesyonellik gereği hissedilen duygular ebelerde ikilem oluşturmaktadır.

Rayment (2015), ebelerin duygusal emek deneyimlerini incelediği çalışmasında; onların çalışma hayatında başkalarının duyguları ile başa çıkmak için farklı duyguları sergileme sürecinde zorlandığını ve yeterince desteklenemediklerini belirtmektedir. Çalışmada 'Ebelik ideali ile uygulama arasındaki bir çatışma ya da gerginlik, acı çekme ve ölüm gibi durumlarda kadınlarla birlikte olmak, ebelik geribildirimini işlevsel olmadığı kurumsal sistemler ve zayıf iletişime sahip yöneticiler karşısında ebenin yetersizlik duygusu' şeklinde temel duygu kaynakları belirlenmiştir. Ebeler, kendi duygularıyla kadının doğum deneyimini önemli ölçüde etkilediklerini ve kendilerinin de kadınlardan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Ölü doğumla ilk karşılaştığında ağlayan bir deneyimli ebe, sonraları aynı şekilde hissetmesine rağmen duygularını çok fazla göstermediğini, sertleşmek zorunda olduğunu belirtmiştir. Bir başka tecrübeli ebe ise ölü doğum vakalarında keder içinde işini yaptıktan sonra yan odadaki riskli gebenin kendini güvende hissetmesi için gülümsemesi gerektiğinin aşırı derecede rahatsızlık verici olduğunu ve bu duygu geçişlerinin kendilerini zorladığını söylemiştir.

Doğum odalarında çalışan ebelerin, gebelerin memnuniyetini sağlamak için duygusal emek stratejilerini kullanarak duygu çalışması yapmaları gerektiğini belirten Drach-Zavahy ve arkadaşları (2016), ebelerin doğumla ilgili durumlarla karşılaştıklarında duygusal emeğe yönelik öncüllerini ve sonuçlarını incelemek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, bir ebe-kadın karşılaşmasında doğum sayısı, epidural analjezi kullanımı, doğum indüksiyonu ve derin veya yüzeysel davranış kullanımını teşvik eden müdahaleli doğum gibi spesifik faktörleri anlamak; duygu çalışmasında kullanılan stratejiler ile doğum deneyimi arasındaki ilişkiyi test etmek; ebenin strateji seçimi arasındaki ilişkilerin olup olmadığını değerlendirmek amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, epidural analjezinin yüzeysel davranışlarla negatif ilişkili olduğu; ilk gebeliğe sahip olmanın derinlemesine davranışlar ile anlamlı derecede ilişkili ve yüzeysel davranışlarla negatif ilişkili olduğu; doğum indüksiyonunun derin veya yüzeysel davranışlarla ilişkili olmadığı; müdahaleli doğumun derinlemesine davranışlarla anlamlı derecede ilişkili ve yüzeysel davranışlarla pozitif ilişkide olduğu bulunmuştur. Ayrıca çalışmada, ebelerin kullandığı yüzeysel davranışların doğum deneyimi ile negatif olarak ilişkiliyken, derinlemesine davranışların pozitif olarak ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Derinlemesine davranışların özellikle kadın tarafından algılandığında daha etkili olduğu belirtilmekte; mesleki eğitim programlarında duygusal çalışma becerilerine odaklanılması, doğumda kadınlarla nasıl başa çıkılacağına öğretilmesi ve duyguların iyi yönetilmesi gerektiği önerilmektedir.

Fenwick ve arkadaşları (2018), Avustralya ebelerinin duygusal ve profesyonel refahını incelemek amacıyla yaptıkları çalışmalarında; bakımda süreklilik sağlayan ebelerin kaygı, depresyon ve tükenmişlik puanlarının anlamlı derecede düşük olduğu gösterilmektedir. Parçalanmış bakım sağlayan vardiya usulü sistemlerde çalışan ebelerin daha fazla psikolojik sıkıntı riski altında olduğu saptanmıştır.

Leinweber ve arkadaşları (2019), doğum eylemi bakımında ebelerin duygusal emek desteğinin önemini vurgulandığı çalışmalarında; duygusal uygunluk düzeyinin düşük olduğunu öğrenen ve sonuçları dikkate alan bir ebenin düşünmeye yönelerek neye ihtiyacı olduğunu belirleyebileceği belirtilmektedir.

Ülkemizde, ebelik mesleğini duygusal emek yönünden inceleyen araştırmalar ise; Burdurlu'nun (2017), ebelerin duygusal emek davranışları ve etkileyen faktörlerini incelediği çalışmasında medeni durum, yaş, çalışma şekli, çalışma yılı, iş memnuniyeti ve çocuk sahibi olma gibi faktörlerin doğal duygusal davranış sergilemeyi etkilediği sonucuna varılmıştır. Diğer çalışma da Atasoy ve Turan'ın (2019) ebe ve hemşireler ile yaptıkları çalışmadır. Bu çalışmada duygusal emek ile yaşam doyumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Katılımcıların %32,7'sini ebelerin oluşturduğu çalışmada, duygusal emek ile yaşam doyumları yönünden ebeler ve hemşireler arasında fark bulunamamıştır. Gelirden hoşnut olmanın, işi sevme ve isteyerek seçmenin yaşam doyumunu olumlu etkileyebileceği belirtilmektedir.

Sağlık çalışanlarında duygusal emeğin tanınması ve işyerindeki duygusal taleplerle başa çıkabilmeleri için desteklenmeleri gerektiği belirtilmektedir (Riley ve Weiss, 2016). Kadına ve aileye yansımaları olduğunun bilinmesi bunun gerekliliğini göstermektedir (Hunter, 2010).

Sonuç ve Öneriler

Bu derlemede, ebelik mesleğinde duygusal emek gösterimi literatür doğrultusunda incelenmiştir. Ebelikte duygu çalışmaları artmaya başlasa da duygusal emeğin sergilendiği tanımlanmamış birçok alan bulunmaktadır.

Günümüzde hizmet sektörünün önemi giderek artmış, bu durum beraberinde rekabet etme gücünü önemli noktalara taşımıştır. Bu noktadan değerlendirildiğinde sunulan hizmetin kalitesi, hizmetin sunulduğu kesimde yaratılan memnuniyet ve kurumların amaçlarına ulaşabilmeleri için hizmet alanlarla birebir iletişimde olan çalışanların sergilediği duygusal emek önem kazanmıştır.

Ebelik, duygusal emek gerektiren bir meslektir ve çalıştıkları kuruma/alana göre farklı bakış açısı ve ideolojiye sahiptir. Hastanede çalışanlar 'kurum ile' ideolojisini benimserken, sahada çalışanların 'kadın ile' yaklaşımı doğrultusunda görevlerini gerçekleştirdikleri belirlenmiştir.

Ebelerin duygusal emek yükü ile bakım ve uygulamalarda bulunmaları, hizmet alanlarda memnuniyet oluşturabilir. Oluşturulan memnuniyetin artması, sürdürülmesi ve olumlu sonuçların devamlılığının sağlanması için duygusal emek gösterimlerini etkileyen faktörlerin ortaya konması ve hangi sonuçlara yol açtığı izleminin yapılması gerekir. Öte yandan duygusal emeğin kurum, çalışanlar ve hizmet alanlar üzerinde olası olumsuz sonuçları olabilir ve bunların yakından takip edilmesi risklerin saptanmasını ve önceden müdahaleyi mümkün kılabilir. Ebelik mesleğinde duyguların her yönüyle incelenmesi ve tanımlanması uygulamada karşılaşılan duygusal yüklerin azalmasını sağlayabilir. Anne ve çocuk sağlığında önemli olan ebeliğin duygusal yönünün çok yönlü araştırılmasının hem ebeler hem de kadınlar açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

Duygusal emek düzeyi, duygu denetimi, gerekliliği gibi başlıkların motivasyon, tükenmişlik, empati, otonomi, gibi değişkenlerle ilişkisinin inceleceği nitel ve nicel araştırmalara ihtiyaç vardır. Bu nedenle hizmet sektörünün tüm alanlarında duygusal emek kavramının tartışılması, sonuçlarının ortaya konulması ve mezuniyet öncesi eğitimlerde duygusal emek kavramına yer verilmesi önem arz etmektedir. Duygusal emeğin sonuçlarının farkına varılarak ortaya çıkan olumsuz durumlarla baş etmede stratejilerin belirlenmesi hem hizmet sunan hem de yöneticiler için iş gücü kaybını ortadan kaldıracaktır.

Kaynakça

- Atasoy, I. ve Turan, Z. (2019). Ebe ve hemşirelerde duygusal emek ile yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Lokman Hekim Dergisi*, 9(3), 357-366. doi: 10.31020/mutftd.587725
- Atilla Gök, G. (2015). Merhamet etmenin dayanılmaz ağırlığı: Hemşirelerde merhamet yorgunluğu. *SDU İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 299-313. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/194146>
- Bolton, S. C., ve Boyd, C. (2003). Trolley Dolly or Skilled Emotion Manager? Moving on from Hochschild's Managed Heart. *Work, Employment and Society*, 17(2), 289-308. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1177/0950017003017002004>

- Burdurlu, M. (2017). *Ebelerde duygusal emek davranışları ve etkili faktörler: Denizli Halk Sağlığı Müdürlüğü Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Çaldağ, M.A. (2010). *Duygusal emek davranışlarının sağlık çalışanlarında iş sonuçlarına etkileri* (Tez No. 261252) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Değirmenci Öz, S. ve Baykal, Ü. (2018). Hemşireler için duygusal emek davranışı ölçeğinin geliştirilmesi. *Uluslararası Hakemli Hemşirelik Araştırmaları Dergisi*, 12, 119-139. doi: 10.17371/UHD.2018.1.3
- Delgado, C., Upton, D., Ransie, K., Furness, T. ve Foster, K. (2017). Nurses' resilience and the emotional labour of nursing work: An integrative review of empirical literature. *Int J Nurs Stud*, 70, 71-88. doi: 10.1016/j.ijnurstu.2017.02.008
- Drach-Zavahy, A., Buchnic, R. ve Granot, M. (2016). Antecedents and consequences of emotional work in midwifery: A prospective field study. *International Journal of Nursing Studies*, 60, 168-178. doi: 10.1016/j.ijnurstu.2016.04.014
- Edward, K. L., Hercelinskyj, G. ve Giandinoto, J. A. (2017). Emotional labour in mental health nursing: An integrative systematic review. *Int J Ment Health Nurs*, 26(3), 215-225. doi: 10.1111/inm.12330
- Fenwick, J., Sidebotham, M., Gamble, J. ve Creedy, D. K. (2018). The emotional and professional wellbeing of Australian midwives: A comparison between those providing continuity of midwifery care and those not providing continuity. *Women Birth*, 31(1), 38-43. doi: 10.1016/j.wombi.2017.06.013
- Güngör, M. (2009). Duygusal emek kavramı: Süreci ve sonuçları. *Kamu-İş*, 11(1), 167-184. Erişim adresi: <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/1117.pdf>
- Hunter, B. (2001). Emotion work in midwifery: a review of current knowledge. *Journal of Advanced Nursing*, 34(4), 436-444. doi: 10.1046/j.1365-2648.2001.01772.x
- Hunter, B. (2004). Conflicting ideologies as a source of emotion work in midwifery. *Midwifery*, 20(3), 261-272. doi: 10.1016/j.midw.2003.12.004
- Hunter, B. (2005). Emotion work and boundary maintenance in hospital-based midwifery. *Midwifery*, 21, 253-266. doi: 10.1016/j.midw.2004.12.007
- Hunter, B. (2006). The importance of reciprocity in relationships between community-based midwives and mothers. *Midwifery*, 22, 308-322. doi: 10.1016/j.midw.2005.11.002
- Hunter, B. (2010). Mapping the emotional terrain of midwifery: What can we see and what lies ahead? *Int. J. Work Organisation and Emotion*, 3(3), 253-269. doi: 10.1504/IJWOE.2010.032925
- Hunter, B. (2017). Ebelik Mesleğinde Duyguyu Keşfetmek: İlk Ağızdan Açıklama. Rosamund Bryar and Marlene Sinclair (Eds.), *Ebelik Uygulamaları İçin Teori* içinde (s. 175-196). Alter Yayıncılık. (Çev. Eds: N. Tuna Oran, H. Öztürk Can).
- John, V. ve Parsons, E. (2006). Shadow work in midwifery: unseen and unrecognised emotional labour. *British Journal of Midwifery*, 14(5), 266-271. doi: 10.12968/bjom.2006.14.5.21046
- Kılınç, S. (2018). *Sağlık çalışanlarında örgütsel adalet algısının duygusal emek üzerine etkisi: Konya ilinde bir uygulama* (Tez No. 508723) [Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Kirkham, R., Rumbold, A., Hoon, E., Stuart-Butler, D. ve Moore, V. (2018). Emotional labour and aboriginal maternal infant care workers: The invisible load. *Women Birth*, 31(2), 110-116. doi: 10.1016/j.wombi.2017.07.001

- Leinweber, J., Creedy, D.K., Rowe, H. ve Gamble, J. (2019). Assessing emotional aspects of midwives' intrapartum care: Development of the emotional availability and responsiveness in intrapartum care scale. *Midwifery*, 27(74), 84-90. doi: 10.1016/j.midw.2019.03.019
- Mann, S. (2005). A health-care model of emotional labour: An evaluation of the literature and development of a model. *Journal of Health Organization and Management*, 19(4/5), 304-317. doi: 10.1108/14777260510615369
- Oral, L. ve Köse, S. (2011). Hekimlerin duygusal emek kullanımı ile iş doyumunu ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 463-492. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/194501>
- Özbay, O. (2019). *Bir kamu hastanesi sağlık çalışanlarında duygusal emek düzeyi ve etkileyen faktörler* (Tez No. 587044) [Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Özen, Y. M. (2017). *Sağlık çalışanlarında duygusal emek, tükenmişlik ve iş tatmini ilişkisinin incelenmesi: Konya ilinde bir uygulama* (Tez No. 471410) [Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Rayment, J. (2015). Emotional labour: how midwives manage emotion at work. *Pract Midwife*, 18(3), 9-11. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/274408378_Emotional_labour_how_midwives_manage_emotion_at_work
- Riley, R. ve Weiss, M. C. (2016). A qualitative thematic review: emotional labour in healthcare settings. *J Adv Nurs*, 72(1), 6-17. doi: 10.1111/jan.12738
- Smith, A. C. ve Kleinman, S. (1989). Managing emotions in medical school: Students' contacts with the living and the dead. *Social Psychology Quarterly*, 52(1), 56-69. doi: 10.2307/2786904
- Tunç, P., Gitmez A. ve Krespi Boothby M.R (2014). Yoğun bakım hemşirelerinin hastalarla ilişkilerinde duygusal emek olarak empati. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 15, 45-54. doi: 10.5455/apd.45762
- Uzuntarla, Y. (2015). *Kişilik özellikleri ile empatik özellikler arasındaki ilişkide duygusal emek ve tükenmişliğin aracılık rolü: Hekimler üzerine bir araştırma* (Tez No. 420742) [Doktora Tezi, GATA Sağlık Bilimleri Enstitüsü]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Yetim, B. ve Eriğüç, G. (2019). Sağlık çalışanlarında duygusal emek ile ilgili yapılan çalışmalara yönelik bir inceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 225-240. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/717367>
- Yılmaz, E. (2016). *Dahili kliniklerde çalışan hemşirelerin tükenmişlik düzeyi ve duygusal emek davranışı ile ilişkisi* (Tez No. 443647) [Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi] Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.

İstanbul'da Kayıt Dışı İstihdamın Sosyo-Demografik Belirleyicileri¹

Doç. Dr. Oğuz BAŞOL² - Dr. Öğr. Üyesi Esin Cumhuri YALÇIN³

Başvuru Tarihi: 26.12.2019

Kabul Tarihi: 23.11.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Çalışanların sosyal güvenlik kurumuna hiç bildirilmemesi ya da eksik bildirilmesi olarak tanımlanan kayıt dışı istihdam; zaman, ekonomi, düzenleme ve sosyal koruma boyutlarıyla bireylere zarar vermektedir. Bu bağlamda mevcut araştırma, İstanbul'da kayıt dışı istihdamı etkileyen sosyo-demografik özellikleri tespit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada 2017 yılı TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi mikro veri seti kullanılmıştır. Örneklem olarak İstatistik Bölge Birimleri Sınıflamasında (İBBS 2. düzey) TR10 İstanbul bölgesi, 15-64 yaş arası ve özel sektörde aktif çalışanlar seçilmiştir. Örneklem hacmi bu kısıtlar altında 13930 çalışandan oluşmaktadır. Araştırmada kayıt dışı çalışmayı etkileyen sosyo-demografik değişkenleri belirlemek amacıyla iki model tahmin edilmiştir. İlk modelde cinsiyet, yaş grubu, eğitim durumu, medeni durum ve işyerinde çalışan sayısı; ikinci modelde ek olarak çalışma şekli bulunmaktadır. İlk model sonuçlarında, kadınların, gençlerin, düşük eğitim düzeyine sahip olanların, evli, dul/boşanmışların ve küçük işletmelerde çalışanların kayıt dışı istihdam edilme olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. İkinci modelde ise, gençlerin, düşük eğitim düzeyine sahip olanların, dul/boşanmışların, küçük işletmelerde çalışanların ve yarı zamanlı olanların kayıt dışı istihdam edilme olasılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kayıt Dışı İstihdam, İstanbul, Lojistik Regresyon Modeli

Atıf: Başol, O. ve Yalçın, E. C. (2020). İstanbul'da kayıt dışı istihdamın sosyo-demografik belirleyicileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 173-190.

¹ Bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş makale olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Kırklareli Üniversitesi İİBF Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, oguzbasol@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7523-4544

³ Kırklareli Üniversitesi İİBF Ekonometri Bölümü, esincumhur.yalcin@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0457-4971

Socio-Demographic Determinants of Informal Employment in Istanbul

Assoc. Prof. Dr. Oğuz BAŞOL - Asst. Prof. Dr. Esin Cumhuri YALÇIN

Submitted by: 26.12.2019

Accepted by: 23.11.2020

Article Type: Research Article

Abstract

Informal employment, defined as not reporting or underreporting of employees to the social security institution, harms individuals by time, economy, regulation and social protection. In this context, the present study aims to define the socio-demographic determinants of informal employment in Istanbul. In the research, the TurkStat Household Labor Force 2017 Survey micro data set was used. The sample consists of 13930 employees who are between 15-64 years old and active in the private sector in Istanbul (NUTS Level 2, TR10). In the study, two models were estimated to define the socio-demographic determinants of informal employment. The first model included the variables of gender, age, education level, marital status, and size of the company. The second model consisted of work type in addition to the variables of the first model. The results of the first model showed that the employees who are women, young, low educated, married, widowed/divorced, and working in small enterprises are more likely to be unregistered. The results of the second model showed that the ones who are young, low educated, widowed/divorced, working in small enterprises, and as part-timers are more likely to be unregistered.

Keywords: *Informal Employment, İstanbul, Logistic Regression Model*

Giriş

Küreselleşmenin, zayıf ekonomik koşulların, esnekleşmenin ve işsizlik baskının bir yansıması olarak ortaya çıkan kayıt dışılık, Kolombiya'dan, Yunanistan'a; Macaristan'dan Türkiye'ye kadar hemen her ülkenin mücadele ettiği önemli sorunlardan biridir. Kayıt dışılık, bir yandan ekonomik imkanların azalmasına, diğer yandan emek piyasası niteliklerinin düşmesine neden olabilmektedir. Kayıt dışılığın özel bir hali olan kayıt dışı istihdam, Türkiye'de 1950'li yıllarda kırdan kente göç ile hissedilmeye başlanmış, ekonominin gelişmemesi, nitelikli endüstrilerin yaratılmaması, rekabetçi emek piyasalarının kurulamaması ve eldeki imkanların kötü yönetilmesi nedenleriyle Türkiye emek piyasasının kronik sorunlarından birine dönüşmüştür.

Kayıt dışı istihdam bir yandan bireylerin çalışma standartlarının gelişimini engellerken diğer yandan devlet için önemli bir vergi kaybı anlamına gelmektedir. Her halükarda yasa dışı çalışma olarak değerlendirilen kayıt dışı istihdam; enformel istihdam, düzensiz istihdam, gölge istihdam, merdiven altı istihdam, bildirilmemiş istihdam ve saklanmış istihdam olarak farklı şekillerde isimlendirilmektedir. Son yirmi yılda Türkiye emek piyasalarında kayıt dışılık %50'ler seviyesinden, %33'ler seviyesine gerilemiş olsa da %20'ler seviyesinin altında olan Kuzey Amerika, gelişmiş Avrupa ülkeleri ve Avustralya gibi ülkelerin gerisinde kalmıştır.

Mevcut araştırma, Türkiye'nin en büyük emek piyasası olan İstanbul'da 2017 yılı TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi verileri ile kayıt dışı istihdamı etkileyen sosyo-demografik özellikleri tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda ilk bölümde kayıt dışı istihdam kavramına yer verilmiş, ikinci bölümde dünyada ve Türkiye'de kayıt dışı istihdamın görünümü tartışılmış, üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi tanıtılmış ve son bölümde ise araştırmanın bulguları paylaşılmıştır.

Kayıt Dışı İstihdam

Türk Dil Kurumu tarafından, "herhangi bir biçimde yazılı belgesi olmayan, kayda geçmemiş" şeklinde tanımlanan (TDK, 2019) *kayıt dışılık*, endüstri ilişkileri sözlüğünde "gayrisafi milli hasılanın hesaplarına yansımaya alanlar" şeklinde (Önsal, 2017, s. 287) betimlenmektedir. Kayıt dışılık; ekonominin kayıtlı olmaması, vergiye tabi olan ürünlerin kayıtlı olmaması ya da emeğin kayıtlı olmaması gibi şekillerde kendini gösterebilmektedir. Bu bağlamda emeğin kayıt dışı olmasına *kayıt dışı istihdam* denilmektedir ve en genel haliyle "sosyal güvenlik açısından niteliği gereği yasal işlerde çalışarak istihdama katılan bireylerin, çalışmalarının gün veya ücret olarak ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına hiç bildirilmemesi ya da eksik bildirilmesi" olarak tanımlanmaktadır (Işığışok, 2014, s. 43).

Kayıt dışı istihdam dünya literatürüne ILO tarafından 1970 yılında yayınlanan Dünya İstihdam Programı raporuyla girmiştir (Güloğlu, 2005, s. 2) ve yine ILO'nun tahminlerine göre özellikle gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan bu durum 500 milyon kişiyi kapsayan önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır. Nitekim gelişmekte olan ülkelerin önemli problemlerinden biri olan kayıt dışılık, ILO'nun da mücadele alanlarından birine dönüşmüş ve birçok ülkede de tartışılmaya başlanmıştır (Arias vd., 2018, s. 401). ILO, kayıt dışı istihdamı, formel sektörün büyümesinin yetersizliği, çalışanların yetenek eksikliği, düşük ücretli ve kanuni düzenlemelerden yoksun çalışma koşullarının bir sonucu olarak değerlendirmektedir (ILO, 1998, s. 11; Loayza ve Rigolini, 2011, s. 1513). Farklı yazarlar kayıt dışı istihdamı; hızlı nüfus artışı, işsizlik, kentleşme, vergilerin ve sosyal güvenlik primlerinin yüksekliliğinin bir sonucu olarak görürken (Güloğlu vd., 2003, s. 61; Işık ve Acar, 2003, s. 120-121; Bülbül: 2012, s. 380; Yüksel, 2017, s. 34-36), bazı yazarlar kayıt dışı istihdamın esnek istihdam biçimlerindeki artış neticesinde ortaya çıktığını dile getirmektedir (Görgücü ve Koç, 2011, s. 163-164; Horemans vd., 2016, s. 1; Rose ve Hewitt, 2019, s. 3). Bazı yazarlar ise kayıt dışılığın uzun dönemde emek verimliliği düşük olan ülkelerde daha yaygın olarak gerçekleştiğini savunmaktadır (Loayza ve Rigolini, 2011, s. 1513).

Benzer şekilde Türkiye'de yürütülen bazı araştırmalar, kayıt dışı istihdamın en önemli sebeplerini, ekonominin geri kalmışlığı, modern ve geleneksel sektör ayrımının olması, kır-kent ücret ayrımlarının yüksek olması,

işsizlik baskısı ve istihdam üzerinden alınan vergilerin yüksekliği olarak değerlendirmektedir (Biçerli, 2007, s. 156-157). Bazı araştırmacılar ise Türkiye’de kayıt dışılığın bu denli yüksek olmasını 1980 sonrasında ihracata dayalı büyüme modeline bağlamaktadır. Buna göre, uluslararası piyasalar için üretim yapan küçük işletmelerin fiyatları düşürmek için emek maliyetlerini azaltmaya çalışması, kayıt dışılığı gerçekleştirebilecek kadar küçük olmayan işletmelerde ise işleri parçalara ayrılıp fason üretim ile emek maliyetlerini düşürmesi ve bu işleri almak isteyen küçük sanayi işletmelerinin de rekabetçi olmak için kayıt dışı istihdama yönelmeleri ile açıklanmaktadır (Toksöz ve Türcan Özşuca, 2002, s. 29-35). Kimi araştırmacılar ise kayıt dışılığı bir nitelik sorunu olarak değerlendirmektedir. Buna göre, toplumda nitelikli olmayan bireylerin çalışma yaşamında olması ürün ve hizmetlerin düşük kalitede olmasını beraberinde getirmekte, düşük kalite, düşük verimi doğurmakta, düşük verimle çalışanlar için ise düşük ücret ve düşük gelir ortaya çıkmakta ve bireyler kendilerine yatırım yapamadıkları için düşük verim kısır döngüsüne girmektedir (Kepenek ve Yentürk, 2007, s. 493-494).

Bu bağlamda bahsi geçen tüm nedenleri içeren ve kayıt dışılığı oluşturan en önemli uluslararası dinamiğin küreselleşme olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Küreselleşme; emek piyasalarını kurlsız hale getirmekte, kutuplaştırmakta, emeği toplumsal bir güç olarak zayıflatmakta, gelişmekte olan ülkelerde gözetim mekanizmalarını etkinsiz hale getirmekte, çalışmayı esnekleştirmekte ve ücretleri düşürmektedir (Gorz, 2001, s. 28; Çelik, 2012, s. 70).

Küreselleşme, kayıt dışı çalışmayı iki mekanizmasıyla etkilemektedir. Bunlardan ilki, kurumların denetimsiz/gözetimsiz hale getirilmesi, ikincisi ise esnekleşmedir (Çelik, 2012, s. 70; Çalış, 2014, s. 194-195). Kurumların denetimsiz/gözetimsiz hale getirilmesi, piyasanın herhangi bir düzenleme olmadan kendi işleyişine bırakılmasını ifade etmektedir ve bu durum, emek piyasalarını korumasız hale getirmektedir. Korumasız hale gelen işgücü ise kayıt dışına itilmektedir. Diğer yandan üretimin esnekleşmesi örgütleri; dünya ölçeğinde rekabete, verimlilikleri sürekli arttırmaya ve işgücü maliyetlerini düşürmeye zorlamaktadır (Ongan, 2005, s. 96; Çalış, 2014: 195). Üretimin esnekleşmesi ise ancak çalışmanın esnekleşmesiyle sağlanabilmekte, bu durum da tam zamanlı, sürekli, belirli süreli ve tipik istihdamın, esnek zamanlı, geçici, belirsiz süreli ve a-tipik istihdama dönüşmesiyle mümkün olmakta (Uyanık, 2008, s. 215; İpek, 2014, s. 170), bu dönüşüm de çalışmayı kayıt dışına itmektir.

Bahsi geçen dönüşümler sonucunda ortaya çıkan esnek çalışma biçimi (esnek zamanlı, geçici, belirsiz süreli, a-tipik), örgütlere işgücü maliyetini azaltma ve ücret dışındaki (örneğin, ek haklar, yan haklar, vb.) maliyetlerin düşürülmesi vasıtasıyla kar oranlarının artırılmasına imkan vermektedir (Uyanık, 2008, s. 215; İpek, 2014, s. 170). Bunun sonucunda ise işgücü, çekirdek ve çevre işgücü olarak ikiye ayrılmakta; vasıf gerektiren, sermaye yoğun işler (işgücünün azınlıkta kalan kısmı) çekirdek işgücü olarak; vasıf gerektirmeyen, emek yoğun işler ise çevre işgücü olarak değerlendirilmekte ve çevre işgücü yoksulluğa, işsizliğe ve kayıt dışılığa mahkum edilmektedir (Koray, 2005, s. 261-264). Nitekim hem ulusal hem de uluslararası yazında yer alan birçok eser, esnek çalışma biçimlerinin kayıt dışı kalabilme ihtimalinin yüksek olduğunu vurgulamaktadır (Görgücü ve Koç, 2011, s. 163-164; Kul Parlak, 2016, s. 127; Horemans vd., 2016, s. 1; Yuyucu, 2017, s. 403; Rose ve Hewitt, 2019, s. 3).

Kayıt dışılık, çalışma yaşamında temel haklardan mahrum bir şekilde istihdam edilmeyi mecbur kılarken, zaman, ekonomi, düzenleme ve sosyal koruma boyutlarıyla bireylere zarar vermektedir (Işığışık, 2015, s. 128). Kayıt dışı istihdam zaman boyutuyla bireylerin iş ilişkisinin sürekliliğini tehdit ederken, ekonomik boyutuyla elde edilen geliri asgari şartların altına itmektir. Düzenleme boyutuyla, çalışma koşullarının ve çalışma sürelerinin denetlenmesi problemini doğuran kayıt dışılık, sosyal koruma boyutuyla bireylerin sosyal güvenlikten yoksun olarak çalışmasını mecbur kılmaktadır (Temiz, 2004, s. 58).

Gerçekleştirilen araştırmalar; tarım sektöründe çalışanların, gençlerin, işsizlerin, kadınların, çocukların, yabancı ve kaçak işçilerin, emeklilerin, serbest çalışanların, 1-5 aralığında kişi çalıştıran küçük işletmelerde çalışanların, kısmi süreli istihdam edilenlerin ve düşük eğitime sahip olanların kayıt dışı çalışma ihtimallerinin

daha yüksek olduğunu göstermektedir (Şen, 2008, s. 84-86; Zaklı, 2009, s. 25; Yurdakul, 2014, s. 23; Horemans vd., 2016, s. 1; Yıldırım, 2017, s. 15; Şahin, 2018, s. 2059; Kalaycı ve Kalan, 2018, s. 28; Bölükbaş, 2018, s. 78; OECD, 2019, s. 16; Dam vd., 2019, s. 293; Rose ve Hewitt, 2019, s. 3).

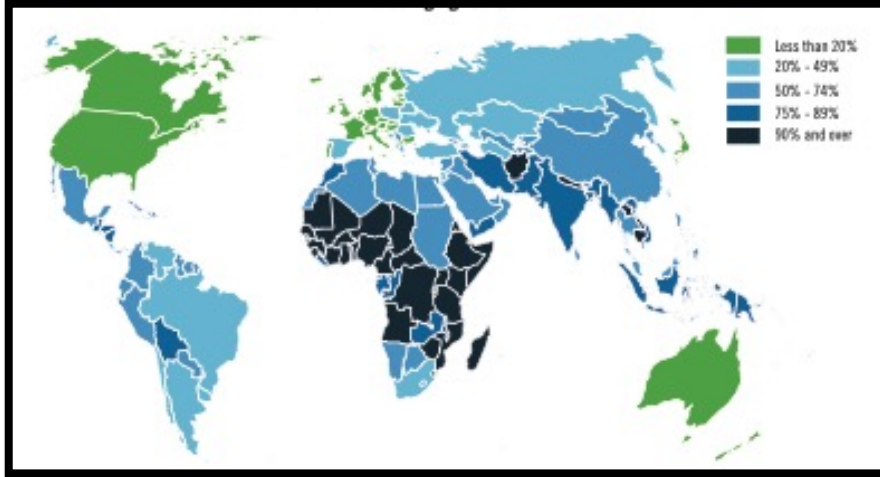
Kayıt dışı istihdam ile ilgili işveren görüşlerini inceleyen Şahin (2018) ise işverenlerin 3 temel neden ile kayıt dışı istihdama yöneldiklerini tespit etmiştir. Buna göre, işverenler mali ve ekonomik (vergi ve sosyal güvenlik yüklerinin ağırlığı, ekonomik istikrarsızlık, rekabet eksikliği), toplumsal ve sosyal (kırdan kente göç ve sığınmacılar, sosyal yardımlar, sosyal ve kişisel çıkarlar) ve son olarak da idari ve hukuki nedenlerle (denetim ve cezaların yetersizliği, yasal mevzuattaki karışıklık, af ve borçlanma düzenlemeleri) kayıt dışı istihdama yönelmektedir (Şahin, 2018, s. 2064).

Kayıt dışı istihdamın sonuçları incelendiğinde, resmi makro ekonomik tahminlerin güvenilir olmamasına, işsizliğin yükselmesine, gelirin düşmesine, işletmeler için adil rekabet koşullarının ortadan kalkmasına, sosyal güvenlik sisteminin açık vermesine, devletin vergi gelirlerinin azalmasına, kayıtlı çalışanlar üzerindeki vergi yükünün artmasına, kayıtlı ekonominin küçülmesine, yoksul ülkelerde gıda güvenliğinin tehlikeye girmesine, düşük gelirli için yapılan transfer harcamalarının azalmasına, buna bağlı olarak sosyal barışın tehlikeye girmesine neden olduğu raporlanmaktadır (Fernandez ve Meza, 2014, s. 381; Binay, 2015, s. 599; Kutbay, 2018, s. 177; Dam vd., 2019, s. 302-303; Blekking, vd., 2020, s. 5).

Sonuç olarak kayıt dışılık hem Türkiye’de hem de dünyanın diğer ülkelerinde yasa dışı olan, devlete, sosyal güvenlik sistemine, bireye ve örgüte zarar veren bir çalışma biçimidir (Yıldırım, 2017, s. 4-5). Dolayısıyla bir yandan ülkelerdeki sosyal güvenlik birimleri diğer yandan da sendikalar kayıt dışı istihdam ile mücadele etmeye çalışmaktadır (Bosch vd., 2012, s. 660; Çetin ve Dinç Özcan, 2013, s. 193). Ancak buna rağmen kayıt dışı çalışma dünya genelinde çok yaygındır.

Dünyada ve Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdamın Görünümü

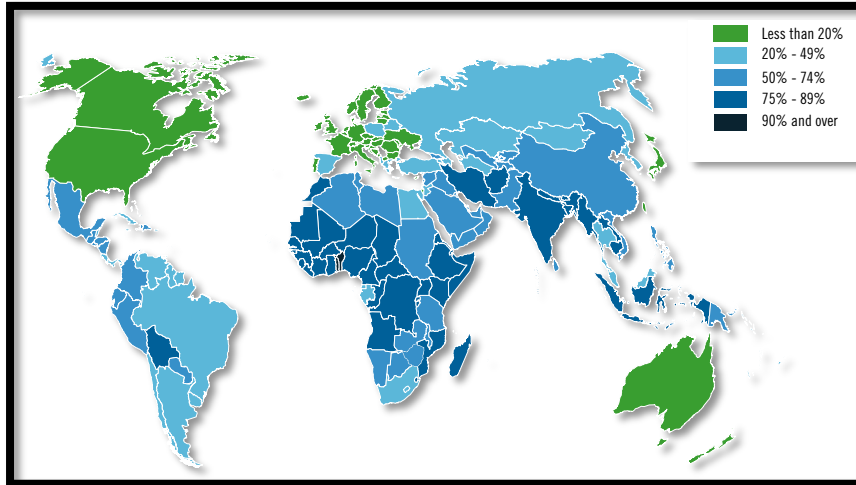
Dünya genelinde kayıt dışı istihdam önemli sorunlardan biridir ve OECD tarafından 2019 yılında kaleme alınan bir rapor, genel kayıt dışılık oranının %61’ler; tarım dışı sektörlerdeki kayıt dışı istihdam oranının ise %50’ler seviyesinde olduğunu dile getirmektedir. Türkiye genelinde zaman zaman %50’leri aşan (Işığışık, 2005, s. 125), tarım sektörü özelinde neredeyse %90’lara ulaşan (Kaya, 2019, s. 110), kentlerde ise %30’ların üzerinde seyreden (Lordoğlu ve Özkaplan, 2003, s. 123) kayıt dışı istihdam, Türkiye emek piyasasının önemli ve kronik sorunlarından biridir. Son yirmi yılda Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranında önemli gelişmeler yaşanmış, bu oran %50’ler seviyesinden %33’ler seviyesine indirilmiştir ancak yaşanan gelişmeler Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Almanya, Hollanda, Yeni Zelanda gibi gelişmiş ülkelerin (OECD, 2008; Williams, 2009, s. 153) epey gerisinde kalmıştır.



Kaynak: ILO, 2018, s. 13

Şekil 1. Dünyada toplam kayıt dışı istihdam (%)

Şekil 1, dünyada toplam kayıt dışı istihdam oranlarını göstermektedir. ILO tarafından (2018, s. 13-14) kaleme alınan bu rapora göre, dünya genelinde istihdam edilenlerin %61'i kayıt dışıdır. Bölgeler bağlamında toplam kayıt dışılık incelendiğinde; Afrika ülkelerinde %85,8, Arap ülkelerinde %68,6, Asya-Pasifik ülkelerinde %68,2, Güney Amerika ülkelerinde %40 ve Avrupa ve Merkez Asya ülkelerinde %25 seviyesinde olduğu görülmüştür. Kuzey Amerika, gelişmiş Avrupa ülkeleri, Yeni Zelanda ve Avustralya'da ise bu oran %20'lerin altındadır.



Kaynak: ILO, 2018, s. 14

Şekil 2. Dünyada tarım dışı sektörlerde kayıt dışı istihdam (%)

Şekil 2 ise dünya genelinde tarım dışı sektörlerdeki kayıt dışı istihdamı göstermektedir ve bu oran toplam kayıt dışı istihdama göre 11 puan daha düşüktür (%50). Bölgeler üzerine detaylı inceleme yapıldığında ise, tarım dışındaki sektörlerde kayıt dışı istihdam oranının; Afrika, Arap ve Asya-Pasifik ülkelerinde azalmadığı, Güney Amerika ile Avrupa-Merkez Asya ülkelerinde azaldığı görülmüştür. Benzer biçimde, Kuzey Amerika, gelişmiş Avrupa ülkeleri, Yeni Zelanda ve Avustralya'da ise bu oran %20'lerin altındadır.

Tablo 1
Türkiye’de Sektörlere Göre Kayıt Dışı İstihdam Oranları (%)

Yıllar	Tarım	Tarım Dışı	Sanayi	Hizmet	İnşaat	Genel
2002	90,14	31,74	36,4	29,19	-	52,14
2003	91,15	31,55	36,43	29	-	51,75
2004	89,9	33,83	37,28	31,96	-	50,14
2005	88,22	34,32	38,11	32,27	-	48,17
2006	87,77	34,06	38,12	31,88	-	46,97
2007	88,14	32,34	35,51	30,63	-	45,44
2008	87,84	29,76	31,61	28,77	-	43,5
2009	85,84	30,08	33,43	28,4	-	43,84
2010	85,47	29,06	32,68	27,11	-	43,25
2011	83,85	27,76	31,5	25,71	-	42,05
2012	83,61	24,51	27,89	22,73	-	39,02
2013	83,28	22,4	25,23	20,9	-	36,75
2014	82,27	22,32	20,26	21,09	36,61	34,97
2015	81,16	21,23	19,13	20,05	35,58	33,57
2016	82,09	21,72	20,2	20,35	35,76	33,49
2017	83,33	22,1	20,03	20,95	35,8	33,97
2018	82,73	22,28	20,29	21,46	34,39	33,42

Kaynak: SGK, 2019

Tablo 1, Türkiye’de sektörlere göre kayıt dışı istihdam oranlarının değişimini göstermektedir. Buna göre 2002 yılında tarım sektöründe kayıt dışı istihdam oranı %90’ın üzerindedir ve 16 yıl içerisinde bu oranda yalnızca %8’lik bir düşüş yaşanmış ve 2018 yılında kayıt dışılık yaklaşık %83 olarak gerçekleşmiştir. Tarım dışında ise 2002 yılında %31 seviyesinde olan kayıt dışı çalışma 2018 yılına gelindiğinde %9’luk bir düşüşle %22 seviyesine inmiştir. Tarım dışı sektörler sanayi, hizmet ve inşaat olarak detaylıca incelendiğinde; kayıt dışı istihdamın sanayi sektöründe en başarılı şekilde düşürüldüğü (%36’dan %20 seviyesine) görülmektedir. Hizmetler sektöründe de kayıt dışı istihdamda bir azalma yaşanmıştır ancak bu düşüş sanayi sektöründeki mücadelenin gerisinde kalmıştır (%29’dan %21 seviyesine). İnşaat sektöründe ise kayıt dışılık azalmakla birlikte (2014 yılında %36, 2018 yılında %34) tarımdan sonra en yüksek kayıt dışı istihdamın gerçekleştiği alan olarak tespit edilmektedir. Toplam kayıt dışılık istatistikleri incelendiğinde, 2002 yılında %52 olan toplam kayıt dışı istihdam oranının 2018 yılına gelindiğinde %33’ler seviyesine indiği görülmektedir.

Elbette 16 yılda gerçekleşen yaklaşık 20 puanlık bu düşüş önemlidir ancak bu durum karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranının gelişmekte olan ülkelere kıyasla düşük, gelişmiş ülkelere kıyasla yüksek olduğunu söylemek mümkündür (Yağmur, 2013, s. 7; ILO, 2018, s. 13-14; Kaleli ve Karaca, 2019, s. 776).

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde araştırmada seçilen örneklem ve değişkenler ile kullanılan metot hakkında bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Yöntemi ve Veri Seti

Araştırmada 2017 yılı TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi mikro veri seti ile çalışılmıştır. Örneklem olarak İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasında (İBBS 2. düzey) TR10 İstanbul bölgesi seçilmiştir. İstanbul bölgesi, Türkiye'nin en büyük emek piyasası olduğu, Türkiye'yi temsil edebilen sosyo-demografik özellikler bağlamında kozmopolit yapıya ve marka değerine sahip olduğu için seçilmiştir. Ayrıca İstanbul'daki kayıt dışılığın gelişimi de Türkiye ortalamasından farklı ilerlemektedir. Örneğin 2009 yılında %25'ler seviyesinde olan kayıt dışı çalışma oranı 2013 yılına gelindiğinde %16'lar seviyesine gerilemiş ancak 2014 yılında kayıt dışılık %18'e yükselmiş, bu oran her yıl giderek artmış ve 2018 yılında %21'e ulaşmıştır (SGK, 2019). Dolayısıyla Türkiye'de kayıt dışılık azalırken, İstanbul'da artmıştır. İstanbul, Türkiye için bir gösterge olduğundan dolayı buradaki durum mercek altına alınmıştır.

Bu bağlamda TR10 İstanbul bölgesinde, 15-64 yaş arası ve özel sektörde aktif çalışanlar kısıt olarak belirlenmiş ve bu kısıtlar altında 13930 çalışanın araştırmaya dahil olduğu görülmüştür. Tahmin edilen iki farklı modelde Sosyal Güvenlik Kurumu'na (SGK) kayıtlı olma durumu bağımlı değişken olarak alınmış ve iki durumlu lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan bağımsız değişkenlere ve bağımlı değişkene ait tanımlar Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2
Değişkenlerin Tanımı

Değişken Adı	Tanımı
Bağımlı Değişken	
Kayıtlılık	Sosyal Güvenlik Kurumu'na (SGK) kayıtlı mısınız sorusunu tanımlar. 0= Evet* 1= Hayır
Bağımsız Değişkenler	
Cinsiyet	0= Erkek* 1= Kadın
Yaş Grubu	Bitirilen yaş grubudur. 0= 15-24 yaş arası* 1= 25-34 yaş arası 2= 35-54 yaş arası 3= 55-64 yaş arası
Eğitim Durumu	En son tamamlanan okul/eğitim seviyesidir. 0= Bir okul bitirmeyen* 1= İlkokul (5 yıl) 2= İlköğretim (genel ortaokul, mesleki veya teknik ortaokul ve ilköğretim (8 yıl)) 3= Lise (genel lise veya mesleki veya teknik lise) 4= Lisans ve üstü (2 veya 3 yıllık yüksekokul, 4 yıllık yüksekokul veya fakülte veya yüksek lisans (5 veya 6 yıllık fakülteler dahil) veya doktora)
Medeni Durum	0= Bekar* 1=Evli 2= Boşanmış veya eşi ölmüş
Çalışan Sayısı	Çalışılan yer, kuruluş veya işyerindeki çalışan sayısıdır. 0= 10 ve daha az kişi* 1= 11-19 kişi 2= 20-49 kişi 3= 50 veya daha fazla kişi
Çalışma Şekli	0= Tam zamanlı* 1= Yarı zamanlı
* "0" ile kodlanan kategoriler, referans (temel) sınıf olarak modellerde tanımlanmıştır.	

Çalışma dahilinde kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3
Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Frekans	Yüzdeler
Kayıtlılık		
Evet	10968	%78,7
Hayır	2962	%21,3
Cinsiyet		
Erkek	9685	%69,5
Kadın	4245	%30,5
Yaş Grubu		
15-24 yaş	2079	%14,9
25-34 yaş	4072	%29,2
35-54 yaş	6855	%49,2
55-64 yaş	924	%6,6
Eğitim Durumu		
Okul Bitirmeyen	639	%4,6
İlkokul	3899	%28
İlköğretim	2685	%19,3
Lise	3219	%23,1
Lisans ve üstü	3488	%25
Medeni Durum		
Bekar	4357	%31,3
Evli	8992	%64,6
Boşanmış/Eşi ölmüş	581	%4,2
Çalışan Sayısı		
10 ve daha az kişi	6298	%45,2
11-19 kişi	1172	%8,4
20-49 kişi	2587	%18,6
50 veya daha fazla kişi	3873	%27,8
Çalışma Şekli		
Tam Zamanlı	12825	%92,1
Yarı Zamanlı	1105	%7,9

Tablo 3’e göre çalışmada Sosyal Güvenlik Kurumu’na (SGK) kayıtlı olanların oranı %78,7 olup, kayıtlı olmayanların oranı %21,3’tür. Seçilen örneklemin %69,5’i erkeklerden, %30,5’i kadınlardan oluşmaktadır. Çalışanların %14,9’u 15-24 yaş aralığında, %29,2’si 25-34 yaş aralığında, %49,2’si 35-54 yaş aralığında ve %6,6’sı 55-64 yaş aralığında olup, en yüksek frekansa sahip yaş grubunun 35-54 yaş olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi açısından örneklem incelendiğinde, çalışanların en yüksek oranla (%28) ilkokul mezunu, %25’inin lisans ve üstü program mezunu, %23,1’inin lise mezunu, %19,3’ünün ilköğretim mezunu ve %4,6’sının da bir okul bitirmediği tespit edilmiştir. Medeni durum açısından çalışanların %31,3’ünün bekar, %64,6’sının evli ve %4,2’sinin boşanmış ya da eşi ölmüş olduğu belirlenmiştir. Çalışılan yer, kuruluş veya işyerinin %45,2’si 10 ve daha az çalışandan, %8,4’ü 11-19 arası çalışandan, %18,6’sının 20-49 arası çalışandan ve %27,8’inin 50 ve daha fazla çalışandan oluşmaktadır. Son olarak çalışma şekli açısından, çalışanların %92,1’i tam zamanlı çalışmakta olup %7,9’u yarı zamanlı çalışmaktadır.

Lojistik Regresyon Modeli

Bağımlı (cevap ya da sonuç) değişkenin farklı bağımsız (açıklayıcı) değişken/(ler) tarafından açıklanabildiği ve etkilerinin ölçülebildiği pek çok regresyon modeli bulunmaktadır. Bağımlı değişkenin aldığı değerlerin kesikli ve iki/daha fazla kategoriden oluştuğu durumlarda kullanılan yöntemlerden biri lojistik regresyon yöntemidir.

Bağımlı değişkenin iki kategorili olduğu durumlarda iki durumlu lojistik regresyon modelleri kullanılmaktadır. Bu modellerde kategorilerin gerçekleşme olasılıklarına dayalı bir modelleme yapılmaktadır. Genel olarak iki durumlu lojistik regresyon modeli Eşitlik 1'deki gibi ifade edilmektedir.

$$P_i = E(Y = 1 / X_1, X_2, \dots, X_k) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)}} \quad (1)$$

Eşitlik 1'de $Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$ dönüşümü yapıldığında Eşitlik 2'de gösterilen birikimli lojistik dağılım fonksiyonu elde edilir (Gujarati, 2001, s. 554).

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} \quad (2)$$

Birikimli lojistik dağılım fonksiyonunda Z_i , $-\infty < Z_i < \infty$ tanımlanırken; $1 - P_i$ bir olayın gerçekleşme olasılığı, $0 < P_i < 1$ aralığında tanımlanmaktadır. Eşitlik 1 incelendiğinde parametrelerin ve bağımsız değişkenlerin doğrusal olmadığı görülmektedir. Bu durumda bir olayın gerçekleşmeme olasılığı $1 - P_i$ olarak değerlendirildiğinde Eşitlik 3 elde edilir.

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{Z_i}} \quad (3)$$

Eşitlik 4'te bir olayın gerçekleşme olasılığının, gerçekleşmeme olasılığına oranı olarak tanımlanan bahis oranı (odds ratio) gösterilmektedir.

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{Z_i}}{1 + e^{-Z_i}} = e^{Z_i} \quad (4)$$

Lojistik regresyon modelinin yorumlanmasında bahis oranı, 1'den büyük değer aldığı ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunda, bir olayın gerçekleşme olasılığını arttıran bir etkisi olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Eşitlik 4'te gösterilen bahis oranının doğal logaritması alınarak logit model elde edilir. Logit model Eşitlik 5'te gösterilmektedir.

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k \quad (5)$$

Burada L bahis oranının doğal logaritması olup logit adını almaktadır ve L 'nin tanım aralığı $-\infty < L < \infty$ 'dir (Gujarati, 2001, s. 555).

Logit modelin parametre tahmininde en sıklıkla kullanılan yöntem en çok olabilirlik (maximum likelihood) tahmin yöntemidir. En çok olabilirlik tahmincileri, olabilirlik fonksiyonunu en büyük yapan katsayıları seçmekte ve bu yüzden tahminciler gözlenen veriyi elde etme olasılığını en yüksek yapan parametre değerini elde etmektedir (Stock ve Watson, 2011, s. 401).

Lojistik regresyon modelinin parametrelerinin tahmin edilmesinden sonra elde edilen modelin uyumunun ve parametrelerinin anlamlılığının test edilmesi gerekmektedir. Modelin iyi uyum testi, Pseudo R2, log-benzerlik fonksiyonu, Hosmer ve Lemeshow gibi farklı yöntemlerle sınanabilmektedir. Çalışmada kullanılan test, tahmin

edilen olasılık değerlerinin gruplandırılmasına dayalı, Hosmer ve Lemeshow tarafından önerilen test istatistiğidir. Tahmin edilen n adet olasılık değeri, en küçük olasılık değeri ilk sütunda ve en yüksek olasılık değerinin n .ci sütunda olacak şekilde sıralayarak gruplandırılır. Hosmer-Lemeshow iyi uyum test istatistiği Eşitlik 6'da gösterilmektedir.

$$\hat{C} = \sum_{k=1}^g \frac{(O_k - n_k \bar{\pi}_k)^2}{n_k \bar{\pi}_k (1 - \bar{\pi}_k)} \quad (6)$$

Eşitlik 6'da \hat{C} : Hosmer-Lemeshow iyi uyum istatistiği, n_k : k .cı gruptaki toplam gözlem sayısı, O_k : gözlenen değerler ve $\bar{\pi}_k$: tahmin edilen olasılık değerlerinin ortalamasıdır. \hat{C} istatistiğinin dağılımı yaklaşık olarak χ^2 dağılmaktadır (Hosmer ve Lemeshow, 2000, s. 147-150). Kurulacak hipotezde modelin iyi uyuma sahip olduğunu iddia eden sıfır hipotezi sınanır.

Modelin uyumu test edilmesiyle elde edilen parametrelerin anlamlılığı test edilmelidir. Elde edilen parametrelerin anlamlılığının testinde en sık kullanılan testlerden biri Wald testidir. Wald istatistiğinin hesaplanmasında parametre değerlerinin en çok olabilirlik tahmincilerinden yararlanılır. Wald istatistiği Eşitlik 7'de gösterilmektedir.

$$W = \frac{\hat{\beta}_j}{s(\hat{\beta}_j)} \quad (7)$$

Eşitlik 7'de eğim parametresinin tahmin değerinin standart hatasına oranlanmasıyla Wald istatistiği hesaplanır. Parametrelerin anlamsız olduğunu ifade eden sıfır hipotezi altında Wald test istatistiği standart normal dağılım göstermektedir (Alpar, 2017, s. 602).

Araştırmanın Bulguları

Araştırmada kayıt dışı çalışmayı etkileyen sosyo-demografik değişkenleri belirlemek amacıyla iki model tahmin edilmiştir. İlk modelde cinsiyet (temel sınıf: erkek ise 0; kadın ise 1), yaş grubu (temel sınıf: 15-24 yaş ise 0; diğer durumlar ise 1), eğitim durumu (temel sınıf: bir okul bitirmeyen ise 0; diğer durumlar ise 1), medeni durum (temel sınıf: bekar ise 0; diğer durumlar ise 1) ve çalışan sayısı (temel sınıf: 10 ve daha az kişi ise 0; diğer durumlar ise 1) bağımsız değişkenler olarak seçilmiştir.

Tablo 4

İki Durumlu Lojistik Regresyon Model 1'in Parametre Tahmini

MODEL 1	Katsayı	Standart hata	z	$P > z $	Marjinal Etki	Bahis Oranı
Cinsiyet	0,301	0,053	5,72	0,000	0,037*	1,35*
Yaş Grubu						
25-34 yaş	-1,009	0,087	-11,6	0,000	-0,102*	0,36*
35-54 yaş	-1,078	0,096	-11,2	0,000	-0,126*	0,34*
55-64 yaş	-0,016	0,121	-0,13	0,894	-0,002	0,98
Eğitim Durumu						
İlkokul	-0,920	0,099	-9,26	0,000	-0,093*	0,39*
İlköğretim	-1,276	0,103	-12,4	0,000	-0,113*	0,28*
Lise	-1,892	0,105	-18,1	0,000	-0,159*	0,15*
Lisans ve üstü	-2,409	0,115	-20,9	0,000	-0,196*	0,09*
Medeni Durum						
Evli	0,172	0,078	2,21	0,027	0,02*	1,19
Boşanmış/Eşi ölmüş	0,569	0,129	4,39	0,000	0,08*	1,77*
Çalışan Sayısı						
11-19 kişi	-1,219	0,091	-13,5	0,000	-0,098*	0,29*
20-49 kişi	-1,406	0,069	-20,4	0,000	-0,121*	0,25*
50 veya daha fazla kişi	-2,607	0,096	-27,3	0,000	-0,22*	0,07*
Sabit Terim	1,369	0,111	12,4	0,000		3,93*
* %5 önem seviyesinde anlamlılığı test etmektedir.						
Örneklem Hacmi = 13930						
LR chi2(10) = 3196,2						
Prob > chi2 = 0,000						
Pseudo R2 = 0,2217						
Hosmer-Lemeshow chi2(2) = 1,51						
Prob > chi2 = 0,4695						

Tablo 4'te tahmin edilen Model 1'in istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve Hosmer-Lemeshow test istatistiği sonucunda modelin uyum iyiliğinin sağlandığı görülmektedir (sig.= 0,000; Hosmer-Lemeshow sig.= 0,4695).

Model 1'e ait marjinal etki ve bahis oranı (>1 olmak koşulu altında) katsayıları (Yalçın ve Başol, 2020, s. 84), çalışan kişinin kadın olmasının, erkek olmasına kıyasla, kayıt dışı çalışma olasılığını %0,037 arttırdığını göstermektedir. Aynı zamanda çalışanların kadın olmasının erkek olmasına göre kayıt dışı çalışma olasılığını yaklaşık 1,35 kat arttırdığını söylemek mümkündür. Yaş grupları açısından incelendiğinde, çalışan kişinin yaşının ilerlemesi kayıt dışı çalışma olasılığını azaltan bir etki yaratmaktadır. 25-34 yaş arasında olanların kayıt dışı çalışma olasılığının, 15-24 yaş arasında olanlara göre %0,102 daha düşük olduğu görülmektedir. Aynı şekilde 35-54 yaş arasında olanların kayıt dışı çalışma olasılığının, 15-24 yaş arasında olanlara göre %0,126 daha az olduğu tespit edilmektedir. Model 1 eğitim durumu açısından incelendiğinde, ilkokul mezunu çalışanların kayıt dışı çalışma olasılığının, bir okul bitirmeyenlere göre %0,093 daha düşük olduğu; ilköğretim mezunu çalışanların bir okul bitirmeyen çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,113 daha düşük olduğu; lise mezunu çalışanların bir okul bitirmeyen çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,159 daha düşük olduğu ve benzer şekilde lisans veya lisansüstü programdan mezun çalışanların bir okul bitirmeyen çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,196 daha düşük olduğu görülmektedir. Model 1 medeni durum açısından incelendiğinde, evli kişilerin kayıt dışı çalışma ihtimali bekarlara göre %0,02 daha yüksektir. Eşi ölmüş ya da boşanmış kişilerin kayıt dışı çalışma ihtimali ise bekar kişilere göre %0,08 daha yüksektir. Aynı

zamanda kişinin eşinin ölmüş olması ya da boşanmış olması kayıt dışı çalışma olasılığını 1,77 kat arttırmaktadır. Son olarak Model 1 çıktılarına göre, kişinin çalıştığı iş yerindeki çalışan sayısının artmasının, kayıt dışı çalışma olasılığını düşüren bir etkiye neden olduğunu söylemek mümkündür. Çalışan sayısı 10 ve daha az olan işletmelere göre, çalışan sayısı 11-19 arasında olan işletmelerde kayıt dışı çalışma olasılığının %0,098; çalışan sayısı 20-49 arasında olan işletmelerde kayıt dışı çalışma olasılığının %0,121 ve son olarak çalışan sayısı 50'den fazla olan işletmelerde kayıt dışı çalışma olasılığının %0,22 daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada tahmin edilen ikinci model Tablo 5'te sunulmaktadır. Özellikle çalışanların, çalışma şeklinin etkisini araştırmaya yönelik tahmin edilen Model 2'de çalışma şekli (temel sınıf: tam zamanlı ise 0; yarı zamanlı ise 1) değişkeni modele eklenmiştir. Tablo 5'te Model 2'nin katsayı tahminleri, marjinal etkiler ve bahis oranları verilmektedir.

Tablo 5
İki Durumlu Lojistik Regresyon Model 2'nin Parametre Tahmini

MODEL 2	Katsayı	Standart hata	z	$P > z $	Marjinal Etki	Bahis Oranı
Cinsiyet	-0.055	0.058	-0.94	0.345	-0.006	0.95
Yaş Grubu						
25-34 yaş	-0.875	0.091	-9.61	0.000	-0.086*	0.42*
35-54 yaş	-0.932	0.101	-9.22	0.000	-0.105*	0.39*
55-64 yaş	0.124	0.127	0.98	0.328	0.014	1.13
Eğitim Durumu						
İlkokul	-1.034	0.105	-9.86	0.000	-0.099*	0.36*
İlköğretim	-1.333	0.108	-12.4	0.000	-0.112*	0.26*
Lise	-1.986	0.110	-18.0	0.000	-0.158*	0.14*
Lisans ve üstü	-2.442	0.121	-20.2	0.000	-0.19*	0.09*
Medeni Durum						
Evli	0.121	0.082	1.47	0.140	0.013	1.13
Boşanmış/Eşi ölmüş	0.613	0.137	4.48	0.000	0.084*	1.85*
Çalışan Sayısı						
11-19 kişi	-1.081	0.094	-11.5	0.000	-0.087*	0.34*
20-49 kişi	-1.275	0.072	-17.8	0.000	-0.108*	0.28*
50 veya daha fazla kişi	-2.493	0.099	-25.3	0.000	-0.204*	0.08*
Çalışma Şekli	2.348	0.084	28.11	0.000	0.452*	10.46*
Sabit Terim	1.154	0.115	10.02	0.000		3.17*
* %5 önem seviyesinde anlamlılığı test etmektedir.						
Örneklem Hacmi = 13930						
LR chi2(10) = 4119,24						
Prob > chi2 = 0,000						
Pseudo R2 = 0,2858						
Hosmer-Lemeshow chi2(2) = 3,11						
Prob > chi2 = 0,2116						

Tablo 5'te, iki durumlu lojistik regresyon Model 2'nin sonuçlarına yer verilmektedir. Model 2 çıktı sonuçlarına göre modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve modelin iyi uyum istatistiklerinin uygun olduğu tespit edilmiştir (sig.= 0,000; Hosmer-Lemeshow sig.= 0,2116).

Model 2 sonuçları incelendiğinde, Model 1'den farklı olarak cinsiyetin ve medeni durum olarak evli olmanın kayıt dışı çalışma olasılığını etkilemediği sonucu görülmektedir. Model 1'e benzer şekilde 25-34 yaş arasında olan çalışanların kayıt dışı çalışma olasılığının, 15-24 yaş arasında olanlara göre %0,086 daha düşük olduğu ve 35-54 yaş arasında olan çalışanların kayıt dışı çalışma olasılığının, 15-24 yaş arasında olanlara göre %0,105 daha düşük olduğu görülmektedir. Model 2 eğitim durumu açısından incelendiğinde, eğitim seviyesi arttıkça kayıt dışı çalışma olasılığının düştüğünü ortaya koymaktadır. İlkokul mezunu çalışanların kayıt dışı çalışma olasılığının, bir okul bitirmeyenlere göre %0,099 daha düşük olduğu; ilköğretim mezunu çalışanların bir okul bitirmeyen çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,112 daha düşük olduğu; lise mezunu çalışanların bir okul bitirmeyen çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,158 daha düşük olduğu ve benzer şekilde lisans veya lisansüstü programdan mezun çalışanların bir okul bitirmeyen çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,19 daha düşük olduğu görülmektedir. Model 2 medeni durum açısından incelendiğinde, eşi ölmüş ya da boşanmış çalışanların kayıt dışı çalışma olasılığının bekar çalışanlara göre %0,084 daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Model 1'e benzer şekilde çalışan kişinin eşinin ölmüş olması ya da boşanmış olması kayıt dışı çalışma olasılığını 1,85 kat arttırmaktadır. Model 2'de kişinin çalıştığı iş yerindeki çalışan sayısı açısından incelendiğinde, iş yerindeki çalışan sayısı artmasının, kayıt dışı çalışma olasılığını düşüren bir etkiye neden olmaktadır. Çalışan sayısı 10 ve daha az olan işletmelere göre, çalışan sayısı 11-19 arasında olan işletmelerde kayıt dışı çalışma olasılığının %0,087; çalışan sayısı 20-49 arasında olan işletmelerde kayıt dışı çalışma olasılığının %0,108 ve son olarak çalışan sayısı 50'den fazla olan işletmelerde kayıt dışı çalışma olasılığının %0,204 daha düşük olduğu görülmektedir. Son olarak Model 2'nin tahmin edilmesinde önemli rol oynayan çalışma şekli değişkeni incelendiğinde, yarı zamanlı çalışanların tam zamanlı çalışanlara göre kayıt dışı çalışma olasılığının %0,452 daha fazla olduğu ve aynı zamanda yarı zamanlı çalışmanın kayıt dışı çalışma olasılığını yaklaşık 10,46 kat arttırdığı tespit edilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Mevcut araştırma, Türkiye'nin en büyük emek piyasası olan İstanbul'da, 2017 yılı TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi verileri ile 15-64 yaş arası, özel sektörde aktif çalışanlar kısıtı altındaki 13930 çalışanın kayıt dışı istihdamını etkileyen sosyo-demografik özelliklerini tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla iki model tahmin edilmiştir. İlk modelde cinsiyet, yaş grubu, eğitim durumu, medeni durum ve işletmede çalışan sayısı bağımsız değişkenler olarak seçilmiştir. İkinci modelde ise ilk modele çalışma şekli değişkeni eklenmiştir.

Model 1 sonuçları, kadınların, gençlerin, düşük eğitimlilerin, evli, dul ve boşanmışların ve küçük işletmelerde çalışanların kayıt dışı çalışma olasılıklarının yüksek olduğunu göstermiştir. Model 2 sonuçları ise, gençlerin, düşük eğitimlilerin, dul ve boşanmışların, küçük işletmelerde çalışanların ve son olarak yarı zamanlı çalışanların kayıt dışı çalışma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir. İlk modelden farklı olarak ikinci modelde cinsiyet anlamsız hale gelmiştir. Diğer bir ifade ile çalışma şekli modele dahil edildiğinde, cinsiyetin kayıt dışı çalışma ihtimalini belirleyen etmenlerden biri olmadığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular ulusal ve uluslararası yazındaki bulgular ile büyük oranda örtüşmektedir. Örneğin Şenel (2019, s. 71-74) inşaat sektöründe çalışanların kayıt dışılık durumunu incelemiştir. Elde edilen bulgular, erkeklerin, düşük eğitim düzeyine sahip olanların, bekarların, kendi hesabına çalışanların, yarı zamanlı çalışanların, düşük gelirlilerin kayıt dışı çalışma durumlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırmada erkeklerin kayıt dışı istihdam edilme olasılıklarının yüksek olması, sektörel bir durumdur. İnşaat sektöründe çalışan kadınlar; mimar, mühendis, tasarımcı gibi nitelikli işlerde ve kayıtlı çalıştığından kayıt dışı istihdam erkeklere özgü bir durum olarak göze çarpmaktadır. Öztürk ve Başar (2019, s. 51-54) ise kadınların kayıt dışı çalışmalarını incelemiştir. Elde edilen sonuçlar, gençlerin, düşük eğitime sahip olanların, bekarların ve yarı zamanlı işte çalışanların kayıt dışı çalışma ihtimallerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazındaki diğer araştırmalar; kadınların (Yurdakul, 2014, s. 23; Şahin, 2018, s. 2059; OECD, 2019, s. 16), çocukların

(Zaklı, 2009, s. 25), emeklilerin (Şen, 2008, s. 86; OECD, 2019, s. 16), küçük işletmelerde çalışanların, düşük eğitime sahip olanların (Şahin, 2018, s. 2059; Kalaycı ve Kalan, 2018, s. 28; OECD, 2019, s. 16) ve yarı zamanlı çalışanların (Görgücü ve Koç, 2011, s. 163-164; Kul Parlak, 2016, s. 127; Horemans vd., 2016, s. 1; Yuyucu, 2017, s. 403; Rose ve Hewitt, 2019, s. 3) kayıt dışı çalışma ihtimallerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Mevcut araştırmanın bulguları yalnızca medeni durum bağlamında yazındaki araştırmalardan farklılaşmaktadır. Yazındaki araştırmalar, bekarların kayıt dışı çalışma olasılıklarının daha yüksek olduğunu dile getirirken, mevcut araştırma evli, dul ve boşanmışların kayıt dışı çalışma ihtimallerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu durum, evli, dul ya da boşanmış çalışanların ya bakmakla yükümlü oldukları bireylerin varlığı ya da hayatlarına devam etmek için işsizlik sorunu yüzünden kayıt dışı istihdama yönelmeleri ile açıklanabilir.

Mevcut eser, Türkiye'nin en büyük emek piyasası olan İstanbul için kayıt dışılığı belirleyen sosyo-demografik özellikleri tespit etmeyi amaçlamıştır ve literatürde konuyla ilgili önemli bir boşluk bulunmaktadır. Örneğin, bölgelere göre kayıt dışı çalışmayı etkileyen dinamiklerin tespit edilmesi de bir o kadar değerlidir. Dolayısıyla gelecekte konuya ilgi duyabilecek araştırmacılar için önerilebilir.

Kaynakça

- Alpar, R. (2017). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arias, J., Artuc, E., Lederman, D. ve Rojas, D. (2018). Trade, informal employment and labor adjustment costs. *Journal of Development Economics*, 133, 396-414. doi: 10.1016/j.jdevec.2018.03.006
- Biçerli, M.K. (2007). *Çalışma ekonomisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Binay, M. (2015). Optimal informal employment ratio for Turkish economy. *Procedia Economics and Finance* 26(2015), 598-602. doi: 10.1016/S2212-5671(15)00960-0
- Blekking, J., Waldman, K., Tuholske, C. ve Evans, T. (2020). Formal/Informal employment and urban food security in Sub-Saharan Africa. *Applied Geography*, 114(2020), 102131. doi: 10.1016/j.apgeog.2019.102131
- Bosch, M., Goni-Pacchioni, E. ve Maloney, W. (2012). Trade liberalization, labor reforms and formal–informal employment dynamics. *Labour Economics*, 19(5), 653-667. doi: 10.1016/j.labeco.2012.03.001
- Bölükbaş, M. (2018). Kayıt dışı istihdam ve genç işsizlik ekonomik büyüme ile ilişkili olabilir mi? Türkiye için ekonometrik bir analiz. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 8(2), 75-90. doi: 10.32331/sgd.492902
- Bülbül, O.G. (2012). Unregistered employment dynamics in Turkey: Unregistered employment which phase of informalization process?. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 4(2), 375-385. Erişim adresi: https://www.sobiad.org/eJOURNALS/journal_IJSS/archives/2012_2/okan_guray.pdf
- Çalış, Ş. (2014). *Endüstri ilişkilerinde yeni gelişmeler*. B. Uçkan ve Ş. Çalış (Ed.), Endüstri ilişkileri (s. 190-215) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çelik, M.Y. (2012). Boyutları ve farklı algılarıyla küreselleşme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, 57-74. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/55770>
- Çetin, C. ve Dinç Özcan, E. (2013). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Dam, M.M., Ertekin, Ş. ve Kızılca, N. (2018). Türkiye’de kayıt dışı istihdamın boyutu: Ekonometrik bir analiz. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 293-318. doi: 10.24988/deuibf.2018331725
- Fernandez, A. ve Meza, F. (2015). Informal employment and business cycles in emerging economies: The case of Mexico. *Review of Economics Dynamics*, 18(2), 381-405. doi: 10.1016/j.red.2014.07.001
- Gorz, A. (2001). *Yaşadığımız sefalet* (N. Tural, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Görgücü, I. ve Koç, M. (2011). 4857 sayılı İş Kanununa göre kısmi çalışma uygulanması. *Çalışma ve Toplum*, 28, 149-174. Erişim adresi: <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423873983.pdf>
- Gujarati, D. N. (2001). *Temel ekonometri* (Ü. Şenesen, G. Günlük Şenesen, Çev.), İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Güloğlu, T. (2005). *The reality of informal employment in Turkey*. Visiting Fellow Working Papers. New York: Cornell University Press.
- Güloğlu, T., Korkmaz, A. ve Kip, M. (2003). Türkiye’de kayıt dışı istihdam gerçeğine bir bakış. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 45(1), 51-96. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/iusskd/issue/919/10377>
- Horemans, J., Marx, I. ve Nolan, B. (2016). Hanging in, but only just: Part-Time employment and in-work poverty throughout the crisis. *IZA Journal of European Labor Studies*, 5(5), 1-19. Erişim adresi: <https://izajoels.springeropen.com/articles/10.1186/s40174-016-0053-6>
- Hosmer D.W. ve Lemeshow, S. (2000). *Applied logistic regression*. New York: John Wiley and Sons.
- ILO (1998). *World of work: World employment report, 1998-1999*. Geneva: ILO Publication.
- ILO (2018). *Women and men in the informal economy: A statistical picture*. Geneva: ILO Publications.
- ILO (2019). *Informal employment*. Erişim adresi: <https://www.ilo.org/ilostat/>
- Işığışok, Ö. (2005). *21. Yüzyılda istihdam ve insan onuruna yakıştır iş*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Işığışok, Ö. (2014). *İstihdam ve işsizlik*. Bursa: Dora Yayınevi.
- Işığışok, Ö. (2015). *İstihdam ve işsizlik*. A. Tokol ve Y. Alper (Ed.), Sosyal politika (s. 122-161) içinde. Bursa: Dora Yayınevi.
- Işık, N. ve Acar, M. (2003). Kayıt dışı ekonomi: Ölçme yöntemleri, boyutları, yarar ve zararları üzerine bir değerlendirme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 117-136. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiibd/issue/5878/77797>
- İpek, M. (2014). Kayıt dışı istihdamda küresel etkiler ve sosyal örüntüler. *Çalışma ve Toplum*, 2014(1), 163-186. Erişim adresi: <https://www.calismatoplum.org/makale/kayit-disiistihdamda-kuresel-etkiler-ve-sosyal-oruntuler>
- Kalaycı, C. ve Kalan, E. (2017). Türkiye’de kayıt dışı istihdamla mücadele politikalarının analizi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 1(1), 17-34. doi: 10.29216/ueip.335215
- Kaleli, E. ve Karaca, C. (2019). Türkiye’de kayıt dışı istihdama ilişkin çözüm önerileri. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 44, 769-792. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/819942>
- Kaya, M.G. (2019). Evaluation of the Relationship between Informal Employment, Income Tax and Economic Growth on Terms of Turkey Economy. *Journal of Yasar University*, 14(Special Issue), 108-117. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/680658>
- Kepenek, Y. ve Yentürk, N. (2007). *Türkiye ekonomisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Koray, M. (2005). *Sosyal politika*. Ankara: İmge yayınları.
- Kul Parlak, N. (2016). İş-Yaşam dengesi açısından esnek çalışmanın analizi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 109-137. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/265273>
- Kutbay, H. (2018). Kayıt dışı istihdamın vergi gelirleri üzerindeki etkisi. *Social Sciences Research Journal*, 7(2),172-189. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/485543>
- Loayza, N. ve Rigolini, J. (2011). Informal employment: Safety net or growth engine. *World Development*, 39(9), 1503-1515. doi: 10.1016/j.worlddev.2011.02.003
- Lordoğlu, K. ve Özkaplan, N. (2003). *Çalışma iktisadi*. İstanbul: Der Yayınları.
- OECD (2008). *Declaring work or staying underground: Informal employment in seven OECD countries, OECD employment outlook*. Paris: OECD Publications.
- OECD (2019). *Tackling vulnerability in the informal economy*. Paris: OECD Publications.
- Ongan, N. (2005). *Ekonomik krizin emek piyasalarına etkileri*. İstanbul: Birleşik Metal-İş Yayınları.
- Önsal, N. (2017). *Endüstri ilişkileri sözlüğü*. Ankara: Türk Metal Sendikası Araştırma ve Eğitim Merkezi.
- Öztürk, S. ve Başar, D. (2018). Türkiye’de kadınların işgücü piyasasına yönelik tercihleri: Kayıt dışı sektör özelinde bir analiz. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 8(2), 41-58. doi: 10.32331/sgd.492887
- Rose, J. ve Hewitt, B. (2019). Does part-time employment status really reduce time pressure? *Journal of Sociology*, 55(2), 366-388. doi: 10.1177/1440783318800822
- SGK (2019). *Kayıt dışı istihdam oranları*. Erişim adresi: http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari
- Stock, J. H. ve Watson, M. W. (2011). *Ekonometriye giriş* (B. Saraçoğlu, Çev). Ankara: Efil Yayınevi.
- Şahin, M. (2018). İşverenler perspektifinden Türkiye’de kayıt dışı istihdamın temel belirleyicileri: Bir anketten sonuçlar. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2055-2071. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/588309>
- Şen, G. (2008). *AB ve Türkiye’de kayıt dışı istihdam ve etkileri*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Şenel, D. (2019). İnşaat Sektöründe Kayıt Dışı İstihdamın İncelenmesi: Denizli İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(23), 66-83. doi: 10.21076/vizyoner.448902
- TDK (2019). *Güncel Türkçe sözlük*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr>
- Temiz, H.E. (2004). Eğreti istihdam: İşgücü piyasasında güvencesizliğin ve istikrarsızlığın yeni yapılanması. *Çalışma ve Toplum*, 2, 55-80. Erişim adresi: <https://www.calismatoplum.org/makale/egreti-istihdam-igucu-piyasasinda-guvencesizligin-ve-istikrarsizligin-yeni-yapilanmasi>
- Toksöz, G. ve Türcan Özşuca, Ş. (2002). Enformel sektörde istihdamın ve işgücünün özellikleri. *İktisat Dergisi*, 430, 29-35. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/8040>
- Uyanık, Y. (2008). Neo-Liberal küreselleşme sürecinde işgücü piyasaları. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 10(2), 209-224. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/287448>
- Williams, C.C. (2009). Formal and informal employment in Europe: Beyond dualistic representations. *European Urban and Regional Studies*, 16(2), 147-159. doi: 10.1177/0969776408101686

- Yağmur, A.S. (2013). Seçilen ülkeler ve ülkemizdeki kayıt dışı istihdamın karşılaştırılması ve seçilen AB üyesi devletlerde kayıt dışı istihdamla mücadele örnekleri. *Sosyal Güvençe Dergisi*, 3, 1-19. doi: 10.21441/sguz.2013317887
- Yalçın, E.C. ve Başol, O. (2020). Kısmi süreli çalışmayı etkileyen bazı sosyo-demografik değişkenler: TR 21 bölgesi örneği. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 10(1), 75-88. doi: 10.32331/sgd.752986
- Yıldırım, S. (2017). İşsizlik sigortasıyla kayıt dışı istihdamın etkileşimi. *Fırat Üniversitesi, Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-29. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/515379>
- Yurdakul, F.B. (2014). *Almanya'da kayıt dışı istihdamla mücadele politikaları ve uygulamalarının yabancı işgücüne etkilerinin değerlendirilmesi*. (Uzmanlık tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Ankara.
- Yuyucu, A. (2017). Türk iş hukuku çerçevesinde kısmi zamanlı çalışmanın uygulaması. *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(15), 398-407. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/337658>
- Yüksel, H. (2017). Türk Sinemasında Dış Göçün Kayıt Dışı İstihdama Yansımaları: Gurbetçi Şaban Film Örneği. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 8(2), 18-55. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/447240>
- Zaklı, S.B. (2009). *Türkiye'de kayıt dışı istihdam ve ekonomik boyutu*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.

Liderlik Çalışmalarında Takipçi (Follower) Merkezli Yaklaşımın İlişkin Bir Değerlendirme¹

Dr. Öğr. Üyesi Duygun GÖKTÜRK² - Dr. Eren AĞIN³

Başvuru Tarihi: 17.10.2019

Kabul Tarihi: 30.11.2020

Makale Türü: Derleme

Öz

Liderlik çalışmaları üzerine kapsamlı bir literatür bulunmaktadır. Liderlik özellikleri ve davranışları, kimliği, süreçleri, ekolleri, felsefik ve metodolojik sorunlar gibi lider merkezli çerçeveler bu literatürün parçasıdır. Lider merkezli olan literatür kapsamında takipçilerin nasıl konumlandırıldığının tartışılmasına da ihtiyaç duyulmaktadır. Liderlik literatüründe pasif/edilgen unsurlar olarak konumlandırılan takipçiler, kendilerini ve örgüte dair süreçleri belirleyen aktörler olarak literatürde yeterince yer almamaktadırlar. Bu çalışma, liderin etkisinde varlık tesis eden takipçi tanımının dışına çıkarak takipçilik kuramını (followership theory) ele almakta ve takipçilerin liderliğin tesisinde nasıl roller üstlendiklerinin bir değerlendirmesini içermektedir. Araştırmanın amacı liderlik çalışmalarının sosyal ve tarihsel çerçevesini inceleyerek liderlik literatürüne dair epistemik odakların hangi ayrıcalıklı yapılar üzerine inşa edildiğini ve örgütlendiğini tartışmaya açmaktır. Bu tartışmada izlenen yöntem liderlik literatürünün sosyal ve tarihsel çerçevesini içeren ve liderlik ekollerini ele alan metinler ile takipçilik kuramındaki role dayalı yaklaşım (role-based approach), inşacı yaklaşım (constructionism) ve evrimsel (evolutionary) analiz tartışmalarını içeren kaynakların incelenmesine dayanmaktadır. Bu makalenin literatüre katkısı, liderlik çalışmaları alanında ayrıcalıklı epistemik odakların tartışılmaya açılması ve takipçilere yönelik bir literatürün görünür kılınmasıdır. Sonuç olarak bu çalışmada, liderlik ve takipçilik birbirlerini tamamlayan ve birbirlerinin inşasında belirleyici olan örgüt işlerliğinin iki kurucu unsuru olarak ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Takipçilik Kuramı, Takipçilik, Takipçi

Atıf: Göktürk, D. ve Ağın, E. (2020). Liderlik çalışmalarında takipçi (follower) merkezli yaklaşıma ilişkin bir değerlendirme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 191-210.

¹ Çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

² Orta Doğu Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü, dgokturk@metu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0184-6326

³ Milli Eğitim Bakanlığı, Şehit Hüseyin Gültekin Bilim ve Sanat Merkezi, erenagin@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8497-2197

An Evaluation of the Follower-Centered Approach in Leadership Studies

Asst. Prof. Dr. Duygun GÖKTÜRK - Dr. Eren AĞIN

Submitted by: 17.10.2019

Accepted by: 30.11.2020

Article Type: Review

Abstract

There is a diverse literature on leadership studies. Leadership-centered frameworks such as leadership characteristics and behaviors, identity, processes, roles, philosophical and methodological problems are part of organizational studies literature. On the other hand, how the followers are positioned within the leader-centered literature also need to be discussed. Followers, who are identified as passive actors in the leadership literature, are not sufficiently involved in the literature as actors determining themselves and the processes related to the organization. Based on the followership theory, this study aims to open a discussion on the limits of leadership studies that position follower under the influence of leader and it includes a discussion about the role of followers in the establishment of leadership. The aim of the research is to portray the social and historical contexts of leadership studies to identify the privileged structures in which epistemic foci of leadership literature are built and organized. The method used in the article is based on the resources that include the social and historical contexts of leadership and leadership roles and the resources on followership theory that examine the role-based approach, constructionist approach and evolutionary approach in followership theory. This article aims to contribute to the leadership literature in terms of problematizing the privileged position of leader and making literature on followers visible. In sum, leaders and followers are considered as two constituent elements of organizations which are also decisive in building each other.

Keywords: Leadership, Followership Theory, Followership, Follower

Giriş

Liderlik çalışmalarında, liderlik özellikleri ve davranışları, kimliği, süreçleri, ekolleri, felsefik ve metodolojik sorunlar gibi lider merkezli çerçevelere yönelik kapsamlı bir literatür yer almaktadır. Liderlik literatüründe pasif/edilgen unsurlar olarak konumlandırılan takipçiler, kendilerini ve örgüte dair süreçleri belirleyen aktörler olarak literatürde yeterince yer almamakta ve dolayısıyla takipçilerin liderlik literatüründe nasıl konumlandığının tartışılması önem arz etmektedir. Bu çalışma, liderin etkisinde varlık tesis eden takipçi tanımının dışına çıkarak takipçilik kuramını (*followership theory*) ele almakta ve takipçilerin liderliğin tesisinde nasıl roller üstlendiklerinin bir tartışmasını içermektedir. Bu çalışmanın amacı, liderlik çalışmalarının sosyal ve tarihsel çerçevesini inceleyerek liderlik literatürüne dair epistemik odakların hangi ayrıcalıklı yapılar üzerine inşa edildiğini ve örgütlediğini tartışmaya açmaktır. Bu tartışmada izlenen yöntem liderlik literatüründeki ekollerini sosyal ve tarihsel bağlamında ele alan metinler ile takipçilik kuramındaki role dayalı yaklaşım (*role-based approach*), inşacı yaklaşım (*constructionism*) ve evrimsel analiz (*evolutionary analysis*) tartışmalarını içeren kaynaklara dayanmaktadır. Bu makalenin literatüre katkısı, liderlik çalışmaları alanında ayrıcalıklı epistemik odakların tartışılmaya açılması ve takipçilere yönelik bir literatürün görünür kılınmasıdır. Bu araştırmanın sonucu olarak liderlik ve takipçilik birbirleri ile iletişim halinde ve birbirlerinin inşasında belirleyici olan örgüt işlerliğinin iki kurucu unsuru olarak tanımlanmaktadır.

John Antonakis ve David Day (2008), “Liderlik: Geçmiş, Şimdi ve Gelecek” adlı makalelerine liderliğe yönelik üç temel vurgu ile başlamaktadırlar: 1. Liderlik önemlidir, dümenin başında kimin olduğu geminin kaderini belirler; 2. Liderler, liderlik ettikleri varlıkların/oluşumların sorumluluğunu taşırlar, 3. Liderlik süreçlerinde liderin yaptıklarından bağımsız olarak, lideri gözlemleyenlerin belirleyiciliği bulunmaktadır (s.4). İlk iki vurguda liderliğin belirleyiciliğine, özerkliğine atıf yaparken, üçüncü vurgu da ise bu belirleyiciliğe, özerkliğe mesafeli kalarak liderliği toplumsal bir inşa/kurgu olarak ele almaktadırlar. Diğer bir ifade ile ilk iki argüman lideri merkeze alan bir literatürün tahayyülünü içerirken, üçüncüsü liderlikte toplumsalın belirleyiciliğine, liderin çevrili olduğu toplumsal yapılara yönelik bir anlam barındırmaktadır. Bu bağlamda şu sorular gündeme taşınmaktadır: Liderlik tam olarak nedir? Liderlik çalışmalarının ana hatlarını nasıl çizebiliriz? Bu hatlar hangi tartışmaları içermekte ve hangi tartışmalara mesafeli durmaktadır?

Liderlik üzerine geniş bir literatür bulunmasına rağmen, Hackman ve Wageman (2007), liderlik literatürünün halen oturmuş bir yapısı olmadığını ifade etmektedirler. Diğer yandan Antonakis ve Day (2008), liderlik alanına yönelik kümülatif bilginin varlığından bahsetmekte ve günümüzde liderlik kavramının -evrensel nitelikte olmasa ve netlik içermese dahi- açıklanabilir ve tanımlanabilir olduğuna dikkat çekmektedirler. Buradan yola çıkarak liderlik kavramına ilişkin şu tanımları yapmaktadırlar:

“Liderlik, resmi ve gayri-resmi bağlamlar üzerinden inşa edilen ve hedefi etkileyen bir süreç olarak lider ile takipçi, takipçi grupları veya kurumlar arasında gerçekleşir. Liderlik bilimi ise bu sürecin ve sonuçlarının sistematik bir incelemesini yapar ve bu sürecin liderin özellikleri ve davranışlarına, liderin özellikleri ile ilgili olarak gözlemcinin çıkarımlarına, işletmenin öncülüğünde elde edilen sonuçlarla (sonuçlara) dair gözlemcinin değerlendirmelerine/atıflarına bağlı olduğunu gösterir” (s.5).

Bu liderlik tanımı lider merkezli bir söylemin etrafında örgütlenmesine rağmen liderlik çalışmalarında takipçilerin algı ve eğilimlerini, lideri meşrulaştırmaları bağlamında önemini kabul etmektedir. Bass ve Bass (2008) lider ile takipçileri arasındaki ilişkiselliğe dair, liderlerin takipçilerin tutum ve davranışlarını etkileme potansiyellerinin yanında takipçilerin de benzer potansiyelleri oluşuna dikkat çekmekte ve bazen takipçilerin öncülük eden ve liderin takip eden pozisyonunda olabileceğini belirtmektedirler. Dolayısıyla “belirli amaçlar

ve hedefler doğrultusunda başkalarını etkileyebilme ve eyleme sevk edebilme gücü” olarak da tanımlanan lider kendi dışında başkalarına ihtiyaç duymaktadır (Turan ve Bektaş, 2014, s.297).

Liderlik çalışmalarına yönelik literatür, liderlik kavramının alandaki kavram setleri ile olan ilişkisini de ele almaktadır. Örneğin: iktidar, yönetim, örgüt, kurum gibi kavramlar. Bu ilişkilerin incelenmesi takipçilerin lider ile kurdukları ilişkiyi anlamlandırmakta da önemlidir. Antonakis ve Day (2008) çalışmalarında liderlik ile ilgili belirgin bir tanım ortaya koymadan önce, liderlik kavramının iktidar ve yönetim kavramları ile ilişkisini ortaya koymanın önemine vurgu yapmaktadırlar. İktidar kavramı liderlik ile nasıl ilişkilenebilir? Diğer yandan bu denklem içerisinde yönetim nasıl bir pozisyon edinmektedir? Sosyal ilişkilerde belirleyici nitelikte olan iktidar, nasıl kullanıldığı ile ilişkili olarak da yozlaştırıcı, yıkıcı bir etkiye sahip olmaktadır (Sturm ve Antonakis, 2015). Böylelikle iktidar, liderin sahip olduğu takdir yetkisi ve araçları aracılığı ile çoğunlukla asimetrik bir ilişkisellik üzerinden başkasının iradesini belirleme potansiyeli taşımaktadır (Sturm ve Manzoni, 2008; Galinsky, Rus ve Lammers, 2011). Bu çerçevede iktidar, değer biçme yetkisinin belirli bir kişide toplandığı, iradeyi belirleme araçlarının tanımlandığı ve belirli bir kişinin kullanımına tahsis edildiği bir nüfuz etme biçimi olarak değerlendirilebilmektedir. Başkalarını belirli bir hedefe yönlendirebilmenin bir iktidar sahipliği ve birikimi ile gerçekleşebileceğinin önemi ortaya çıkmaktadır (Antonakis ve Day, 2008). İktidar, örgüt ve kurum üzerine tartışmaların da parçasıdır. Örgütleri, otoriteyi dağıtan ve gücü uygulayan yapılar olarak ele alan Zaleznik (1971) örgüt yapısının siyasal oluşu ile ilişkili olarak bireyler için bir iktidar zemini tesis ettiğini belirtmektedir. Bu zeminde merkezi bir figür ile onun etrafında oluşan grup arasında bir güç tesisi örgüt için vazgeçilmezdir (Zaleznik, 1971). Böylelikle siyasal bir örgüt zemini iktidar ile ilişki halindedir ve iktidar örgütün tüm bileşenlerine -liderleri, takipçileri, katılımcıları ve uygulayıcıları- nüfuz etme saikiyle varlığını tesis etmektedir. Bu noktada liderlik alanına dair çalışmalarda iktidar (power) ve yönetim (management) kavramlarının karşı karşıya gelişinden bahsetmek önemlidir. Antonakis ve Day (2008), yönetim kavramı ile liderlik arasındaki hattı belirlemek için yönetim tanımını şöyle yapmaktadırlar: “Görev odaklı olan yönetim, rasyonelliğe dayanan istikrar, bürokratik araçlar, sözleşmeden kaynaklı yükümlülüklerin yerine getirilmesi ile sonuçlanır” (s.6). Diğer yandan liderlik, amaç odaklı bir işleyiş olarak değerlere, ideallere, vizyonlara, sembollere ve duygusal/duyguların karşılıklı değişimine dayanmaktadır (s.6). Literatürde bu iki kavram birbirlerinden ayrı olarak düşünülmemektedir. Örneğin, Antonakis ve Day (2008) görev odaklı olan bir işleyişin bir alet çantasına ihtiyaç duyduğunu, liderlik ve yönetimin bu çantanın birbirini tamamlayıcı ve belirleyici öğeleri olarak düşünülebileceğini belirtmektedirler. Bass ve Bass (2008) ise çalışmalarında “liderlik kavramı ile başkanlık (headship) ve yönetim (management) kavramlarını karşılaştırıldığında, bir kişinin başkan veya yönetici olabileceğini, ama lider olmadığı sürece yönettiği kurum ya da yapıya ilişkin bir gelecek tahayyülüne, çalışanlarının performanslarını geliştirecek bir etkiye sahip olmadıklarına” dair bir vurgu yapmaktadırlar” (s.50). Bu durumda lider kavramı ile ilişkili olarak değişken bir şekilde literatürde “headship”, “management”, “administration” gibi kavramlara da başvurulmakta, bu kavramlar arasında net bir ayrım olmadığına dair tartışmalar da yer almaktadır (Turan ve Bektaş, 2014). Örneğin, Turan ve Bektaş (2014) lider ve yönetici arasındaki ayrımı birkaç örnekle şu şekilde özetler: “Yönetici idare eder, lider yapar; yönetici bir kopyadır, lider özgündür; yönetici mevcudu muhafaza eder, lider geliştirir; yönetici taklit eder, lider meydana getirir; yönetici işleri doğru yapar, lider doğru işler yapar vb.” (s.300). Liderlik kavramının etrafında konumlanan ve liderlik ile ilişkilenen kavram setlerinin bir taraftan lider nedir sorusunun tartışmasını yaptığını, diğer taraftan ise lider-merkezli bir literatürün varlığını tesis ettiğini de dikkatle incelemek gerekmektedir. Bu inceleme liderlik araştırmalarının tarihsel sürecini ve barındırdığı kavramları bu çalışmaya dahil ederek gerçekleştirecektir. Liderlik çalışmaları alanında edilgen unsurlar olarak ele alınan takipçilerin kendilerini ve örgüte dair süreçleri belirleyen aktörler olarak literatürde yeterince yer almadığı belirtilmektedir (Grant ve Ashford, 2008; Brown, 2008). Bu bağlamda, makalenin diğer bölümünde takipçilik kuramının kapsamı ve liderlik araştırmalarındaki pozisyonu değerlendirilecektir.

Liderlik Araştırmalarının Sosyal Bağlıları

Modern toplumun tanımlayıcı öğelerinden birisi ve toplumsal işleyişin temel gerçeği olarak nitelendirilebileceğimiz örgütler (organizations), toplumun yapılandırılmasında ve istikrarlı kılınmasında belirleyici roller üstlenmektedirler. Amitai Etzioni (1964), “Modern Örgütler” (*Modern Organizations*) adlı çalışmasında örgüt tanımını yaparak örgütlerin çok veçheli işlevselliğini belirli noktalardan işaret etmektedir:

“Toplumumuz örgütsel bir toplumdur. Örgütler içinde doğuyoruz, örgütler tarafından eğitiliyoruz, yaşamımızın büyük bölümünü örgütler için çalışarak harcıyoruz. Boş zamanlarımızın çoğunu örgütlerde para ödeyerek, oynayarak ve dua ederek harcıyoruz. Çoğumuz örgütlerde öleceğiz ve sıra gömülmemize gelince hepimizin en büyük örgütü -devlet- izin vermeil” (Etzioni, 1964, s.1; Aktaran: Morgan, 1990. s.1).

Bu örgüt tanımından yola çıkarak yaşam ve ölüm üzerindeki belirleyici rolü ile örgütler, modern devletin yaşam alanlarına (örneğin eğitim, ticaret, sanayi vb.) bürokrasiyi dahil ederek gündelik yaşamın her alanına taşınmışlardır (Morgan, 1990; Clegg, 2006). Bir başka tanım ise örgüt yapısının planlanmış gruplardan oluştuğunu, belirli amaç ve hedefleri olduğunu, katılımcıların katılım süreçlerinin devamlılığını sağlama amacı taşıdığını, resmi kurallar dizgisine sahip olan, kişisel özelliklerden sıyrılmış belirli bir otorite yapısı ve sorumluluk barındıran örgütsel rolleri içerdiğini belirtmektedir (Handel, 2003, s.1). Örgüt teorisininin tarihsel seyrinde karşımıza çıkan farklı örgüt yaklaşımları (bürokratik örgütler, insan ilişkileri merkezli yaklaşımlar, sistem teorisi, emek süreci yaklaşımları, kurumsal teori, örgütsel rasyonalizasyon, popülasyon ekolojisi vb.) toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerinin ve tarihsel belirleyici unsurların örgütlerin belirli bir tarihsellik çerçevesinde yapılandığının da göstergesidir (Clegg, 2006).

Liderlik araştırmalarında bu tanımlara ek olarak örgüt kavramının kurum (institution) kavramı ile karşılaştırmalı tanımları da yer almaktadır. Örneğin, Turner’ a göre (2006, s.301) kurumlar, bireylerin sosyalleştiği normlar ve yaptırımlar ile şekillenen düzenli davranış yapılarıdır, dolayısıyla kurumlar toplumsal rollerin bütünüdür. Kurumlar, toplumsal ilişkiler içerisinde inşa edilmekte ve böylelikle meşruiyetini sağlamaktadır. Jaeggi (2009) ise “(İyi) Kurum Nedir?” (*What is a (good) institution?*) adlı sorusunu sorduğu makalesinde kurumların adil bünyeler olarak ve meşruluklar üzerinden değerlendirilmesine dair mesafeli yaklaşımını, patolojilerini anlamanın bir yolunun onları istikrarlı, meşru ve adil oluşlarına sabitlemeden değerlendirmenin önemine vurgu yapmaktadır (s. 2-3). Bu odaktan yola çıkarak Jaeggi (2009) kurum yapısının bileşenlerini ise şu şekilde çerçevelemektedir:

“1. Katılımın beklendiği, belirli davranış biçimlerine dair karşılıklı beklentileri ve normatif baskı unsurlarını barındıran, 2. Etki gücü olan ve kamusal alanda tanınan, 3. Meşruiyeti olan, 4. istikrarlı bir yapı olarak biçimsel prosedürleri, içsel iş bölümünü içeren ve içeriden yapılandırılmış varlıkları (entity) barındırmaktadır” (s.2-3).

Morgan (1990) ise herhangi bir kurumun, örneğin aile, parçası olarak bu katılımın neyi içerdiği ve hangi rolleri icra etmeyi gerektirdiği bilgisine açıkça sahip olduğumuzu belirtmektedir. Bu bilgi kurumların bireyleri resmi ve informel kodlara dayanarak seçtiğini ya da ayıkladığını, sadece seçmek ve ayıklamak üzerinden etki yaratmayıp aynı zamanda oluşturduğu, inşa ettiği tartışmasını da beraberinde getirmektedir (Gert ve Mills, 1953). Diğer yandan kurumlar belirli yaptırımlar ve normlarla şekillenen davranış yapılarını, kamusal alanda tanınırlığı, meşru ve istikrarlı yapılar olarak varlığını tesis etmekle beraber örgüt yapısı ile farklılaşmaktadır. Bu fark Morgan (1990) tarafından şöyle ifade edilmektedir:

“Örgütler, belirli amaçlar ve araçlar arasındaki bağı düzenli olarak kontrol edilmesi ve izlenmesini (monitoring) talep ederler. Bu izleme ve kontrol süreci, bilinçli bir disiplin sürecinin işlemesi anlamına gelir ki bu süreç örgüt liderlerinin örgüt içi koşulları belirleyici dış koşullara adapte ettiği süreçlerdir... Örgütler belirli amaçlara ulaşmak için insanları ve fiziksel kaynakları koordineli ve kontrollü bir şekilde bir araya getirirler. Bu merkezi kontrol ve izleme mekanizması geliştirilip rasyonalize edilerek, zaman ve mekanın yaratacağı sınırlılıkların da aşılması sağlanmaktadır. Bu ise sadece mevcut kaynakların değil, geleceğe dair kaynaklarında belirlenebileceğini ve planlanabileceğini göstermektedir” (s.5-6).

Kontrol ve izleme süreçlerinin belirli bir disiplinci mekanizma ile iç içe geçmiş olduğu bu örgüt tanımında, insan sermayesi kontrol, izleme ve koordinasyonu ile örgütün hedefleri doğrultusunda yönlendirilmektedir. Bu çalışmanın merkezinde yer alan bir kavram olarak yönlendirme ya da “yönetme” pratiklerinin eklemlendiği liderlik ve takipçilik örgüt yapısına ilişkin tanımlarda da belirginleşmektedir. Örgüt çerçevesinin çizildiği bir başka çalışmada Brewer (2004) şu vurguları yapmaktadır:

“Örgüt kavramının geniş bir çerçeveden sosyal hayatın ve davranışların yönetildiği büyük yapılar olarak tanımlanabileceği gibi, daha dar bağlamda bürokratik yapıya sahip resmi yapılar olarak da düşünülebilir. Bu resmi yapıların bazıları ‘müşterileri’ işlemlere tabi tutar, örneğin temel amacının insanları ve onların ihtiyaçlarını yönetmek olan okullar ve polis merkezleri. Diğerleri ise, fabrikalar gibi asıl amacın işin (work) kendisi olduğu, işin yönetildiği yerlerdir” (s.312).

Bu tanımlarda belirgin olarak ortaklaşılan düzlem öncelikle örgütlerin bir tarihsellik barındırdığı, toplumsal ve kültürel zeminlerde farklılaşmakta ve farklı temsiliyetler sağlamakta olduğu, süreklileşen bir alternatif yaratma potansiyeli taşıdığıdır (Morgan, 1990). Aynı zamanda örgütler gündelik yaşamın kurucu unsurları olarak belirli amaç ve hedefler etrafında örgütlenen, toplu temsiliyeti sağlayacak kuralların belirleyiciliğinde işleyen, disiplinci pratikleri ve belirli otorite yapılarını barındıran, örgüt içi rollerin tanımlandığı ve pratiklerin belirlendiği, kontrol ve izleme mekanizmaları ile amaçlar ve araçlar arasındaki bağı devamlılığının sağlandığı yapılardır. Bu kapsamda toplumsal gerçekliğin birer parçası olarak düşünülebilecek örgütler, bünyesinde barındırdığı makro ve mikro ilişkiselliklerin devamlılığı üzerinden varlıklarını tesis etmektedirler. Bu tesis içeriden ve dışarıdan yapılandırılabilir bir oluşum olarak örgütü kurgularken, aktörlerin örgüt ile kurdukları sözleşmelerin de kapsamını ve sınırlarını belirleme potansiyeli taşımaktadır.

Kendini oluşturabilecek potansiyeli yaratma ve devamlılığını sağlama eğilimindeki örgüt ile aktörler arasındaki sözleşmeler, örgüt içerisinde bazı gerilim ve çatışmaların da belirleyicisidirler. Örneğin, Jaeggi (2009) kuruma dair yapmış olduğu tespitlerde bu gerilimlerin aktörlerin “görevlendirme unsurları” ile “bireylerin yerinin doldurulabilirliği” mekanizmaları üzerinden yapılanmakta olduğunu vurgulamaktadırlar. Böylelikle tanımlı ve istikrar barındıran görev tanımı ve eylem dizgisi içerisinde belirlenmiş olan aktörlerin varlıkları örgüt içerisinde bölünmektedir. Aktörler örgütün belirlemiş olduğu varlıklar ve aktör olarak özgül varlıkları ile örgüt bünyesinde konumlanmaktadır (Jaeggi, 2009). Morgan (1990) ise örgüt ile aktörler arasındaki ilişki ve gerilimlerin belirli hedef ve ilgileri doğrultusunda hareket eden aktörleri örgütün kendi amaçları doğrultusunda yönlendirmeye yönelik bir kontrol ve koordinasyon yürütmesi ile ilişkisi olduğunu belirtmektedir. Böylelikle kendini oluşturan potansiyeli yaratma eğilimindeki örgüt bu potansiyel yapının devamlılığı için gereken kriterlerin de varlığını tesis etmektedir. Bu noktada örgüt içerisinde aktörlerin özerkliği bu denklemin neresinde konumlanmaktadır sorusu önem arz etmektedir.

Liderlik Araştırmalarının Tarihsel Çerçevesi

Sosyal bilimler alanında 1900'lerin başında liderlik alanına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmeye başlansa da (Bass ve Bass, 2008) sistemli bir şekilde liderlik çalışmaları 1930'lar sonrasında (House ve Aditya, 1997). House ve Aditya (1997) bilimsel bir çalışma alanı olarak nitelendirdikleri liderlik alanına yönelik çalışmaların belirli yapılar etrafında şekillendiklerini ve bununla batı sanayileşme kültürü ve belirleyici pratikleri olduğu vurgusunu yapmaktadırlar. Örneğin, liderlik alanına yönelik mevcut kuramların temel referans noktasının Amerikan kültürü olduğuna dair değerlendirmelerinde liderlik kuramlarının kolektivizmi değil bireyselliği, takipçilerin/katılımcıların haklarını değil sorumluluklarını, görev ve fedakârlık unsurlarını değil hazcılık ilkesini, işe ait ve demokratik değerlerin merkeziliğini ve rasyonellik ilkesi kapsamında liderlik alanını tartıştıklarını belirtmektedirler (House ve Aditya, 1997, ss.409-410). Bir taraftan liderlik literatüründe belirleyici nitelikteki araştırma paradigmalarının tarihsellikleri ele alınırken diğer taraftan liderlik çalışmalarının görmezden geldiği bilgi formları yani alanın epistemolojik oryantasyonu ve belirleyiciliği sorgulanmaktadır. Bu vurgu bilimsel araştırma süreçleri ve şekillendirdiği bilgi yapılarına yönelik epistemik güven ve epistemik sorumluluk tartışmalarını da bünyesinde barındırmaktadır. Böylelikle bilimsel çalışmaların/pratiklerin ortaya çıktıkları bağlamın değerler bütünü, temel odak ve unsurları, değer yüklü varsayımları nedeniyle kısıtlanabildiğini ve bu kısıtlılığın araştırmanın sonuçlarını kurucu bilim kurallarını ihlal etmeden gerçekleştirilebildiğini dikkate almak önemlidir (Longino, 1990, s.83).

Liderlik çalışmaları alanında farklı okullardan bahsedilmektedir (House ve Aditya, 1997; Turan ve Bektaş, 2014). Örneğin, Antonakis ve Day (2008) liderlik çalışmaları alanında dokuz temel belirleyici okulun varlığının altını çizmektedirler: Biyolojik/evrimsel (*biological/evolutionary*), bilginin işlendiği (*information processing*), yeni liderlik (*new leadership*), ilişkisel (*relational*), şüpheciler (*skeptics*), bağlam odaklı/ilişkili (*contextual*), durumsallık (*contingency*), davranışçı (*behavioral*), kişisel özellikler merkezli (*trait*) olarak kategorize edilmektedir. Bu kategorizasyona ek olarak alandaki temel liderlik teorileri şu şekilde sıralanmaktadır: Kişisel özellikler merkezli, davranış merkezli, durumsallık merkezli, çoklu seviye yaklaşımları (ikili, çift yönlü yaklaşımlar örneğin, lider-takipçi ya da çok yönlü yaklaşımlar), bilgi işleme merkezli, neo-karizmatik merkezli, diğer yaklaşımlar (iktidar ve etkisi ile ilgili, liderlik ve çoğulculuk, kültürlerarası liderlik vb.), yeni yaklaşımlar (bağlamın etkisi, duyguların etkisi, kamusal varlık, değişimi yöneten, özgün, ideolojik ve pragmatik vb.) (Gardner, Lowe, Moss, Mahoney ve Coglisier, 2010, s.935).

20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan liderlik çalışmaları öncelikli olarak kişisel özellikleri merkeze alan bir perspektif ile yapılmaya başlamıştır (House ve Aditya, 1997; Zaccaro, Dubrow ve Kolze, 2008). 1950'li yıllarda gerçekleştirilen çalışmalarda liderlik özellikleri ile etkili liderlik arasındaki ilişkiye odaklanılmıştır. Alanda iki önemli çalışma olarak nitelenen Ralph M. Stogdill (1948) ve Richard D. Mann'ın (1959) çalışmaları tahakküm (*dominance*) ile zekâ (*intelligence*) özelliklerinin lider eğilimleri olarak etkili liderlik sağlamada belirleyici olduğunu ifade etmektedir (House ve Aditya, 1997). Bu iki çalışmaya yönelik eleştirel bir literatür de bulunmaktadır. Eleştiriler liderlik özelliklerine ilişkin çalışmaların sayıca azlığını, yeterli sayıda ampirik çalışma ve veriyle desteklenmediğini, geçerliliğine yönelik sorunlar barındırdığını belirtmektedir (House ve Aditya, 1997; Zaccaro, Dubrow ve Kolze, 2008). Liderlik özellikleri ve liderliğe yönelik atıflar farklı çalışmalarda belirli kategoriler altında da incelenmektedir. Örneğin, Zaccaro, Dubrow ve Kolze (2008) çalışmalarında liderlik özellikleri ve atıflarını bilişsel, sosyal, karakter temelli, motivasyon/güdülerle ilişkili, özgüven, bilgi ve beceriler gibi kategoriler altında toplamaktadırlar. Bilişsel düzeyde zekâ, yaratıcı-farklı düşünme, problem çözme, karar alma; karakter temelli özellikler olarak dışadönüklük, açıklık, bütünlük, uyumluluk vb; motivasyonel olarak hakimiyet isteği, enerjik, güç ihtiyacı, hırs; sosyal beceriler olarak öz-denetim, iletişim, duygusal tutarlılık; görev becerileri olarak yönetim becerisi; ek olarak teknik bilgilere sahiplik, özgüven bu kategorilere ait bileşenler olarak düşünülebilir (Zaccaro, Dubrow ve Kolze, 2008). Liderlik özelliklerine ilişkin paradigma zamanla, liderlik vasıfları ile etki yaratma arasındaki ilişkinin

belirleyiciliğinin sorgulandığı ve başka değişkenlerin de dikkate alınmasına yönelik bir dönüşüm sürecine girmiştir (House ve Aditya, 1997). Liderlik özelliklerine yönelik çalışmaların akabinde 1950'li yıllarda liderlik davranışları üzerine odaklanan ekol yapılanmaya başlamıştır (Antonakis ve Day, 2008). Ohio State ve Michigan Üniversitesi'nde gerçekleştirilen çalışmalarda liderlik davranış modeline yönelik iki temel belirleyici çerçeve ortaya çıkmıştır: görev odaklı (yönlendirici, başlatma eğilimli vb.) ve insan odaklı (destekleyici, dikkate alan vb.) (Turan ve Bektaş, 2014; Yukl, 2013). House ve Aditya (1997) Harvard Çalışma Grubu'nun da yer aldığı bu çalışmada liderlerin sahip olduğu bireysel şöhretin üçüncü bir çerçeve olarak öne çıktığını belirtmektedirler. Fakat bu boyut, şöhreti elde etme ve iktidarı kendinde toplamaya yönelik bir profile evrilme potansiyeli taşıması nedeniyle literatürde çok ilgi görmemiştir (House ve Aditya, 1997). Davranışsal model, liderlere özgü belirli davranış kalıplarını/yapılarını ortaya çıkarma amacı taşımasına rağmen bazı sorunlarda barındırmaktadır. Örneğin, üst düzey yöneticiler ile görüşmelerin olmaması, veri toplama tekniklerinin kısıtlılıkları, teorik çerçevenin eksikliği vb. Dolayısıyla 1960'lar ile birlikte liderlik davranışlarının durum ve bağlam üzerinden şekillenmekte olduğu tespiti ile alana yönelik çalışmalar bu çerçevede evrilmeye başlamıştır (House ve Aditya, 1997).

Liderlik çalışmalarında liderlik özelliklerine ve davranışlarına odaklı paradigmanın akabinde durumların-bağlamın (*context*) belirleyiciliğine; kişi, bağlam ve davranış arasındaki ilişkiselliğe odaklanan durumsallık teorisi (*contingency theory*) ortaya çıkmıştır (Liden ve Antonakis, 2009). Bu çerçeve içerisindeki temel tartışmalar Tablo 1'de belirtilmektedir. Tüm bu parametreler dikkate alındığında durumsallık ile işaret edilen liderliğin lider olan kişi ile sınırlı olmadığı, zamanın ve koşulların lideri belirleyiciliği üzerine bir vurgudur (Ayman ve Lauritsen, 2008).

Tablo 1

Durumsallık Teorisinin Temel Tartışmaları

Antonakis ve Day (2008, s.10)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lider ve takipçileri arasındaki ilişkiler, görev tanımları ve liderlik pozisyonunun sahip olduğu iktidarın lider etkililiğinde belirleyiciliği ▪ Liderin takipçilerini hedeflerine ulaştırmadaki becerisi ▪ Liderliğin gerekli olmadığı şartların varlığının söz konusu olması örneğin takipçilerin potansiyeli, rutin işleyişler ve örgüt işleyişinin netlik içinde olması
House ve Aditya (1997, ss.421- 423)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bağlama ait değişkenlerin lider kişiliğini ve davranışlarını nasıl belirlediği ▪ Amaç ve amaca götüren süreçlerin belirlenimi (takipçilerin etkisi ile) ve liderin uyum sağlama pratiği (<i>path-goal theory</i>) ▪ Yaşam döngüsü içerisinde ortaya çıkan durumlar karşısında şekillenen liderlik pratikleri ▪ Farklı durumlar karşısında liderlik profilinin nasıl şekillendiği, örneğin stresli çalışma koşulu vb.

Diğer liderlik ekolu ise bağlamsal liderlik (*contextual leadership*) olarak tanımlanmıştır. Durumsallık teorisi ile ilişkili olarak bağlamsal liderlik bağlamlarının çeşitliliğinde liderlik pratiklerinin nasıl şekillendiği ile ilgilenmektedir (Antonakis ve Day, 2008). Burada vurgu bağlamların çok geniş bir ölçekte farklılaşabileceği üzerinedir ve bu farklılaşma davranışlara yönelik araştırmalarda bağlamların belirleyiciliğinin vurgusunuda içermektedir (Lewin, 1947; Liden ve Antonakis, 2009). Örneğin, kültürel yapıların etkisi, hiyerarşinin işleyiş biçimi, toplumsal cinsiyetin belirleyiciliği, örgüt eğilimleri, pratikleri olarak düşünülebilir (Liden ve Antonakis, 2009). Antonakis, Avolia ve Sivasubramaniam'ın (2003) Çok-Faktörlü Liderlik Anketi (*Multifactor Leadership Questionnaire-MLQ*) üzerine yaptıkları çalışmada liderlik pratiklerinin gözlemlendiği ve değerlendirilmeye alındığı bağlamların özelliklerinin etkili olduğu varsayımı üzerinde durmuşlardır ve sonuç olarak MLQ (ve diğer anket çalışmalarının) yeni liderlik modellerini anlamlandırmada önemli olmakla beraber, olası liderlik modellerinin her birini kapsayacak boyutta olmadığını ve bu noktada bağlamların (*context*) ve gücünün ve değişebilirliğinin liderlik modelinin ortaya çıkışındaki belirleyiciliğinin dikkate alınması gerektiğinin vurgusunu yapmaktadırlar. Dolayısıyla durum/bağlam ve zaman gibi değişkenler ile lider arasındaki etkileşimler belirleyicidir (Ayman ve Lauritsen, 2008).

Bir diğer liderlik ekolu ise ilişkisel liderlik (*relational leadership*) olarak tanımlanmıştır (Antonakis ve Day, 2008). İlişkisel liderlik ekolu başlangıçta dikey olarak yapılanmış, hiyerarşik bir ikili ilişkisellik (*leader-follower*) üzerinden tanımlanmaktayken lider-üye etkileşim (*leader-member exchange theory-LMX*) teorisine evrilmiştir. Bu model lider ile takipçi/üye arasındaki ilişkinin kurucu unsurlarını lideri, takipçileri, örgütü ve bağlamı dikkate alarak tartışmaktadır (Epitropaki, Martin ve Thomas, 2008). Burada etkileşim teorisi, bir liderlik formu olarak değil, lider ile takipçi arasındaki ilişkinin/bağlantının yarattığı duygusal ve tutumsal birikimin bir unsuru olarak konumlanmakta ve bu birikim grup-İçi ve grup-dışı ilişkilenebilirlik üzerinden gerçekleşmektedir (Antonakis ve Day, 2008). Lider ve takipçi arasındaki etkileşime dair Herold (1977) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, lider ve takipçi etkileşimini karşılıklı bir mutabakat olarak tanımlamaktadır.

Liderliğin varlığı ve gerekli olup olmadığı noktasında soruları gündeme getiren bir diğer liderlik ekolu, 1970 ve 1980'lerde *şüphencilik* merkezli olarak örgütlenmektedir. Liderliğin örgütsel bağlamda nasıl farklılıklar, değişimler, etkiler yarattığı noktasında sorular soran bu ekol, liderlik alanına ilişkin çalışmalarda başvurulan metodolojik yöntemlerin sorunsallaştırılması, üst düzey liderlik ile denetleyici liderlik farklılaşmasının dikkate alınması, takipçilere ve onların gerçeklik algısı konularına yönelik sorunsallaştırıcı yaklaşımı ile alan çalışmalarına katkıda bulunmaktadır (Antonakis ve Day, 2008, s.11-12). Bu süreçlerde şüphencilik ekolu, bilişsel süreçlerin liderlik çalışmalarındaki belirleyici rollerin odaklanan *bilgi işleme* perspektifinden de faydalanmaktadır.

Liderlik alanına dair çalışmalarda belirli yapıların hegemonik bir biçimde kurucu unsurlar olarak alanı tanzim ettiği belirtilmektedir. Örneğin, Bass ve Bass (2008) liderlik biçimlerinin çerçevesini çizerken belirli karşıtlıklar üzerinden şekillenen yapılar karşımıza çıkmaktadır: Otokratik ya da demokratik liderlik, yönlendirici ya da katılımcı liderlik, görev ya da ilişki yönelimli liderlik, öncülük merkezli ya da düşünme/değerlendirme merkezli liderlik. Diğer yandan liderlik çalışmaları alanında farklı bir liderlik perspektifine ihtiyaç olduğuna dair bir yönelim 1970'lerde belirgin bir şekilde *karizmatik liderlik teorisi* ile başlamış ve sonrasında dönüşümcü (transformational) ve neo-karizmatik dönem olarak tanımlanan süreç ile birlikte farklı liderlik yaklaşımlarını içermeye evrilmiştir (Antonakis ve Day, 2008, s.58).

Karizma kavramı teolojik bağlamda "ilahi lütuf" olarak bahsedilmiş, olağanüstü güçler ile donatılmış bir otorite figürünü ifade etmektedir (Poggi, 2006). Max Weber'in karizmatik kavramını toplumsal eylem ve toplumsal ilişkiler bağlamında değişimin sağlayıcısı olarak tanımlamakta ve karizmatik lideri "herkesin erişemeyeceği, doğaüstü lütufların sahibi" olarak betimlemektedir (Weber, 1968, s.77; Yukl, 2010). Weber'e göre (1968)

karizmatik tahakküm, bürokratik tahakkümden farklıdır ve ekonomik gelir amacı gütmendiğinden patriyarkal tahakkümden de rasyonel ekonomik davranışların karşısında oluşu ile ayrılmaktadır. Karizmatik liderlik kavramının çerçevesi çizilirken belirginleşen iki önemli liderlik modeli yer almaktadır: İşlemci (transactional) ve dönüşümcü (*transformational*). İşlemci liderlik modeli ekonomik yaşamda geçerli olan sözleşme barındıran ilişkilere, karşılıklı mutabakata dayalı ve katılımcıların/takipçilerin liderlik sistemine güvenmelerine, inanmalarına bağlıdır. Bu çerçeve karşılıklı bir sözleşmeyi esas almakta, güveni telkin etmeyi ve adanmışlığı sağlamayı önemsemektedir (Antonakis ve Day, 2008). Bass ve Bass'ın (2008) tanımında işlemci liderliğin belirleyici özellikleri koşullu bir ödül mekanizmasını işletmesi, standartlar ve kuralların takip edilmemesi üzerinden aktif ve pasif stratejiler belirlemesi ve sorumluluk ve karar alma süreçlerine ilişkin *laissez-faire* yaklaşımını benimsemesi olarak tanımlanmaktadır. Diğer yandan dönüşümcü liderlik ve takipçinin motivasyonu, ahlaki ve etik taleplerinin dikkate alındığı bir düzlemi ifade etmektedir (Antonakis ve Day, 2008). Bass ve Bass (2008) dönüşümcü liderliğin karakteristik özelliklerini karizmaya sahip olması, ilham verici olması, entelektüel uyarım sağlaması, bireyselliği göz önünde bulundurması olarak tanımaktadırlar. İşlemci liderlik değer biçilen şeyler üzerinden bir mübadele ilişkisi kurarken ve kişisel çıkarlar üzerinden kendini inşa ederken dönüşümcü liderlik kişisel çıkarların ötesinde geniş kapsamlı hedefler, idealler ve eylem/müdahale pratiğini barındırarak takipçiler/izleyiciler üzerinden daha büyük bir etkiye sahiptir (Burns, 1978; Aktaran: Antonakis ve Day, 2008). Yukl (2010) ise dönüşümcü liderliğin takipçilerin ahlaki değerleri ile ilişkilendiğini ve bunu da etik çalışma bilincinin oluşumunu ve enerji ve kaynakların kurumsal reformun gerçekleşmesi yönünde mobilize olması amacıyla yaptığını belirtmektedir. Diğer yandan işlemci liderlik mübadele değeri olan değerler ile ilgilenmekte, değerlerin alışveriş maliyeti belirleyicidir ve takipçileri bireysel çıkarları üzerinden motive etmektedir (Herold, 1977; Yukl, 2010). İşlemci ve dönüşümcü liderlik modellerinde takipçilerin konumlanış biçimleri ve etken/edilgen pozisyonları da belirleyici niteliktedir. Bu bağlamda dönüşümcü liderlik modelinin “yeni liderlik” formları ile ilişki halinde olduğu belirtilmektedir (Turan ve Bektaş, 2014). Diğer liderlik ekolü ise biyolojik/evrimsel liderlik modelidir. 1960'lı yılların Nobel ödüllü biyoloğu Karl von Fisch'in teorisi ile kanıtlanan, kovan için yiyecek kaynaklarını keşfeden arının bu keşfin detaylarını kovana döndüğünde gerçekleştirdiği dansı aracılığı ile takipçilerine anlatması lider-takipçi dinamiğinin biyolojik/evrimsel bağlamdaki temsilidir (van Vught, 2008). Bu liderlik ekolü insan dışındaki canlıların liderlik ve takipçilik form ve pratiklerinin incelenmesini ve böylelikle liderlik tarihini türler arası karşılaştırmalar aracılığı ile anlaşılmasını önemsemektedir.

Liderlik çalışmaları alanını belirleyen bu ekoller liderlik formları, pratikleri, bileşenleri ve bağlamlarına dair önemli tartışmaları içermektedir. Liderliğe yönelik kuramsal tartışmalar ve araştırmaların belirgin bir şekilde çoğunlukta olduğu görülürken takipçilere bu literatürde yeterince yer verilmediği görülmektedir (Uhl-Bien, Riggio, Lowe ve Carsten, 2014). Liderlik çalışmaları alanının epistemik odağının lider üzerinden yapılanması bir bireyin kendi özerkliğini bırakıp başkasının özerkliğine tabi oluşunu anlamak bağlamında sorunludur (Bastardo ve Van Vught, 2019). Lider-takipçi ilişkisinin örgüt yapısında belirleyiciliği takipçi literatürüne dair bir açılım ihtiyacının önemini de ortaya koymaktadır.

Takipçilik Kuramı (*Followership Theory*)

Liderlik konusundaki araştırmaların bir bölümü takipçileri pasif alıcılar, lider nüfuzu ve davranışlarını yönlendiren aktörler olarak konumlandırmakla beraber takipçilerin lider üzerindeki aktif ve belirleyici etkisini tartışmaya açan bir literatür de oluşmaya başlamıştır (Uhl-Bien, Riggio, Lowe, Carsten, 2014; Oc ve Bashshur, 2013). Anlamsal olarak takipçi kelimesi ele alındığında edilgen bir yapıyı çağrıştırması, Hoptin ve diğerlerinin (2012) belirttiği gibi role dayalı bir yaklaşımın benimsenmesi ve hegemonik olarak lider merkezli bir literatürün etkisinden kaynaklanmaktadır. Takipçilik kuramını liderlik kavramının literatürde sahip olduğu ayrıcalıklı pozisyonunu sorgulamaya açarak ve liderlik kavramının dayandığı epistemik yapıları ele alarak tartışmaya açmak önemlidir. Bu temel tartışmaları derinleştirmek için bu bölümde, ayrıcalıklara sahip

epistemik öznelere, yapıların ve üretici bağlamlarının sorgulanmasına takipçilik kuramının genel çerçevesini ve ilgili tartışmaları inceleyerek katkı sunulacaktır.

Sosyal bilimlerde epistemik adaletsizlik kavramı bilginin varoluş sürecinin kurucu unsurlarını, adaletsiz yapılarını, anlam oluşturma pratiklerini incelemekte ve tartışmaya açmaktadır. Kidd, Medina, ve Pohlhaus (2017), "Epistemik Adaletsizlik" adlı derleme çalışmalarında bilginin varoluş sürecine dair bazı temel soruları gündeme getirmektedirler ve bu soruların tartışmaya açtığı temel konuları şu şekilde açıklamaktadırlar:

"Kim konuşabilir ve kim konuşamaz? (Kimin sesi var ve kimin sesi yoktur?) Konuşma eşit derecede eylemlilik ve iktidar barındırıyor mu? İletişimde kimin kavramlarına başvuruyoruz? Kim anlaşılıyor ve kim (ne pahasına) anlaşılmıyor? Kim inanıldır? Kim kabul gören ve yakın ilişki kurulandır? Epistemik adaletsizlik tüm bu bilgi, anlayış, ve iletişime katılım süreçlerindeki eşitsiz muameleleri ifade etmektedir. Tüm bu sorular anlam (meaning) ve bilginin üretim süreçlerindeki eşitsiz yapılar ve pratiklere dair birçok tartışmayı da beraberinde getirmektedir. Örneğin, Dışlama ve susturma; görülmeme ve duyulmama (ya da çarpıtılmış mevcudiyet ya da temsiliyet); aitliği bulunan bir anlam kümesini sistematik olarak çarpıtmak, duymamak; iletişim süreçlerinde eksiltilmiş, aşındırılmış statü ya da duruş sahipliği; otorite ve epistemik eylemlilikte ayrımların eşitsizliği; asimile edilme ya da araçsallaştırılma; marjinalleştirilme vb." (s.1).

Epistemik adaletsizlik tartışmaları bu makale bağlamında liderlik çalışmalarına ilişkin üretilen bilginin, alanın epistemik odaklarının hangi "ayrıcalıklı" yapılar üzerinden inşa edildiğini ve örgütlendiğini tartışmaya açmak bağlamında önemlidir. Kidd, Medina, ve Pohlhaus'un (2017) ortaya koyduğu temel soruları liderlik çalışmaları bağlamında yeniden formüle edecek olursak: Liderlik çalışmaları alanındaki araştırmalarda kim konuşabilir ve kim konuşamaz? (Kimin sesi var ve kimin sesi yoktur?) Konuşma eşit derecede eylemlilik ve iktidar barındırıyor mu? İletişimde kimin kavramlarına başvuruyoruz? Kim anlaşılıyor ve kim (ne pahasına) anlaşılmıyor? Kim inanıldır? Kim kabul gören ve yakın ilişki kurulandır? Bu sorulara ek olarak alanın epistemik öznesi üzerine nasıl düşünebiliriz sorusu, lider otonomisi dışında başka otonomilerin varlığına dair de bir arayışı ifade etmektedir. O halde alanın epistemik öznesi üzerine nasıl düşünebiliriz? Takipçilik kuramı bu yönelimin bir açılımı olarak değerlendirilebilir ve epistemik öznenin liderden takipçiye yöneldiği bir eksenin de yaratıcısıdır. Bilginin varoluş sürecinin yapı ve pratiklerinin teşhisi ve analizinin kilit pozisyonu toplumsal gerçekliğin çarpıtılma formları, referans noktaları, dolaşıma sokulma biçim ve stratejilerini üzerine düşünmeye olan davetidir. Bu bağlamda epistemik adaletsizliğin giderilmesinde onun örtük bir şekilde üreticileri olan epistemik kaynakların gözden geçirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Shotwell, 2017; Kidd, Medina ve Pohlhaus, 2017). Bu noktada liderlik literatürüne ilişkin ayrıcalıklı yapıların inceleniyor oluşu önem kazanmaktadır.

Takipçilik kuramında takipçilik etiketi/sınıflandırması, diğer etiketler/sınıflandırmalar gibi belirli anlamlar etrafında örgütlenmekte, bu anlamlar negatif-pozitif bağlamda sınıflandırmanın öznesini de çevrelemektedir. Hoptin ve diğerleri (2012), bireyin kendini gerçekleştirme gücü ile etiketin/sınıflandırmanın ona dayattığı arasındaki farkın açıldığı bir düzlemi sorunlu bulmakta ve tartışmaya açmaktadırlar. Bu tartışma üzerinden Uhl-Bien ve diğerleri (2014), takipçilik kuramını ele aldıkları çalışmalarında takipçilere dair kuramsal tartışmayı iki çerçeve üzerinden ele alırlar: Role dayalı yaklaşım (*role-based approach*) ve inşacı yaklaşım (*constructionism*). Bu yapılandırmayı liderlik çalışmalarında lider-takipçi bağının ilişkisel yapısı üzerine bina eden Uhl-Bien ve diğerleri (2014) bu iki belirleyici yaklaşımın çıkış noktasını a. rütbe, pozisyon (rol gibi) ve b. sosyal süreç olarak ele aldıkları takipçi (*follower*) tanımları ile ilişkilendirmektedirler. Buna dayanarak role dayalı ve inşacı yaklaşımı şu şekilde açıklamaktadırlar:

“Role dayanan yaklaşım, takipçiyi resmi ve gayriresmi bir pozisyon ya da rütbenin eyleyicisi olarak (Örneğin, ast-üst ilişkisi bulunan bir hiyerarşide ast olarak, lider-takipçi ilişkisinde ise takipçi olarak) görmektedir. İnşacı yaklaşımda ise takipçilik ilişkisel bir etkileşimdir ki bu etkileşim liderliği, liderlik ve takipçiliğe ait eylemlerin birlikte ve bütünlüğünde şekillenen bir yapı olarak ele almaktadır. Rol temelli yaklaşım, takipçiliği bireylerin veya grupların üstlendikleri roller, bir dizi davranış ya da davranış stilleri olarak araştırırken inşacı yaklaşım ise takipçiliği, liderlikle iç içe geçmiş belirleyici bir sosyal süreç olarak görmektedir” (s.89)

Bu noktada rol temelli yaklaşım, liderlerin takipçilerin tutumlarını, davranışlarını, yönelimlerini, eğilimlerini, pratiklerini nasıl etkilediği üzerine odaklanan lider merkezli bir literatürün odağını takipçi olarak değiştirip sabitleyerek takipçilerin lider tutum, davranış, yönelim, eğilim ve pratiklerini nasıl etkilediği sorusuna odaklanmaktadır. Uhl-Bien ve diğerlerinin (2014) belirttiği gibi bu yaklaşımda takipçilerin pozisyonu bağımsız değişken olarak konumlanırken liderlik bağımlı ya da moderatör (düzenleyici) değişken olarak konumlanmaktadır. İnşacı yaklaşım ise takipçiliğin ve liderliğin bir müşterek ilişkilenebilecek şekilde yapılandırılmakta olduğunu, takipçiliğin bir rol olarak tanımlandığı değil davranış olarak çerçevelendiğini, dolayısıyla liderin daimi yöneten değil takip eden olabileceğini de ifade etmektedir. Role dayalı yaklaşımın takipçiyi ele alış biçimi bir hiyerarşik düzlem üzerinden olurken inşacı yaklaşım takipçiyi dinamik bir ilişkisel sürecin aktif öznelerinden birisi olarak kurgulamaktadır (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014).

Role dayalı yaklaşımların esas aldığı hiyerarşik düzlemde temel soru şu şekilde formüle edilebilir: Hedeflenen sonuca ulaşmak için takipçilerin sahip olması gereken gerekli özellik ve davranışların birleşimi nedir? (Graen ve Uhl-Bien, 1995, s.223; Uhl-Bien ve diğerleri, 2014, s.90). Bu özellik ve davranışlara yönelik role dayalı yaklaşımları içeren literatür belirli odaklar etrafında şekillenmektedir. Öncelikli olarak takipçi özellikleri ve stilleri üzerine odaklanan bir yapıdan bahsetmek gerekmektedir. Bu bağlamda Abraham Zaleznik (1965) tarafından önerilen yapı, takipçilerin özelliklerini iki ana eksen etrafında gruplandırmaktadır: Tahakküm/itaat (dominance-submission) ve aktiflik/pasiflik (activity/passivity). Burada tahakküm, liderleri kontrol etmek isteyen veya kontrol edilmeyi tercih eden takipçileri kapsarken; aktiflik/pasiflik bağlamı ise hem liderlerin takipçileri ile nasıl ilişkileneceğini belirleme hem de liderlik yapmaya yönelimi olan takipçileri yönlendirmeyi kapsamaktadır (Zaleznik, 1965; Uhl-Bien ve diğerleri, 2014, s.90). Zaleznik (1965) sonrasında gerçekleştirilen çalışmalarda etkili takipçinin çeşitli şekillerde formülü sunulmakta ve bunlar şu şekilde çerçevelenmektedir:

- a. Kendini motive eden, bağımsız, sorun çözen;
- b. Liderin yanında olan ya da lidere karşı pozisyon alabilen;
- c. Katılım düzeyini dikkate alarak ‘hissi bağlılık barındıran ama pasif bir pozisyon’ alan ya da ‘tutku ile bağlı olma ve aktif olarak katılım’ şeklinde pozisyon alan;
- d. Toksik liderlere olan bağlılığın sorunsallaştırılması ile ortaya çıkan etkili takipçilik;
- e. Liderlik rolünü destekleyen ve tamamlayan bir etkileşim barındıran takipçi rolü;
- f. Özerklik ile donatılmış liderin rolünü tamamlayan takipçilik rolü;
- g. Özerklik rolü ile donatılmış ve lider karşıtlığındaki takipçi rolü;
- h. Liderlik ve takipçi rolü arasında gidip-gelen/değişkenlik barındıran takipçilik rolü olarak tanımlanabilmektedirler” (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014, s.90-91).

Bir diğer araştırma alanı ise takipçilerin lider davranışlarını nasıl şekillendirmekte oldukları üzerinedir. Sonuç olarak Dvir ve Shamir (2003) tarafından 90 doğrudan, 724 dolaylı takipçi ile gerçekleştirilen çalışmada gösterdiği gibi, dolaylı takipçilerin (*indirect followers*) kendini gerçekleştirme durumlarının liderlerin dönüştürücü lider olma potansiyeli üzerinde olumlu bir etkisi olduğu, doğrudan takipçilerin (*direct followers*) ise olumsuz etkisi olduğu görülmüştür (Dvir ve Shamir, 2003; Uhl-Bien ve diğerleri, 2014, s.92).

Role dayalı yaklaşımların odaklandığı bir diğer önemli eksen takipçilerin davranışlarıdır. Takipçilerin itaatkârlık, hürmetkâr ast olarak konumlandırıldığı bir eksenin varlığı ile beraber direnç gösteren bir takipçi profili de literatürde yer almaya başlamıştır (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014). Takipçilerin davranışlarını ele alan bu literatür Tablo 2’de özetlenmektedir:

Tablo 2

Takipçi Davranış Bağlamları

İtaat ve Boyun Eğme Bağlamı	Hiyerarşi ve otorite üzerinden inşa edilen liderlik literatüründe takipçiler pasif, itaat eden, boyun eğen bir pozisyonun eyleyicisi olarak nitelendirilmektedirler. Bu statülerin takipçilerin kendilerini etkisiz, pasif olarak görmelerini ve liderlere büyük güç atfında bulunmalarını beraberinde getirmektedir. Diğer yandan evrimsel liderlik alanındaki çalışmalar doğal seleksiyon üzerinden takipçilik davranışlarına bir yorum getirmekte, bazı özellik ve davranışların korunduğunu ve devamlılığının sağlandığını, bu bağlamda takipçi-lider pozisyonlarının bu seçimin parçası olduğunu ifade etmektedir (Bastardo ve Van Vugt, 2017; Uhl-Bien ve diğerleri, 2014).
Direnç Bağlamı	Pasif ve itaat eden/uyum sağlayan bir konumdan tanımlanan takipçi profilinin aksine direnç gösteren, karşı duruş sergileyen bir takipçi profilini tanımlar. Örneğin, Tepper ve diğerleri (2001; Uhl-Bien ve diğerleri, 2014)’nin araştırmasına göre bu davranış altında iki tip direnç modeli gözlemlenmektedir: Yapıcı ve işlevsiz olarak tanımlanan bu modellerden yapıcı olan diyalogu ve müzakere etmeyi ön plana çıkarırken, işlevsiz direnç ise pasif-agresif olarak tanımlanabilecek, müzakere ve diyaloga kapalı olarak tanımlanmaktadır. Bu kategoride aynı zamanda ortak üretime olan inancı az olan takipçinin, liderin etik olmayan talepleri konusunda itaat etme/uyum sağlamaya meyilli olduğunu, ortak üretime inancı olan takipçinin ise yapıcı bir şekilde direnç gösterdiğini belirtmektedir (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014).
Proaktif Bağlamı	Takipçinin çevresi ile yapılandırıcı, değiştirme ve etkileme amacı güttüğü davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014).
Etkileme Stratejileri Bağlamı	Takipçilerin hedefleri doğrultusunda etkileme stratejileri farklılık göstermektedir. Örneğin, kişisel faydalarını düşündüklerinde kendilerini (Örneğin: mağduriyet hali) kabul ettirme stratejilerinin parçası olabilmektedir, diğer yandan örgüt faydasını düşündüklerinden rasyonel-irrasyonel pratikleri ortaya koyabilmektedirler (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014).

Takipçiyi dinamik bir ilişkisel sürecin aktif öznelerinden birisi olarak kurgulayan ikinci yaklaşım olarak tanımladığımız inşacı yaklaşım, ilişkisel etkileşim süreçlerini, liderlik ve takipçiliğin birlikte yapılandırıldığı bağlamları ele almaktadır. Bu yaklaşımın temel kavramı olan sosyal etkileşim, lider ve takipçinin kimlik yaratım süreçlerini birlikte inşa etmesi üzerine kuruludur (DeRue ve Ashford, 2010; Aktaran: Uhl-Bien ve diğerleri, 2014). Bu noktada lider ve takipçinin karşılıklı etkileşimi hiyerarşik yapının oluşmasına engel olmaktadır. İnşacı yaklaşım bağlamında gerçekleştirilen araştırmaların sonuçlarını şu şekilde özetleyebiliriz: a. Post-yapısalcı analiz kullanımı ile toplum ile iç içe olan bireyin yaşamı toplumdan soyutlanarak anlaşılabilir. Dolayısıyla toplumsal benlik her bireyin kurucu unsurudur. Toplumsal benlik otoritenin talebi olan ideal davranışları sergilediğinde konformist benlik, karşı koyduğunda direniş gösteren benlik, otoritenin talepleri ve gözetiminin farkında olan ve bu durumları manipüle eden dramaturjik benlik olarak adlandırılmaktadır. Bu benlikler takipçilerin lider ile kurduğu ilişkiselliği anlaşılır kılmakta önemlidirler (Collinson, 2006; Aktaran: Uhl-Bien ve diğerleri, 2014); b. İlişkisel yaklaşım ise takipçiyi iletişim ve müzakerenin aktörleri olarak ele almakta, lideri etkileyerek örgütsel süreçlerin ve çıktılarının oluşumunda söz sahibi olan bir takipçi profili çizilmektedir (Fairhurst ve Uhl-Bien, 2012; Aktaran: Uhl-Bien ve diğerleri, 2014).

Sonuç olarak liderlik ve takipçilik birbirleri ile iletişim halinde ve birbirlerinin inşasında belirleyici olan örgüt işlerliğinin iki kurucu unsurudur. Anlamsal olarak lider ve takipçi sırasıyla ele alındığında etken ve edilgen bir ikiliği kapsadığına dair mevcut literatür bu ikilik üzerinden role dayalı yaklaşımları benimsemektedir (Hoptin ve diğerleri, 2012; Uhl-Bien ve diğerleri, 2014). Alandaki çalışmalar role dayalı yaklaşımın liderlik merkezli bir söylemin inşasındaki etkin rolünü benimserken diğer taraftan takipçileri odağa alan, literatürü takipçiler üzerinden ya da eşit önemlilikte ele alarak oluşturmaya çalışan araştırmalar da yer almaktadır. Takipçilik kuramının temel çerçevesine yeniden dönecek olursak takipçilerin yönetim, liderlik süreçlerindeki etkilerini ele alan kuram, takipçilerin rolleri, davranışları, özellikleri ve liderlik süreçlerinin şekillenmesindeki pozisyonlarını incelemektedir (Uhl-Bien ve diğerleri, 2014). Uhl-Bien ve diğerleri (2014) takipçilik kuramının liderlik çalışmalarına takipçi perspektifi bağlamında odaklanmadığını daha ziyade takipçilerin liderliğe dair süreçleri nasıl ele aldıkları ve yapılandırdıklarını sorguladığını belirtmektedirler. Böylelikle edilgen bir pozisyondan inşa edici bir unsura dönüşen takipçilik, liderlik literatürünün dili ve değişkenleri ile hareket etmek zorunda kalmamakta ve özerk bir yapı olarak mevcudiyetini alan çalışmalarında tesis etmeye başlamaktadır.

Takipçilik literatüründe evrimsel analize başvuru olarak gerçekleştirilen çalışmalar da yer almaktadır. Bastardoz ve Van Vugt (2019) lider merkezli şekillenen literatüre dair eleştirilerini de belirttikleri araştırmalarında, evrimsel analiz ile evrim sürecinin sabit karakteristik özelliklerini bünyesinde barındıran lider veya takipçi profilleri yaratmayı amaçlamadığını belirtmektedir. Evrimsel yaklaşım daha ziyade esnek bir takip etme psikolojisi ile koşulların belirleyiciliğini de dikkate alarak şekillenen, takipçilikten liderliğe geçişi de barındıran bir takipçilik profili çizmektedir. Takipçiler liderin hedeflerini geçici ya da yapısal olarak özgür bir irade ile benimseyen bireyler olarak tanımlanırken bir bireyin kendi özerkliğinden vazgeçip başka bir bireyi takip etmesinin nedenlerini tartışması evrimsel analizde de yerini korumaktadır (Bastardoz ve Van Vugt, 2019). Tablo 3'te belirtildiği gibi evrimsel analiz takipçi olmanın nedenlerine dair belirli formlar üzerinden ilerlemektedir.

Tablo 3.

Evrimsel Analiz Bağlamında Takipçi Olmanın Nedenleri (Bastardoz ve Van Vugt, 2019, s.2-3)

- | |
|---|
| a. Birey yaşamı boyunca bir sosyal grubun üyesi olarak dışlanma ihtimalinin de parçası olarak bir varlık tesis eder, bir gruba aidiyete ve değer atfedilmeye ihtiyaç duyar. |
| b. Takipçi olmak kolektif bir oluşumun parçası olarak lider ve örgütün diğer bileşenleri ile müzakere, pazarlık etme pozisyonlarının sağladığı avantajları kapsar ve bireyselliğin yüklerinden uzaklaşmakta da rol oynar. |
| c. Oluşumun lideri olarak güçlükler ve zorluklara ilk elden karşılamakta olan liderden farklı olarak takipçiler daha güvenli pozisyonlarda yer alırlar (Örneğin: Yırtıcı hayvanların saldırılarını öncelikle en önde olan liderler göğüsler). |
| d. Lider olma motivasyonu olan kişilerin, takipçilerini çevrelerinden örgütleyemediklerinde başvurdukları yol takipçilik, böylelikle daha fazla kaynağa ulaşmak için takipçilik en iyi strateji haline gelir. |
| e. Takipçilik bazı durumlarda liderliğe giden yolun tespiti ve analizinde iyi gözlemler yapılabilecek bir pozisyon sağlar ve tercih haline gelir. |
| f. Liderliğin takipçi olmaksızın varlığını tesis edemeyeceği esasına dayanarak bireyler az sayıdaki liderlik pozisyonları için mücadele etmeyi kazançlı olarak görmezler ve takipçi pozisyonunu benimserler. |

Takipçilerin neden kendi otonomilerinden vazgeçtikleri üzerine devam eden tartışmalara takipçinin psikolojisi üzerine olan literatürde katkı sunmaktadır. Bastardoz ve Van Vugt'un (2019, ss.4-5) çalışmasını özetleyecek olursak evrimsel yaklaşımda merkezi bir öneme sahip olan doğal seleksiyon üç temel mekanizma üzerinden gerçekleşmektedir: varyasyon (*variation*), seleksiyon (*selection*) ve saklama/koruma (*retention*). Fiziksel ve davranışsal özelliklerde var olan varyasyon içerisinde, belirli ortamlarda belirli özellikleri öne çıkarken diğerleri arka planda kalır, yani seleksiyon gerçekleşir ve öne çıkan özellikler bir sonraki nesile aktarılır ve korunurken geride kalan özellikler ise zaman içerisinde silinmektedirler. Evrimsel analiz, hayatta kalma ve çoğalma/üreme konusunda atalardan edinilen bilginin devamlılık arz ettiğini ve yaşam pratiklerimizi şekillendirdiğini vurgulamaktadır. Böylelikle bu bilgi devri ve edinimi bireye bazı özelliklerin bu evrimsel süreçte hayatta kalabildiklerini ve bu özelliklerin hayatta kalmak için o bireye gerekli olduğu bilgisini de iletmektedir. Evrimsel psikoloji ise bu süreçleri detayları ile tartışmaya açan bir alandır. Bastardoz ve Van Vugt (2019, s.5) evrimsel psikoloji alanının tartışmalarını takipçilik çalışmalarına taşıyarak takipçilerin neden takipçi olmayı tercih ettiklerini hayatta kalma ve çoğalma pratiklerinin devamını sağlayan korunmuş davranışlar çerçevesinde incelemektedirler. Örneğin: Takipçi tehlike anında güçlü olan lideri takip ederek hayatta kalacağı bilgisine sahiptir (s.5). Sonuç olarak Bastardoz ve Van Vugt'un (2019, s.9) çalışmaları "neden takip ederiz" sorusu ve takipçiliği belirleyen yapılara dair şu önermeleri tartışmaya açmaktadırlar:

1. Takipçilik düzen ve işbirliğinin faydalı olduğu durumlarda ortaya çıkar.
2. Takipçilik, uyumlu çalışabilmenin imkânını yaratmak için çeşitli psikolojik yöntemler ile desteklenir.
3. Bireyler lider olmanın motivasyonuna sahip değilseler takipçi olurlar.
4. Bireyler lider olmanın maliyeti, fırsatlarından daha fazla olduğunda takipçi olmayı tercih ederler.
5. Bireyler fiziksel, psikolojik ve sosyal sermayeye sahip olmadıkları durumlarda takipçi olurlar.
6. Değişim gösteren takipçi psikolojisi, liderlerin seçimini kişi ve durumların değerlendirmesine dayandırır.
7. Uyumlu takipçi psikolojisi, liderlerin istismar etme biçimlerinin tespiti ve kontrolü için çeşitli stratejiler geliştirir.
8. Takipçilik biçimleri, belirli liderlik biçimleri ile örtüşmeler/uyumlar sonucu ortaya çıkar.
9. Takipçilerin katılım göstermesi: a. Koordinasyon sonuçlardan duydukları memnuniyete, b. Liderlik süreçlerinin adaletine, c. Alternatif seçeneklerin varlığına, d. Takipçilerin takipçi-lider ilişkisini yatırım yapılabilir görmesinden kaynaklanır.

Evrimsel analiz iki temel ekseninde lider-takipçi ilişkisini şekillendirebilmektedir (Van Vugt, 2006). İlk eksen tahakküm ve itaat çerçevesinde şekillenir ve takipçinin liderin iktidarını tanıması faydasına olan bir durumdur. İkincisi oyun teorisi eksenidir ve koordinasyon sağlanmasının gerekli olduğu durumlarda lider ve takipçi birbirini tamamlayıcı sosyal stratejiler olarak ortaya çıkmaktadırlar (Van Vugt, 2006). Evrimsel analizin genetik determinizm üzerinden liderlik yaklaşımı oluşuna dair eleştiriler yer almakla beraber, Van Vugt'a göre (2006) evrimsel analiz liderlik ve takipçiliği insanlık evrim tarihinde grup eylemini kolaylaştıran adaptasyonlar olarak tanımlamakta ve bu ekseninde liderlik araştırmalarına katkıda bulunduğunu belirtmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu makale örgüt ve liderlik çalışmalarında takipçilere (*follower*) yönelik oluşan literatürün incelemesine çalışılmıştır. Örgüt yönetimi çalışmaları kapsamında takipçiler liderlik üzerine mevcut literatürün pasif unsurları, liderin etkisinde varlık tesis eden bileşenleri olarak konumlandırılmaktadırlar. Diğer yandan takipçiler kendilerini ve liderlik süreçlerini belirleyen unsurlar olarak liderlik ve örgüt literatürünün öznesi olmaya başlamışlardır. Dolayısıyla lider-takipçi denkleminin barındırdığı ilişkiselliği, pratikleri, güç dinamiklerini etkileme ve şekillendirme potansiyeli bulunduran takipçilerin aynı zamanda liderler tarafından takip edilen pozisyonunda yer alan öznelere dönüşümü söz konusudur. Bu bağlam özelinde, bu makale öncelikli olarak liderlik araştırmalarının sosyal bağlamları ve liderlik araştırmalarının tarihsel çerçevesini liderlik pozisyonunun ayrıcalıklı konumuna dair soruları da değerlendirerek ele almaya çalışmakta ve takipçilik kuramını ve bu kuramdaki role dayalı yaklaşım (*role-based approach*), inşacı yaklaşım (*constructionism*) ve evrimsel analiz (*evolutionary analysis*) tartışmalarını içeren literatürü derlemektedir.

Örgüt çalışmalarında liderlik yapısı ile ilişkilenen kavram setlerinin merkeze aldığı lider nedir sorusu lider-merkezli bir literatürün tesisini etkinleştirmektedir. Bu kavram setlerinin tartışmaların parçası oluşu ve liderlik ile olan ilişkisellikleri, liderlik kavramının daha merkezi bir rol üstlenmesinde belirleyici olmaktadır. Bu makale çerçevesinde bu kavram setlerini inceleyerek, örgüt yönetimi literatürünün nasıl formüle edildiğinin, hangi yapı ve pratikleri ön plana çıkaran bir epistemolojik oryantasyonu olduğunun incelenmesi de önemsenmektedir. Örneğin, iktidar ve yönetim kavramlarının liderlik ile temasının açılması, bu iki kavramın nasıl çerçvelendiğinden ve liderlik literatüründe belirleyici pozisyonlarından bağımsız değildir. İktidar takdir yetkisi ve araçlarını kendinde toplayarak başkasının iradesini belirleme vasfını ve özgünlüğünü içerirken yönetim görev odaklı, bürokratik aygıtlar ve pratiklere yaslanan, sözleşme esaslı yükümlülükler ile donatılmış hali ile daha pasif bir rol tanımıdır (Antonakis ve Day, 2008). Böylelikle bu tartışma yönetici olmak ile lider olmak arasındaki farklılaşmalara dair ayrımın belirlenmesinde, lider ve yönetici vazgeçilmezliğini inşa eden unsurların tespit edilmesinde önemli olmaktadır. Ele alınan bir diğer kavram seti ise örgüt nedir ve kurum nedir tartışmasını içermektedir. Kurum ve örgüt kapsamında yer verdiğimiz tartışma çerçevesi aktörlerin bu yapılar içerisinde var olma/olabilme, görevlendirilme durum ve biçimlerine ilişkindir. Buna dair örgüt ve kurum yapısı patolojileri ile ele alınıp lider ve takipçilerin var olma durumu ve biçimlerinin de bu patolojilerden bağımsız olmadığı değerlendirilmesi gereken önemli bir noktadır.

Takipçilik üzerinde literatürün liderlik literatürü ile olan bağlantılarının tespit edilmesi, takipçilik üzerine tartışmaların hangi yapılar üzerine inşa edildiğini anlamak açısından önemlidir. Liderlik alanında belirleyici olan araştırma paradigmalarının tarihselliklerinin de bilgisini içeren bu çalışma, takipçiliğe dair oluşan bilgi yapılarında bu tarihselliklerde nasıl konumlandığı üzerine soruları da gündeme getirmiştir. Liderlik özellikleri, liderlik davranışları, durumsal ve bağlamsal değişkenlerin liderliği nasıl şekillendirdiği, ilişkisel liderlik bağlamında dikey ve yatay ilişkilendirme biçimleri, karizmatik liderlik ile lidere tahsis edilen tahakküm ya da dönüşümcü rollerin etkileri, liderliğe dair özelliklerin varyasyon, seleksiyon (seçilim) ve saklama/koruma

yolu ile devamlılığı olarak özetleyebileceğimiz tarihsel süreçlerin her birinde takipçilerin lidere göre aldıklarını pozisyonlar da tartışılmaya açılmaktadır. Bir birey kendi otonomisinden neden vazgeçip başka bir bireyin otonomisini takip etmeye başlar sorusu takipçinin bağlam ile kurduğu ilişki, bireysel motivasyonları/faydaları, sahip olduğu sermaye formları, lider ile kurulan ilişkinin dinamikleri, alternatif seçeneklerin varlığı/yokluğu üzerinden açıklanabilmektedir. Bu bağlamlar evrimsel analize başvuru literatürün bileşenleridir. Bir diğer bağlam bireyin kendini gerçekleştirme gücü ile ona atfedilen roller/etiketleri üstlenme ve devam ettirme üzerinden oluşan role dayalı ve inşacı takipçilik modelidir. Role dayalı tartışmalar liderlik literatürü üzerinden şekillendiğinde daha pasif bir pozisyondan ele alınan takipçiler, takipçilik kuramı bağlamında bu bakışı tersine çevirerek, takipçilik rolünün etken/kurucu unsur bağlamına odaklanmaktadır. İnşacı yaklaşım ise dikey hiyerarşilerin pasif olarak kodladığı takipçilik rolünden liderin tamamlayıcısı, inşa eden unsuru olan takipçi kurgusunu içermektedir. Böylelikle literatürde lidere göre pozisyon alan bir takipçilik anlayışı, inşa etme iktidarını içeren, yönetme yetkisine ve pratiklere sahip bir takipçiye doğru evrilmiştir.

Bu makale liderlik çalışmalarının sosyal ve tarihsel çerçevesini inceleyerek liderlik literatürüne dair epistemik odakların hangi ayrıcalıklı yapılar üzerine inşa edildiğini ve örgütlendiğini derlemeye çalışmaktadır. Bu çalışma liderlik literatürünün sosyal ve tarihsel çerçevesini içeren ve liderlik ekollerini ele alan metinler ile takipçilik kuramındaki yaklaşımları inceleyerek gerçekleştirilmiştir. Bu makalenin literatüre katkısı, liderlik çalışmaları alanında ayrıcalıklı epistemik odakların tartışılmaya açılması ve takipçilere yönelik bir literatürün görünür kılınmasıdır. Sonuç olarak liderlik ve takipçilik kavramları ve barındırdıkları iktidar ve pratikler bütünü birbirlerinin inşasında belirleyicidir ve örgüt işlerliğinin iki kurucu unsuru olarak ele alınmalıdır. Diğer yandan aşağıda yer alan öneriler bu çalışmanın sınırlılıkları ve aynı zamanda bu konuda gerçekleştirilecek olan çalışmalara yönelik öneriler olarak da nitelendirilebilir:

1. Liderlik çalışmaları alanı ilişkilendiği epistemik odakları sorunsallaştırmalıdır ve bu süreçte şu sorular göz önünde bulundurulmalıdır: Liderlik çalışmaları alanının kurucu epistemik odakları nelerdir? Bu epistemik odaklar iktidar ilişkilerine bağlı olarak nasıl şekillenmektedir?
2. Liderlik literatürünün epistemik odaklarının güç, otorite, tanınma (*recognition*), tanınma gücü (*recognition power*), karşılıklı tanınma (*mutual recognition*) konularına yönelik tartışmalara yönelmesi takipçilik kuramı tartışmaları çerçevesinde önemlidir. Bu bağlamda, liderlik literatürün ayrıcalıklı yapı ve pozisyonlarına dair tartışmaların genişletilmesine katkı sunulmalıdır.
3. Liderlik çalışmaları alanı kurumsallaşmış tanınma ilişkilerini (*institutionalized relations of recognition*) tartışmaya açmalı ve toplumdaki yapısal eşitsizlikleri sorgulamalı ve sorunsallaştırmalıdır. Bütün bu tartışmaların ışığında lideri ve takipçileri belirleyen yapı ve süreçleri görünür kılmalıdır.

Kaynakça

- Antonakis, J., Avolio, B. J., ve Sivasubramaniam, N. (2003). Context and leadership: An examination of the nine-factor full-range leadership theory using the Multifactor Leadership Questionnaire. *The Leadership Quarterly*, 14, 261–295. doi: 10.1016/S1048-9843(03)00030-4
- Antonakis, J. ve Day, D.V (2008). Leadership: Past, present and future. John Antonakis ve David V. Day (Ed.), *The Nature of Leadership* içinde (ss.3-27). Thousand Oaks : SAGE Publications.
- Ayman, R. ve Lauritsen, M. (2008). *Contingencies, Context, Situation, and Leadership*. John Antonakis ve David V. Day (Ed.), *The Nature of Leadership* içinde (ss.138-166). Thousand Oaks: SAGE Publications.

- Bass, B. M., ve Bass, R. (2008). *The Bass Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications* (4. Baskı). New York, NY: Free Press.
- Bastardo, N. ve Van Vugt, M. (2019). The nature of followership: Evolutionary analysis and review. *Leadership Quarterly*, 30(1), 81-95. doi: 10.1016/j.leaqua.2018.09.004
- Brewer, John D. (2004). *Ethnography*. Catherina Cassell ve Gillian Symon (Ed.), Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research içinde (ss.312-323): London: Sage Publications
- Brown, D. J. (2008). *In the minds of followers: Follower-Centric Approaches to Leadership*. J. Antonakis ve D. V. Day (Ed.), The Nature of Leadership içinde (ss.82-109). California: Sage Publications
- Clegg, S. (2006). *Organization theory*. B. Turner (Ed.), The Cambridge Dictionary of Sociology içinde (ss.424-425). New York: Cambridge University Press.
- Code, L. (2017). *Epistemic responsibility*. Ian James Kidd, José Medina, and Gaile Pohlhaus, Jr. (Ed.), The Routledge Handbook of Epistemic Injustice içinde (ss.89-100). Oxford: Routledge
- Dvir, T. ve Shamir, B. (2003). Follower developmental characteristics as predicting transformational leadership: A longitudinal field study. *The Leadership Quarterly*, 14(3), 327–344. Doi: 10.1016/S1048-9843(03)00018-3
- Epitropaki, O. Martin, R. ve Thomas, G. (2008). *Relational leadership*. John Antonakis ve David V. Day (Ed.), In The Nature of Leadership içinde (ss.109-137). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Galinsky, A.D., Rus, D. ve Lammers, J. (2011). *Power: A central force governing psychological, social, and organizational life*. David D. Cremer, Rolf van Dick, J. Keith Murningan (Ed.), Social Psychology and Organizations içinde (ss.17-39). New York: Routledge.
- Gardner, W.L., Lowe, K.B., Moss, T.W., Mahoney, K. T. ve Coglisier, C.C. (2010). Scholarly leadership of the study of leadership: A review of The Leadership Quarterly's second decade, 2000–2009. *The Leadership Quarterly*, 21, 921-958. doi: 10.1016/j.leaqua.2010.10.003
- Gert, H. ve Mills, C. W. (1953). *Character and Social Structure: The Psychology of Social Institutions*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Graen, G. B. ve Uhl-Bien, M.(1995). Relationship-based approach to leadership: Development of leader-member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective. *The Leadership Quarterly*, 6(2), 219–247. Erişim adresi: <https://digitalcommons.unl.edu/managementfacpub/57>
- Grant, A. M. ve Ashford, S. J. (2008). The dynamics of proactivity at work. *Research in Organizational Behavior*, 28, 3–34. doi: 10.1016/j.riob.2008.04.002
- Hackman, J. R. ve Wageman, R. (2007). Asking the right questions about leadership. *American Psychologist*, 62, 43–47. doi: 10.1037/0003-066X.62.1.43

- Handel, M. J. (2003). *Introduction*. Michael, J. Handel (Ed.), *The Sociology of Organizations: Classics, Contemporary and Critical Readings içinde* (ss.1-5). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Herold, D. M. (1977). Two-way influence processes in leader-follower dyads. *Academy of Management Journal*, 20(2), 224-237. doi: 10.5465/255396
- Hoptin, C., Christie, A. ve Barling, J. (2012). Submitting to the follower label: Followership, positive effect, and extra-role behaviors. *Zeitschrift für Psychologie*, 220(4), 221-230. doi: 10.1027/2151-2604/a000116
- House, R. J., ve Aditya, R. N. (1997). The social scientific study of leadership: Quo vadis? *Journal of Management*, 23(3), 409-473. doi: 10.1016/S0149-2063(97)90037-4
- Jaeggi, R. (...). What is (good) institution? Erişim adresi: https://www.philosophie.hu-berlin.de/de/lehrbereiche/jaeggi/mitarbeiter/jaeggi_rahel/RWhat%20is%20a%20-good-%20institution.pdf (Erişim tarihi: Şubat 20, 2019).
- Kidd, J. I., Medina, J. ve Pohlhaus, G. (2017). *Introduction to the Routledge handbook of epistemic injustice*. Ian James Kidd, José Medina, and Gaile Pohlhaus, Jr. (Ed.), *The Routledge Handbook of Epistemic Injustice içinde* (ss.1-11). Abingdon, Oxon: Routledge
- Medina, J. (2017). *Epistemic injustice and epistemologies of ignorance*. In Paul, C. Taylor, Linda Martin Alcoff, Luvel Anderson, *The Routledge Companion to Philosophy of Race* (ss.247-261). New York: Routledge.
- Morgan, G. (1990). *Organizations in Society*. New York, NY: Macmillan Education
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: Concept, method and reality in social science; Social Equilibria and Social Change. *Human Relations*, 1(5). doi: 10.1177/001872674700100103
- Liden, R. C. ve Antonakis, J. (2009). Considering context in psychological leadership research. *Human Relations*, 62(11), 1587-1605. doi: 10.1177/0018726709346374
- Longino, H. (1990). *Science as Knowledge: Values and Objectivity in Scientific Inquiry*. New Jersey: Princeton University Press.
- Oc, B. ve Bashshur, M. R. (2013). Followership, leadership and social influence. *Leadership Quarterly*, 24, 919-934. doi: 10.1016/j.leaqua.2013.10.006
- Poggi, G. (2006). *Authority*. B. Turner (Ed.), *The Cambridge Dictionary of Sociology içinde* (s.27-30). New York: Cambridge University Press.
- Shotwell, A. (2017). *Forms of knowing and epistemic resources*. Ian James Kidd, José Medina, and Gaile Pohlhaus, Jr.(Ed.), *The Routledge Handbook of Epistemic Injustice içinde* (ss.79-89). Oxford: Routledge
- Sturm, R. E. ve Antonakis, J. (2015). Interpersonal power: A review, critique, and research agenda. *Journal of Management*, 41(1), 136-163. doi: 10.1177/0149206314555769

- Sturm, R. E. ve Monzani, L. (2008). *Power and leadership*. J. Antonakis ve D. V. Day (Ed.), *The Nature of Leadership* içinde (ss.272-300). California: Sage Publications.
- Tepper, B. J., Duffy, M. K. ve Shaw, J. D. (2001). Personality moderators of the relationship between abusive supervision and subordinates' resistance. *The Journal of Applied Psychology*, 86(5), 974–983. doi: 10.1037/0021-9010.86.5.974
- Turan, S. ve Bektaş, F. (2014). 9. Bölüm: *Liderlik*. Selahattin Turan (Ed.), *Eğitim Yönetimi: Teori, Araştırma ve Uygulama* içinde (ss.293-336). Ankara: PEGEM Yayınları.
- Turner, B. (2006). *Institutions*. B. Turner (Ed.), *The Cambridge Dictionary of Sociology* içinde (ss.301-304). New York: Cambridge University Press.
- Uhl-Bien, M., Riggio, R.E., Lowe, K. B. ve Carsten, M. K. (2013). Followership theory: A review and research agenda. *The Leadership Quarterly*, 25(2014), 83–104. doi: 10.1016/j.leaqua.2013.11.007
- Weber, M. (1968). *On Charisma and Institution Building*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Van Vugt, M. (2008). *Evolutionary, Biological, and Neuroscience Perspectives*. J. Antonakis ve D. V. Day (Ed.), *The Nature of Leadership* içinde (ss.189-219). California: Sage Publications
- Van Vugt, M. (2006). Evolutionary origins of leadership and followership. *Personality and Social Psychology Review*, 10(4), 354-371. doi: 10.1207/s15327957pspr1004_5
- Yukl, G. (2013). *Leadership in Organizations*. Essex: Pearson Education Limited
- Zaccaro, S.J., Samantha, D. ve Kolze, M. (2008). *Leaders Traits and Attributes*. J. Antonakis ve D. V. Day (Ed.), *The Nature of Leadership* içinde (ss.29-55). California: Sage Publications
- Zaleznik, A. (1971). Power and Politics in Organizational Life. *McKinsey Quarterly*, 7(4), 52-69.

Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama ve Kurum İmajı İlişkisi: Eker-Adım Adım Oluşumu İşbirliği Üzerine Bir Araştırma^{1,2}

Arş. Gör. Döndü BAL³ - Doç. Dr. Atılım ONAY⁴

Başvuru Tarihi: 08.05.2019

Kabul Tarihi: 30.11.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Hedef kitle ve paydaş gruplarının gün geçtikçe kurumlara karşı daha talepkâr olduğu günümüzde sosyal sorumluluk tüketici beklentileri arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Sosyal amaca dayalı pazarlama hem bir kurumsal sosyal sorumluluk girişimi olarak hem de bir kurumsal sosyal sorumluluk iletişim şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurumlara pazarlama ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini tek bir potada eritme imkânı sağlayan kilit bir faaliyet olarak algılanmakta ve uygulanmaktadır. Bir kurum veya markanın ürünlerinin satışından elde edilen gelirin bir kısmını sosyal bir faydaya ya da konuya bağışlaması olarak özetlenen kavram geleceğin altın pazarlama ve halkla ilişkiler araçlarından biri olarak kabul edilirken, bir yandan da uygulayıcı kurumun motivasyonundaki samimiyete yönelik şüpheler taşımaktadır. Bu çalışmada, geleceğin tüketicileri üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik genel tutumları tespit edilmiş, bu tutumun sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun motivasyonuna yönelik algı ile bir ilişkisinin olup olmadığı araştırılmış ve sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile kurum motivasyonuna yönelik algının kurum imajıyla ilişkili olup olmadığı irdelenmiştir. Çalışmada veriler nicel veri toplama tekniklerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Ankette kurum motivasyonu ve kurum imajına yönelik ifadeler güncel bir sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyası örneğiyle birlikte verilmiştir. Sonuçta tutum ve algıların demografik değişkenlere göre farklılaştığı ve kullanılan ölçekler arasında istatistiki olarak anlamlı ilişkilerin var olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar arasında üniversite öğrencilerinin kurum motivasyonuna yönelik olumlu tutumlarının şüpheli tutumlarından daha yüksek olması, SAP faaliyetlerine yönelik genel tutum açısından kadınların erkeklerden daha yüksek tutum seviyesine sahip olmaları, kadınların SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olarak erkeklere göre daha fazla olumlu tutum sergilemeleri yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama, Kurum İmajı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Atıf: Bal, D. ve Onay, A. (2020). Sosyal amaca dayalı pazarlama ve kurum imajı ilişkisi: Eker-Adım Adım oluşumu işbirliği üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 211-236.

¹ Bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş makale olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Bu çalışma Arş. Gör. Döndü BAL'ın yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

³ Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, dondubal@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6019-3831

⁴ Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, aonay@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0086-3207

The Relationship Between Cause-Related Marketing and Corporate Image: A Research on the Collaboration of Eker and Adım Adım Constitution⁵

Res. Asst. Döndü BAL – Assoc. Prof. Dr. Atılım ONAY

Submitted by: 08.05.2019

Accepted by: 30.11.2020

Article Type: Research Article

Abstract

Nowadays, target groups and stakeholder groups are more demanding towards corporations and social responsibility takes place near to top in consumer expectations. Cause-related marketing emerges both as an initiation of corporate social responsibility and as a communication type of corporate social responsibility. It is perceived and applied a key activity that allows corporations to dissolve their marketing and social responsibility activities in a single pot. While the term, cause-related marketing, that is summarized as a donation of a part of the income that derived from the sales of products of a company or brand for a social benefit or a cause is considered one of the gold marketing and public relations tools of the future, it also has doubts about sincerity in the motivation of the implementing institution. In this study, the general attitudes towards cause-related marketing activities of university students who are the consumers of the future were determined and it is examined whether this attitude has a relationship with the perception of the motivation of an institution that performs cause-related marketing activities. It is also examined whether there is a relationship between attitudes towards cause-related marketing activities, the perception of the motivation of an institution that performs cause-related marketing activities and corporate image. In the study, data were collected through questionnaire that is one of the quantitative data collection techniques. In questionnaire, the statements about corporate motivation and corporate image were presented with an actual cause-related marketing campaign. In conclusion, it was ascertained that attitude and perceptions differ according to demographic variables and there is a statistically significant relationship between the scales were used. These results include higher positive attitudes of university students towards institutional motivation than skeptical attitudes, higher attitude levels of women than men in terms of general attitude towards CRM activities, and more positive attitudes of women than men towards the motivation of institutions that carry out CRM activities.

Keywords: Cause-Related Marketing, Corporate Image, Corporate Social Responsibility

⁵ This study is produced from the unpublished master's thesis of Res. Asst. Döndü BAL.

Giriş

Günümüzde markalar arası rekabet hiç olmadığı kadar artmıştır. Bu rekabet ortamında birbirine benzeyen ürün ve hizmetlerin arasında tüketicilerin gözünde farklılaşmayı sağlamak kilit bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Artık, pazar ortamında başarının sürdürülebilmesi yalnızca kaliteli ürün ve hizmet üretmek ya da nitelikli reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri hayata geçirmekle mümkün olmamaktadır. Günümüzde tüketiciler ürün ya da hizmetlerin ardındaki kurumun değerleri, sosyal ve çevresel duyarlılıkları, topluma artı değer katma başarısı, çalışanlara verdiği değeri gibi pek çok unsura birden önem vermektedir. Bu unsurlara bağlı olarak tüketici nezdindeki markanın değeri ve imajı anlık olarak değişebilmektedir. Tüketiciler artık çok hızlı bir şekilde marka sadakatini kaybedebilmekte ve başka markalara yönelme eğilimi gösterebilmektedir. Böylesi bir ortamda tüketiciler artık kurumların toplumdaki rollerini yeniden belirlemektedir. Bu rollerin başında ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ne kadar değer verdiği ve ne kadar sosyal sorumlu bir kurum olduğu gelmektedir. Tüketiciler nezdinde sosyal sorumlu politika ve faaliyetler gerçekleştirilmesi beklenen kurumların hiç şüphesiz kârlılıklarını devam ettirmek gibi temel bir misyonu da bulunmaktadır. Bu noktada bir kurumsal sosyal sorumluluk girişimi olarak karşımıza sosyal amaca dayalı pazarlama (Cause-related marketing) faaliyetleri çıkmaktadır. Kurumlara sosyal bir konuya yönelik aktif adım atma imkânı sağlayan bu faaliyetler aynı zamanda kurumun ürün ve hizmetlerinin satışına, bilinirliğinin artışına ve en önemlisi de kamuoyu nezdinde olumlu kurum imajına sahip olmasına vesile olabilmektedir. Sosyal açıdan önem taşıyan bir konuyu kurum, sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyaları ile sahiplenebilmekte, ürün ya da hizmetlerinin satışından elde edilen gelire bu sorun için çalışmalarda bulunabilmektedir. Böylece hem satış tutundurma çalışmalarını hem de sosyal sorumlu bir kurum olma girişimlerini tek bir kampanya ile gerçekleştirme imkânı bulabilmektedir.

Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetleri kurumlara her ne kadar toplum refahını ve faydasını düşünen iyi bir kurumsal vatandaş olarak algılanma fırsatını verse de günümüzün sorgulayıcı tüketicisi için bu durum o kadar net belirlenmemektedir. Bu noktada günümüz tüketicilerinin kurumların sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerini gerçekten takdir edip etmediği, kurumların bu faaliyetleri sosyal fayda için mi yoksa satışlarını arttırmak, kendilerine çıkar sağlamak için mi gerçekleştirdiklerine yönelik algıları önemli bir sorgulama alanı haline gelmiştir. Çalışma boyunca bu sorulara yanıt aranmaya çalışılırken, üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik algıları ile kurumsal imaj arasında bir bağ olup olmadığına da bakılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın ilk kısmında kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal amaca dayalı pazarlama ve kurumsal imaja dair ayrıntılı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu kısımda sosyal amaca dayalı pazarlama kavramı, bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti olarak konumlandırılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın ikinci kısmında Eker-Adım Adım Oluşumu İşbirliği'ne dair bilgiler detaylı bir şekilde anlatılmaya çalışılmıştır. Üçüncü kısımda ise nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Alanyazın Taraması

Sosyal Sorumluluk Kavramı

Sorumluluk kavramı, belirli bir işi bitirmek için o işten sorumlu olan kişinin uymak durumunda kaldığı kuralların toplamı şeklinde tanımlanabilir. Sosyal sorumluluk kavramı ile kastedilen ise bir işletmenin elindeki kaynaklarını topluma yararlı olacak şekilde kullanmasıdır (Özüpek, 2005, s. 9). Burada kurumsal süreçlerde karar verirken toplum içerisindeki tüm sosyal sistemler üzerinde yaratacağı etkinin değerlendirilmesi temel koşuldur (Davis ve Blomstrom, 1971, s. 85). Sosyal sorumluluk kavramı sosyal sistem içerisindeki kurumun etkisiyle bağlantılı olarak ele alınmakta ve kurumsal imaj ile doğrudan bağlantılı olarak düşünülmektedir (Öztürk, 2014, s. 6).

Coombs ve Holladay, sosyal sorumluluk kavramının kurumsal boyutta ele alınmasıyla birlikte Sethi'nin 1975 yılında "kurumsal sosyal performans" kavramını geliştirdiğine dikkat çeker. Sethi'ye göre kurumsal sosyal performansın üç seviyesi vardır. Bunlar (aktaran Coombs ve Holladay, 2012, s. 19-20):

1. Sosyal yükümlülükler,
2. Sosyal sorumluluk ve
3. Sosyal olarak hesap verebilir olma olarak sunulmuştur.

Bunlardan sosyal yükümlülükler pazarın ve yasal güçlerin sorumluluklarını ifade ederken, sosyal sorumluluk toplumsal beklentileri ifade etmektedir. Burada ilk defa paydaş beklentilerinin öneminin kavranmaya başladığını görmekteyiz. Burada ayrıca üzerinde durulması gereken bir diğer husus kültürün kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını şekillendirmeye başlamasıdır. Kurumsal açıdan sorumluluk kavramı ele alındığında; kurumun kendisi dışında bir sosyal yapının yani toplumun varlığını kabullenmesi, olağan sorumluluklarının dışında bu toplumun sorunları ile ilgilenmesi ve eylemlerinin sonuçlarını önceden hesaplaması sorumlu davranışa temel oluşturmaktadır (Öztürk, 2014, s.5).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı

Kurumların sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmesine yönelik beklentilerin 18. yüzyılda başladığı söylenmektedir. İlk defa kurumun sosyal sorumlu olmasına yönelik olarak büyük çaplı tüketici boykotu İngiltere'de 1790'lı yıllarda kölelerin çalıştırılarak hasadı yapılan şekere karşı tepki olarak gerçekleştirilmiştir (Werther ve Chandler, 2006, s. 11). 1909 yılında Lord Cadbury Afrika'daki köleler tarafından üretilmiş kakao satın aldığı gerekçesiyle mahkemeye çıkmış ve bu olay Lord Cadbury isminin bugünkü adlandırmaya göre itibarı açısından sorun olarak tarihe geçmiştir (Blowfield ve Murray, 2008, s. 41). Burada aslında toplumun kurumdan karlılığın ötesinde başka birtakım beklentiler içerisinde olduğu görülmektedir. Bu beklentiler günümüzde "kurumsal sorumluluk" kavramının o dönem adlandırılmamış hali olarak kabul edilebilir. Werther ve Chandler'in ifadesiyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk, bir kurumun faaliyetlerini hesap verilebilir kılmak adına, kârlılığını devam ettirme ve paydaşlarına yönelik sorumlulukları yerine getirme sürecinde toplum içerisindeki rollerine dair sorumluluklarının görüntüsüdür (2006, s. xvii). KSS⁶, yalnızca toplumsal katılım ya da hayırseverlik olmayan, şirketin kurum içinde ve kurum dışında çalışanlar, yatırımcılar ve iş partnerleri gibi çeşitli paydaş gruplarına karşı toplam etkisini de içeren kurumsal vatandaşlığı ifade etmektedir (Adkins, 2000, s.17). KSS kavramı bütüncül bir yaklaşımla "iyi vatandaşlık" ya da paydaş gruplarının yanı sıra genel anlamda toplumu destekleyici faaliyetlerde bulunan "iyi" bir şirket olarak tanımlanmaktadır (Sheikh ve Beise-Zee, 2011, s. 27).

Avrupa Komisyonu kurumsal sosyal sorumluluk kavramını "Gönüllülük esasına dayalı olarak şirketlerin çevresel ve sosyal duyarlılıklarını iş yapış süreçlerine ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerine entegre etmesi" olarak tanımlamıştır (Coombs ve Holladay, 2012, s. 8). Kotler ve Lee ise kurumsal sosyal sorumluluğu, kurumsal kaynakları ve gönüllü işletme faaliyetleri aracılığıyla toplumun refahını geliştirmeye yönelik kurumsal adanmışlığı ifade eden bir kavram olarak tanımlamaktadır (Kotler, Lee, 2005, s. 3).

Torlak pazarlama alanındaki sosyal sorumluluk uygulamalarını 3 başlık altında toplamaktadır. Bunlar (Torlak, 2014, s. 77):

1. Yeşil Pazarlama,
2. Sosyal Pazarlama Kampanyaları,
3. Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama'dır.

⁶ KSS: Kurumsal Sosyal Sorumluluk.

Bu uygulamalardan sosyal pazarlama kampanyaları bir sosyal soruna yönelik farkındalık oluşturulması, dikkat çekilmesi, sorunun çözümüne yönelik kampanya oluşturulması ya da var olan kampanyaya destek olunması şeklinde açıklanabilir. Yeşil pazarlama ise kurumun pazarlama süreçlerinin tamamında çevreyi önemsemesi ve bu konudaki duyarlılığını bu süreçlere yansıtması anlamını taşımaktadır. Son olarak sosyal amaca dayalı pazarlama uygulamalarında ise temel amaç satışlardan elde edilen gelirin bir kısmının sosyal bir sorun teşkil eden bir durumun teşhis ya da çözümüne katkı sağlama amacıyla kullanılması ve bunun kamuoyu ile paylaşılmasıdır (Torlak, 2014, s. 77-79). Şimdi çalışma kapsamında bir kurumsal sosyal sorumluluk girişimi olarak ele alınan sosyal amaca dayalı pazarlama kavramına daha ayrıntılı bakılabilir.

Sosyal amaca dayalı pazarlama

Kotler ve Lee, KSS girişimlerini kurumsal hayırseverlik, neden tanıtımı, kurumsal sosyal pazarlama, toplum gönüllülüğü, sosyal sorumlu iş uygulamaları ve sosyal amaca dayalı pazarlama olarak gruplandırır (2005, s. 4-8). Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama'nın akademide ilk yansımaları, 1988 tarihli SAP⁷ üzerine ele aldıkları Varadarajan ve Menon'un kavramsal makalesi olmuştur (Steckstor, 2012, s. 9). Varadarajan ve Menon tarafından yapılan SAP tanımı şu şekildedir: "SAP, bir firmanın, tüketicilerin hem örgütsel hem de bireysel hedefleri tatmin edecek gelir getirici değişimlere dahil olmaları şartıyla sosyal bir konuya özel bir miktar katkıda bulunmayı vaat ettiği pazarlama aktivitelerinin biçimlendirildiği ve uygulandığı süreçtir" (Varadarajan ve Menon, 1988, s. 60). Gummesson, SAP'ın kurum imajı ile olan ilişkisine değinen bir SAP tanımında bulunmuştur. Gummesson için; SAP, "toplumda iyi olanı yapma" kavramı olarak görülmeye başlanmış, aynı zamanda kurumun halk nezdindeki imajını artırıcı halkla ilişkiler ve sponsorluk çalışmalarının temel bir parçası olarak düşünülmüştür (Gummesson, 2002, s. 122).

Jobber'e göre SAP, özel sektör ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluş arasında karşılıklı fayda amacıyla oluşturulan partnerliği yansıtan ticari bir faaliyettir (Jobber, 2004, s. 144). Bronn ve Vrioni, SAP'ın, kurumların kar amacı gütmeyen bir örgüte üye olma, onunla birlikte çalışma ya da sosyal bir konuyu destekleme gibi sosyal sorumluluk faaliyetlerinin reklam, ambalajlama ya da diğer tanıtım süreçleriyle iletişiminin gerçekleştirildiği bir kurumsal sosyal sorumluluk çeşidi olduğunu belirtmektedir (Bronn ve Vrioni, 2001, s. 207-208). Waters ve MacDonal, sosyal amaca dayalı pazarlama kavramının en genel anlamda bir kar amacı güden bir de kar amacı gütmeyen oluşum arasındaki karşılıklı kazanca dayalı partnerliği ifade ettiğini belirtirler (Waters ve MacDonald, 2011, s. 11). SAP faaliyetlerinde genellikle kar amacı gütmeyen bir kuruluşla gerçekleştirilen iş birliğinin karşılıklı fayda temelinde oluşturulması söz konusudur. Çoğunlukla kazan-kazan-kazan (win-win-win) olarak da düşünülen bu girişim kurumun belirli ürününün satışlarında artış yaratarak kuruma ekonomik fayda sağlarken, kar amacı gütmeyen kurumun tanıtımı ya da belirli faaliyetlerini desteklemekte ayrıca tüketicilere de bir hayır işinde aktif olarak yer alma imkanı sağlayarak üçlü kazanım oluşturmaktadır (Kotler ve Lee, 2005, s. 7).

Sosyal amaca dayalı pazarlamada ele alınan kavramlardan biri de 'stratejik uygunluk' kavramıdır. Kavram, genel anlamda kurum ile sosyal faydayı yaratmak için işbirliği yaptığı örgüt ya da desteklemeye çalıştığı sosyal konunun, sosyal faydanın uygun olması durumu belirtilmektedir. Bu uygunluk markaya atfedilen değerler, markanın kazanımları ya da imajı için önem taşıırken aynı zamanda tüketici nezdinde markanın kendi çıkarları için sponsorluk faaliyetinde bulunduğu şeklinde oluşabilecek şüphelerin de önüne geçebilmektedir (Khosro, 2014, s. 678). Bu noktada araştırma kapsamında örnek vaka olarak seçilen Eker süt ürünleri markasının SAP kampanyası kapsamında, spor faaliyetleri aracılığıyla sivil toplum örgütlerine bağış toplayan Adım Adım Oluşumu ile gerçekleştirdiği işbirliğinin süt ürünlerinin sağlıklı olan ilgisinin sporla uğraşan bir oluşumla pekiştirmesi stratejik uygunluk kavramında başarılı bir örnek olarak değerlendirilebilir.

⁷ SAP: Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama

Kurumsal İmaj Kavramı

Türk Dil Kurumu sözlüğüne baktığımızda imaj kavramı bir isim olarak “imge” şeklinde tanımlanmaktadır. İmge ise yine aynı sözlükte “bir uyaran olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar, duyu organlarının dıştan aldığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, genel görünüş ve izlenim” olarak anlatılmaktadır (TDK, Erişim tarihi: 18.01.2018). İmaj, bir başka açıdan, gözlemcilerin zihninde beliren algıların bir kesişimidir (Ceas, Riel ve Fombrun, 2007, s. 39). Kurum imajı ise, bir kurum hakkında bireylerde ortaya çıkan görüşler, düşünceler ve izlenimler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Kotler, 2001, s. 262). Kurum imajı, bir kuruma dair bireylerde ya da kurumlarda meydana gelen görüntü veya kurum ile etkileşimleri anında oluşan izlenimlerin, deneyimlerin, inançların, duyguların ve bilgilerin toplamıdır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 66). Dowling’e göre kurum imajı, bir bireyin bir kuruluşa dair genel değerlendirmesidir (Dowling, 2007, s. 19).

Kurum imajı özünde kurumun yapısından, kültüründen, kendi özelliklerinin dışında faaliyetlerini sürdürdüğü kültürel çevreden, kurum çalışanlarının özelliklerinden, kurum yöneticilerinin olaylara ve konulara yaklaşımından, kurumun pazarlama çevresi gibi çok çeşitli faktörlerden etkilenen bir unsur olarak açıklanmaktadır (Howard, 1998, s. 1). Gupta, kurumsal imajı kavramına ilk kez 1958 yılında Pierre Martineau dikkat çektiğini belirtir (aktaran Gupta, 2002, s. 10).

Rathod ve arkadaşları, Garrison’ın, sosyal amaca dayalı pazarlamanın kar amacı güden kuruluşun imaj ve itibarını olumlu yönde güçlendirirken, kar amacı gütmeyen tarafın da hem popüleritesinin artmasına hem de fon desteği kazanmasına katkı sağladığına vurgu yaptığını hatırlatırlar (aktaran Rathod, Gadhavi ve Shukla, 2014, s. 233). Benzer şekilde, Mullen de sosyal amaca dayalı pazarlamanın kurumların kar getirmeyen programları hedeflerken aynı zamanda örgüt hedeflerini de destekleyen stratejiler sunan stratejik bir halkla ilişkiler yaklaşımı olduğunu iddia etmektedir (Mullen, 1997, s. 42). Bu hedeflerden biri de hedef kitle nezdinde olumlu kurum imajı elde etmektir. Nichols (1990), sosyal amaca dayalı pazarlamanın, kurum imajını güçlendirmek için satış ve bağışın birleştirildiği bir yaklaşım olduğunu belirtmiştir (aktaran Rathod vd. 2014, s. 234).

Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Eleştiriler ve İmaja Odaklanma Süreci

Günümüzde SAP, bir yandan çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren pek çok şirket arasında gittikçe popüler hale gelirken, diğer taraftan SAP’ın aşırı ticarileşmesi (over- commercialism) tehlikesi de artmaya başlamıştır (Lavack ve Kropp, 2003, s. 4). Bir görüş SAP’ı pazarın yasaları tarafından kısıtlanan zorla gerçekleştirilen bir hayırseverlik gibi “pazarlaştırılmış hayırseverlik” (marketized philanthropy) ya da daha özelinde “tüketim hayırseverliği” (consumption philanthropy) olarak düşünmektedir (Nickel ve Eikenberry, 2009, s. 975). Williams (1986), sosyal amaca dayalı pazarlamanın hayır işlerine katkı yapan bir uygulama değil, doğrudan bir satış stratejisi olduğunu ileri süren düşünürlerin bile ortaya çıktığına dikkat çeker (aktaran Varadarajan ve Menon, 1988, s. 69). Dahası SAP’ın kâr amacı güden ve gütmeyen sektörler arasındaki etkileşiminin sonucuna odaklanmaya başlanması ile şirketleri SAP’a yönelten nedenler sorgulanmış ve tüketici şüphesinin potansiyel kaynaklarından biri olarak görülmüştür (Seitanidi ve Ryan, 2007, s. 254-255).

Bower ve Grau, sosyal amaca dayalı pazarlamaya karşı tüketiciler arasında kurumun kar amacı gütmeyen kuruluş üzerinden yanıltıcı ya da yanlış mesajlar sunduğuna dair şüphelerin varlığına değinirler (Bower ve Grau, 2009, s. 113). Benzer şekilde Heidarian ve Bijandi, araştırmalarında günümüz tüketicilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheler duyduklarını ve bu tarz faaliyetlere katılım konusunda birtakım endişeler duyduklarından bahsederler (Heidarian ve Bijandi, 2015, s. 418). 2014 yılında gerçekleştirilen ve tüketicilerin %69’unun sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyalarında kullanılan mesajlara yönelik şüpheli tutum taşıdıklarını gösteren araştırma (Bae, 2016, s. 1-2) da bu endişelerin bir yansıması olarak karşımıza çıkmıştır. Öyle ki Iwane, 2010 yılında gerçekleştirdiği ve tüketicilerin sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyası gerçekleştiren kurumların içtenliği ve gerçekten

kampanyayı sahiplenmesi noktasında sorgulayan bir tutum içerisinde olduklarını ortaya çıkarmıştır (aktaran Lowes, 2015, s. 4).

Tüketicilerde şüpheliğin ya da şüpheli geri bildirimlerin olması durumunda, şirketler SAP vaatlerinin tüketiciler tarafından negatif değerlendirilmesi gibi pek çok istenmeyen sonuçla karşı karşıya kalabilirler (Hasek-Eder, 2011, s. 28). Bir şirketin sosyal bir konuya olan desteği çıkarıcı ve duygusal sömürücüsü olarak algılanabilir. Bu “causeploitation” (sosyal neden sömürüsü) olarak bilinen olgunun kendisidir (Bower ve Grau, 2009, s. 115). İstismarcı motivasyonun olduğunun varsayıldığı bir noktada, tüketicilerin şirketin SAP çabalarına vereceği yanıt şüphelilikten alaycılığa kadar geniş bir ölçüde olacaktır (Barone, Miyazaki ve Taylor, 2000, s. 249). Bu yaklaşımlar karşısında kurumların artık SAP faaliyetlerini yönetme sürecinde ürün satışının artırılması gibi kısa dönemli etkilerden, kurum imajı ya da müşteri sadakati gibi uzun dönemli etkilere doğru bir yönelmeye başladığını görmekteyiz (Hasek-Eder, 2011, s.18). Öyle ki Demetriou ve arkadaşları, sosyal amaca dayalı pazarlamanın tüketicileri zihinsel ve duygusal olarak kurumla angaje olmaya yönelteceği ve bu sayede tüketicilerin kurumla ilgili olumlu imaj taşıyacaklarını ileri sürmektedirler (Demetriou, Papisolomou ve Vrontis, 2010, s. 3-4). Literatürde de pek çok çalışma SAP kampanyalarının kurum imajı üzerinde başarılı etkiler ortaya çıkaracağına vurgu yapmaktadır. Bu çalışmalardan biri Corbishley ve Mason’un 2011 yılında gerçekleştirdikleri araştırmadır. Araştırmada anket çalışması gerçekleştirilmiştir ve ankete katılanların %88’i SAP faaliyetinde bulunan bir kurumun daha olumlu kurum imajına sahip olacağını düşündüklerini belirtmişlerdir. Ayrıca araştırmaya katılımcıların %75’i SAP faaliyeti gerçekleştiren satıcıların ürünlerini satın alacaklarını belirtmişlerdir (Corbishley ve Mason, 2011, s. 7235). Bu sonuç bize SAP faaliyetlerinin kurumlara olumlu imajın yanında işletme hedeflerini de destekleyen etkiler sunduğunu da göstermektedir. Benzer bir sonuç Shabbir ve arkadaşlarının çalışmalarında görülmektedir. 2010 yılında 203 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen çalışmada sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyalarının marka farkındalığı ve kurum imajının yanı sıra satın alma niyeti üzerinde de etki eden bir faktör olduğunu ortaya çıkarılmıştır (Shabbir, Kaufmann, Ahmad ve Qureshi, 2010, s. 1233). Literatürde SAP faaliyetlerinin kurum imajına olumlu katkılar yarattığına dair daha pek çok araştırma sonucuna rastlamak mümkündür (Chattanon, Lawley, Supparerkchaisakul ve Leelayouthayothin, 2008, s. 348; File ve Prince, 1998, s. 1530; Rigney ve Steenhuyson 1991’den aktaran Pharr ve Lough, 2012, s. 94; Hiedarian ve Bijandi, 2015, s. 416; Khosro, 2014, s. 681; Williams ve Barrett, 2000, s. 349). Bir yandan SAP faaliyetleri gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutumlardan bahsedilirken diğer yandan kurum imajına katkı sağladığını ileri süren çalışmaların olması bu iki zıtlıktan hangi tarafın ağır bastığının araştırılmasını gerekli kılmıştır. Bu gereklilik çalışmanın ana çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Araştırma Hakkında

Eker-Adım Adım Oluşumu İşbirliğine Dair

Türkiye’de Süt ürünleri markalarından biri olarak faaliyet gösteren Eker, spor alanında gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projelerine “Türkiye’de yardımseverlik koşusu aracılığı ile bireylerde bağışçılık ve gönüllülük bilincini yaygınlaştırmaya çalışan bir platform olan” Adım Adım Oluşumu ile işbirliği gerçekleştirerek devam etmiştir. Aynı zamanda bir sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti olan işbirliği kapsamında, 2015 yılında çıkardığı meyveli süzme yoğurt ambalajlarının üstüne ADİM ADİM logosu koyarak ve altına yazdığı “Bu ürünü alarak Adım Adım oluşumunun desteklediği sivil toplum kuruluşlarına destek oldunuz” ibaresi ile hem yardımlaşma hareketinin geniş kitlelere duyurulmasını sağlamış hem de Adım Adım’ın desteklediği sivil toplum kuruluşlarının projelerine kaynak yaratılmasına zemin hazırlamıştır. Halen devam eden işbirliğinde şu ana kadar 180.000 TL’nin üzerinde bağış gerçekleştirilmiştir (EKER, 2018)⁸. Ayrıca Eker bu işbirliği sayesinde 2018 yılında Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği tarafından 2009 senesinden bu yana düzenlenen ve Türkiye’deki kurum ve markaların KSS projelerinin tanıtıldığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk

⁸ Bu kısımdaki bilgiler Eker Pazarlama Yöneticisi Emre Deniz Yazgan’dan alınmıştır.

Pazaryeri etkinliğinin 9.'su olan Sosyal Sorumluluk Pazaryeri Sürdürülebilir Kalkınma Akademi Ödülleri kapsamında ödüle layık görülmüştür.⁹ Araştırma kapsamında Eker markasının Adım Adım Oluşumu'na destek olmak amacıyla gerçekleştirdiği uygulamanın seçilme nedenleri ise şu şekilde listelenmiştir:

- İşbirliği sürecinde atılan adımların sosyal amaca dayalı pazarlama kriterlerine uygun olarak seçilmiş olması (STK desteği, ürün satışını artırma amacı, tüketicinin sosyal sorumluluk faaliyetinin içine aktif olarak çekilmesi vb.),
- İşbirliğinin amaçları arasında Eker'in kurum imajını arttırmaya yönelik bir maddenin yer alması ve bu amacın araştırma sorularımızla olan ilgisi,
- Eker markasının fiyat açısından üniversite öğrencilerinin tercih edebileceği ve tanıyabilecekleri bir marka olarak düşünülmesi,
- Süt ürünleri üreten bir markanın sağlık ve spor alanlarında bir sosyal sorumluluk girişiminde bulunmasının kurum imajını destekler sonuçlar vereceği düşüncesi (Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerinde faaliyet gösterilen alan ile sorumluluk üstlenilen alan arasındaki uyum boyutunda).

Problem

Günümüzde iletişim teknolojilerinde hızlı gelişmeler yaşanmış, eğitim seviyesinde yükselmeler meydana gelmiş, insanların fikir ve görüşlerini ifade etme konusunda elde ettikleri özgürlükler artmıştır. Bu gelişmeler daha bilinçli, daha sorgulayan ve satın alacakları ürünlerin arkasındaki kurumlardan kaliteli ürün ve hizmetin ötesinde bir şeyler bekleyen bir tüketici kitlesini beraberinde getirmiştir. Bu kitle markalarla yalnızca reklam faaliyetleriyle buluşmayı istemeyen aksine reklamlardan kaçınan bir kitledir. Öyle ki, ORC International tarafından yapılan bir araştırma, insanların %76'sının televizyondaki geleneksel reklamları izlemek yerine atladıklarını belirtmektedir. Online platformlarda durum daha ciddi boyutlardadır. Katılımcıların %90'ı online videoların başında çıkan yayın öncesi videoları atladıklarını ifade etmektedir (PR Newswire, 2016). Reklamlardan bu denli kaçınan tüketici kitlesinin en belirgin özelliklerinden biri de içerisinde faaliyetini sürdürdüğü topluma sosyal fayda yaratan, artı bir değer oluşturan bir kurum görmek istemesidir. Bu noktada kurumların ürün ve hizmetlerini üretme, fiyatlandırma, uygun dağıtım kanalları oluşturma ve tanıtım faaliyetleri gibi geleneksel pazarlama unsurlarının yanı sıra, sosyal pazarlama denilen unsur iş yapış süreçlerine dahil etmelerine zemin hazırlamıştır. Sosyal amaca dayalı pazarlama bu noktada kritik kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkçe literatürde geleceğin tüketicisi konumundaki üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik algılarının bilinmemesi ve bu algı ile kurumsal imaj arasında bir ilişkinin var olup olmadığına dair çalışmaların yetersizliği çalışmamızın problemlerinden biri olarak belirlenmiştir (Yök Tez Merkezi, Google Shoolar, Anadolu Üniversitesi Kütüphane Veri Tabanı taramaları neticesinde bu eksiklik belirlenmiştir). Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerinin kurum imajıyla ilişkili olup olmadığı, özellikle de geleceğin tüketicisi üniversite öğrencilerinin bu yöndeki algılarının tespit edilmesi bir gereklilik olarak görülmüş ve araştırmanın bir diğer problemi olarak belirlenmiştir. Ayrıca, SAP faaliyetleri gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik üniversite gençliğinin algılarının ortaya çıkarılması da araştırmanın problemleri arasındadır. Bu problemlere yönelik bulguların elde edilmesi ile sektöre, tüketicilerin kurumlardan bekledikleri sosyal faydaya SAP faaliyetleri ile olumlu bir karşılık verebileceklerine, reklama yönelik olumsuz tutumların SAP faaliyetlerine yönelik olumlu tutumlarla bertaraf edilebileceklerine ve hedef kitleleriyle SAP faaliyetleri aracılığıyla daha verimli ilişkiler tesis etme fırsatı yakalayabileceklerine yönelik çıkarımların sağlanabileceği düşünülmektedir.

Amaç

Araştırmanın ana amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik algıları ile kurum imajı arasında bir ilişki olup olmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Bu ana amaç etrafında aşağıdaki araştırma sorularının yanıtları aranacaktır:

⁹ <http://www.eker.com.tr/TR/Media/39/Haberler/840/Eker%E2%80%99e-Kurumsal-Sosyal-Sorumluluk-Odulu/> (Erişim tarihi: 21.05.2018).

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutumları ile demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, fakülte, aile gelir durumu) arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
2. Katılımcıların sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik algıları demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş, fakülte, aile gelir durumu) göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. Katılımcıların sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetleri gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algıları demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş, fakülte, aile gelir durumu) göre farklılık göstermekte midir?
4. Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum, bu faaliyetlerde bulunan kurumların motivasyonlarına yönelik algı ve kurum imajı arasında bir ilişki var mıdır?

Önem

Araştırma aşağıda belirtilen noktaların elde edilmesini sağlaması açısından önemlidir:

- Geleceğin tüketicisi konumundaki üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algılarının belirlenmesinin hem sektöre yol haritası sunmak hem de akademik literatüre farklı bakış açıları kazandırmak açısından önemli olacağının düşünülmesi,
- Sosyal amaca dayalı pazarlama ve kurum imajı arasındaki ilişkiye yönelik ilgili literatürdeki eksikliğin doldurulmasına katkı sağlanması,
- Çalışma ile daha önce Türkçe literatürde ölçülmemiş olan üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun motivasyonuna yönelik algılarının ortaya çıkartılacak olması,
- Araştırma ile sektöre, gençlere yönelik gerçekleştirilecek iletişim çalışmalarında temel oluşturacak verilerin sağlanacağına düşünülmesi.

Yöntem

Araştırmada, üniversite öğrencileri ile yüz yüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu noktada araştırma nicel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Kıncal, nicel araştırma yönteminin, sayısal verilerin toplanmasına ve bu verilen istatistiksel çözümlenmesine dayanan bir araştırma yolu olduğunu belirtir (Kıncal, 2010, s. 50). Araştırmada nicel araştırma modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modelinde iki ve daha çok değişken arasında birlikte değişim var olup olmadığı, varsa bu değişimin derecesi belirlenmesi amaçlanır (Karasar, 2007, s. 81).

Araştırmanın evrenini Anadolu Üniversitesi 4 yıllık örgün eğitim veren fakültelerin öğrencileri oluşturmaktadır. Çömlekçi, hakkında bilgi edinilmesi istenen canlı ve cansız varlıkların tamamının araştırma evreni olarak nitelendirildiğini belirtir (Çömlekçi, 2001, s.43). Anadolu Üniversitesi'ndeki fakültelerde öğrenim gören örgün lisans öğrencilerinin toplam sayısı 2017-2018 öğretim yılı Şubat ayı itibarı ile 23.033'tür. ¹⁰ Çalışmada olasılıksız örnekleme türlerinden kotalı örnekleme yöntemi, hem zaman ve maliyet kısıtlamasından dolayı hem de her fakülteden öğrenciye ulaşabilme ve bunu evren içerisindeki oranlarına uygun olarak yapabilme adına kullanılmıştır. Araştırmada kota fakültele göre belirlenmiştir. Kota örnekleme; evrenin birtakım kriterlere göre belirli sayıda katılımcı sınıflarına ayrıldığı olasılıklı olmayan örnekleme türüdür (Panneerselvam, 2008, s. 201). Böylece heterojen bir özellik taşıyan evrenin daha homojen alt gruplara ayrılması sağlanır (Daşdemir, 2016, s. 72). Yapılan hesaplamalar ve kota dağılımlarıyla ulaşılması gereken

¹⁰ <https://www.anadolu.edu.tr/universitemiz/sayilarla-universitemiz/ogrenci-sayilari/2017-2018/subat-2018> (Erişim Tarihi: 04.04.2018)

öğrenci sayısı 383 olarak belirlenmiş ve anket 383 öğrenciye uygulanmıştır. Anketler bire bir katılımcılara okunarak gerçekleştirildiğinden eksik ya da hatalı ankete rastlanmamıştır¹¹.

Araştırmada kullanılan, 26 soru ve ifadeden oluşan anket formunda katılımcıların demografik bilgilerine (4 soru), Lowes'dan (2015) uyarlanan, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine dair genel tutumlarını ölçen bir ölçeğe (9 ifade), Eker ve Adım Adım Oluşumu İşbirliğine dair verilen bilgilere göre cevaplandırılacak, Bae'den (2016) uyarlanan sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetleri gösteren kurumların kurum motivasyonuna yönelik algılarını olumlu tutum ve şüpheli tutum olarak iki alt boyutta ölçen bir ölçeğe (4 olumlu, 3 olumsuz tutumdan oluşan 7 ifade) ve Javalgi ve arkadaşlarından (1994) uyarlanan Eker'in kurum imajını belirlemeye yönelik bir kurum imajı ölçeğine (6 ifade) yer verilmiştir (Ölçek şu ifadeleri içermektedir: X kurumu iyi ürün ve hizmet sunmaktadır. X kurumu iyi yönetilmektedir. X kurumu yalnızca kar amacı gütmektedir. X kurumu faaliyet gösterdiği topluma dahil olmuş bir yapıdır. X kurumu tüketici istek ve ihtiyaçlarına karşılık vermektedir. X kurumu çalışmak için iyi bir kurumdur. Ankette önce Eker markasının Adım Adım Oluşumu ile gerçekleştirdiği iş birliği kısaca anlatılmış daha sonra X kurumu ibaresinin yerine Eker markası yazılarak ölçek örnek vakaya uyarlanmıştır.). Ankette kullanılan ölçeklerdeki ifadeler 5'li Likert ölçeğine göre (1-kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-kararsızım, 4-katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) ölçülmüştür.

Sosyal amaca dayalı pazarlamaya faaliyetlerine yönelik tutum ölçeği, Nicole A. Lowes tarafından 2015 yılında yazılan "Cause-Related Marketing and Corporate Social Responsibility: Understanding Attitudes and Perspectives of the Millennial Generation" isimli doktora tezinde, Arnold, Bucic ve High'ın daha önceki çalışmalarından derleyerek hazırladığı, kurumsal sosyal sorumluluk tutumlarının sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyalarına katılımlarına olan etkisini ölçtüğü çalışmadan uyarlanmıştır (Ölçek şu ifadeleri içermektedir: Sosyal amaca dayalı pazarlama iyi bir kavramdır. Bazı kurumlar sosyal amaca dayalı pazarlamayı yalnızca kendi çıkarları için kullanır. İyi kurgulanmış bir sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyası hem gerçekleştireceği sosyal fayda hem de kurum için çok yararlı olabilir. Sosyal amaca dayalı pazarlamaya katılan kurumlar gerçek anlamda ortaya çıkacak sosyal faydayı önemsemektedir. Sosyal amaca dayalı pazarlamaya katılan kurumlar gerçek anlamda tüketicisini önemsemektedir. Sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyalarını desteklemenin önemli olduğuna inanıyorum. Kurumların sosyal amaca dayalı bir pazarlama kampanyasını duyurmaları noktasında açık ve şeffaf olmalarının önemli olduğuna inanıyorum. Kurumların sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyalarını tüketicileri nezdinde olumlu bir imaj yaratmak için gerçekleştirdiklerine inanıyorum. Sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyasına katılan bir kuruma severek yaklaşırım.). Lowes anket çalışmasında ölçeği 7'li Likert kullanarak uygulamıştır. Lowes'un kullandığı ölçeğin güvenilirliği Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı ile ölçülmüş ve 0.90 gibi yüksek bir güvenilirlik katsayısı elde edilmiştir.

Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik tutum ölçeği Mikyeung Bae'nin 2016 yılında gerçekleştirdiği "Overcoming Skepticism Toward Cause-Related Marketing Claims: The Role of Consumers' Attributions of Company Motives and Consumers' Perceptions of Company Credibility" isimli doktora tezinden uyarlanmıştır. Ölçek 7'li Likert ölçeği kullanılarak uygulanmıştır. Ölçeğin orijinali Rifon ve arkadaşları tarafından 2004 yılında 8 ifadeli olarak geliştirilmiştir. Bae, ölçeği doğrulayıcı faktör analizine tabi tutmuş ve ölçekten bir ifade çıkartarak ölçekteki 7 ifadenin 4 'ünü (Kurum bu sosyal konuyu tamamıyla tüketicilerini önemseyen için desteklemektedir. Kurum toplumda uzun dönemli fayda yaratmaktadır. Kurum bu kampanya ile sosyal konuları önemseyen ve destek olmak isteyen tüketicilere bir imkan sunmaktadır. Kurum bu kampanya ile toplumdaki aldığını topluma verme çabası içerisinde.) olumlu tutum ve 3'ünü (Kurum bu sosyal konuyu tüketicileri ürününü satın almaya ikna etmek için desteklemektedir. Kurum bu sosyal konuyu yalnızca kar sağlamak amacıyla desteklemektedir. Kurum bu kampanyadaki kar

¹¹ Anket uygulaması 13 Nisan-15 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

amacı gütmeyen kuruluş ile işbirliğini kendi çıkarlarına hizmet etmesi için gerçekleştirmektedir.) şüpheli tutum faktörleri altında sunmuştur. Burada olumlu tutum ifadeleri için Cronbach alpha değeri 0.91, şüpheli tutum ifadeleri için Cronbach alpha değeri ise 0.77 olarak bulunmuştur.

Ölçeklerin kapsam geçerliliğini sağlamak için Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde görevli 4 akademisyenin onayı alınarak ifadelere son halleri verilmiştir. Ayrıca yapılan 50 kişilik pilot çalışma sonucunda ölçeklerin güvenilirlikleri; SAP faaliyetlerine yönelik genel tutum ölçeği için Cronbach Alpha skoru 0.77, SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların kurum motivasyonuna yönelik olumlu tutum ölçeği için Cronbach Alpha sayısı 0.82, şüpheli tutum ölçeği için Cronbach Alpha sayısı 0.75 ve kurum imajı ölçeği için 0.74 olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirliklerini arttırmak için sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ölçeğinin ikinci ifadesi ile kurum imajı ölçeğinin üçüncü ifadesi ters kodlanmıştır. Bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilmesi için Cronbach Alpha değerinin en az 0.70 olması gerektiği belirtilir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010, s. 124). Bu durumda, çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilir oldukları söylenebilir. Ayrıca, kurum motivasyonu ölçeğinin alt boyutlarını test etmek için açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiş, yapılan analiz sonucunda faktör yük değerlerinin 0.72 ile 0.85 değerleri arasında bulunmuştur. Hair ve arkadaşları, örneklem büyüklüğünün 350 ve üstü bir sayıda olduğu araştırmalarda faktör yüklerinin 0.30 ve üstü olması gerektiğine değinirler (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014, s. 115). Bu durum bütün ifadelerin faktör yüklerinin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Testin toplam varyans açıklama oranı ise 67.6 yani %68 olarak bulunmuştur. Seçer, araştırmalarda toplam varyans açıklama oranının en az %50 olması gerektiğini belirtir (Seçer, 2015, s. 164). Bu noktada elde edilen toplam varyans oranının uygun bir değer olduğu söylenebilir. Test sonucunda KMO değeri 0.78 olarak bulunmuştur. KMO değerinin 0.70 ve 0.80 aralığında çıkması iyi, 0.80 ve 0.90 aralığında çıkması çok iyi ve 0.90 üzerinde çıkması ise mükemmel düzeyde bir örneklem büyüklüğünü ifade etmektedir (Seçer, 2015, s. 155). Bu durumda araştırmada iyi düzeyde bir örneklem büyüklüğüne ulaşıldığı söylenebilir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1

Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Tutum Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

İFADELER	FAKTÖR YÜK DEĞERLERİ
Olumlu Tutum	
Kurum bu sosyal konuyu tamamiyle tüketicilerini önemseyen için desteklemektedir.	0.726
Kurum toplumda uzun dönemli fayda yaratmaktadır.	0.857
Kurum bu kampanya ile sosyal konuları önemseyen ve destek olmak isteyen tüketicilere bir imkan sunmaktadır.	0.823
Kurum bu kampanya ile toplumdaki aldığını topluma verme çabası içerisinde.	0.770
Güvenilirlik	0.820
Şüpheli Tutum	
Kurum bu sosyal konuyu tüketicileri ürünü satın almaya ikna etmek için desteklemektedir.	0.831
Kurum bu sosyal konuyu yalnızca kar sağlamak amacıyla desteklemektedir.	0.732
Kurum bu kampanyadaki kar amacı gütmeyen kuruluş ile işbirliğini kendi çıkarlarına hizmet etmesi için gerçekleştirmektedir.	0.843
Güvenilirlik	0.759
Toplam Varyans Açıklama Oranı	67,616
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0,788
Bartlett's Test of Sphericity	954,925
Anlamlılık (p)	0.000

Verilerin Analizi

Anket cevaplarıyla toplanan verilerin analizinde SPSS 20.0 istatistik programı kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin SAP faaliyetlerine yönelik tutumları, bu faaliyetlerde bulunan kurumların motivasyonlarına yönelik algıları ve kurum imajı arasındaki ilişki “Pearson korelasyon analizi” istatistiği ile analiz edilmiştir. Demografik değişkenlerin (cinsiyet, yaş, fakülte ve aile gelir durumu) her üç ölçek için de istatistiki olarak anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı da “tek yönlü varyans analizi (One-way anova) ve “bağımsız örneklem t- test” istatistiği ile test edilmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda alt gruplar arası farklılık belirlenmiş ve farklılığı yaratan grupların hangileri olduğunu tespit etmek için de Post Hoc testlerinden “Tukey” testi kullanılmıştır.

Bulgular ve Yorum

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular

Tablo 2
Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların Demografik Özellikleri							
Özellikler		N	%	Özellikler			
Cinsiyet	Kadın	176	46	Fakülte	İİBF ¹²	66	17.2
	Erkek	207	54		Eğitim	62	16.2
	Toplam	383	100		İBF ¹³	23	6
Yaş	18-20	98	25.6		GSF ¹⁴	12	3.1
	21-22	162	42.3		Eczacılık	13	3.4
	23-24	92	24		Edebiyat	32	8.4
	25 ve üstü	31	8.1		Hukuk	32	8.4
	Toplam	383	100		Fen	22	5.7
Aile Gelir Durumu	1600 TL ve altı	56	14.6		Havacılık ve Uzay Bilimleri	15	3.9
	1601 TL-2000 TL	63	16.4		Mimarlık ve Tasarım	24	6.3
	2001 TL-3000 TL	91	23.8		Mühendislik	52	13.6
	3001 TL-4000 TL	81	21.1		Sağlık Bilimleri	7	1.8
	4000 TL ve üzeri	92	24		Spor Bilimleri	12	3.1
	Toplam	383	100		Turizm	11	2.9
					Toplam	383	100

Araştırmaya katılan toplam 383 katılımcının %46'sı (n=176) erkek, %54'ü (n=207) ise kadındır. Yaş değişkeni açısından katılımcıların %25.6'sı (n=98) 18-20 yaş arası, %42.3'ü (n=162) 21-22 yaş arası, %24'ü (n=92) 23-24 yaş arası ve %8.1'i (n=31) 25 ve üstü yaşında olanlardan oluşmaktadır. Katılımcıların fakülteye göre dağılımına baktığımızda; katılımcıların %17.2'si (n=66) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden, %16.2'si (n=62) Eğitim Fakültesi'nden, %6'sı (n=23) İletişim Bilimleri Fakültesi'nden, %3.1'i (n=12) Güzel Sanatlar Fakültesi'nden, %3.4'ü (n=13) Eczacılık Fakültesi'nden, %8.4'ü (n=32) Edebiyat Fakültesi'nden, %8.4'ü (n=32) Hukuk Fakültesi'nden, %5.7'si (n=22) Fen Fakültesi'nden, %3.9'u (n=15) Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi'nden, %6.3'ü (n=24) Mimarlık ve Tasarım Fakültesi'nden, %13.6'sı (n=52) Mühendislik Fakültesi'nden, %1.8'i (n=7) Sağlık Bilimleri Fakültesi'nden, %3.1'i (n=12) Spor Bilimleri Fakültesi'nden ve

¹² İİBF: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

¹³ İBF: İletişim Bilimleri Fakültesi

¹⁴ GSF: Güzel Sanatlar Fakültesi

%2.9'unun (n=11) da Turizm Fakültesi'nden olduğu görülmektedir. Aile gelir durumu değişkeni açısından ise; katılımcıların ailelerinin %14.6'sı (n= 56) 1600 TL ve altı, %16.4'ü (n=63) 1601 TL–2000 TL arası, %23.8'i (n=91) 2001 TL–3000 TL arası, %21.1'i (n=81) 3001 TL–4000TL ve %24'ü (n=92) ise 4000 TL üzeri aylık gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir (Bkz. Tablo 2).

Demografik değişkenler açısından sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutumun incelenmesi

Üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutumları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için bağımsız örneklem t-test analizi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 3).

Tablo 3
Cinsiyet Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Cinsiyet	n	\bar{x}	Std.	t Değeri	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık (p)
Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutum	Erkek	176	3.59	0.61	-4.339	381	0.000*
	Kadın	207	3.86	0.59			

p < 0,05 (1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, cinsiyet değişkeni ile SAP faaliyetlerine yönelik tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır (t: -4.339, df: 381, p: 0.000 < 0.05). Bu bağlamda kadınların, erkeklere göre SAP faaliyetlerine karşı daha olumlu bir tutum gösterdikleri söylenebilir. SAP faaliyetlerine yönelik tutum ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4
Yaş Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Yaş	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutum	18-20	98	3.75	1.379	0.249
	21-22	162	3.80		
	23-24	92	3.64		
	25+	31	3.68		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Tabloda yer alan istatistiksel sonuçlara göre, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile yaş değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p > 0.05). SAP faaliyetlerine yönelik tutum ile fakülte değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 5).

Tablo 5
Fakülte Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Fakülte	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutum	İİBF	66	3.76	1.486	0.120
	Eğitim	62	3.82		
	İletişim Bilimleri	23	3.86		
	GSF	12	4.11		
	Eczacılık	13	3.68		
	Edebiyat	32	3.61		
	Hukuk	32	3.70		
	Fen	22	3.58		
	Havacılık ve Uzay Bilimleri	15	3.46		
	Mimarlık ve Tasarım	24	3.84		
	Mühendislik	52	3.59		
	Sağlık Bilimleri	7	3.73		
	Spor Bilimleri	12	4.00		
	Turizm	11	3.93		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Tabloda yer alan istatistiksel sonuçlara göre, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile fakülte değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$). Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile aile gelir durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6
Aile Gelir Durumu Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Aile Gelir Durumu	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
SAP Faaliyetlerine Yönelik Tutum	1600 TL ve altı	56	3.72	0.186	0.946
	1601 TL- 2000 TL arası	63	3.73		
	2001 TL-3000 TL arası	91	3.79		
	3001 TL-4000 TL arası	81	3.71		
	4000 TL ve üstü	92	3.73		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile aile gelir durumu değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$).

Demografik değişkenler açısından sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu ve şüpheli tutumun incelenmesi

Katılımcıların sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu algıları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için bağımsız örneklem t-test analizi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7

Cinsiyet Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Olumlu Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Cinsiyet	N	\bar{x}	Std.	t Değeri	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık (p)
Olumlu Tutum	Erkek	176	3.57	0.91	-2.65	381	0.008*
	Kadın	207	3.80	0.79			

* p < 0.05 (1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, cinsiyet değişkeni sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır (t: -2.65, df: 381, p: 0.008 < 0.05). Bu bağlamda kadınların, erkeklere göre daha fazla olumlu tutum gösterdikleri söylenebilir. Katılımcıların sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek bağımsız örneklem t-test analizi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 8).

Tablo 8

Cinsiyet Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Şüpheli Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Cinsiyet	N	\bar{x}	Std.	t Değeri	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık (p)
Şüpheli Tutum	Erkek	176	2.96	0.98	0.249	381	0.803
	Kadın	207	2.93	0.98			

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, cinsiyet değişkeni ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p > 0.05). SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 9).

Tablo 9

Yaş Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Olumlu Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Yaş	N	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Olumlu Tutum	18-20	98	3.61	1.353	0.257
	21-22	162	3.79		
	23-24	92	3.64		
	25+	31	3.58		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, yaş değişkeni ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$). SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 10).

Tablo 10

Yaş Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Şüpheli Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Yaş	N	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Şüpheli Tutum	18-20	98	2.96	0.179	0.910
	21-22	162	2.97		
	23-24	92	2.93		
	25+	31	2.83		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, yaş değişkeni ile SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$). SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum ile fakülte değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 11).

Tablo 11

Fakülte Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Olumlu Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Fakülte	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Olumlu Tutum	İİBF	66	3.74	1.637	0.073
	Eğitim	62	3.83		
	İletişim Bilimleri	23	3.46		
	GSF	12	4.22		
	Eczacılık	13	3.67		
	Edebiyat	32	3.71		
	Hukuk	32	3.55		
	Fen	22	3.67		
	Havacılık ve Uzay Bilimleri	15	3.45		
	Mimarlık ve Tasarım	24	3.93		
	Mühendislik	52	3.40		
	Sağlık Bilimleri	7	3.64		
	Spor Bilimleri	12	4.08		
	Turizm	11	3.77		

(1-Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, fakülte değişkeni ile SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$). SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum ile fakülte değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 12).

Tablo 12

Fakülte Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Şüpheli Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Fakülte	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Şüpheli Tutum	İİBF	66	3.09	1.486	0.120
	Eğitim	62	2.91		
	İletişim Bilimleri	23	3.23		
	GSF	12	2.44		
	Eczacılık	13	2.71		
	Edebiyat	32	3.02		
	Hukuk	32	2.90		
	Fen	22	2.81		
	Havacılık ve Uzay Bilimleri	15	3.48		
	Mimarlık ve Tasarım	24	3.55		
	Mühendislik	52	3.78		
	Sağlık Bilimleri	7	3.57		
	Spor Bilimleri	12	3.16		
	Turizm	11	3.00		

(1-Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, fakülte değişkeni ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$). Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum ile aile gelir durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 113).

Tablo 13

Aile Gelir Durumu Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Olumlu Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Aile Gelir Durumu	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Olumlu Tutum	1600 TL ve altı	56	3.63	2.366	0.052
	1601 TL- 2000 TL arası	63	3.89		
	2001 TL-3000 TL arası	91	3.80		
	3001 TL-4000 TL arası	81	3.50		
	4000 TL ve üstü	92	3.66		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, aile gelir durumu değişkeni ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$). Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum ile aile gelir durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 14).

Tablo 14

Aile Gelir Durumu Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Kurumların Motivasyonuna Yönelik Şüpheli Tutumun İncelenmesi

Ölçek	Aile Gelir Durumu	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Şüpheli Tutum	1600 TL ve altı	56	3.01	1.230	0.297
	1601 TL- 2000 TL arası	63	2.75		
	2001 TL-3000 TL arası	91	3.03		
	3001 TL-4000 TL arası	81	3.04		
	4000 TL ve üstü	92	2.87		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, aile gelir durumu değişkeni ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheli tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0.05$).

Demografik değişkenler açısından sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algının incelenmesi

Katılımcıların sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algıları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için bağımsız örneklem t-test analizi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 15).

Tablo 15

Cinsiyet Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algının İncelenmesi

Ölçek	Cinsiyet	N	\bar{x}	Std.	t Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (p)
SAP Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algı	Erkek	176	3.56	0.65	-1.887	381	0.060
	Kadın	207	3.68	0.65			

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, cinsiyet değişkeni ile SAP faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($p>0.05$). SAP faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 16).

Tablo 16

Yaş Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algının İncelenmesi

Ölçek	Yaş	N	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
SAP Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algı	18-20	98	3.60	1.657	0.176
	21-22	162	3.66		
	23-24	92	3.67		
	25+	31	3.39		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, yaş değişkeni ile SAP faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($p>0.05$). Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı ile fakülte değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 17).

Tablo 17

Fakülte Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algının İncelenmesi

Ölçek	Fakülte	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algı	İİBF	66	3.62	2.373	0.005*
	Eğitim	62	3.76		
	İletişim Bilimleri	23	3.26		
	GSF	12	4.05		
	Eczacılık	13	3.46		
	Edebiyat	32	3.63		
	Hukuk	32	3.61		
	Fen	22	3.48		
	Havacılık ve Uzay Bilimleri	15	3.66		
	Mimarlık ve Tasarım	24	3.89		
	Mühendislik	52	3.46		
	Sağlık Bilimleri	7	3.26		
	Spor Bilimleri	12	3.90		
	Turizm	11	3.84		

p < 0,05 (1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, fakülte değişkeni ile SAP faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajı arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p < 0.05). Bu bağlamda farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için işlem sonrası (Post Hoc) testlerinden “Tukey” testi uygulanmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre, İİBF ile GSF arasında (md: -0.787, p: 0.041, p<0.05) istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Diğer fakülteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu durum, sanat çalışmaları yapan öğrencilerin duyarlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı ile aile gelir durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için tek yönlü varyans (One-way anova) testi uygulanmıştır (Bkz. Tablo 18).

Tablo 18

Aile Gelir Durumu Değişkeni Açısından Sosyal Amaca Dayalı Pazarlama Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algının İncelenmesi

Ölçek	Aile Gelir Durumu	n	\bar{x}	F Değeri	Anlamlılık (p)
SAP Faaliyeti Gerçekleştiren Bir Kurumun Kurum İmajına Yönelik Algı	1600 TL ve altı	56	3.66	0.722	0.577
	1601 TL- 2000 TL arası	63	3.73		
	2001 TL-3000 TL arası	91	3.59		
	3001 TL-4000 TL arası	81	3.56		
	4000 TL ve üstü	92	3.63		

(1- Kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

Yapılan analiz sonucunda, aile gelir durumu değişkeni ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. (p>0.05).

Araştırmada kullanılan ölçekler arası ilişkinin incelenmesi

Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum, bu faaliyetlerde bulunan kurumların motivasyonlarına yönelik algı ve kurum imajı arasında bir ilişki var mıdır araştırma sorusuna cevap bulabilmek için Pearson Korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir (Bkz. Tablo 19).

Tablo 19
Ölçekler Arası Korelasyon Tablosu

ÖLÇEK	SAP Tutum	Olumlu Tutum	Şüpheli Tutum	Kurum İmajı
SAP Tutum				
Olumlu Tutum	0.631**			
Şüpheli Tutum	-0.220**	-0.345**		
Kurum İmajı	0.503**	0.651**	-0.275**	

Yapılan istatistiksel analiz sonucunda sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum değişkeni ile kurum imajı değişkeni arasında 0.01 ($r=0.503$) önem düzeyinde doğrusal, istatistiki olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, tüketicilerin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik olumlu tutumları arttıkça sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun imajına dair olumlu tutumlarının da artacağı söylenebilir. Analiz sonucunda ayrıca sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumun motivasyonuna yönelik olumlu tutum değişkeni arasında 0.01 ($r=0.631$) önem düzeyinde doğrusal, istatistiki olarak anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu noktada, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine karşı olumlu tutum sergileyen tüketicilerin, bu tarz faaliyetlerde bulunan kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum sergileyecekleri söylenebilir.

Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumun motivasyonuna yönelik algı değişkeni arasındaki ilişkiye bakıldığında ise 0.01 ($r=-0.220$) önem düzeyinde ters yönlü, istatistiki olarak anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu sonuç, tüketicilerin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik olumlu tutumları arttıkça, bu tarz faaliyetlerde bulunan kurumlara yönelik şüpheli tutumlarının azalacağı şeklinde yorumlanabilir. Yine yapılan analizlerde, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumun motivasyonuna yönelik olumlu tutum ve şüpheli tutum arasında 0.01 ($r=-0.345$) önem düzeyinde ters yönlü, istatistiki olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bağlamda sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum arttıkça, şüpheli tutumun da tersi yönde azaldığı söylenebilir.

Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun motivasyonuna yönelik olumlu tutum ile kurum imajı arasındaki ilişkiye bakıldığında; 0.01 ($r=0.651$) önem düzeyinde doğrusal, istatistiki olarak anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu noktada SAP kampanyası gerçekleştiren bir kurumun bu tarz bir faaliyet gerçekleştirmesinin ardında yatan motivasyona yönelik olumlu tutum arttıkça, o kurumun imajına yönelik olumlu algının da aynı şekilde artacağı söylenebilir. Son olarak, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun motivasyonuna yönelik şüpheli tutum ile kurum imajı arasındaki ilişkiye bakıldığında; 0.01 ($r=-0.275$) önem düzeyinde ters yönlü, istatistiki olarak anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu noktada SAP kampanyası gerçekleştiren bir kurumun bu tarz bir faaliyet gerçekleştirmesinin ardında yatan motivasyona yönelik şüpheli tutum arttıkça, o kurumun imajına yönelik olumlu algının azalacağı söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüz iş dünyasında artan rekabet koşulları kurumları farklılaşma noktasında yeni adımlar atmaya zorlamaktadır. Bu farklılaşma sürecinde daha fazla sosyal sorumlu adımların atılması kritik önem arz etmektedir. Kurumlar bir yandan karlılıklarını sürdürmeye çalışırken diğer yandan toplum refahına ve gelişimine katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu sayede paydaşların istek ve talepleriyle örtüşmeyi sağlamanın yanında kurumsal imaj ve itibarlarına katkı sağlamayı istemektedirler. Bu süreçte kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinin bir türü olarak sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetleri hem kurumun ürün ve hizmetlerinin satışlarını artırıcı etki yaratabilmesi hem de sosyal sorumluluk anlayışını dile getirebilmesi yönüyle kurumsal imajı güçlendirme araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne var ki, son zamanlarda sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik yaklaşımlar konusunda iki farklı yaklaşım gündeme gelmiştir. Bir görüş, sosyal amaca dayalı pazarlamanın gerçekten sosyal fayda niyetiyle bu tarz faaliyetleri gerçekleştirdiğine dikkat çekerken; diğer bir görüş, sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerinin aslında yalnızca pazar koşullarının kurumlara dayattığı bir zorunluluğunun sonucu olduğunu ileri sürmüştür. Hatta ikinci görüşte sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetleri ‘‘pazarlaştırılmış hayırseverlik’’ (marketized philanthropy) ya da ‘‘tüketim hayırseverliği’’ (consumption philanthropy) olarak düşünölmeye başlanmıştır. Kısacası, artık sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumun bu tarz bir faaliyette bulunma motivasyonuna yönelik hem olumlu hem de şüpheci tutumlar sergilenebilmektedir.

Bu çalışmada, geleceğin tüketicisi üniversite öğrencilerinin SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheci tutumdan fazla olumlu tutum sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, 2014 yılında gerçekleştirilen ve tüketicilerin %69’unun SAP kampanyalarında kullanılan mesajlara yönelik şüpheci tutum taşıdıklarını gösteren araştırma (Bae, 2016, s. 1-2), 2010 yılında gerçekleştirilen ve tüketicilerin SAP kampanyası gerçekleştiren kurumların içtenliği ve gerçekten kampanyayı sahiplenmesi noktasında sorgulayan bir tutum içerisinde olduklarını ortaya çıkardığı (Iwane, 2010’dan aktaran Lowes, 2015, s. 4) araştırmalarla farklılık göstermektedir. Bu durum Türk gençlerinin SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumlara karşı daha minnettar oldukları yönünde yorumlanabilir. 2006 yılında gerçekleştirilen, iyi kurgulanmış SAP kampanyasının uygulayıcısı kuruma karşı tüketicilerin daha fazla olumlu tutum beslediklerini ortaya çıkardıkları araştırma (Gupta ve Pirsch, 2006, s. 31) ve 2008 yılında 200 tüketici ile gerçekleştirilen bir araştırmada elde edilen, tüketicilerin bağış faaliyetlerinde bulunan ya da sosyal bir faydaya destek olan kurumlara karşı daha olumlu algılar taşıdıkları sonucu (Farache’dan aktaran Rajput vd., 2013, s. 30) ile de benzerlik göstermektedir. Bu durum, ülkemizde gençler arasında kurumların toplumsal fayda adına bu tarz faaliyette bulunduğuna yönelik inancının halen ağır bastığı yönünde yorumlanabilir. Bu noktada, kurumların SAP faaliyetlerinin iletişiminin yapılması noktasında gerçekten sosyal sorumluluk bilinciyle ve toplum faydasına yönelik çalıştıklarına yönelik bu algıyı güçlendirici mesaj tasarımı gerçekleştirmeleri önerilebilir. Çalışmada her ne kadar kurum motivasyonuna yönelik olumlu tutum daha yüksek düzeyde çıkmış olsa da şüpheci tutum da olumlu tutuma yakın bir seviyede ölçölmüştür. Bu durum, daha önce belirtilen Heidarian ve Bijandi’nin araştırmalarında günümüz tüketicilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların motivasyonuna yönelik şüpheler duyduklarını ve bu tarz faaliyetlere katılım konusunda birtakım endişeler duydukları sonucu ile benzerlik göstermektedir (Heidarian ve Bijandi, 2015, s. 418).

Üniversite öğrencilerinin SAP faaliyetlerine yönelik genel tutumları ile demografik değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığı noktasında; yaş, fakülte ve aile gelir durumu değişkenleri ile SAP faaliyetlerine yönelik tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu sonuç, Youn ve Kim’in 2008 yılında gerçekleştirdikleri ve gelir düzeyinin kurumun sosyal sorumluluk girişimine yönelik tutum ile herhangi bir ilişkisinin olmadığını ortaya çıkardıkları araştırmaları (aktaran Lowes, 2015, s. 30) ile benzerlik göstermektedir. Bu noktada, SAP faaliyetlerine yönelik genel tutumun gelir düzeyine göre farklılaşmamasının ölkesel farklılıklara göre değişmediği yorumu yapılabilir. Cinsiyet değişkeni bağlamında ise kadınların erkeklere göre daha yüksek tutum seviyesine sahip oldukları görölmüştür. Benzer şekilde, SAP faaliyeti

gerçekleştiren kurumların motivasyona yönelik olarak kadınların erkeklerden daha fazla olumlu tutum sergiledikleri görülmüştür. “Kadın tüketicilerin hormonal özelliklerinden, beyin yapısı ve işlevine, dikkat ve odaklanmadan, ayrıntılı düşünme ve yetenek farklılığına kadar birçok etken, onların pazarlama faaliyetlerine verdikleri tepkilerin ve satın alma davranışlarının farklı olmasına neden olmaktadır” (Özdemir ve Tokol, 2008, s. 72). Bu noktada kurumların kadınların bu detaylı düşünme özelliklerini düşünerek, SAP faaliyetlerinin duyurulması sürecinde özellikle kadınların o ürünü satın alarak nasıl bir toplumsal fayda sağlayacaklarını daha iyi anlatmaları bu olumlu algının pekişmesinde rol oynayabilir. Diğer yandan, SAP faaliyetlerinin motivasyona dair, daha az olumlu tutum sergileyen erkek tüketicilere yönelik daha fazla iletişim çalışmalarının yapılması ve kurumun bu tarz kampanyalar ile nasıl bir sosyal sorumlu çaba içerisinde olduğunun anlatılması yerinde bir karar olabilir.

Yaş, fakülte ve aile gelir durumu değişkenleri ile SAP faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun motivasyonuna yönelik hem olumlu tutum hem de şüpheci tutum arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu durum, 2011 yılında bir alışveriş merkezinde 400 katılımcı ile gerçekleştirdikleri anket çalışmasında tüketicilerin SAP faaliyetlerine yönelik yaklaşımları ile sosyo-ekonomik durumları arasında bir ilişkinin olduğunu ortaya çıkardıkları (Corbishley ve Mason, 2011, s. 7231) araştırma ve 2008 yılında gerçekleştirilen aile gelir düzeyi düşük bireylerin yüksek olan bireylere göre SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumlara yönelik daha fazla olumlu tutum sergiledikleri sonucunu ortaya çıkaran çalışma (Chattananon, 2008, s. 348) ile farklılık gösteren bir sonuç olarak saptanmıştır. Bu durum, diğer ülkelerden farklı olarak Türk gençlerinin SAP faaliyetleri gerçekleştiren kurumların motivasyonuna karşı farklı gelir düzeylerinde benzer tutumlar sergiledikleri şeklinde yorumlanabilir.

SAP faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajına yönelik algı ile cinsiyet, yaş ve aile gelir durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Bu sonuç, Chattananon’un çalışmasında değindiği cinsiyet ve sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren bir kurumun kurum imajı arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucu ile (Chattananon, 2008, s.354) benzerlik göstermektedir. Katılımcıların genel kurum imajı ortalaması ise 3.63 gibi yüksek bir oranda tespit edilmiş; bu da üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumların kurum imajına yönelik olumlu algılarının yüksek olduğunun göstergesi olarak kabul edilmiştir. Bu sonuç, literatürdeki SAP faaliyetlerinin kurum imajına olumlu katkı yaptığı yönündeki bulguları destekler niteliktedir (Pharr ve Lough, 2012; Corbishley ve Mason, 2011; Chattananon vd., 2008; File and Prince, 1998; Shabbir vd., 2010; Hiedarian ve Bijandi, 2015; Khosro, 2014; Williams ve Barrett, 2000; Demetriou vd., 2010). Bu durum, SAP faaliyetlerinin kurum imajı üzerinde yarattığı olumlu etkinin farklı uluslarda da değişmediği şeklinde yorumlanabilir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutumları ile sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyeti gerçekleştiren kurumun motivasyonuna yönelik olumlu tutum arasında doğrusal ve yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilirken, şüpheci tutum ile ters yönlü ve düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal amaca dayalı pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ile kurum imajı arasında doğrusal ve orta düzeyde, kurum imajı ile kurum motivasyonuna yönelik olumlu tutum arasında ise doğrusal ve yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Kurum imajı ile şüpheci tutum arasında ise ters yönlü düşük düzeyde bir ilişkiye rastlanmıştır. Bu durumda, çeşitli iletişim ve halkla ilişkiler çalışmaları ile üniversite öğrencilerinin SAP faaliyetlerine yönelik bilgi ve sempatilerinin arttırılmasının, onların bu tarz faaliyetlerde bulunan kurumların motivasyonuna yönelik olumlu tutum göstermelerinin sağlanacağı söylenebilir.

Bu durumun da SAP faaliyeti gerçekleştiren kurumun, kurum imajına olumlu bir etki yapacağı belirtilebilir. Ayrıca, araştırmada ele alınan Eker markasının Adım Adım Oluşumu ile gerçekleştirdiği sosyal amaca dayalı pazarlama kampanyasının ödül almış olması, günümüzde bu tarz faaliyetlerin kurum imajına olumlu katkı yapacak şekilde daha çok takdir edilen ve beğenilen kurumsal aktiviteler haline geldiğini de göstermektedir.

Sonraki çalışmalar için örneklemin daha geniş tutulması, araştırmanın kuşaklar arası düzeyde yinelenmesi ya da farklı sektörlerden örnekler üzerinden gerçekleştirilmesi konuya dair daha detaylı verilerin elde edilmesi açısından önemli olacaktır. Ayrıca, konunun satın alma ilginliği ve marka sadakati kavramları üzerinden de ele alınması akademik gelişime katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adkins, S. (2000). *Cause related marketing who cares wins*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Altunışık, R., Coşkun, R. Bayraktaroğlu, S. Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri Spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya.
- Anadolu Üniversitesi. (2018). Öğrenci Sayıları. Erişim adresi: <https://www.anadolu.edu.tr/universitemiz/sayilarla-universitemiz/ogrenci-sayilari/2017-2018/subat-2018> (Erişim tarihi: 04.04.2018)
- Barone, M. J., Miyazaki, A. D. ve Taylor, K. A. (2000). The influence of CRM on consumer choice: does one good turn deserve another? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 248-262. doi: 10.1177/0092070300282006
- Bower, A. B. ve Grau, S. L. (2009). Explicit donations and inferred endorsements- Do corporate social responsibility initiatives suggest a nonprofit organization endorsement? *Journal of Advertising*, 38(3), 113-126. doi: 10.2753/JOA0091-3367380308
- Bronn, P.S. ve Vrioni, A.B (2001). Corporate social responsibility and cause-related marketing: An overview, *International Journal of Advertising*, 20, 207-222. doi: 10.1080/02650487.2001.11104887
- Cees, B.M. ve Riel, V., Fombrun, J. C. (2007). *Essentials of corporate communications*. New York: Routledge.
- Chattananon, A., Lawley, M., Supparerkchaisakul, N., Leelayouthayothin, L. (2008). Impacts of a Thai cause-related marketing program on corporate image. *International Journal of Emerging Market*, 3(4), 348-363. doi: 10.1108/17468800810906066
- Coombs, T. W. ve Holladay, S. (2012). *Managing corporate social responsibility- A communication approach*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Corbishley, M. K., Mason, B. R. (2011). Cause-related marketing and consumer behaviour in the greater eThekweni area. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7232-7239. Erişim adresi: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/29446235/Corbishley_and_Mason_AJBM.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555327403&Signature=CqfjviZvzeYauLGi4zmWEmieYew%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCause-related_marketing_and_consumer_beh.pdf
- Çömlekçi, N. (2001). *Bilimsel araştırma yöntemi ve istatistiksel anlamlılık sınamaları*. İstanbul: Bilim Teknik.
- Daşdemir, İ. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Davis, K. ve Blomstrom, R. L. (1971). *Business society and environment, social power and social response*. (Second Edition). New York: McGraw-Hill Book Company.
- Demetriou, M., Pappasolomou, I. ve Vrontis, D. (2010). Cause-related marketing: building the corporate image while supporting worthwhile causes. *Journal of Brand Management*, 17(4), 266-278 Erişim adresi: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057%2Fbm.2009.9.pdf>
- Dowling, G. (2007). *Creating corporate reputations. Identity, image and performance*. New York: Oxford University Press.
- Eker. (2017). Eker'e Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ödülü. Erişim adresi: <http://www.eker.com.tr/TR/Media/39/Haberler/840/Eker%E2%80%99e-Kurumsal-Sosyal-Sorumluluk-Odulu/> (Erişim tarihi: 21.05.2018).
- File, K. M., Prince, R. A. (1998). Cause-related marketing and corporate philanthropy in the privately held enterprise'. *Journal of Business Ethics*, 17(14), 1529-1539. Erişim adresi: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023%2FA%3A1005869418526.pdf>
- Gummesson, E. (2002). *Total relationship marketing*. Oxford: Butterworth Heinemann.

- Gupta, S., Pirsch, J. (2006). A taxonomy of cause-related marketing research: Current findings and future research directions. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 15(1-2), 25-43. doi: 10.1300/J054v15n01_02
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (Pearson New International Edition). USA: Pearson Educated Limited.
- Hassek-Eder, E. (2011). *Dimensions and effects of perceived fit in cause related marketing*. Saarbrücken: Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften.
- Heidarian, E., Bijandi, M. (2015). The role of cause-related marketing on brand image perception in the Garment industry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(6), 416-422. doi: 10.6007/IJARBS/v5-i6/1696
- Howard, S. (1998). *Corporate image management: A marketing discipline for the 21st century*, Singapore: Butterworth-Hinemann.
- Javalgi, G. R., Traylor, B. M., Gross, C. A., Lampman, E. (1994). Awareness of sponsorship and corporate image: An empirical investigation. *Journal of Advertising*, 23(4), 47-58. doi: 10.1080/00913367.1943.10673458
- Jobber, D. (2004). *Principles of marketing*. (4th ed.). London: McGraw Hill.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (17. Baskı). Ankara: Nobel.
- Khosro, J. (2014). Cause-related marketing (CaRM) and corporate social responsibility (CSR). *Social Responsibility Journal*, 10(4), 674-684. doi: 10.1108/SRJ-07-2012-0063
- Kıncal, Y. R. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management*, Millenium Edition, Boston: Pearson.
- Kotler, P., Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility*. Canada: Wiley&Sons, Inc.
- Lavack, A. ve Kropp, F. (2003). A cross-cultural comparison of consumer attitudes towards cause-related marketing, *SMQ*, 9(2), 3-16. doi: 10.1080/15245000309103
- Lowe, A. N. (2015). *Cause-related marketing and corporate social responsibility: understanding attitudes and perspectives of the millennial generation* (Unpublished Doctorate Dissertation). Northcentral University: Graduate Faculty of the School of Business.
- Mullen, J. (1997). Performance-based corporate philanthropy: How "Giving Smart" can further corporate goals, *Public Relations Quarterly*, 42(2), 42-48. Erişim adresi: <https://search.proquest.com/docview/222387793/fulltextPDF/12D3006CF2054424PQ/1?accountid=7181>
- Nickel, P. M. ve Eikenberry, A. M. (2009). A critique of the discourse of marketized philanthropy, *American Behavioral Scientist*. doi: 10.1177/0002764208327670
- Özdemir, E. ve Tokol, T. (2008). Kadın tüketicilere yönelik pazarlama stratejileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 57-80. Erişim adresi: <https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/320/544357.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Öztürk, C. M. (2014). *Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve gelişimi*. Mesude Canan Öztürk (Ed.), Kurumsal Sosyal Sorumluluk (s. 2-32) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim.
- Özüpek, N. M. (2005). *Kurum imajı ve sosyal sorumluluk*. Konya: Tablet.
- Panneerselvam, R. (2002). *Research methodology*. New Delhi: Prentice-Hall of India.
- Pharr, J.R. ve Lough, N.L. (2012). Differentiation of social marketing and cause-related marketing in US professional sport, *Sport Marketing Quarterly*, 21, 91-103. Erişim adresi: https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1083&context=community_health_sciences_fac_articles
- PR Newswire. (2016). *Online Video And TV Ads Consistently Reaching Less Than 10% Of Viewers*. New York. Erişim adresi: <https://search.proquest.com/docview/1794777287?accountid=7181>

- Rathod, L. K., Gadhavi, D. D., Shukla, S. Y. (2014). Effect of cause-related marketing on corporate image and purchase intention: evidence from India. *J. Business and Emerging Markets*, 6(3), 230-246. doi: 10.1504/IJBEM.2014.063896
- Sabuncuoğlu, Z. (2004). *İşletmelerde halkla ilişkiler*. (7.Baskı). İstanbul: Aktüel.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi*. Ankara: Anı.
- Seitanidi, M. M. ve Ryan, A. (2007). A critical review of forms of corporate community involvement: from philanthropy to partnerships, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(3), 247-266. doi: 10.1002/nvsm.306
- Shabbir, S., Kaufmann, R. H., Ahmad, I., Qureshi, M. I. (2010). Cause related marketing campaigns and consumer purchase intentions: The mediating role of brand awareness and corporate image. *African Journal of Business Management*, 4(6), 1229, 1235. Erişim adresi: http://www.academicjournals.org/app/webroot/article/article1380725656_Shabbir%20et%20al.pdf
- Sheikh, S. ve Beise-Zee, R. (2011). Corporate social responsibility or cause-related marketing? The role of cause specificity of CSR, *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), 27-39. doi: 10.1108/07363761111101921
- Steckstor, D. (2012). *The effects of cause-related marketing on customers' attitudes and buying behaviours*. Wiesbaden: Gabler. Erişim Adresi: file:///C:/Users/db/Downloads/2012_Book_TheEffectsOfCause-RelatedMarke.pdf
- TDK. (2018). İmaj. Erişim adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a0f818002f928.47228415 (Erişim tarihi: 18.01.2018)
- Torlak, Ö. (2014). *Kurumsal sosyal sorumluluk ve pazarlama uygulamaları*. Mesude Canan Öztürk (Ed.), Kurumsal Sosyal Sorumluluk (s.72-90) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim.
- Varadarajan, P. R. ve Menon, A. (1988). Cause-related marketing: A co-alignment of marketing strategy and corporate philanthropy, *Journal of Marketing*, 52(3), 58-74. doi: 10.1177/002224298805200306
- Waters, J. ve MacDonald, J. (2011). *Cause marketing for dummies*. Indiana: Wiley Publishing.
- Werther, B. W., Chandler, D. (2006). *Strategic corporate social responsibility- stakeholders in a global environment*. London: Sage.
- Williams, R. J., & Barrett, J. D. (2000). Corporate philanthropy, criminal activity and firm reputation: Is there a link? *Journal of Business Ethics*, 26(4), 341-350. Erişim adresi: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023%2FA%3A1006282312238.pdf>

Comparison of Machine Learning Methods in Prediction of Financial Failure of Businesses in The Manufacturing Industry: Evidence from Borsa İstanbul^{1,2,3,4}

Asst. Prof. Dr. Barış AKSOY⁵ - Prof. Dr. Derviş BOZTOSUN⁶

Submitted by: 25.10.2019

Accepted by: 09.12.2020

Article Type: Research Article

Abstract

In this study, Artificial Neural Networks (NN), C5.0 Classification Algorithm, Classification and Regression Trees (CART) analyses were used to predict the financial success/failure of 126 businesses that are operating in the BIST (Borsa İstanbul) Manufacturing Industry Sector. The data contains the years 2006 to 2009. In the study, 25 quantitative variable and 4 qualitative variable were used. The overall classification accuracy from the highest to the lowest of 3 years prior to successful-failure year (for 2006) is 84.21% for CART, 81.58% for ANN and 76.32% for C5.0, respectively. The overall classification accuracy from the highest to the lowest of 2 years prior to successful-failure year (for 2007) is 86.84% for CART, 84.21% for ANN, 78.95% for C5.0, respectively. The overall classification accuracy from the highest to the lowest of 1 year prior to successful-failure year (for 2008) is 92.11% for CART, 92.11 for ANN and 86.84% for C5.0, respectively. ANN and CART models are notable in terms of their ability to predict upcoming financial failure of unsuccessful businesses with 100% classification accuracy from a year ago. The prediction of the financial success/failure by the three models obtained in the study more than one, two and three years ago shows that the models used in this study can be included in the model used by those concerned.

Keywords: Financial Failure Prediction, Borsa İstanbul, Artificial Neural Networks, C5.0 Decision Rule Algorithm, CART Classification and Regression Trees

Atıf: Aksoy, B. and Boztosun, D. (2020). Comparison of machine learning methods in prediction of financial failure of businesses in the manufacturing industry: Evidence from Borsa İstanbul. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 20(4), 237-268.

¹ Since the article was submitted for publication in the previous year, ethics committee approval is not required.

² This study was prepared in Erciyes University Institute of Social Sciences based on a PhD thesis entitled "Comparison of Data Mining Methods in Predicting Financial Failure in Businesses: An Application in BIST".

³ PhD thesis titled "Comparison of Data Mining Methods in Predicting Financial Failure in Businesses: An Application in BIST" was supported by Erciyes University Scientific Research Projects Unit with SDK-2016-6988 coded project.

⁴ This study is the final form of the paper "Comparison of Data Mining Methods in Financial Failure Prediction of Businesses Operating in the Manufacturing Industry: Borsa İstanbul Example" reviewed according to criticism and contributions which was orally presented at IV. International Symposium on Multidisciplinary Studies.

⁵ Cumhuriyet University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Banking and Finance, baksoy@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1090-5693,

⁶ Kayseri University, Faculty of Applied Sciences, Department of Accounting and Finance Management, dboztosun@kayseri.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2656-2701

İmalat Sanayi Sektöründeki İşletmelerin Finansal Başarısızlık Tahmininde Makine Öğrenmesi Yöntemlerinin Karşılaştırılması: Borsa İstanbul Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Barış AKSOY - Prof. Derviş BOZTOSUN

Başvuru Tarihi: 25.10.2019

Kabul Tarihi: 09.12.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada 2006-2009 yılları arasında BIST (Borsa İstanbul) İmalat Sanayi Sektöründe faaliyet gösteren 126 işletmenin finansal başarı/başarısızlığını tahmin etmek üzere Yapay Sinir Ağları (NN), C5.0 Karar Kuralı Türetme Algoritması, Sınıflama ve Regresyon Ağaçları (CART) analizi yapılmıştır. Çalışmada 25 mali tablolara dayalı nicel ve 4 mali tablolara dayalı olmayan nitel değişken kullanılmıştır. Analizler sonucunda başarılı-başarısızlık yılından 3 yıl öncesinde (2006 yılı için) en yüksekte düşüğe genel olarak (başarılı ve başarısız toplamı) sırasıyla; CART %84.21, Yapay Sinir Ağları %81.58 ve C5.0 %76.32 sınıflandırma doğruluğuna sahiptir. Başarılı-başarısızlık yılından 2 yıl öncesinde (2007 yılı için) en yüksekte düşüğe genel olarak sırasıyla; CART %86.84, Yapay Sinir Ağları %84.21 ve C5.0 %78.95 sınıflandırma doğruluğuna sahiptir. Başarılı-başarısızlık yılından 1 yıl öncesinde (2008 yılı için) en yüksekte düşüğe genel sınıflandırma doğruluğu sırasıyla; CART %92.11, Yapay Sinir Ağları %92.11 ve C5.0 %86.84 sınıflandırma doğruluğuna sahiptir. Çalışmada elde edilen üç modelin finansal başarı/başarısızlığı bir, iki ve üç yıl öncesinden yüksek oranda tahmin etmesi ilgililerin kullandıkları modele bu çalışmada elde edilen modellerin de dâhil edilebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Başarısızlık Tahmini, Borsa İstanbul, Yapay Sinir Ağları, C5.0 Karar Kuralı Türetme Algoritması, CART Sınıflama ve Regresyon Ağaçları

Introduction

Today, competitive free market only gives the chance of survival to successful businesses, while businesses failing to comply with new market conditions are facing with financial failure and bankruptcy (Chen, 2011b, p. 11262). When a business pulls out of the market due to financial failure, it can affect the managers, the employees, the sector, investors, lenders and the economy of the country (Baixauli and Mo'dica-Milo, 2010, p. 76). For this reason, it is of great importance for all related groups to have a forecasting model that can notice the financial statements of the companies suffering financial distress on time (Gordini, 2014, p. 6433).

Business failure arises in two ways, economic and financial failure. The term business failure refers to the economic failure of businesses by excess of expenses over their revenues (Li & Sun, 2013, p. 186). Financial failure occurs in the form of technical bankruptcy and bankruptcy. The technical bankruptcy is the condition of a business that is unable to make payment on a liability but its business assets are generally sufficient to pay the liabilities. The bankruptcy represents the situation where the business debts can not be covered by the business assets (Sayilgan & Ece, 2016, s. 50).

One of the biggest problems in business financial failures is the lack of a consensus on defining the company's failure or financial failure (Muller, Steyn-Bruwer & Hamman, 2009, p. 22). Many people confuse the financial failure with concepts that are relevant but different in meaning, such as default, bankruptcy, and liquidation. Financial failure does not always result in bankruptcy (Bilir, 2015, s. 9). An enterprise in financial failure can experience a dynamic process of change between the two ends of the financial strains. A business can be said to fail when it faces any of the situations such as default, bank account lending, bankruptcy of the business, explicit declaration that debts can not be paid, agreement with creditors to reduce debts (Sun, Li, Huang & He, 2014, p. 43).

Internal reasons that may cause financial failure in the business include insufficient operating capital, excessive increase in short-term debt, increase in cost of capital, failure to control budgets, delay in payments and rejection of the loan (Jardin, 2009, p. 40). External factors of the financial failure in the business include growth rate of the economy, economic crisis or stagnation, inflation, high interest rate, exchange rate, tight monetary policies, changes in preferences, attitudes and consumer behaviors (Yakut & Elmas, 2013, s. 238).

In regards to the measures that can be taken against financial failure, businesses can use financial restructuring methods such as focusing on financing with equity and turning to external resources by offering stocks instead of internal resources for financing with equity (Tuncay, 2011, ss. 115-116). An organization that can not pay its debts may try to make an informal agreement with its creditors, known as a "special payment plan" (Brealey & Myers, 2007, pp. 590-591). By persuading creditors from giving up on certain parts of the credit balance, the business can reduce its financial failure. In addition to providing resources by selling tangible fixed assets, the business may be able to maintain its activities as it used to be by renting tangible fixed assets that it sold (Akgüç, 1997, ss. 950-951). It is also possible through mergers to expand the debt capacity and to perform better in comparison to the situation before the merger and acquisition of the company that sustains its existence (Aksoy & Ertaş, 2016, s. 773).

Since no valid model can be found in all circumstances considering the studies performed to date, studies in the field of financial failure prediction still remain popular in the financial literature. Among the financial failure prediction methods, logistic regression, discriminant analysis and artificial neural networks have been used extensively. The frequently used methods among the machine learning, CART and C5.0 algorithm, that have high classification success is emphasized to be used in future researches. The objectives of this study are as follows.

- ✓ To determine the impact of the sample selected based on financial statements and not based on financial statements of success/failure criteria on financial failure prediction performance.
- ✓ To create a comprehensive set of variables with superior prediction ability by using the financial ratios obtained from financial statements and qualitative variables obtained from company news and announcements.
- ✓ To develop models with high prediction accuracy, working in harmony with the variables determined in the study.
- ✓ To determine the methods and models with the highest prediction power of NN, CART, C5.0 algorithm methods used in the study and compare the obtained models within the framework of their distinctive features and limitations.

The study consists of introduction in the first part, the literature review in the second part, the research methods in the third part, the data mining methods (CART, C5.0 and ANN) analyzes and findings in the fourth part, comparison and evaluation of the results in the fifth part and conclusion in the sixth part.

Literature Review

Numerous studies based on statistical and machine learning methods have been done in the literature to predict business failure. The results emphasizes different or similar findings. It has seen that the similarity and difference for these results are due to the difference in the selection of the data set used in the prediction, the preprocessing done on the data, and the algorithm parameters. All methods claim a certain degree of accuracy in terms of prediction. However, none of these approaches predominates in terms of accuracy and reliability. There is no general consensus that a method is consistently superior to the others (Yip, 2006, p. 492).

Chen, Marshall, Zhang & Ganesh (2006) used Multiple Discriminant Analysis (MDA), Logistic Regression Analysis (LA), Decision Tree (DT), Artificial Neural Networks (NN) methods to predict financial failure in China. The list of ST (special treatment) companies available from the China Stock Star Database covers the period December 1999-June 2003. The sample of ST and non-ST companies is divided into training and test sub-samples. In prediction, 70% of the sample set was selected for training and 30% for testing. The training set was used to create a preliminary model, and the validation set was used to test and adjust the model weights during prediction. K-fold cross-validation was applied in the analyses. In the study, a single-hidden layer model with back-propagation learning algorithm was selected. The prediction accuracy of the methods used in the study ranged from 78% to 93%. As a result of the analysis, it was stated that LA and NN models were the best prediction models and provided the lowest total misclassification cost.

Chandra, Ravi & Bose (2009) used NN, SVM, CART techniques to predict the failure of dot-com companies. The data was obtained from Wharton Research Data Services (WRDS), that consist of 120 unsuccessful and 120 successful dot-com companies. Based on the financial statements of 240 companies included in the sample, 24 financial ratios were determined. A 10-fold cross-validation technique was used for validation of the data set for all methods. The results were supported by the ROC (Receiver Operating Characteristic) curve. According to the results of the analysis, the performance of the methods for classification accuracy were CART > SVM > NN, respectively.

In the study of Doğrul (2009), LA, Classification and Regression Trees (CART) and ANN models were created by using 29 financial ratios on 70 successful and 70 unsuccessful manufacturing businesses selected according to certain criteria that were traded in BIST between 1997 and 2007. With the established models, it is aimed to estimate the financial status of the enterprises 1, 2 and 3 years in advance. As a result of the analysis, LA and CART predicted financial failure at 92.90%, NN at 90.00% classification accuracy one year ago, LA at 88.60%,

CART at 94.30%, NN at 85.00% classification accuracy two years ago and LA at 75.70%, CART at 90.00% and NN at 82.80% classification accuracy three years ago.

Gepp, Kumar & Bhattacharya (2010) compared the classification performances of MDA, NN, C5.0 and CART models in their financial failure prediction. The classification and prediction ability of the C5.0 algorithm was clearly found to be the best classification technique. The C5.0 algorithm produced more complex trees compared to CART. The CART model had the most consistent predictability on misclassification costs. DT methods performed better than NN and LA in predicting with six financial ratios and continuous data. It was stated that all of the different DT techniques performed better than MDA in order to achieve the classification between successful and unsuccessful businesses.

Chen (2011b) analyzed with a total of 37 variables consisting of financial and non-financial variables, by taking 100 company data of 50 financially unsuccessful and 50 financially successful companies registered in Taiwan Stock Exchange between 2000-2007. C5.0, CART and CHAID and LA methods were used in the study. As the time of financial distress approached, the decision tree prediction model gave more accurate results. C5.0 algorithm's prediction accuracy was 88.80% for 8 pre-periods, while it was 97.01% for 2 pre-periods. For LA, the prediction accuracy before the 2- and 8-period prior to financial distress was 85.07% and 91.70%, respectively. It was concluded that the accuracy rate of the C5.0 algorithm was better than CART and CHAID.

Chen (2011a), the data of about 200 businesses registered in the Taiwan Stock Exchange were obtained and a total of 42 (including 33 quantities, 8 qualities and 1 combined macroeconomic index) rate was used. It is concluded that traditional statistical methods can better process small data sets without compromising the performance of predictions, whereas intelligent techniques perform better in large data sets. The analysis showed that C5.0 and CART had the best prediction performance for upcoming bankruptcies.

Aktan (2011) examined the effectiveness of 8 machine learning algorithms in the classification of financial distress, such as Naive Bayes, Bayesian Network, k-NN, NN, SVM, C4.5, CHAID and CART. In the study, it was aimed to present the effectiveness of machine learning algorithms in the field of financial distress prediction. 10-fold cross-validation method was preferred to avoid the problem of memorizing all the data used in training and validation processes. In the one-year period before failure, all algorithms except C4.5 achieved more than 90% or equal classification accuracy. CART algorithm was found to have the highest classification accuracy with 96.60%, and the C4.5 had the lowest classification accuracy with 87.2%. In the period before the failure, Naive Bayes showed the lowest performance in classification accuracy with 80.2%, while CART reached 99.5% accuracy in the period before failure.

In the study of Kılıç (2011), 6 years data of 137 companies operating in the manufacturing sector, which were traded in BIST, were obtained between 2005 and 2010 and analyzed with C5.0 algorithm and ANN. Financial ratios of each company were calculated using the 12-month balance sheet and income statement, and analyses were carried out with the C5.0 algorithm and NN. As a result of the analyses, the C5.0 technique achieved higher prediction success compared to NN in the training group, while NN in the test group produced more successful results. It was concluded that the performance of NN technique in predicting financial failure was higher than C5.0 technique.

Jardin (2012) found that MDA, LA and ANN analysis were applied to estimate financial failure. The 2002 data set is divided into two sub-samples as a learning sample (A) consisting of 450 companies and a verification-test sample (T) consisting of 50 companies. According to the results of the analysis ANN performs better than MDA and slightly less than LA. The best result in the classification was 88.92% with ANN in the test samples, followed by LA with 86.02% and MDA with 83.86%.

Yakut (2012) created financial failure prediction models by using the 2002-2010 data of 60 successful and 60 unsuccessful businesses trading in BIST. From data mining techniques, C5.0 algorithm, SVM and NN were compared with each other to determine the best prediction method. NN method gave better results in general compared to C5.0 and SVM methods. When classified in terms of classification accuracy, NN>C5.0>SVM was found. According to the three methods, prediction results of one year before the failure achieved higher prediction than the results of 2, 3 and 4 years before, respectively.

Delen, Kuzey & Uyar (2013) calculated 31 financial ratios covering the years 2005 and 2011. In this study, four popular decision tree algorithms (CHAID, C5.0, QUEST and CART) were used to investigate the impact of financial ratios on company performance. After the prediction models were developed, sensitivity analyzes were carried out to measure the relative importance of the independent variables. As a result of the analysis, CHAID and C5.0 decision tree algorithms were found to be the models with the best prediction accuracy.

Tsai, Hsu & Yen (2014) conducted a comprehensive study to compare three commonly used classification techniques: multilayer perceptron (MLP) NN, Support Vector Machines (SVM) and Decision Trees (DT). Experimental results with three public data sets indicated that DT communities of 80-100 classifiers using the enhancement method showed the best performance. The Wilcoxon signed rank test also concluded that DT communities performed significantly differently than other classifier communities.

Okay (2015) used 32 successful and 32 unsuccessful companies to investigate the failures of non-financial companies registered in BIST between 2000-2015 and to compare the accuracy of different prediction models. They compared the accuracy of different prediction models such as MDA, Quadratic Discriminant (QDA), LA, Probit Analysis, DT, NN and SVM. When validation samples are used, NN model was found to have the best prediction power among all the models used in this study. With all data, total accuracy rates were determined as DT 89.06%>MDA 79.69% = PROBIT 79.69%>LA 76.56%> QDA76.55, respectively. The test samples total accuracy rates were NN 81.30%> QDA 79.40%> SVM 78.80%> MDA 77.50%> LA 76.90% = PROBIT 76.90%> DT 68.10%. It was concluded that the tree model had the lowest accuracy rate with 68.00% in the test sample.

In the study of Gepp and Kumar (2015), Cox Survival Analysis Model, CART, LA and MDA methods were used for financial failure prediction. According to the data used in the study, CART and Cox analysis was found to be superior classifier than LA. As a result, DT, in particular the CART model, has better classification accuracy than other techniques. DTs can be stated to be the best compared to other methods to make accurate predictions without the risk of violating statistical assumptions.

Misund (2017) carried out LA and CART analysis to estimate the financial failure of the 1626 enterprises operating in the Norwegian salmon industry with two separate data from 1994-1999 data set 1 and 2000-2002 data set 2. The performance of the LA and CART model was compared with the benchmark comparison model developed by the National Bank of Norway. The data that comprise of the years 1994 to 1999 was carried out by using the LA and CART models, which consisted of salmon farming and fishing companies. The performance of the models was compared with a benchmark model developed by the National Bank of Norway for all industry sectors. It is concluded that LA and CART models are better in the salmon industry compared to the National Bank of Norway standard comparison model among high-risk and low-risk firms. According to the classification results for data set 1, CART (86.70%)> LA (71.80%)> Benchmark (57.70%) and for data set 2, LA (79.20%)> CART (75.20%) > Benchmark (53.50%).

Le & Viviani (2018) attempted to predict the financial failure of 3000 US banks, including 1438 failures and 1562 successful studies. Two conventional statistical methods, such as Discriminant analysis and logistic theorem, and three machine learning methods, such as Artificial neural network, Support Vector Machines and k-nearest neighbors, were used as methods. For each bank, the data were collected over a period of 5 years. The 31 financial ratios have been used obtained from the Bank's financial reports. The data were mixed to prevent the algorithm from memorizing the data. The data set is divided into 30% test samples for 70% training and data testing to learn the data. They observed that machine learning, ANNs and k-NN methods perform more effectively than traditional methods. ANN and the nearest neighboring algorithm proved to be extremely successful in accurately detecting financial failure, but in other methods they stated that this failure was low. The empirical result suggests that the neural network and the nearest neighboring methods are the most accurate. It was also found that SVM did not perform better than traditional statistical methods.

However, some authors (eg Muller, 2009, p. 29) stated that if the project was predicted to be unsuccessful as a result of the prediction made just one year before the year of failure, it would be higher for the cost of the decision-maker than foreseen 2 and 3 years before the failure. The earlier the financial failure can be determined with high accuracy, the earlier necessary measures will be taken and the lower the cost to the decision-maker. In the light of the given literature findings, the contribution of this study can be expressed as;

- ✓ To predict of financial failure in the study was carried out 1,2 and 3 years ago, which is a reasonable period for all interested parties to take necessary measures.
- ✓ In order to determine the financial success-failure, financial failure-indicators obtained from the financial statements as well as financial failure indicators obtained from BIST company news and announcements, special case disclosures were used.
- ✓ 25 financial ratios based on financial statements and 4 qualitative variables not based on financial statements were used.
- ✓ 10-fold cross validation method was used as a validation method in order to prevent the memorization of samples, to ensure better data distribution and to obtain more reliable results.
- ✓ In the analysis, parameter optimization has been used in order to test all of the minimum and maximum value ranges in the important parameter values and to obtain the highest performance model.

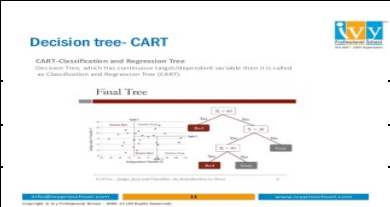
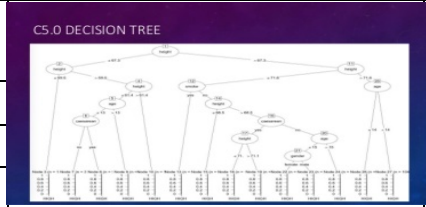
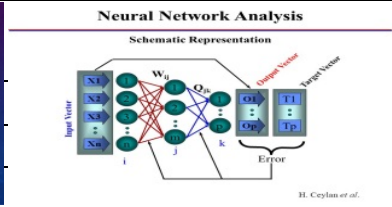
Research Method

Although the models related to financial failure prediction in businesses are significantly different from each other depending on the modeling method, variables or sample used, the correct classification rates of the models decrease significantly if the prediction success exceeds one year (Jardin & Séverin, 2011, p. 701). While it is sufficient to predict 1 year in advance for some decision-makers, longer-term business decisions or investment decisions can take a longer period of prediction (Gepp & Kumar, 2015, p. 398). Geng, Bose and Chen (2015) found that the prediction period up to 3 years yielded the best predictive results, and that the prediction time longer than 3 years had a negative impact on the correct classification success. Therefore, this study predicts one, two and three years before financial failure.

Since the number of methods used is being high and financial failure is predicted from 1,2 and 3 years before, not a single year, the study text is devoted to literature review, method, input of parameters, analysis phase, findings and interpretation of findings. In the study, SPSS 21 program was used for discriminant forward-step analysis. There are many commercial and open source programs to implement Data Mining applications. RapidMiner (YALE), WEKA and R programs are among the most widely used open source data mining programs among these programs. In 2007, Data Mining experts visited the site according to a survey, according

to the WEKA, RapidMiner is more popular among experts (Dener & Orman, 2009, ss.1-2). For this reason, RAPIDMINER 7.6 program was used for artificial neural networks, CART and C5.0 analyzes. Table 1 shows the Methodology of the Study.

Table 1.
Methodology of the study

Obtaining Data of Companies for Business Failure Prediction		
Determination of Successful-Unsuccessful Businesses with Given Failure Criteria		
Recording Quantitative (Financial Ratio) and Qualitative Variables for Successful and Unsuccessful Businesses		
CART	C5.0	ANN
29 Variable Data Set	8 Variable Data Set Selected by Discriminant Stepwise Analysis	8 Variable Data Set Selected by Discriminant Stepwise Analysis
All data set was divided into 70% training and 30% test data and 10-fold cross validation method was used.	All data set was divided into 70% training and 30% test data and 10-fold cross validation method was used.	All data set was divided into 70% training and 30% test data.
Program used in analysis: Rapidminer 7.6		
		
Discussion of Analysis Results and Recommendations		

Data set and limitations

Because financial failure is defined differently by researchers, the reason for failure used in the definition is different. Firstly, it is necessary to make sure what is understood from failure. Once the criteria for business failure are determined, it is necessary to identify successful and unsuccessful firms in the mainstream. The most common sampling method is to identify successful samples of the same number and the same industry after sampling of unsuccessful firms (Gallego & Quintana, 2012, pp.159-160). The final criterion to make the final selection of financial ratios is that as the selected ratios are calculated for the four-year working period, the four-year financial ratio information of businesses in the sample is required.

The study periods whose data will be obtained are between 2005-2015. It is necessary to obtain as if of a business is successful in 2005 and 2006 but failed in 2007, the data of the 3 years before the failure are needed. For this reason, 2008 data were taken into consideration as the beginning of the year of failure. Considering the studies of Bee and Abdollahi (2013), retailers and finance companies were not included in the sample since they were highly dependent on economic conditions. Considering the studies of Glezakos, Mylonakis & Oikonomou (2010), investment companies, leasing companies, banks and insurance companies were not included in the sample because the financial ratios of the businesses in some sectors had certain characteristics. The most important limitation faced in almost all of the other studies in the literature is the year of success and failure year of the companies. In order to ensure that the successful and unsuccessful business sample was as high as possible, data between 2005 and 2015 were used and the year with the most failures was determined as 2009. As 2009 was determined as the year of failure due to the high number of samples, 63 businesses whose data for 3 years ago, 2006, 2007, 2008, could be accessed were included in the study. In other studies in the literature,

for example, in the study of Yakut (2012), whichever year had most failure was accepted as the base year for successful businesses. Since 2009 was accepted as the year of failure, the same year was determined as the year of success for successful businesses, and 63 of the businesses that were successful in the period 2006-2009 were chosen randomly.

The data of 126 businesses determined to be used in the study were taken from BIST's website for 2009 and before, and from KAP's news/announcements and market change announcements for 2010 and after. The list of companies whose trading order was closed, and the lists of companies whose stock market was changed and excluded from the exchange list due to financial status were obtained from the website of BIST. In other studies in the literature, for example, in the study of Yakut (2012), whichever year had most failure was accepted as the base year for successful businesses. Since the transactions of the businesses whose BIST trading order was closed at different periods of the year, the year with the balance sheet and income statement dated 31.12 a year before the transaction closure was determined as the failure year in order to eliminate the drawbacks of evaluating the financial statements for a different period. The list of businesses whose trading order was closed was obtained from the website of BIST and the data of the businesses whose financial statements were available for at least 4 years between 2005 and 2015 were evaluated. The fact that the data set contained a 10-year interval was due to the effort to increase the number of businesses that failed financially. In our country, it is not possible to find data about the companies that have failed financially to form the sample of such a study (Aktaş, Doğanay & Yıldız, 2004, ss. 11-12).

Glezakos et al. (2010) following the studies and the financial ratios of some companies in the sector have certain characteristics, therefore, investment companies, leasing companies, banks and insurance companies are not included in the sample. Researches on financial distress in enterprises are usually limited to the use of financial indicators disclosed in the accounting tables, and this neglects the role of non-financial indicators. In our study, company news and announcements for four years were examined in order to use the indicators that are not based on financial statements. Except for the financial statement failure criteria, the request of the bankruptcy of the bankruptcy, the demand for the restructuring of the commercial and financial debts, and the material disclosures not related with the financial statements were examined one by one. The criterion of not distributing dividends in material event disclosures is taken into account only in the case of not having a profit or a loss in the previous year's losses and has been used as a criterion of failure. They were evaluated as unsuccessful because they did not distribute dividends to privileged shares, not ordinary owners of ordinary shares.

The most important limitation faced by almost all other studies in the literature is the year of success and the year of failure. In Table 2, due to the high number of unsuccessful enterprises, 2009 was identified as the year of failure, and 63 enterprises that were able to reach the data of 2006, 2007, and 2008 from 3 years ago were taken. In other studies in the literature, such as Yakut (2012), the year of failure was the base year for successful enterprises. For this reason, 2009 has been determined as the success year for the successful enterprises, and 63 enterprises from the companies that are successful in the 2006-2009 period have been chosen by chance.

Table 2.
Distribution of failed companies by years

Years	Number of failed companies
2008	40
2009	63
2010	42
2011	44
2012	57
2013	55
2014	53
2015	50

Source: The study was created by the author according to the criteria determined in the study.

Before the financial distress in the businesses, there are many confidential information that are not only quantitative financial indicators but also candidates for being a non-quantifiable qualitative variable that is the source of financial distress (Sun et al., 2014, p. 53). In this study, successful and unsuccessful businesses were identified using financial statement based failure indicators as well as the financial failure indicators not based on the financial statements indicated by the material disclosure.

If the criteria are not clearly and clearly defined in the classification of the enterprises as successful or unsuccessful, the success rates obtained in the estimation may not be at the desired level. The first step in preventing financial failure is to determine the causes of financial failure. Businesses suffer from many different reasons. This situation differs from country to country and from sector to sector (Kılıç & Seyrek, 2016, s. 12). All cases between enterprises experiencing difficulty in paying their debts due to maturities in developing countries are referred to as financial failure (Selimoğlu & Orhan, s. 25). For this reason, as shown in Table 2, financial failure criteria based on financial statements between financial distress and bankruptcy and not based on financial statements were used. Table 3 shows the indicators of financial failure based on the financial statements and not based on the financial statements indicated by the material disclosure.

Table 3.

Indicators of Financial Failure Based on the Financial Statements and not based on the Financial Statements Indicated by the Material Disclosure

Indicators of Financial Failure Based on the Financial Statements	Negative equity
	Decrease in two third of the equity
	Decrease in total assets by 10% or more
	Company's making a loss over the last two or more years
Indicators of Financial Failure Not Based on the Financial Statements With Material Disclosure	Permanently closing the sequence of actions in BIST
	Restructuring of debts with financial institutions, creditor companies and asset management company
	Attachment and injunction
	Bond default and restructuring
	Not to distribute profit share to privileged share certificates due to period loss
	Refusal of the transfer to watchlist company market or withdraw from the watchlist company market
	Avoidance of auditor's opinion in independent auditing of financial statements
	Capital decrease against previous year losses
	Collective dismissal of employees
	Public seizure of private property
	Meeting with the lender banks
	Filing a bankruptcy lawsuit or rejection of suspension of bankruptcy
	Sale of tangible fixed assets (Machinery, buildings and land) or sale/renting of tangible fixed assets to financial leasing company
Suspension of activities	

Source: Created by the author in the direction of the literature review and recommendations given by members of the thesis surveillance committee.

There is no theory to date, which precisely states what financial ratios should be in the prediction of financial failure. Models depend on data set, data availability, data quality and method of analysis. The rates used in predicting financial failure may vary in different studies (Iwan, 2005, p. 42). Financial ratios are the most preferred indicators in determining financial failure. Jardin (2009) found that in 190 studies he reviewed, 93% of them used financial ratios and the remaining 7% used other variables (Jardin, 2009, p. 41). By using financial ratios, comparisons can be made among companies and sectors within an industry or in a company. Such a tool can also be used to compare the relative performance of companies of different sizes (Delen et al., 2013, s. 3970).

Since the relationship between financial ratio and business status is dynamic and the rates differ in each stage of countries, industries and economic cycles, it is not claimed that the financial rate set obtained in this study can be generalized, as it is in the study of Lussier (1995). The differences in accounting standards across countries limits the generalizability of the results to companies in different countries. Investors, lenders and suppliers can combine this model with their own techniques, and the model can be incorporated into other models and methods in the literature.

When determining the financial ratios that constitute the independent variables of the study, the ratios in the finance literature were taken into consideration. Appendix 4 provides information on the researchers using the financial ratios used in our study in their studies. The 25 financial ratio variables and the 4 non-financial

variables are shown on Table 4. In CART analysis, all of the variables given in table 3 are used. In C5.0 and ANN analyzes, variables X4, X6, X13, X20, X21, X22, X24, X27, which were determined by discriminant stepwise analysis, were used.

Table 4.

Quantitative variables obtained from financial statements and independent variables not based on financial statements obtained from public disclosure platform

	Financial Ratios		Calculation
Liquidity Ratios	X1	Current Ratio	Current assets / Short-term liabilities
	X2	Acid-Test (Liquidity) Ratio	Current assets – Inventories / Short-term liabilities
	X3	Cash Ratio	Cash and Cash Equivalents / Short-term Liabilities
	X4	Inventory to Total Assets Ratio	Inventory / Total Assets
Leverage Ratios	X5	Long Term Debt to Total Assets Ratio	Long-Term Debt / Total Assets
	X6	Short Term Debt to Total Assets Ratio	Short-Term Debt / Total Assets
	X7	Liabilities to Assets Ratio	Total Liabilities / Total Assets
	X8	Short Term Debt to Equity Ratio	Short Term Debt / Stockholders' Equity
	X9	Fixed Assets to Equity Ratio	Fixed Assets / Stockholders' Equity
	X10	Current Assets to Total Assets Ratio	Current Assets / Total Assets
Efficiency Ratios	X11	Debt to Equity Ratio	Total Liabilities / Total Stockholders' Equity
	X12	Inventory Turnover Ratio	Cost of Goods Sold / Average Inventory
	X13	Receivables Turnover Ratio	Net Credit Sales / Average Accounts Receivable
	X14	Asset Turnover Ratio	Net Sales / Total Assets
	X15	Equity Turnover Ratio	Net Sales / Stockholders' Equity
	X16	Fixed Asset Turnover Ratio	Net Sales / Average Fixed Assets
	X17	Current Assets Turnover Ratio	Net Sales / Current Assets
	X18	Tangible Fixed Assets Turnover Ratio	Net Sales / Tangible Assets
Profitability Ratios	X19	Gross Margin Ratio	Gross Profit / Net Sales
	X20	Operating Margin Ratio	EBIT / Net Sales
	X21	Net Profit Margin	Net Profit / Net Sales
	X22	Return On Total Assets (ROTA)	EBIT / Total Assets
	X23	Return On Assets (ROA)	Net Income / Total Assets
	X24	Return On Equity (ROE)	Net Income / Stockholder's Equity
	X25	Expense Ratio	Total Fund Costs / Total Fund Assets
Variables Not Based on Financial Statements	X26	Company Operation Time	
	X27	Being Audited by Four Major Audit Firms (Pricewaterhousecoopers-Deloitte Touche Tohmatsu- Kpmg- Ernst And Young)	
	X28	Free Float Rate %	
	X29	Real and Legal Persons with a Direct or More Share of 5% in Capital - Foreign Capital Share in Non-Public Shares %	

Source: Created by the author as a result of the literature review.

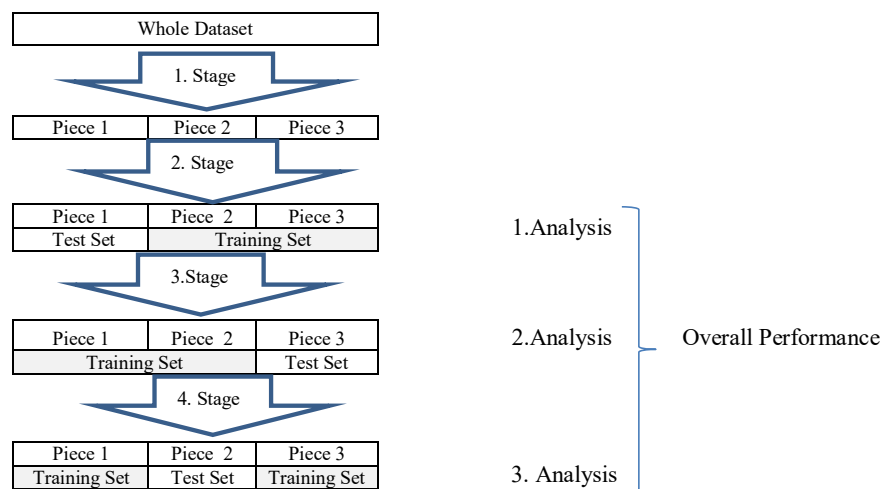
Machine Learning Methods (CART, C5.0 And ANN) Analysis and Findings

Data mining is the process of transforming confidential knowledge in the data into qualified knowledge by using statistical analysis techniques and artificial intelligence algorithms together (Uzar, 2013, s. 52). Against existing financial analysis methods, data mining provides some advantages, which are ability of obtaining important information from huge data and competence of obtaining previously unknown information. There exist two major constraints of data mining implementation that are lack of experts on both data mining and related domains and cost of computer software and hardware used (Özkan & Boran, 2014, p. 59). Machine learning can be defined as the ability of the computer to learn about an event and decide on similar events in the future (Öztemel, 2012, s. 17).

CART Analysis and Findings

One of the decision tree algorithms designed by Breiman et al., Classification and Regression Trees (CART), is used as a classification tool to predict continuous dependent variables using a set of independent predictors (Chuang, 2013, p. 176). Using the gini index as a branching criterion, the CART tree grows continually splitting without any stopping rule. When there is no new split, the process of pruning from the tip to the root is initiated. The most successful decision tree is determined by evaluating with a randomly selected test data after each pruning (Çalış, Kayapınar & Çetinyokuş, 2011, s. 6). In the stratified sampling, samples are taken from both classes (successful-unsuccessful) equally and randomly. It is successful when the dependent variable is categorical (Liang, Tsai & Wu, 2015, p. 291). Therefore, stratified sampling was used in sample selection of this study.

The K-fold cross-validation method is an effective method frequently used in the literature for appropriate data distribution. In k-fold cross-validation, the data is randomly divided into k equal parts. Analysis is done using a piece for testing and the rest for training, respectively. Then another piece is used for testing, the others are used for training. Data mining analysis is performed at each stage and after all parts are tested, overall performance is obtained. In experimental studies, the most appropriate value for k number was found to be 10 according to expert opinions (Çelik, Akçetin & Gök, 2017, p. 243). Gaganis (2009) stated that 10-fold cross-validation as a model validation type was one of the best methods to increase the detection accuracy, and over 75% detection accuracy was a good outcome in the social sciences. Figure 1 shows the k-fold cross-validation.



Source: Çelik et al.(2017) , Data Mining with Rapidminer, s. 244.

Figure 1. K-fold cross verification

In the literature, where different rates are used in the separation of the training and test data set. For example, Geng et al. (2015) reported standard deviation to increase when given 90% of the training rate and 10% of the test rate. In order to avoid this problem, 70% of all the data were divided into two as training data and 30% as test data and 10-fold cross validation was performed to avoid this problem. Table 5 gives the CART analysis parameters entered in the program.

Table 5
CART Classification and regression tree analysis parameters (2006, 2007, 2008 years)

Specified Parameters for Analysis	Explanation			
Data Set Separation	70% Training, 30% Test Data Set			
Validation Type	10 Fold Cross-Validation			
Number of Variables	29			
Sample Selection	Stratified Sample Selection			
Split Criterion	Gini Index			
Specified Parameters for Analysis	Minimum	Maximum	Steps	Scale
Minimal Size For Split	1.0	4.0	10	Linear
Minimal Leaf Size	1.0	2.0	10	Linear
Minimal Gain	1	20	10	Linear
Maximal Depth	1	20	10	Linear
Confidence Level	0	0.25		
Number of Pre-Pruning	0	10	-	-

The Kappa test is a statistical method that measures the reliability of agreement between two or more observers. In the classification by Fleiss, the Kappa value of 0.75 and above is considered to be perfect agreement, between 0.40-0.75 moderate-good agreement, and below 0.40 as perfect disagreement. As the kappa value in the study is 0.684 three years before failure, 0.737 two years before failure and 0.842 one year before failure, it can be said that there is a low difference between the predicted group and the actual / observed group performance, the financial failure is good for 3 years before, for two years ago there is moderate-good agreement and the perfect agreement for one year ahead. Table 6 gives parameters that give the highest classification accuracy determined by CART decision tree analysis performance measurement results and parameter optimization.

Table 6.
Parameters giving the highest classification accuracy determined by CART decision tree analysis performance measurement results and parameter optimization (2006, 2007, 2008 Years)

Parameters	2006	2007	2008
Accuracy	84.21%	86.84%	92.11%
Classification Error	15.79%	13.16%	7.89%
Kappa	0.684	0.737	0.842
Weighted Mean recall	84.21%	86.84%	92.11%
Weighted Mean Precision	85.80%	86.94%	93.18%
Minimal Size For Split	4	2	3
Minimal Leaf Size	2	2	2
Minimal Gain	12,4	4,8	4,8
Maximal Depth	9	7	12

In Figure 2, the CART analysis was given the decision tree image 3 years before (2006). One of the aims of our study was to determine important variables in the creation of CART and C5.0 decision trees. For this reason, in order to show the variables that specify the root of the tree and the nodes in the formation of the tree, the figures were detailed for the years 2006 and only the shape was given for the other years. At the root of the CART decision tree, the independent variable “X23, Active Profitability Rate” which separates the classes from the first in the successful / unsuccessful business divide, is the root of the decision tree. “Active profitability ratio”, Doğrul (2009) in the CART analysis in the study made one and two years before the power of the most variable as the predictive power of the tree formed the root. “The asset profitability ratio” is used in the analysis performed by using the C5.0 algorithm used in Yakut (2012) study. “X23 Active profitability rate” was found to be unsuccessful in 100% of 22 enterprises with an active profitability ratio of less than or equal to 0.003, and “X18, Tangible Asset Transfer Speed” was found as the second most important variable in decision making for enterprises larger than 0.003. 34 of the 43 enterprises with “X18, tangible fixed asset turnover” 43 less than or equal to 3.562 were successful and 9 were unsuccessful. “X7, Financial Leverage Ratio” was found as the third important variable in the decision of the tree for enterprises larger than 3.562. X7, financial leverage ratio was found to be 100% successful in 2 enterprises with a value less than or equal to 0.158. “X7, financial leverage ratio” of the 21 enterprises with greater than 0.158, 13 were unsuccessful and 8 were successful.

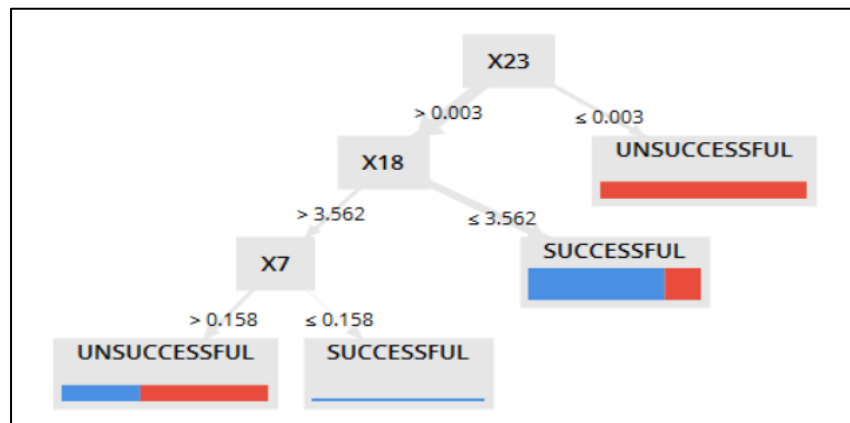


Figure 2. 2006 year CART decision tree image

Figure 3 shows the CART decision tree of 2007

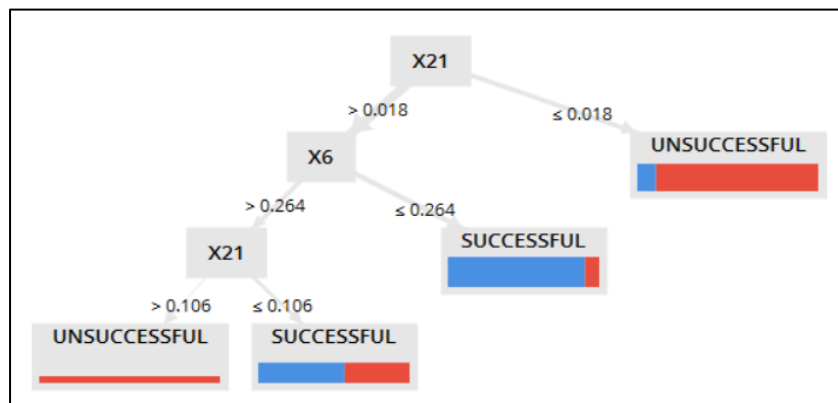


Figure 3. 2007 year CART decision tree image

Figure 4 shows the CART decision tree of 2008.

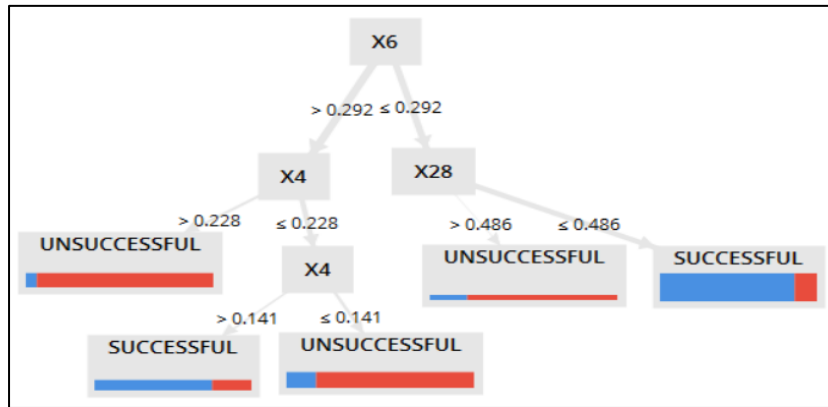


Figure 4. 2008 year CART decision tree image

C5.0 Decision-making algorithm analysis and findings

C5.0 is a new decision tree algorithm designed by Quinlan based on C4.5 and containing all the functionality of C4.5 (Chen, 2011a, p. 4515). The C5.0 algorithm is a supervised classification algorithm. The decision tree is trained with a data set that knows the target variable and a model is created and the performance of the model is measured by testing the generated dependent model on a new data set (Yakut & Elmas, 2013, p. 246). 70% training 30% test, 90% training 10% test data set separation, 80% training 20% test data set separation analyzes performed with different parameter values of data set. Examined whether or not all variables or with variables obtained from discriminant analysis will be performed, stratified sample selection or shuffle sample selection model tests. It is made evaluation that about the number of branches and all parameter values.

Low prediction results were obtained for all models with all variables. The model with the highest classification rate after a large number of model tests was the model operated with 8 independent variables which were variables determined separately for each year from the forward stepwise discriminant analysis. As in the study of Yakut (2012), it was observed that the exclusion of some variables from the model increased the prediction power of methods used in the analysis. As a final model, 70% training, 30% test data set, 10-fold cross-validation with stratified sampling model has been used. The decision tree algorithm was first performed at different pruning levels and the tree that gave the best performance was chosen. Table 7 gives the independent variables determined in the forward stepwise discriminant analysis and used in the C5.0 decision tree.

Table 7.

Independent Variables Determined in the Forward Stepwise Discriminant Analysis

X4	Inventory to Total Assets Ratio
X6	Short Term Debt to Total Assets Ratio
X13	Receivables Turnover Ratio
X20	Operating Margin Ratio
X21	Net Profit Margin
X22	Return On Total Assets (ROTA)
X24	Return On Equity (ROE)
X27	Being Audited by Four Major Audit Firms (Pricewaterhousecoopers-Deloitte Touche Tohmatsu- Kpmg- Ernst And Young)

Table 8 gives analysis parameters entered in the program by C5.0 classification algorithm parameter optimization.

Table 8.

C5.0 Classification Algorithm Parameter Optimization Analysis Parameters

Specified Parameters for Analysis	Explanation			
Data Set Separation	70% Training, 30% Test Data Set			
Validation Type	10 Fold Cross-Validation			
Number of Variables	8 Variables Determined by Stepwise Discriminant Analysis			
Sample Selection	Stratified Sample Selection			
Split Criterion	Information Gain (Entropy)			
Specified Parameters for Analysis	Minimum	Maximum	Steps	Scale
Minimal Size For Split	1.0	4.0	10	Linear
Minimal Leaf Size	1.0	2.0	10	Linear
Minimal Gain	0	20	10	Linear
Maximal Depth	-1	20	10	Linear
Confidence Level	0	0.25		
Number of Pre-Pruning	0	3	-	-

Table 9 gives the selected parameters which constitute the best classification determined by parameter optimization of the C5.0 classification algorithm.

Table 9.

The Parameters Giving the Highest Classification Accuracy Determined by the C5.0 Algorithm Performance Results and Parameter Optimization

Parameters	2006	2007	2008
Accuracy	76.32%	78.95%	86.84%
Classification Error	23.68%	21.05%	13.16%
Kappa	0.526	0.579	0.737
Weighted Mean Recall	76.32%	78.95%	86.84%
Weighted Mean Precision	76.99%	79.27%	89.58%
Minimal Size For Split)	3	2	3
Minimal Leaf Size	1	1	1
Minimal Gain	0	0	0
Maximal Depth	16	-1	3

Figure 5 shows the C5.0 decision tree 3 years before the failure (year 2006). The independent variable is the "X21 Net Profit Margin", which separates the classes first at the root of the C5.0 decision tree at the root of a successful / failed business. "X21 net profit margin" was found to be unsuccessful in 100% of 22 enterprises whose net profit margin was less than or equal to 0.002. Of the 66 enterprises with a net profit margin of X21 greater than 0.002, 44 were successful and 22 were unsuccessful. Geng et al. (2015) found da Net Profit Margin da among important variables.

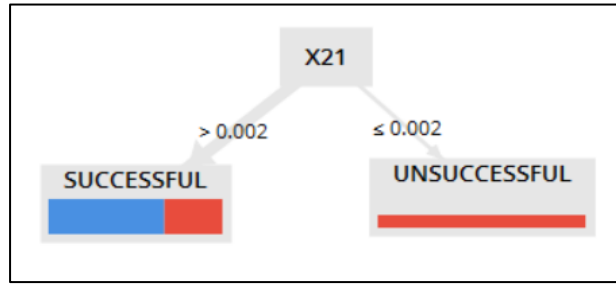


Figure 5. 2006 year C5.0 decision tree image

Figure 6 shows the C5.0 decision tree of 2007.

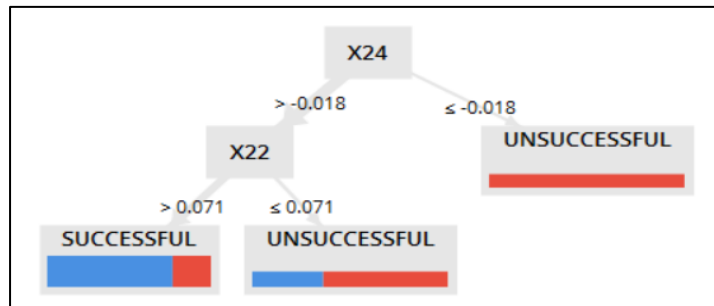


Figure 6. 2007 year C5.0 decision tree image

Figure 7 shows the C5.0 decision tree of 2008.

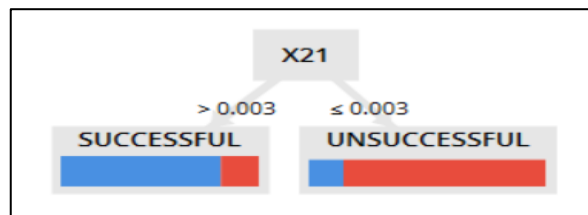


Figure 7. 2008 year C5.0 decision tree image

Artificial Neural Network Analysis and Findings

Artificial Neural Network (ANN) method is used to learn or adapt brains simulated based on a computer model as a response to external inputs. The network responds correctly to all samples during training does not show that the performance is good. The expected performance of the learning network should be measured against the sample that it has not seen before (Öztemel, 2012, ss. 90-91). In order for ANN not to misunderstand, the number of successful and unsuccessful businesses must be equal (Çelik ve diğerleri 2017, s. 149). Therefore, the number of successful and unsuccessful businesses are equal in this study. All data values were scaled by minimum-maximum normalization (0, 1) interval by following the Li et al., (2010) study for ANN analysis. ANN analysis was carried out using a hidden layer to be used for predictions with the normalized data set and the number of optimized training cycles, learning rate, momentum, sigmoid function. This classifier with a hidden layer achieved better performance than multiple hidden layers. Thus, the findings of the single hidden layer model are presented.

Mathematically, the process performed by a hidden or output neuron with n inputs is defined as:

$$\text{Output} = f\left(\sum_{i=1}^n w_i x \text{ Input } i\right) \quad (1)$$

Here w_i represents the weight given for input i and f represents logistic transformation. In essence, the weights of the inputs at each node are adjusted using a recursive process to match the inputs closer to the output in the training example (Jackson & Wood, 2013, p. 190).

In order to better understand the effect of the different ratios between the training and test set on the generalization capacity, the highest classification success was found as 70:30 composition in the analyzes with 60:40, 75:25, 70:30 samples. In the determination of training and test set rates in the literature, it was divided into 70% of the training and 30% of the test set (eg. Koç and Ulucan (2016)).

In the ANN model created in this study, weights stored in neurons for each independent variable are given in the table for 3 years. In this study, parameter optimization was performed and the lowest and highest values required for the individual parameters were entered in the program.

In order to determine the best ANN network model, trial and error method is widely used and many tests are performed. As in Yakut (2012), it is observed that the removal of some variables from the model increases the predictive power of the methods used in the analysis. The ANN model, which was constructed with all variables, obtained lower classification performance than the 8 variable model obtained from discriminant stepwise analysis. Therefore, 8 variables were used for 3 years by discriminant stepwise analysis. The model with the highest classification percentage after tens of different model trials; a hidden layer, 70% training, 30% is the model established with the separation of the test data set.

Determining high values for the learning coefficient in ANN will cause the system to memorize, which is not desirable. In our study, parameter optimization was performed and the parameters of the parameters with the highest classification result were obtained by entering the minimum and maximum values desired in the parameters determined separately. Özdağoğlu, Özdağoğlu, Gümüş & Kurt Gümüş (2017) studies were carried out based on the values of three important parameters such as artificial neural network model, learning speed, momentum and training speed. Thus, the highest performance predictions have been obtained based on the given input set. For all learning algorithms, training and test datasets are based on 10-fold cross-validation. All data values were scaled between 0 and 1 with minimum-maximum normalization following the study of Li et al., (2010) for ANN analysis. This classifier with a hidden layer has achieved better performance than multiple hidden layers. Thus, the findings of the single hidden layer model are presented. In the study of Çelik (2009), it was observed that the 3-tier structure produced more accurate results than the more or less layered structures. In this study, a multilayered perceptron (MLP) with a single layer was used to perform the classification task. In the NN model created in this study, the weights stored in neurons for each independent variable were removed and given as table in the appendix of the study for 3 years. In this study, the lowest and highest values, desired to be tried separately in the parameters determined by parameter optimization, were entered into the program. The model parameters are given in Table 10.

Table 10.
Artificial Neural Network Parameters with the Highest Performance

Network Type	Multilayer Perseptron			
Learning Algorithm	Back Propagation			
Learning Rule	Momentum			
Number of Nodes in Input Layer	8			
Number of Hidden Layers	1			
Number of Nodes in Hidden Layer	6			
Number of Output Layer Nodes	2; Successful, Unsuccessful Categorical			
Variable Selection	8 Independent Variables Selected by Stepwise Discriminant Method			
Classification of Data	70% Training Set			
	30% Test Set			
Sample Selection Type	Stratified Sample Selection			
Activation Function	Sigmoid			
Learning Ratio	Minimum: 0,00	Maximum: 0,80	Steps: 10	Scale: Linear
Momentum	Minimum: 0,00	Maximum: 0,80	Steps: 10	Scale: Linear
Number of Training Cycle	Minimum: 1,00	Maximum: 500	Steps: 10	Scale: Linear

Compared to statistical methods, a large number of sample data is needed to create a stable ANN model. ANN is often criticized by practitioners for its complicated network structure that is difficult to understand because it looks like a black box for decision makers. In order to overcome this disadvantage, a decision table in the form of explanatory rules can be created by obtaining the learned information embedded in the networks (Sun et al., 2014, p. 45). In our study, ANN model was added to each of the independent variables by adding weights stored in neurons for the years 2006, 2007 and 2008 respectively.

Figure 8 shows the model image of the artificial neural network 2006, 2007, 2008.

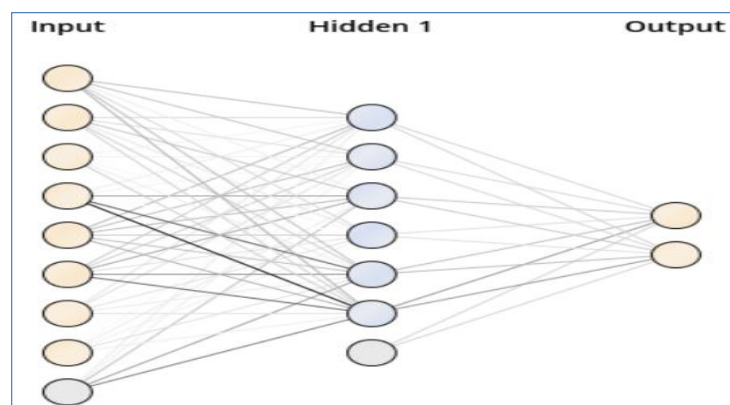


Figure 8. Artificial neural network 2006, 2007, 2008 years model image

Table 11 gives the parameters selected by the artificial neural network with the highest performance.

Table 11.

Parameters Selected by the Artificial Neural Network with the Highest Performance

Parameters	2006	2007	2008
Accuracy	81.58%	84.21%	92.11%
Classification Error	18.42%	15.79%	7.89%
Kappa	0.632	0.684	0.842
Weighted Mean Recall	81.58%	84.21%	92.11%
Weighted Mean Precision	82.39%	84.21%	93.18%
Learning Rate	0.16	0.72	0.80
Momentum	0.80	0.24	0.00
Training Cycles	151	101	151

Comparison and Evaluation of the Results

The overall classification accuracy from the highest to the lowest of 3 years prior to successful-failure year (for 2006) is 84.21% for CART, 81.58% for ANN and 76.32% for C5.0, respectively. The overall classification accuracy from the highest to the lowest of 2 years prior to successful-failure year (for 2007) is 86.84% for CART, 84.21% for ANN, 78.95% for C5.0, respectively. The overall classification accuracy from the highest to the lowest of 1 year prior to successful-failure year (for 2008) is 92.11% for CART, 92.11 for ANN and 86.84% for C5.0, respectively. When become distant from failure year, the CART classification and regression tree has the highest classification accuracy 3 years ago. When Table 12 is analyzed, ANN and CART models are notable in terms of their ability to predict the upcoming financial failure of unsuccessful businesses with a 100.00% classification accuracy from a year ago. The CART decision tree can be regarded as positive in all years, with higher accuracy.

Table 12.

Performance Results of the Classification Methods Used in the Study 1, 2, 3 Years Ago

Classification Method	Condition	3 Years Ago (2006)%	2 Years Ago (2007)%	1 Year Ago (2008)%
CART	Unsuccessful	94.74	89.47	100.00
	Successful	73.68	84.21	84.21
	Total	84.21	86.84	92.11
C5.0	Unsuccessful	84.21	73.68	73.68
	Successful	68.42	84.21	100.00
	Total	76.32	78.95	86.84
Artificial Neural Network	Unsuccessful	89.47	84.21	100.00
	Successful	73.68	84.21	84.21
	Total	81.58	84.21	92.11

The CART model, which was established in our study, showed a higher performance in 3 years than ANN in the same way as the findings of the study of Doğrul (2009). When the results of our study obtained pursuing the study of Özdağoğlu et al. (2017) was compared with the results of previous studies, it was revealed that the performance of the model depended on the data set, the algorithm and the variables, that is, the selected financial ratios.

Doğrul (2009) found the best models for predicting financial failure as a result of analyses as LA=CART>NN one year ago, CART>LA>NN two years ago, CART>NN>LA three years ago. When this study was examined in terms of classification accuracy, CART=NN>C5.0 was found one year ago, CART>NN>C5.0 two years ago and CART>NN>C5.0 three years ago. In addition, Doğrul found that CART had the highest classification accuracy in 3 years, while CART had the highest classification accuracy for only 2006 in this study.

Gepp et al. (2010) concluded that the CART model has the most consistent predictive capability over misclassification costs. This result is consistent with our findings. Related work in contrast to the conclusion that the C5.0 algorithm produces more complex trees than CART, the C5.0 algorithm has formed a more simple tree for three years according to CART. Chen (2011a) found that CART analysis predicted with high accuracy one year ago is consistent with our analysis results. In the related study, it was concluded that the accuracy rate of C5.0 algorithm was better than CART. When this finding was compared with our study results, CART decision tree showed superior prediction performance over the C5.0 decision tree within 3 years in our analyses.

In the study of Chen (2011a) it was found that C5.0 and CART provided the best prediction performance for upcoming bankruptcy and this result is also valid for CART decision tree in our study. When this finding was compared with the results in this study, the CART decision tree in our analysis showed superior prediction performance in three years than the C5.0 decision tree.

Sun et al. (2014) found that CART had a higher prediction accuracy than C5.0. This result is compatible with our study within 3 years. This result is compatible with these study results within three years. In the related study, it was stated that C5.0 and CART obtained higher classification accuracy than ANN. This result applies to the CART decision tree in this study. In this study, it was seen that CART method had higher prediction power two and three years before NN. However, in this study, C5.0 has never had higher classification power than NN. In our study, CART method seems to have higher prediction power than ANN for 2 and 3 years ago. However, in our study, C5.0 has never had higher classification power than ANN.

In the study of Yakut (2012), similar to the findings of our study, when the ANN and C5.0 methods went backwards from the years of failure, the estimation results decreased and the estimation results reached higher rates as the approached the failure year. In the study of Yakut (2012), the C5.0 decision tree comes immediately after ANN in all periods in terms of accurate classification ratio, which is consistent with our analysis results. In the study of Kılıç (2011), that the ANN prediction performance is higher than the C5.0 decision tree performance is consistent with our analysis results.

Conclusion

In this study, Artificial Neural Networks (NN), C5.0 Classification Algorithm, Classification and Regression Trees (CART) analyses were used to predict the financial success/failure of 126 businesses that are operating in the BIST (Borsa İstanbul) Manufacturing Industry Sector. The data contains the years 2006 to 2009.

According to the analysis results, the highest classification accuracy was obtained by CART (84.21%) analysis 3 years prior to the successful-failure year (for 2006). CART analysis has the highest classification accuracy of 86.84% 2 years prior to the successful-failure year (for 2007). The highest classification accuracy was obtained by CART (92.11%) and ANN (92.11%) analysis 1 year prior to the successful-failure year (for 2008). The CART had the highest classification accuracy three years ago. ANN and CART models are notable in terms of their

ability to predict upcoming financial failure of unsuccessful businesses with 100% classification accuracy from a year ago.

According to the decision trees formed in the CART and C5.0 analyzes, as the important variables in predicting 1, 2 and 3 years prior to failure "Return On Assets Ratio, Tangible Fixed Assets Turnover Rate, Financial Leverage Ratio, Ratio of Short-Term Liabilities to Total Assets, Free Float Rate, Ratio of Stocks to Total Assets, Net Profit Margin, Return On Equity Ratio" were found.

CART predicted unsuccessful businesses with the highest classification accuracy 1,2 and 3 years ago (100%, 89.47% and 94.74%, respectively) considering the fact that the Type I error (unsuccessful in reality but mispredicted as successful) costs 20 to 38 times (Type I error is the lowest) more of the Type II error (successful in reality but mispredicted as unsuccessful).

Among the important variables determined by forward stepwise discriminant analysis are the qualitative independent variable "X27, Supervised by the Four Major Audit Companies". In addition, in the creation of 2008 CART Decision Tree, qualitative independent variable "X28, Free Float Rate" was found as the second important variable after the root node. According to the relevant results, "supervision by four major audit companies and free float rate" were identified as important non-financial variables in the analysis for classification and prediction.

Early warnings of financial failure in businesses is an interesting issue for both practitioners and academicians. In order to predict the failure of the business, many studies have been done in the literature that analyze public disclosure by using classification techniques. Numerous conclusions have been found from these studies. However, the reliability of the presented findings is limited because very little data is used. Future researches are thought to require larger data sets to be analyzed in order to avoid this problem. In the future studies, more non-financial indicators can be used in the models to be created in order to increase the prediction accuracy. In the future, researchers can build models with data from different countries and compare these models for financial failure prediction. In future research, more sensitive variables can be obtained with more dependent variables by using fuzzy logic instead of binary classification of dependent variable as financial success and financial failure. It would also be interesting to apply the methods used in this study to large amounts of data from service industries and trading companies and to see how different the prediction values in the rates are. In future studies, filter and wrapper feature selection methods can be used in the variable selection stage as they are the most used methods in bankruptcy prediction and credit scoring. In addition to using single classification techniques to develop prediction models, combining multiple classifiers with bagging and boosting combination methods and examining the performance of community classifiers can be considered.

List of abbreviations

MDA	Multiple Discriminant Analysis
ANN	Artificial Neural Networks
CART	Classification and Regression Trees
C5.0	C5.0 decision rule derivation algorithm
LA	Logistic Regression Analysis
DT	Decision Tree
ST	special treatment
BIST	stock market istanbul
SVM	Support Vector Machine

References

- Akgüç, Ö. (1997). *Financial Management*, İstanbul: Avcıol publications.
- Aksoy, B. & Ertaş, F. C. (2016). Effects of corporate merger and acquisition on target company financial performance. *Academic View Review*, 54, 772-786.
- Aktaş, Ramazan, M. Mete Doğanay & Birol Yıldız (2003). Forecasting financial failure: comparison of statistical methods and artificial neural network. *Ankara University SBF Journal*, 58(4), 1-24. Access address: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TWpZME1URT0>
- Altman, E. I., T. Kant & T. Rattanaruengyot (2009). Bankruptcy performance: Avoiding”, *Journal of Applied Corporate Finance*, 21(3), 50-65. Access address: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1495296
- Baixauli, J. S. & Mo'dica-Milo, A. (2010). The bias of unhealthy smes in bankruptcy prediction models. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(1), 60-77. Access address: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14626001011019134/full/pdf>
- Beaver, William H. (1968). Market prices, financial ratios, and the prediction of failure. *Journal of Accounting Research*, 6(2), 179-192. Access address: https://www.jstor.org/stable/2490233?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Bee, Thai Siew & Mehdi Abdollahi (2013). Corporate failure prediction: Malaysia's emerging market. *The International Journal of Finance*, 25(4), 7985-8008. Access address: <https://www.econbiz.de/Record/corporate-failure-prediction-malaysia-s-emerging-market-bee-thai-siew/10010382959>
- Bilir, H.. (2015). Definition and market oriented solution of financial distress: Debt structuring, asset sales and new capital injection. *Socioeconomic*, 1, 9-24. Access address: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=8f6841cb-c699-4e01-959d-f18901710107%40sessionmgr4007>
- Brealey, R. & Myers, S. C., Trans. Bozkurt, A. J., Arıkan T., & Doğukanlı, H. (2007), *Fundamentals of Business Finance*, İstanbul: MC Graw Hill and Literature publications.
- Chandra, D. K., Ravi, V. & Bose, I. (2009). Failure prediction of DOTCOM companies using hybrid intelligent techniques. *Expert Systems with Applications*, 36, 4830-4837. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417408002741>
- Chen, J., Marshall, B. R., Zhang, J., & Ganesh, S. (2006). Financial distress prediction in China. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 9(2), 317-336. Access address: https://econpapers.repec.org/article/wsirpbfmp/v_3a09_3ay_3a2006_3ai_3a02_3an_3as021909150600744.htm
- Chen, Mu-Y.. (2011). Bankruptcy prediction in firms with statistical and intelligent techniques and a comparison of evolutionary computation approaches. *Computers and Mathematics with Applications*, 62, 4514-4524. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0898122111008947>
- Chen, Mu-Y.. (2011). Predicting corporate financial distress based on integration of decision tree classification and logistic regression. *Expert Systems with Applications*, 38, 11261-11272. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417411003976>
- Chen, Mu-Y.. (2014). Using a hybrid evolution approach to forecast financial failures for Taiwan-listed companies. *Quantitative Finance*, 14(6), 1047-1058. Access address: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14697688.2011.618458>
- Chuang, Chun-L.. (2013). Application of hybrid case-based reasoning for enhanced performance in bankruptcy prediction. *Information Sciences*, 236, 174-185. Access address: https://www.researchgate.net/publication/256721212_Application_of_hybrid_case-based_reasoning_for_enhanced_performance_in_bankruptcy_prediction

- Çalış, A., Kayapınar, S. & Çetinyokuş, T. (2011). An application on computer and internet security with decision tree algorithms in data mining. *Journal of Industrial Engineering*, 25(3-4), 2-19. Access address: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/752270>
- Çelik, M. K. (2010). Prediction of Financial Failure of Banks with Traditional and New Methods. *Management and Economy*, 17(2), 129-143. Access address: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/issue/13693/165725>
- Çelik, U., Akçetin, E., & Gök, M.. (2017), *Data mining with rapidminer*, İstanbul: Pusula publications.
- Delen, D., Kuzey, C. & Uyar, A.. (2013). Measuring firm performance using financial ratios: A decision tree approach. *Expert Systems with Applications*, 40, 3970-3983. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417413000158>
- Dener, M. & Orman, A. (2009). Open source data mining programs: sample practice in WEKA”, Conference: Conference: XI. Academic Informatics Conference, Şanlıurfa, January 2009, 1-11. Access address: https://ab.org.tr/ab09/kitap/dener_dortlerler_AB09.pdf
- Doğrul, Ü. (2009), *Financial failure and prediciton of financial failure: An application on industry companies trading in İstanbul Stock Exchange*, Mersin University, Institute of Social Sciences, Mersin, (Unpublished Master’s Thesis).
- Gaganis, C. (2009). Classification techniques for the identification of falsified financial statements: a comparative analysis. *Intelligent Systems in Accounting, Finance and Management*, 16, 207-229. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/220613891>
- Gallego-Garcia, A., Mures-Quintana, M.-J.. (2012). Business failure prediction models: finding the connection between their results and the sampling method. *Preparation of Electronic Manuscripts for Publication*, 157-168. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/286361899>
- Geng, R., Bose, I. & Chen, X. (2015). Prediction of financial distress: an empirical study of listed chinese companies using data mining. *European Journal of Operational Research*, 241, 236-247. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0377221714006511>
- Gepp, A., Kumar, K. & Bhattacharya, S. (2010). Business failure prediction using decision tree. *Journal of Forecasting*, 29, 536-555. Access address: <https://ideas.repec.org/a/jof/jforec/v29y2010i6p536-555.html>
- Gepp, A. & Kuldeep K. (2015). Predicting financial distress: a comparison of survival analysis and decision tree techniques. *Procedia Computer Science*, 54, 396-404. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915013708>
- Glezakos, M., Mylonakis J. & Oikonomou K. (2010). An empirical research on early bankruptcy forecasting models: Does logit analysis enhance business failure predictability? *European Journal of Finance and Banking Research*, 3(3), 1-15. Access address: <http://globip.com/contents/articles/european-vol3-article1.pdf>
- Iwan, M. (2005). Bankruptcy prediction model with zeta optimal cut-off score to correct type 1 errors. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 7(1), 41-68. Access address: https://www.researchgate.net/publication/277071919_Bankruptcy_prediction_model_with_zetac_optimal_cut-off_score_to_correct_type_I_errors
- Jackson, Richard H.G. & Wood, A. (2013). The performance of insolvency prediction and credit risk models in the UK: a comparative study. *The British Accounting Review*, 45, 183-202. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/259133786>
- Jardin, P. D. (2009). Bankruptcy prediction models: how to choose the most relevant variables. *Bankers, Markets and Investors*, 98, 39-46. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/235643766>
- Jardin, P. D. (2012). The influence of variable selection methods on the accuracy of bankruptcy prediction models. *Bankers, Markets and Investors*, 116, 20-39. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/235643793>

- Kılıç, Y. (2011), *Financial failure prediction using data mining: an application in İstanbul Stock Exchange*, Gaziantep University, Institute of Social Sciences, Gaziantep, (Unpublished Master's Thesis). Access address: <https://tezarsivi.com/finansal-basarisizlik-tahmininde-veri-madenciliginin-kullanilmasi-imkbde-bir-uygulama>
- Kılıç, Y. & Seyrek, İ. H. (2016). Use of artificial neural networks in forecasting financial failure: an application in manufacturing sector. *www.researchgate.net*. Berlin, 2016, s. 1-15. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/296705043>
- Koç, S. & Ulucan, S.. (2016). Testing of Altman z methods which is used for detecting of financial failures with fuzzy logic (anfis) technique: a case study on technology and textile sector. *Revenue and Finance Articles*, 106, 147-167. Access address: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/259955>
- Le, H. H. & Viviani, J.-L. (2018). Predicting bank failure: An improvement by implementing a machine-learning approach to classical financial ratios. *Research in International Business and Finance*, 44, 16-25. Access address: <https://ideas.repec.org/a/eee/riibaf/v44y2018icp16-25.html>
- Li, H. & Sun, J. (2013). Predicting business failure using an rsf-based case-based reasoning ensemble forecasting method. *Journal of Forecasting*, 32, 180-192. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/263113267>
- Liang, D., Tsai, C.-F. & Wu, H.-T. (2015). The effect of feature selection on financial distress prediction. *Knowledge-Based Systems*, 73, 289-297. Access address: <https://isslab.csie.ncu.edu.tw/download/publications/5.pdf>
- Lussier, R. N. (1995). A nonfinancial business success versus failure prediction model for young firms. *Journal of Small Business Management*, 1995, 8-20. Access address: <https://www.questia.com/library/journal/1G1-16787401/a-nonfinancial-business-success-versus-failure-prediction>
- Misund, B. (2017). Financial ratios and prediction on corporate bankruptcy in the Atlantic salmon industry. *Aquaculture Economics & Management*, 21(2), 241-260. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/304611502>
- Muller, G.H., Steyn-Bruwer, B.W. & Hamman, W.D. (2009). Predicting financial distress of companies listed on the JSE- a comparison of techniques. *S.Afr.J.Bus.Manage*, 40(1), 21-32. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/286881166>
- Okay, K. (2015). *Predicting business failures in non-financial turkish companies*, İhsan Doğramacı Bilkent University Graduate School of Economics and Social Sciences, Ankara (Unpublished Masters Thesis). Access address: <http://www.thesis.bilkent.edu.tr/0006970.pdf>
- Öcal, N., Ercan, M. K. & Kadioğlu, E. (2015). Predicting financial failure using decision tree algorithms: an empirical test on the manufacturing industry at Borsa İstanbul. *International Journal of Economics and Finance*, 7(7), 189-206. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/281269848>
- Özdağoğlu, G., Özdağoğlu, A., Gümüş, Y. & Kurt-Gümüş, G. (2017). The application of data mining techniques in manipulated financial statement classification: the case of Turkey. *Journal of AI and Data Mining*, 5(1), 67-77. Access address: http://jad.shahroodut.ac.ir/article_664.html
- Özkan, M. & Boran, L. (2014). Usage of data mining at financial decision making. *Çankırı Karatekin University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 4(1), 59-82. Access address: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/382288>
- Öztemel, E. (2012). *Artificial Neural Networks*, İstanbul: Papatya publications.
- Sayılgan, G. & Ece, A. (2016). Bankruptcy postponement and panoramic analysis on bankruptcy postponement litigations in Turkey between 2009-2013. *Revenue and Finance Articles*, 105, 47-74. Access address: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/259954>

- Selimoğlu, S. & Orhan, A. (2015). Measurement of financial failure by using ratio analysis and discriminant analysis: a research on woven, clothing and leather enterprises in BIST. *Journal of Accounting and Finance*, April, 21-40. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/323406251>
- Sun, J., Li, H., Huang, Q. H. & He, K-Yu. (2014). Predicting financial distress and corporate failure: a review from the state-of-the-art definitions, modeling, sampling, and featuring approaches. *Knowledge-Based Systems*, 57, 41-56. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950705113003869>
- Tuncay, M. (2011). Corporate financial restructuring after financial crises. *Journal of Accounting and Finance*, 103-118. Access address: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/426903>
- Tsai, C. F., Hsu, Y. F. & Yen D. C. (2014). A comparative study of classifier ensembles for bankruptcy prediction. *Applied Soft Computing*, 24, 977-984. Access address: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1568494614004128>
- Uzar, C. (2013). *The usage of data mining technology in financial information system: an application on Borsa Istanbul*, Dokuz Eylül University Social Sciences Institute, İzmir (Unpublished PhD Thesis).
- Wu, W., Lee, V. C. S., & Tan T. Y. (2006). Data preprocessing and data parsimony in corporate failure forecast models: evidence from Australian materials industry. *Accounting and Finance*, 46, 327-345. Access address: <https://www.researchgate.net/publication/4737947>
- Yakut, E. & Elmas, B. (2013). Estimating financial failure of enterprises with data mining and discriminant analysis. *Afyon Kocatepe University İİBF Journal*, 15(1), 237-254. Access address: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eab/issue/39985/475267>
- Yakut, E. (2012). *The Comparison of the classification successes of the artificial neural networks through data mining techniques of c5.0 algorithm and supporting vector machines: an application in manufacturing sector*, Atatürk University Social Sciences Institute, Erzurum (Unpublished PhD Thesis). Access address: <https://tezarsivi.com/veri-madenciligi-tekniklerinden-c50-algoritmasi-ve-destek-vektor-makineleri-ile-yapay-sinir-aglarinin-siniflandirma-basarilarinin-karsilastirilmesi-imalat-sektorunde-bir-uygulama>
- Yapraklı, T. Ş. & Erdal, H.. (2016). Firm failure prediction: a case study based on machine learning. *Journal of Information Technologies*, 9(1), 21-31. Access address: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gazibtd/issue/26691/280780>
- Yip, A. Y. N. (2006). Business failure prediction: a case-based reasoning approach. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 9(3), 491-508. Access address: <https://www.Business failure prediction: a case-based reasoning approach. Review of Pacific Basin Financial Markets and Policiesworldscientific.com/doi/abs/10.1142/S021909150600080X>

Appendix 1. Artificial neural network weights (Year 2006)

Input Layer	Hidden Layer						Output Layer	
Independent Variable	Node1 (Sigmoid)	Node2	Node3	Node4	Node5	Node6	Class'1'	Class'0'
X4	X4: -2.341	X4: -2.174	X4: -0.578	X4: -1.396	X4: 2.295	X4: 2.788	Node1: -1.610	Node1: 1.590
X6	X6: 1.383	X6: 1.181	X6: 2.082	X6: 0.844	X6: 1.726	X6: 1.620	Node2: -1.468	Node2: 1.504
X13	X13: -0.393	X13: -0.471	X13: 0.115	X13: -0.243	X13: 0.619	X13: 1.731	Node3: -2.029	Node3: 2.021

X20	X20: - 0.632	X20: - 0.345	X20: - 3.203	X20: - 0.003	X20: - 5.975	X20: - 8.895	Node4: - 1.159	Node4: 1.141
X21	X21: - 2.579	X21: - 2.445	X21: - 2.503	X21: - 1.822	X21: - 2.319	X21: - 2.900	Node5: - 2.438	Node5: 2.438
X22	X22: - 1.952	X22: - 1.705	X22: - 3.282	X22: - 1.055	X22: - 4.062	X22: - 5.565	Node6: - 3.753	Node6: 3.761
X24	X24: - 0.940	X24: - 1.100	X24: - 0.105	X24: - 1.044	X24: 0.693	X24: 1.050	Threshold: 1.569	Threshold: - 1.569
X27	X27: 0.090	X27: 0.237	X27: - 0.678	X27: 0.466	X27: - 1.090	X27: - 0.576		
	Bias: 0.667	Bias: 0.479	Bias: 2.232	Bias: - 0.091	Bias: 3.516	Bias: 4.766		

Appendix 2. Artificial neural network weights (Year 2007)

Input Layer	Hidden Layer						Output Layer	
Independent Variable	Node1 (Sigmoid)	Node2	Node3	Node4	Node5	Node6	Class'1'	Class'0'
X4	X4: - 4.080	X4: 0.360	X4: 1.660	X4: 4.518	X4: - 3.884	X4: - 0.665	Node1: - 3.428	Node1: 3.437
X6	X6: 0.061	X6: - 0.274	X6: - 3.081	X6: 4.391	X6: - 8.156	X6: 0.463	Node2: 0.940	Node2: - 0.904
X13	X13: 2.520	X13: 0.457	X13: - 0.608	X13: 1.495	X13: 0.236	X13: 0.862	Node3: 0.808	Node3: - 0.821
X20	X20: 0.457	X20: 1.199	X20: 0.277	X20: - 0.735	X20: 1.707	X20: 0.312	Node4: - 3.925	Node4: 3.927
X21	X21: 0.490	X21: 1.112	X21: 0.095	X21: - 0.732	X21: 1.092	X21: 0.387	Node5: 3.061	Node5: - 3.055
X22	X22: - 5.203	X22: 1.098	X22: 3.029	X22: - 3.261	X22: 11.523	X22: - 1.002	Node6: - 0.546	Node6: 0.486
X24	X24: - 3.384	X24: 0.507	X24: 1.164	X24: - 5.686	X24: 3.692	X24: - 0.715	Threshold: - 1.205	Threshold: 1.216
X27	X27: 1.580	X27: 0.514	X27: - 0.478	X27: 0.777	X27: 2.470	X27: 0.885		
	Bias: - 2.280	Bias: - 0.773	Bias: - 0.035	Bias: 0.582	Bias: - 1.495	Bias: - 0.788		

Appendix 3. Artificial neural network weights (Year 2008)

Input Layer	Hidden Layer						Output Layer	
Independent Variable	Node1 (Sigmoid)	Node	Node3	Node4	Node5	Node6	Class'1'	Class'0'
X4	X4: 4.873	X4: - 0.786	X4: - 2.105	X4: 2.235	X4: - 0.668	X4: 0.035	Node1: - 3.147	Node1: 3.141
X6	X6: 3.581	X6: 6.297	X6: - 2.313	X6: 3.558	X6: 3.739	X6: 1.143	Node2: - 4.611	Node2: 4.665

X13	X13: - 2.038	X13: - 0.631	X13: 0.137	X13: 1.149	X13: 0.000	X13: 0.551	Node3: - 4.138	Node3: 4.136
X20	X20: - 0.211	X20: 0.087	X20: - 1.196	X20: - 1.490	X20: 0.129	X20: - 0.188	Node4: - 3.711	Node4: 3.720
X21	X21: - 2.721	X21: - 0.538	X21: - 9.941	X21: - 4.633	X21: - 0.761	X21: - 0.733	Node5: - 2.601	Node5: 2.535
X22	X22: 3.140	X22: 8.514	X22: - 9.569	X22: - 4.040	X22: 4.714	X22: 1.069	Node6: - 0.753	Node6: 0.717
X24	X24: - 0.944	X24: 1.604	X24: - 4.674	X24: - 2.658	X24: 0.587	X24: - 0.323	Threshold: 3.402	Threshold: - 3.398
X27	X27: 1.588	X27: 0.163	X27: 0.628	X27: - 2.937	X27: - 0.246	X27: - 0.269		
	Bias: 1.327	Bias: 0.473	Bias: - 0.800	Bias: 1.967	Bias: 0.310	Bias: - 0.671		

Appendix 4. Information on the researchers using the financial ratios used in our study in their studies.

Independent variables	Financial Ratios	Author name and Publication Year
X1	Current Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Alfaro et al (2008), Ekinci vd. (2008), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Korol and Korodi (2010), Glezakos et al (2010), M.Y. Chen (2011), Li and Sun (2011), Terzi (2011), Elmas vd. (2011), Kılıç (2011), Jardin (2012), Galego et al (2012), Kılıç ve Seyrek (2012), Yakut (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Okay (2015), Kaygın vd. (2016)
X2	Acid-Test (Liquidity) Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Ekinci vd. (2008), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Çelik (2009), Korol and Korodi (2010), Chen (2011), Kılıç (2011), Terzi (2011), Elmas vd. (2011), Galego et al (2012), Yakut (2012), Kılıç ve Seyrek (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X3	Cash Ratio	Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Akkaya vd. (2009), Çelik (2009), Doğrul (2009), Glezakos et al (2010), Divsalar et al (2011), M.Y. Chen (2011), Terzi (2011), Elmas vd. (2011), Jardin (2012), Yakut (2012), Galego et al (2012), Yakut ve Elmas (2013), Ural vd. (2015), Kaygın vd. (2016)
X4	Inventory to Total Assets Ratio	Torun (2007), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Chen (2011), Terzi (2011), Yakut (2012), Ural vd. (2015), Kaygın vd. (2016)
X5	Long Term Debt to Total Assets Ratio	Torun (2007), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Çelik (2009), Elmas vd. (2011), Jardin (2012), Galego et al (2012), Yakut ve Elmas (2013), Ural vd. (2015), Kaygın vd. (2016)

X6	Short Term Debt to Total Assets Ratio	Torun (2007), Akkaya vd. (2009), Korol and Korodi (2010), Elmas vd. (2011), Kılıç (2011), Jardin (2012), Yakut ve Elmas (2013), Geng et al (2015), Ural vd. (2015), Kaygın vd. (2016)
X7	Liabilities to Assets Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Ekinci vd. (2008), Alfaro (2008), Li and Sun (2009), Doğrul (2009), Çelik (2009), Akkaya vd. (2009), Divsalar et al (2011), M.Y.Chen (2011), Kılıç (2011), Li and Sun (2011), Elmas vd. (2011), Jardin (2012), Galego et al (2012), Kılıç ve Seyrek (2012), Yakut (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Okay (2015), Kaygın vd. (2016)
X8	Short Term Debt to Equity Ratio	Doğrul (2009), Li and Sun (2011), Elmas vd. (2011), Galego et al (2012), Yakut ve Elmas (2013), Kaygın vd. (2016)
X9	Fixed Assets to Equity Ratio	Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Li and Sun (2011), Elmas vd. (2011), Yakut ve Elmas (2013), Ural vd. (2015), Kaygın vd. (2016)
X10	Current Assets to Total Assets Ratio	Torun (2007), Alfaro et al (2008), Ekinci vd. (2008), Akkaya vd. (2009), Li and Sun (2009), Doğrul (2009), Divsalar et al (2011), M.Y.Chen (2011), Li and Sun (2011), Jardin (2012), Yakut (2012), Galego et al (2012), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X11	Debt to Equity Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Ekinci vd. (2008), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Doğrul (2009), Li and Sun (2011), M.Y. Chen (2011), Elmas vd. (2011), Yakut (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X12	Inventory Turnover Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Akkaya vd. (2009), Li and Sun (2011), Terzi (2011), Elmas vd. (2011), Jardin (2012), Yakut (2012), Kılıç ve Seyrek (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X13	Receivables Turnover Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Akkaya vd. (2009), Li and Sun (2011), Terzi (2011), Elmas vd. (2011), Jardin (2012), Kılıç ve Seyrek (2012), Yakut (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Kaygın vd. (2016)
X14	Asset Turnover Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Alfaro et al (2008), Ekinci vd. (2008), Li and Sun (2009), Doğrul (2009), Akkaya vd. (2009), Çelik (2009), Korol and Korodi (2010), M.Y.Chen (2011), Li and Sun (2011), Elmas vd. (2011), Kılıç (2011), Galego et al (2012),
X15	Equity Turnover Ratio	Ko and Lin (2006), Torun (2007), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Çelik (2009), Divsalar et al (2011), Chen (2011), Terzi

		(2011), Elmas vd. (2011), Yakut (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Kaygın vd. (2016)
X16	Fixed Asset Turnover Ratio	Torun (2007), M.Y.Chen (2011), Li and Sun (2011)
X17	Current Assets Turnover Ratio	Torun (2007), Alfaro et al (2008), Li and Sun (2009), Doğrul (2009), Akkaya vd. (2009), Divsalar et al (2011), M.Y.Chen (2011), Elmas vd. (2011), Li and Sun (2011), Jardin (2012), Galego et al (2012), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015),
X18	Tangible Fixed Assets Turnover Ratio	Ko and Lin (2006), Jianguo Chen et al (2006), Li and Sun (2009), Doğrul (2009), Divsalar et al (2011), M.Y. Chen (2011), Elmas vd. (2011), Li and Sun (2011), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Ural vd. (2015)
X19	Gross Margin Ratio	Torun (2007), Li and Sun (2009), Doğrul (2009), Çelik (2009), Akkaya vd. (2009), Elmas vd. (2011), Yakut (2012), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X20	Operating Margin Ratio	Torun (2007), Çelik (2009), Doğrul (2009), Li and Sun (2011), Divsalar et al (2011), M.Y.Chen (2011), Kılıç (2011), Elmas vd. (2011), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X21	Net Profit Margin	Torun (2007), Çelik (2009), Doğrul (2009), Li and Sun (2009), Akkaya vd. (2009), Glezakos et al (2010), Divsalar et al (2011), Li and Sun (2011), Kılıç (2011), Elmas vd. (2011), Kılıç ve Seyrek (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015), Ural vd. (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015), Kaygın vd. (2016)
X22	Return On Total Assets (ROTA)	Jianguo Chen et al (2006), Torun (2007), Alfaro et al (2008), Li and Sun (2009), Çelik (2009), M.Y.Chen (2011), Li and Sun (2011), Divsalar et al (2011), Terzi (2011), Jardin (2012), Galego et al (2012), Kılıç ve Seyrek (2012), Lin and Liang (2014), Öcal ve Kadioğlu (2015), Kaygın vd. (2016)
X23	Return On Assets (ROA)	Ko and Lin (2006), Torun (2007), Ekinci vd. (2008), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Korol and Korodi (2010), Glezakos et al (2010), Divsalar et al (2011), Li and Sun (2011), Galego et al (2012), Yakut (2012), Chuang (2013), Lin and Liang (2014), Geng et al (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015)
X24	Return On Equity (ROE)	Ko and Lin (2006), Torun (2007), Ekinci vd. (2008), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Akkaya vd. (2009), Doğrul (2009), Glezakos et al (2010), M.Y. Chen (2011), Li and Sun (2011), Galego et al (2012), Yakut (2012), Chuang (2013), Yakut ve Elmas (2013), Lin and Liang (2014), Ural vd. (2015), Okay (2015), Öcal ve Kadioğlu (2015), Kaygın vd. (2016)
X25	Expense Ratio	Ko and Lin (2006), Torun (2007), Li and Sun (2009), Çelik (2009), Doğrul (2009), Divsalar et al (2011), Li and Sun (2011),

		Kılıç (2011), Kılıç ve Seyrek (2012), Yakut (2012), Öcal ve Kadioğlu (2015), Öcal et al (2015)
X26	Company Operation Time, M.Y.Chen (2011)	
X27	Being Audited by Four Major Audit Firms (Pricewaterhousecoopers-Deloitte Touche Tohmatsu- Kpmg- Ernst And Young) It was added by the researcher upon the recommendation of the members of the thesis monitoring committee.	
X28	Free Float Rate % It was added by the researcher upon the recommendation of the members of the thesis monitoring committee.	
X29	Real and Legal Persons with a Direct or More Share of 5% in Capital - Foreign Capital Share in Non-Public Shares % It was added by the researcher upon the recommendation of the members of the thesis monitoring committee.	

Eski Arap Hicvinin Özgün Bir Edebî Tür Olarak Doğuşu^{1,2}

Dr. Öğr. Üyesi Esat AYYILDIZ³

Başvuru Tarihi: 22.01.2020

Kabul Tarihi: 20.12.2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Hiciv (hicâ') sanatı, Arap edebiyatının ana edebî tarzlarından biridir. Bu türün içerisinde, kusurlar, yenilgiler, budalalıklar, zaafklar, noksanlıklar ve hatalar, tercihen kabilelerin, hiziplerin, ailelerin, bireylerin yahut bizzat toplumun kendisinin ıslah edilmesi amacıyla alaya alınmaktadır. Arapçadaki hicâ' sözcüğü, muhtemelen İbranicedeki h-g-h kökü ile eşasılıdır. Hicâ'nın asli anlamı, "sessizce bir sedayı telaffuz etmek, mırıldanmak, büyüğü sözler söylemek ve büyülemek" olabilir. Ayrıca bu sözcüğün "tefekür" manası da bulunmaktadır. Arap hicvinin kökeni, muhtemelen büyücülüğe dayanmaktadır. Söz konusu büyücülük, herhangi bir kabilenin veya bireyin itibarını zedelemesi umulan bir tür sihirli efsun yahut kâhinlere has bir lanetlemedir. İslam öncesindeki bir Arap yergicisi, kabilesinin kâhinidir. Arap edebiyatının ilk yergisel şiirleri, şeytanlarla ya da cinlerle iletişim kurduğu varsayılan kişilerce, düşmanların yok edilmesi amacıyla terennüm edilmiştir. Hicivcinin muazzam itibarı, büyücü olarak üstlendiği rolden kaynaklanmaktadır. Çünkü onun birincil vazifesi, efsunlu beyitler nazmetmektir. Bu şiirsel tür, erken dönem Arapları tarafından, gerek müstakil ve kısa parçalar halinde gerekse çok temalı bir kasidenin tematik bir bölümü olarak geniş çapta işlenmiştir. Bu çalışmada eski Arap hicvinin doğuşu ve antik yergi gelenekleri ile ilişkisi incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Klasik Arap Edebiyatı, Klasik Arap Şiiri, Arap Hicvi, Büyücülük, Antik Mısır

Atıf: Ayyıldız, E. (2020). Eski Arap hicvinin özgün bir edebî tür olarak doğuşu. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 269-282.

¹ 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış olduğundan geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.

² Bu çalışma, 2019 yılında Prof. Dr. Kemal TUZCU'nun danışmanlığında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde hazırlanan "Klasik Arap Şiirinde Emevî Dönemine Kadar Hiciv" başlıklı tamamlanmış doktora tezinden üretilmiştir.

³ Kafkas Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Doğu Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Arap Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, esatayildiz@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8067-7780

The Rise of the Ancient Arabic Satire as an Original Literary Genre

Asst. Prof. Dr. Esat AYYILDIZ

Submitted by: 22.01.2020

Accepted by: 20.12.2020

Article Type: Research Article

Abstract

Satire (hidjâ') is one of the main genres of Arabic literature, in which vices, defeats, follies, foibles, shortcomings, and flaws are held up to ridicule, ideally with the intent of shaming tribes, sects, families, individuals, or society itself into improvement. The Arabic word hidjâ' may perhaps be cognate with the Hebrew root h-g-h. The original meaning of the root h-dj-w might have been "uttering a sound in low voice, murmuring, pronouncing incantations, and casting a spell"; it also has the meaning "meditation". It is likely that Arabic satire has its origin in sorcery; a magical incantation or fatidic curse that was supposed to tarnish the reputation of a tribe or an individual. The pre-Islamic Arabian satirist was the oracle (kâhin) of his clan. First satirical poems of Arabic literature were uttered by someone who maintained contacts with demons or djinnis, in order to destroy the enemies. The immense prestige of the satirist was deduced from his role as sorcerer, for his primary mission was to compose magical verses. This poetical genre has been widely cultivated by the early Arabs, either in separate and short pieces, or as the thematic element of a polythematic qasida. In this study, the rise of the ancient Arabic satire and its relation with ancient satirical traditions will be examined.

Keywords: *Classical Arabic Literature, Classical Arabic Poetry, Arabic Satire, Sorcery, Ancient Egypt*

Giriş

Türkçedeki yergi veya hiciv teriminin Arap dilindeki karşılığı, “*el-hicâ*” (الهجاء) sözcüğüdür. Aynı kökten gelen ve aynı anlamı taşıyan “*el-hecv*” (الهجو) kelimesinin, “*el-hicâ*” sözcüğüne kıyasla, geniş bir kullanım alanı kazanmadığı görülmektedir. Edebiyattaki terminolojik niteliğini, İslam öncesinde kazandığı hususunda hiçbir şüphe bulunmayan “*el-hicâ*” terimi, sözlükte, “*şiirle sövmek, alaya almak, dalga geçmek, tahkir etmek*” manalarına gelmektedir (el-Fîrûzâbâdî, 2005, s.1345; Wehr, 1985, s.1341). Bünyesinde ağırlıklı olarak hakaret içerikli eleştiri ve aşağılama bulunduran, manzum veya mensur bütün edebî ürünler, hiciv kapsamında değerlendirilebilmektedir. Arap edebiyatında, hedef alınan kişi veya grupları, iğneleyen, karalayan, tehdit eden veya alaya alan bütün noktalar, bir şekilde hiciv sanatıyla doğrudan doğruya ilişkilidir. Her şeyden önce, *mertlik* veya *muruvve* kavramının, klasik Arap hicviyle direkt olarak alakalı olduğu vurgulanmalıdır. Çünkü klasik hicviyelerde, yerilen kişinin işe yaramaz olduğunun anlatılması, bireyin veya kabilenin, mertlik erdemini ihlal etmesi üzerinden gerekçelendirilmektedir. Hicvin başarısı, hicvedilen kişinin yetersizliğinin anlatılabilmesine ve yergicinin dehasına göre ölçülmektedir (Montgomery, 1986, s.5).

Erken dönem Arap edebiyatı, diğer kadim medeniyetlerin edebiyatlarına kıyasla, belki de fiziksel silahlarla en büyük benzerliği arz eden hicviyelerin üretimine sahne olmuştur. Bu yergilerde benimsenen metotlar, Arap gelenekleriyle mutlak bir uyum içerisindedir. İslam öncesinden itibaren, yergiciler karşılıklı söz düellolarına girişmekte, fikirlerini savunmakta, soylarıyla övünmekte, rakiplerinin neseplerine olabildiğince saldırmaktadır. Yer yer yükselebilen tansiyona rağmen, bu hicviyeler çoğu zaman askerî nezaket kurallarına benzeyen bir mutabakat çerçevesinde nazmedilmektedir. İftira ve sövücülüğe dalan bazı hicviyelerin mevcudiyeti, bu sportmenliğin gölgelenmesi için yeterli değildir. Barışın korunması açısından talihsiz bir durum olan uzun soluklu kabile husumetleri, Arap hicvinin bu bağlamda gelişmesinde muazzam bir etkiye sahiptir (ed-Dehân, , t.y., s.5). Görünüşe göre, Arap şairleri, icra ettikleri yergicilik faaliyetlerinin, büyük ölçüde askeriyenin desteklenmesine hizmet ettiğinin bilincindedir. Klasik Dönemin şairleri, kendilerini kabileleri için savaşan atlılara denk tutmakta, hatta onlardan daha yararlı olduklarını düşünmektedir. Öyle ki, yergicilik faaliyetlerindeki yararlılıklarını anlatmak isteyen şairlerin, kendilerinden “*sonu gelmez savaşın efendisi*” “*midrehu'l-ħarbi'l-avân*” (مِدْرَهُ الْحَرْبِ الْعَوَان) diye bahsettikleri görülmektedir (İbn Zâkûr, 2013, c.1, s.563).

Hiciv şairlerinin, genellikle içgüdülerinin kontrolü altında hareket ettiğini söylemek mümkündür. Yergicilerin çoğu zaman ilhamlarını, doğrudan doğruya tabiatın kendisinden veya çevrelerinde gözlemledikleri davranış biçimlerinden aldıkları ise büyük bir sır değildir. Tabiri caizse, yaşamlarını tamamen vahşi doğa kanunlarının tahakkümü altında idame ettirmeye çalışan erken dönem yergicilerinin hicivcilik tekniklerine bakılması, bu durumun en bariz yansımalarının gözlemlenebilmesi için fazlasıyla yeterli olacaktır. Nitekim bilhassa erken dönem hicivcilerinin kasidelerinde, tehdit, gözdağı ve aşağılama gibi en ilkel tepkilerin kolaylıkla gözlemlenebileceği sayısız örneğe rastlanmaktadır. Bu bağlamdaki kabilecilik taassubu da, gruplar arasındaki çekişmelerin etkisiyle, tabii eğilimlerin neticesinde ortaya çıkmaktadır. Elbette klasik Arap hicvinin en büyük destekçisi olan kabilecilik bilincinin, içgüdüsel kökenlerinin bulunduğu ve bu mefhumun direkt olarak kitle psikolojisi ile ilişkili olduğu açıktır. İnsanlardaki kitle psikolojisinin, daha büyük grupları daha küçük gruplara saldırmaya yahut onların sahip olduklarını gasp etmeye itebileceği bilinmektedir (Russell, 1959, s.57).

Bu durumda öyle görünmektedir ki, şair hiciv söylemek için lazım gelen motivasyonu, gerekli koşullar sağlandığında, dolaysız olarak toplumda şahit olup tecrübe ettiği çekişmelerden ve doğrudan parçası olduğu insan cemiyetinden almaktadır. Söylediği hicivlerle düşman grubuna zarar vermesi neticesinde, hem kendi grubu içerisinde statüsünü yükseltmekte hem de rakipleri karşısında güçlü bir otorite figürü haline gelmektedir. Dolayısıyla hiciv şiirlerinin ortaya çıkmasındaki en önemli etkenlerin, doğal içgüdüler ve kitlesel eğilimler olduğu açıktır. Şairler hicviyelerini, kendi hayat tecrübeleri, beğenileri, korkuları, tercihleri,

çekingenlikleri ve pek çok insanî duygu ile dokumuşlardır. Bu nedenle psikolojik açıdan hicvin, hem bireysel hem de kolektif etkenleri olduğunu özellikle belirtmek gerekmektedir.

“Hicâ” sözcüğünün etimolojik arka planı, en az Arap yergisinin gizemli kökeni kadar heyecan vericidir. İbn Manzûr (ö. 711/1311)’un *Lisânu’l-‘Arab* adlı ansiklopedik sözlüğünde, bu terimin, “hecâ” هَجَا fiilinin mastarı olduğu belirtilmektedir. *Muđâri*’ hali “yehcû” (يَهْجُو) olan eylemin diğer mastarları, “hecv” (هَجْو) ve “tehçâ” (تَهْجَاء) kelimeleridir. Bu kökün yaygın kullanımının, “şiiirle küfretmek” manasını ihtiva ettiği ve methiyenin (*medh*) zıddı olduğu ifade edilmektedir. “Tehâcâ” (تَهْجَى) fiili, kişilerin birbirini hicvetmesi manasına gelmektedir. Aralarında cereyan eden işe ise, “uhcuvve” (أُهْجُوَّة), “uhciyye” (أُهْجِيَّة) veya “muhâcât” (مُهْجَاة) adları verilmektedir (İbn Manzûr, t.y., c.15, s.353). Kendisini hicveden birisine yönelik, Hz. Peygamberin ettiği bir beddua, İbn Manzûr gibi sözlükçüler tarafından, hiciv teriminin kullanımına kanıt olarak sunulmaktadır (İbn Manzûr, t.y., c.15, s.353). Bu hadisin bir rivayeti, şu şekildedir: اللَّهُمَّ إِنَّ فُلَانًا هَجَانِي وَهُوَ يَعْلَمُ أَنِّي لَسْتُ بِشَاعِرٍ فَاهْجُهُ، اللَّهُمَّ "اللَّهُمَّ إِنَّ فُلَانًا هَجَانِي وَهُوَ يَعْلَمُ أَنِّي لَسْتُ بِشَاعِرٍ فَاهْجُهُ، اللَّهُمَّ" "Allah'ım, Filan kişi beni hicvetti. Benim şair olmadığımı biliyor. Sen de (onun) hicv(ine karşılık ver)! Allah'ım, beni hicvettiğinin sayısınca ona lanet et!" (er-Râzî, 1401/1981, c.2, s.77)

İbrani dilinde, “kısık sesle bir şeyler söylemek, mırıldanmak” manalarına gelen, “h-g-h” (הגה) kökü ile Arapçadaki “hecv” (هَجْو) kökü, etimolojik açıdan, eşasılıdır (König, 1910, s.75; Bensew, 1862, c.1, s.123). Aynı kök, Süryanicede, “tefekkür etmek” manasındaki “hgo” kelimesiyle karşımıza çıkmaktadır (Smith, 1998, s.99; Atto, 1990, s.52). Bu sözlükbirimi, esasen Arami, Tigre ve Ugaritik dillerinde de bulunan, Semitik “h-g-y” köküne dayanmaktadır. Söz konusu kelime, benzer şekilde tüm bu dillerde, “konuşmak, okumak, saymak ve mırıldanmak” manalarını ihtiva etmektedir. “Okumak” ve “düşünmek” arasındaki benzerlik, Talmud, Midraş ve Targum metinlerindeki “h-g-y” kökünde de karşımıza çıkmaktadır. Keza Kumran metinlerinde de görülen benzer manalar, oldukça ilginç şekilde, sözleri yozlaşmış insanların telaffuzları ile ilişkilendirilmektedir (Stordalen, 2013, s.22).

Kadim Arap Hicvinin Antik Dünyadaki Yergi Gelenekleriyle İlişkisi

Arap edebiyatındaki hicivcilik geleneği, antik dünyanın yergileriyle mukayese edildiğinde, Araplar arasındaki hicivcilik anlayışının, büyük ölçüde özgün bir kültürel aktarıma dayandığı gözlemlenmektedir. Dünya edebiyatının ilk yergileri, muhtemelen bugünkü Arap dünyasının sınırları içinde kalan, eski yerleşim birimlerinde söylenmiştir. Ancak hicvin başlangıcının tarih öncesine uzanması dolayısıyla, sürecin ilk örneklerinin mahiyeti veya ilk yergicilerin kim olduğu, aralanması güç bir sır perdesinin ardına gizlenmiş durumdadır. Eski Mısır’ın, Mezopotamya’nın ve ilk Sâmî yerleşkelerinin hicivcilik faaliyetleri hakkında, ne yazık ki tatmin edici verilere sahip değiliz. Bilindiği üzere, geçen zamanın ve yıkıcı savaşların tahripkâr gücüne dayanamayan dikili taşlar, kil tabletler ve papirüsler, büyük ölçüde kayıp tarihin tozuna bulanmıştır. Dolayısıyla zaferlerinin ardından düşmanlarını yeren kahramanların hicviyeleri veya din karşıtlarına beddua formunda lanetler okuyan kâhinlerin büyüsel yergileri, çoğu kez yok olmaktan kurtulamamıştır (ed-Dehhân, t.y., s. 7). Yine de bu coğrafyanın en eski hiciv örneklerinin mahiyeti hakkında tutarlı fikirler edinmemize olanak sağlayacak bir takım temel verilere ulaşılması hususunda büsbütün karamsarlığa düşülmesi de doğru olmayacaktır. Nitekim yergisel anlatımlar içeren az miktardaki kayıt, günümüze kadar ulaşmayı başarmıştır.

Eski Mısır’da hicivcilik faaliyetleriyle uğraşıldığı bilinmektedir. Belirli meslek dallarını olumsuz şekilde ele alan, “Meslekler Hicvi” yahut “Dua-Kheti Öğretisi” (*Die Lehre des Cheti*) adındaki metin, bunun en güzel örneklerinden biridir. Geçmiş muhtemelen M.Ö. 2150-1750 yıllarına kadar uzanan bu Eski Mısır anlatısının (Wilson, 1992, s.432), dolaylı yollardan Arap hicvine de ilham vermiş olması, zayıf bir ihtimal olsa da mümkündür. Nitekim kadim kültürlerin hicivcilik öğretilerinin, Sâmî bilginler arasında bir şekilde aktarılageldiği bilinmektedir. Örneğin; M.Ö. 2. yüzyılın başlarında, Yahudi âlimi Ben Sira’nın, Eski Mısır’daki

bu yergiye *Sirak* kitabında başvurduğu gözlemlenmektedir (Rollston, 2001, s.131-139). Dolayısıyla Arapların Antik Mısır hicivciliği ile gerçekten de bir bağlantısı varsa, bu iletişim ağı yalnızca kadim öğretilerin Arabistan'daki taşıyıcılığını üstlenen İbranî bilginlerinin aracılığıyla kurulmuş olabilir. İslam öncesinde ve İslam'ın ilk yıllarında Yahudi bilgeliği, Arap kabileleri arasında gereğince takdir edildiğinden, bu iletişim ağının bir şekilde kurulmuş olması mümkündür.

Eski Arapların, belirli meslek gruplarını hicvetmeye meraklı olduğu, sağlam verilerle kanıtlanabilmektedir (el-A'sâ, t.y., s.231; Huseyn, t.y., s.72). Ancak Arapların bu yergilerde kadim kültürlerden ne dereceye kadar etkilendiğinin sağlam bir yargıya bağlanması söz konusu olduğunda, aynı kesinlikten söz etmek mümkün değildir. Antik Mısır'daki *Meslekler Hicvi* ile erken dönem Arap yergilerinden birinin kıyaslanması, durumun bir dereceye kadar somutluk kazanması açısından yararlı olacaktır. Örneğin; söz konusu antik metinde, ziraatla uğraşmayı angarya olarak gören Mısır seçkinleri, tarım işçiliğini şu şekilde yergiselleştirmektedir:

“Tarla işçisi sonsuza dek feryat eder. Sesi kuzgununkinden bile daha yüksektir. Parmakları aşırı ufunetle ülser olmuştur. Delta çalışmasında bitap düşmüştür; paçavralar içindedir. Aslanlar arasında iyidir; ama tecrübesi acıdır. Sonra angarya üçe katlanır. Eğer oradaki bataklıklardan dönerse, angarya onu mahvettiği için, evine bitap düşmüş şekilde ulaşır (Simpson, 2003, s.434).”

Tarım işçiliğinin, Arap şiirinde nasıl yergiselleştirildiğine baktığımızda, Bedevî bakış açısının muazzam bir baskınlık kazandığı gözlemlenmektedir. Örneğin; Meymûn b. Kays el-A'sâ (ö.7/629?), bedevi adetleri gereğince, deve sürülerine sahip olmakla övünürken, ziraatla uğraştıkları gerekçesiyle İyâd kabilesini hicvetmektedir:

“(Sen bizi İyâd gibi çiftçilik ehli mi sandın?) Tikrit'i yurt edinip (tarlaya ektiği tohum) tanesinin hasat edilmesini gözleyen İyâd gibi (ziraatla uğraşacak kişiler) değiliz biz. Onlar öyle bir kabiledir ki, (bitlendiklerinden) oğulları bit tedavisiyle uğraşır; zincirlerle sağlamlaştırılmış, üzerlerine kapı(lar) örtülmüştür. (Onlar bizim gibi babayiğit bedeviler değildir.) el-İlah, bizim aşımızı malımızın içinden (yani deve sürülerimizden) vermiştir. Bize, garantisini sağladığı, asla tükenmeyecek bir rızık (vermiştir) (el-A'sâ, t.y., s.231).”

Görüldüğü üzere, Eski Mısırlılarla Arapların, hiciv hususunda bazı ortak fikir nüvelerine sahip olduğu bir gerçektir. Ancak bu fikirlerin işlenişinde, doğal olarak büyük kültür farklılıkların bulunduğu gözlemlenmektedir. Arap hicvine ilham vermesi ihtimal dâhilinde olan tek medeniyet, Mısır değildir. Nitekim pek çok konuda ilkleri gerçekleştirmesine alışık olduğumuz Sümer medeniyeti, çevrelerindeki göçebe topluluklara, hiciv sanatı hususunda da ışık tutmuş olabilir. Sümerlilerin kaleme aldığı antik yergilerdeki anlatım tarzları dikkate alındığında, söz konusu edebî ürünlerle Arap hicviyelerinin arasında, büyük benzerliklerin gözlemlenebileceği görülmektedir. Örneğin; bu metinlerde, Sâmi halklarından olan Amurruların (*Mar.tu*) barbarlıkları, eski Arap hicviyelerinde olduğu gibi, açık ifadelerle anlatılmaktadır. Burada, bazı Arap yergicilerinin benimsemiş olduğu anlatım tarzlarına benzer şekilde (el-Şayrevânî, 1401/1981, c.1, s.123), hedef alınan kişinin yerilmesi, onun övülecek değerlerden soyutlanması üzerinden gerçekleştirilmektedir. Diğer bir deyişle, eleştirilenler tarafından tercih edilen Arap hicviyelerinde olduğu gibi, hedef alınan kişinin yerilmesi, olumsuzluk ögesi (*negative particle*)'nin yardımına başvurularak dolaylı bir anlatım üzerinden gerçekleştirilmektedir:

“Mar.tu, tahılı bilmez... Ne ev bilir ne kent... Mar.tu, yer mantarı eşer... Dizlerini (tarım yapmak için) bükmez; çiğ et yer. Ömrü boyunca hiç evi olmaz. Ölümünün ardından gömülmez (Bryces, 2014, s.17).”

Kolaylıkla fark edileceği üzere, buradaki anlatım tarzları, erken dönem Arap hicviyelerini fazlasıyla anımsatmaktadır. Öte yandan söz konusu metnin yergiselliğinin, Arap hicvine nakledildiği varsayılırsa, hipotetik naklin eksen kaymasına uğradığı gözlemlenecektir. Nitekim Sümerlilerin yerdiği grup, Sâmî halklarından olan göçebe bir topluluktur. Hal böyle olunca, yerilen tarafın hicvedildiği noktalar, Bedevî Arapların yaşam biçimleriyle aynıdır. Dolayısıyla Araplar, yerleşik toplumların göçebe toplumlara yönelttiği yergileri kendi kültürlerine uyarlayarak yergiselliklerini yeniden ayarlamış olmalıdır. Örneğin; Sümer yergilerinde tarım yapmamak hicvediliyorken, Araplar tarafından ziraatla uğraşmak hicvedilmektedir (el-A'şâ, t.y., s.231). Sümer hicivlerinde tahıl ürünleriyle beslenmemek yerilirken, Arap hicvinde buğday veya Irak hurması gibi tarımsal ürünler hicviyelere konu edilmektedir (Geyer, 1892, s.7, 36-37).

Bu antik metinde, belirli yiyeceklerin yenilmesinin yerilecek bir özellik olarak kabul edilmesi gerektiği fikrinin, Sümerliler tarafından ortaya atıldığı gözlemlenmektedir. Arap şairlerin, bu öncü fikirleri büyük ölçüde benimseyerek hicviyelerinde tatbik etmeye başladığı aşikârdır. Elbette Arap hicvinde yerilen yiyeceklerin hangisi olması gerektiği belirlenirken, toplumun kendi kültürel değerleri esas alınmaktadır. Örneğin; Arap yergilerinde *sehîne* veya hurma süprüntüsü gibi belirli yiyecekleri yiyenler hicvedilmektedir (İbn 'Abdî'l-Berr, 1412/1992, c.3, s.1325; İbn Hişâm, 1375/1955, c.2, s.212-213). Çiğ et yenmesi, Sümer'de olduğu gibi, Arap kabileleri arasında da hicvedilmektedir. Zuheyr b. Ebî Sulmâ (ö. H.Ö.13/609) gibi İslam öncesinin meşhur yergicileri, çiğ et yenmesini hak yenmesinin simgesi olarak yergiselleştirmektedir (Zuheyr b. Ebî Sulmâ, 1426/2005, s.9-15; Kur'an-ı Kerim, 2018, Hucurât 49/12). Gıda maddelerinin verdiği haz, damak zevkine göre değişiklik arz ettiğinden, Araplar arasında bu hususta sabit yargıların benimsenememiş olması şaşırtıcı değildir.

Sümer'in hicivcilik geleneklerinin, Amurrular gibi bölgenin göçebe Sâmî halklarının aracılığıyla, Arap yergiciliğine dolaylı şekilde aktarılmış olabileceğine dair bazı dilbilimsel savlar ortaya atmak mümkündür. Bunun kanıtlanması için etimolojiye ve biçimsel incelemeye başvurduğumuzda, ikna edici bazı sonuçlara ulaşılabılır. Sümerliler tarafından, yaklaşık M.Ö. 2000 yıllarında ortaya konduğu düşünülen yergisel içerikli edebî bir deneme, bu açıdan hayati öneme sahiptir. Söz konusu metin, Sümer ülkesindeki günlük eğitim-öğretim yaşantısını ironik bir dille ele almaktadır. Eğitimdeki aksaklıkları, döneme özgü yergisel bir üslupla aktaran yazı, muhtemelen tarihin kayıtlı ilk "yağcılığını" da konu edinmektedir. Metnin anlatım tarzı, Arap yergilerine fazla benzemese de düzensiz uyakların kullanılması, Arap edebiyatındaki yergisel kâhin secilerini belirli bir ölçüye kadar anımsatmaktadır. Örneğin; metnin girişinin transliterasyonu şu şekildedir (Kramer, 1949, s.199-215; Kramer, 2002, s.28-31):

*"dumu-é-dub-ba-a u-ul-la-la-âm me-şè i-du-dè-en
é-dub-ba-a-şè i-du-dè-en"*

Bu yergide kullanılan bazı sözcüklerin, dolaylı yollardan Arapçaya ödünçlenmiş olması, iki edebiyatın arasındaki kadim ilişkinin etimolojik kanıtlarındandır. Örneğin; Sümercede "okul" manasına gelen "é-dub-ba" (*tablet-evi*) kelimesi (Kramer, 1949, s.199-215), Arap dilindeki "edebiyat" "edeb" (أدب) terimine ilham vermiş olmalıdır. Yazıcılıkla ilgili başka kelimelerin de Sümerceden ilham alınmış olması muhtemeldir. Diller arasındaki bu etkileşim göz önüne alındığında, bahsi geçen Sümerce sözlükbiriminin pek çok dile ödünçlenmiş olması, eski Arapların Sümer yergiciliğinden bir şekilde etkilendiğinin kanıtlanabilmesi açısından, son derece önemli bir etimolojik delil mahiyeti kazanmaktadır (Ball, 1913, s.59; Nork, 1842, s.169). Zira söz konusu Sümer yergisi, çetin yazı çalışmalarıyla uğraşmak mecburiyetinde kalan bir öğrenciyi merkezine almaktadır. Dolayısıyla çivi yazısının mucidi olan Sümerlilerin önderliğinde, yazı sanatını öğrenen yabancı milletlerin, bu tarzdaki yergisel metinleri incelememiş olduğunu düşünmek mümkün değildir. Bu yüzden bölgenin kadim halklarının hamiliği vasıtasıyla, hicivciliğe dair ilk fikir nüvelerinin Arap kabilelerine kadar ulaştırılmış

olduğunu varsaymak yanlış olmayacaktır. Elbette binlerce yıllık bu yergi mirası, Arap kabilelerine ulaştırılana kadar, pek çok dilin ve pek çok neslin râviliğinden süzülerek muazzam değişimlere uğramış olmalıdır.

Muhtemelen Eski Babil, Arap hicvine kaynak teşkil eden önemli kültür duraklarından biridir. Babil'in yergicilik faaliyetlerinin, Arap hicvine yaptığı varsayımsal etki, kesinlikle yabana atılmamalıdır. Nitekim eski Arap yergisinin büyüsel arka planı, sihre meraklı olan Babil halkının dinsel geleneklerinden çok şey kazanmış olmalıdır. Çünkü Babil'in dinî seremonilerinde, hicviyelere benzerlik arz eden söylemlerin kullanıldığı bilinmektedir (ed-Dehhân, t.y., s.7). Yine de Arap hicvinin büyüsel lanetlemelerle ilişkisinin, hangi medeniyetlerin yönlendirmeleriyle şekillendiğinin tespit edilebilmesi mümkün görünmemektedir. Antik Mısır'da da mezar soyguncularına karşı bir takım şiirsel lanetlemelerin kullanıldığı malumdur. Hindistan ve Çin gibi diğer kadim kültürlerde, barışı bozan, kötülüğe yol açan ve putlara saygısızlık eden kimselere karşı hiciv şiirleri söylenmektedir (ed-Dehhân, t.y., s.7). Ancak Arap yergisinin, Sâmî yurdunun dışındaki hiciv geleneklerinden etkilenmiş olması pek mümkün değildir.

Kadim Arap Hicvinin Sihir Sanatıyla İlişkisi

Kadim Arap hicvinin en gizemli yönlerinden biri, bu sanatın bir şekilde büyücülükle ilişkili olduğunu düşünmemize neden olan, son derece ikna edici bazı göstergelerin bulunmasıdır. Araplar arasındaki hicivcilik anlayışının, İslam öncesinden bu yana, bir şekilde lanetlemelerle bağlantılı olarak gelişim gösterdiği gözlemlenmektedir. Yergicilerin, kabilelerinin düşmanlarına veya kendi kişisel rakiplerine karşı söyledikleri ilenme sözleri, esasen klasik yergi kasidelerindeki baskın öğelerden biri değildir. Ancak beddua ifadeleri, erken dönemlerden itibaren, o veya bu şekilde kullanılmaktadır. *Sihr* (veya daha dar anlamda *ta'vîz* (تَعْوِذ)) yahut *tılsım* [طَلْسِم]/*télesma* [τέλεσμα]) ile hiciv arasındaki söz konusu ilişki, muhtemelen her iki sanatın da mevzun söylemlerin aracılığıyla icra ediliyor olmasından kaynaklanmaktadır (Mevsû'atu's-Şurûk, 1994, c.1, s.306; Willmet, 1784, s.464). İslam öncesi Araplarının dinsel hayatına dair elimizde bulunan veriler göz önüne alındığında, insanların yaşamı üzerinde, dinin fazla etkisi olmadığı kolaylıkla saptanabilmektedir. Ancak eski Arapların büyücülük hususundaki batıl inançlarının ne kadar derine uzandığının çözümlenebilmesi, bu kadar kolay olmayacaktır. Çünkü teorik ve entelektüel bir sistemden uzak olan bu dinsel gelenekler, daha çok büyüsel mahiyetteki uygulamalarla ilişkilidir (Figueroa, 1975, s.92).

Kâhinler ile iletişim kurduğuna inanılan, *tâbi'* (takipçi/yoldaş), *şâhib* (dost), *mevlâ* (arkadaş), *veli* (yakın dost), *ra'i/ri'i* (kâhin) yahut *şeytânul-kâhin* (kâhin şeytani) gibi tanımlamalarla adlandırılan, kötü ruhlu, doğaüstü varlıklar, İslam öncesinin dinsel geleneklerinde oldukça önemli bir yer işgal etmektedir. Keza aynı durum, şairler için de geçerli olduğundan, bu varlıklar *şeyâtînu's-şu'erâ'* (şairlerin şeytanları) olarak da anılmaktadır (et-Tuncî, 1419/1999, c.2, s.576-577; Apak, 2015, s.59). Anlaşılacağı üzere, kâhin şeytanları ile şair şeytanları arasında son derece yakın bir ilişki söz konusudur (van Vloten, 1893, s.186). Özellikle erken dönem Arap yergicileri ile ilham cinleri arasındaki ilişkiye dair rivayetlerin günümüze kadar ulaşabilmiş olması, konunun daha iyi anlaşılması açısından önemli bir fırsattır. Bu tarz yaratıklar, *daimónion* (δαιμόνιον) gibi farklı adlandırmalarla, pek çok mitolojide yer almasına rağmen, cinlerin veya şeytanların hicivcilikle ilişkilendirilmesi, daha ziyade Arap edebiyatına özgü bir yaklaşımdır. Özellikle İslam öncesindeki standartlaşma aşamasının hemen öncesinde, cinlerin hicivcilikle bağdaştırılmasının, çok daha baskın bir karaktere sahip olduğunu düşünmek mümkündür. Yergicilerin şeytanlardan kuvvet aldığı hususundaki intibah canlı tutulması yönündeki eğilim, muhtemelen edebiyatın kalıplaşmaya başlamasıyla birlikte büyük ölçüde zayıflamıştır. Ancak cinlerin hicivcileri desteklediğine dair göz boyayıcı hurafeler, hem İslam öncesinde hem de İslam sonrasında, belirli şairlerin ekseninde dilden dile dolaşmaya devam edecektir. Örneğin; İslam öncesi şairlerinden 'Abîd b. el-Abraş (ö. 555 [?])'ın, bir takım doğaüstü güçlerden yardım almasının akabinde,

daha önce hiç şairlik deneyimi olmamasına rağmen, onurunu zedeleyen kişileri hicvedebilecek kudrete eriştiği anlatılmaktadır (Goldziher, 1891, s.685).

Oryantalizm çalışmaları kapsamında, eski Arap hicvine dair ilk ciddi araştırmayı yapan kişi, Yahudi asıllı Macar müsteşrik Ignaz Goldziher (ö.1921)'dir. Onun *Abhandlungen zur arabischen Philologie* adlı eserinde yer alan "*Ueber die Vorgeschichte der Hiğâ'-Poesie*" isimdeki bölüm, erken dönem Arap hicvinin büyüsel kökenine dair çok önemli fikirler ihtiva etmektedir. Goldziher'e göre, hicvin başlangıcı, direkt olarak büyücülük veya lanetlemelerle ilişkilidir. Ruhsal olgunluğa sahip kimseler tarafından belirli şartların sağlanmasıyla ve doğüstü güçlerin yardımıyla söylenen hicviyelerden beklenen, hedef alınan kişi veya grupların üzerinde olumsuz etkiler bırakabilmesidir (Goldziher, 1896, c.1, s.27). Şiirlerdeki ritmik ahenk, düşmanlarını lanetlemek isteyen büyücülerin başvurduğu duaları (*ed'ıye*) ve ilahileri (*terâtil*) andırmaktadır. Hatta Hz. Peygamberin hem büyücülük hem de şairlikle suçlanması bu yüzdendir (Mevsû'atu's-Şurûk, 1994, c.1, s.306; Dayf, t.y., c.1, s.196). Hicviyeler muhtemelen ilk olarak *sec'* ve *revez* formlarında icra edilmiş, zamanla olgunlaşarak klasik kaside biçimindeki nihai haline evrilmiştir. İslam öncesinde kâhinlerin yoğun şekilde *sec'* kullandığı bilinmektedir (Jacob, 1897, s.178).

Hicivle büyücülüğün ortak noktaları, yalnızca ritmik anlatım biçimlerinin benzerliğiyle sınırlı değildir. Karalama ve lanetleme işlemlerinin gerçekleştirildiği esnada, hem hicivcilerin hem de büyücülerin, bazı özel ritüellere başvurduğu gözlemlenmektedir. Tahmin edileceği üzere, sihirbazlar sanatlarını icra ederken belirli düzenekler vasıtasıyla, etrafındaki insanları etkilemeye çalışmaktadır. Bu süreçte kâhinlerin tütsü yaktığı, maske taktığı ve özel kıyafetler giydiği bilinmektedir. Büyücünün, insanları şeytanlarla iletişim kurduğuna veya ruh göçü yaptığına inandırabilmesi, bu gösterinin en can alıcı kısmıdır. Bu ritüellerde cinlere düştüğü varsayılan görev, büyücüye düşmanlarına zarar vermesinde yardımcı olmaktır. Benzer şekilde, bazı yergiciler hiciv söylemeden önce, rahatsız edici bir görünüme bürünmeye çalışmaktadır. Hicivciler bu süreçte, korkutucu bir imaj oluşturabilmek adına, saçlarını belirli şekillerde tıraşlamakta, başlarının bir kısmını yağlamakta, peştamallarını gevşetmekte ve yalnızca tek ayaklarına ayakkabı giymektedir (Mevsû'atu's-Şurûk, 1994, c.1, s.306; Şemseddin, 1423/2002, c.5, s.65-67). Şairlerin bu uygulamalarının, büyücülük geleneklerinin bir yansıması olduğu aşikârdır. Çünkü yalnızca tek bir ayağa ayakkabı giyilmesinin, Hz. Peygamber tarafından özellikle yasaklandığı kaydedilmektedir: "إِذَا انْقَطَعَ نِسْعُ نَعْلِ أَحَدِكُمْ، فَلَا يَمْشِ فِي نَعْلٍ وَاحِدَةٍ حَتَّى يُصَلِّحَهَا" "*Birinizin ayakkabısının kayışı koparsa, onu tamir edene kadar tek ayakkabıyla yürümesin* (Yakup b. İshak, 1419/1998, c.5, s.266)." Hz. Muhammed'in tek ayakkabıyla yürünmesini yasaklamasının nedeni, muhtemelen denge problemlerinden ziyade, bu işlemin büyücülükle ilişkilendirilmesinden kaynaklanmaktadır.

Goldziher, Balak'ın Balam'dan söylemesini istediği lanet sözlerini, ilk hiciv örneği olarak değerlendirmektedir. Hiciv sanatının lanetlemelerle olan ilişkisinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağını düşündüğü bu kaydın, Arap hicvinin kökenine ışık tutabileceği kanaatindedir (Goldziher, 1896, c.1, s.42). Bu kıssa hakkında Ahd-i Atik'te geçen pasaj şu şekildedir:

"Şimdi gel, benim için bu kavme lânet et! Çünkü benim için çok kuvvetliler. Belki muzaffer olurum da onu vururuz ve onu memleketten kovarım. Zira biliyorum ki, senin kutlu kıldığın mübarek olur; lanet ettiğinse melun olur (The Holy Bible, 2011, Numbers, 22:6, s.83)."

İlerleyen yıllarda Clément Huart (ö. 1926), Goldziher'in bu tezini benimseyecektir (Huart, 1903, s.8). Böylelikle Arap hicvinin ilk örneklerinin, düşmana karşı söylenen lanetlemelerden ibaret olduğu yönündeki değerlendirmeler, saygın otoriteler arasında belirli bir tanınırlık seviyesine ulaşabilmiştir. Hâlbuki Kitâb-ı Mukaddes'teki lanetlemelerin, Arap hicvinin kökenini temsil edebileceği hususundaki bu iddialara kuşkuyla yaklaşmak gerekir. Nitekim Arap hicvinin mevcut prototiplerine benzerlik arz eden en eski kayıtlar, Balak ve Balam'ın yaşadığı varsayılan zaman diliminin çok öncesinde kayıt tutmaya başlayan Sümer gibi antik

medeniyetlerin çivi yazıtlarının arasında bulunmaktadır (Bryces, 2014, s.17). Öte yandan Arapların hicivcilik geleneklerinin büyücülükle harmanlanmış olmasında, Yahudi adetlerinin rolü muhtemelen çok büyüktür.

İlerleyen yıllarda Fransız oryantalist Maurice Godefroy-Demombynes (ö.1957), Goldziher'in görüşlerine bazı noktalarda karşı çıkacaktır. Godefroy-Demombynes'e göre, İslam öncesindeki büyüselsel lanetlemelerle hiciv sanatının özdeş olduğunu iddia etmek mümkün değildir. Bu savını açıklamak için, Bedir Savaşında Hz. Muhammed'in bir avuç kumu savurarak Kureyşli düşmanlarına ettiği bedduayı örnek olarak seçmektedir. Kumun savurulmasının ve lanetleme ifadesinin telaffuz edilmesinin ardından, düşmana karşı savaşacak bir tabur meleğin yardımı gelmesiyle sonuçlanan bu ilenme örneği ile hiciv sanatının aynı karaktere sahip olmadığı, bu bağlamda öne sürülmektedir. Elbette Godefroy-Demombynes bu fikri ortaya atarken Hz. Peygamberin gerçekleştirdiği bu eylemin, İslam öncesindeki büyüselsel ritüellerin yeni dine uyarlanmasından ibaret olduğu iddiasındadır (İbn Qotaiba, 1947, s.XVIII). Ancak Hz. Peygamberin burada bir avuç kumdan istifade etmesi, sihirbazların karşısında asâsından yararlanarak büyüselsel güçlerin üstüne çıkmayı başaran Hz. Musa'nın mucizesiyle özdeşleştirilmelidir. Nitekim İbranîlerin peygamberlik geleneklerinde de bazı ilahî mucizelerin, belirli materyallerin veya belirli seslerin kullanılmasıyla gerçekleştirildiği bilinmektedir. Örneğin; İbranîlerin dinsel metinlerine göre, savaşlarda şofar üflenmesiyle, sağlam duvarlar mucizevi şekilde yıkılabilmektedir (Friedmann, 2013, s.74).

İslam kaynaklarında, Hz. Peygamberin bu eylemi ilahî bir mucize olarak değerlendirilmektedir. Rivayetlere göre, Hz. Muhammed, Allah'a hizmet etmek isteyenlerin Bedir'de toplanması yönünde çağrıda bulunmuştur. Yaklaşık üç yüz kişiden oluşan bu Müslüman birliğinin yanında, yalnızca iki at ve yetmiş deve bulunmaktadır. Oysa müşrikler, bin kişi toplamayı başarmıştır. Hal böyle olunca, Hz. Cebrail, Hz. Muhammed'in yanına gelmiş ve yerden bir avuç toprak alarak düşmana doğru savurmasını söylemiştir. Hz. Muhammed, yerden aldığı bir avuç ince çakılı müşriklere doğru üfürmeden önce, şu ilenme sözcüklerini söylemiştir: "شَاهَتِ الْوُجُوهُ" "Yüzler çirkinleşsin!" Bu lanetlemenin ardından, Hz. Peygamber sayıca çok üstün olan düşman kuvvetlerinin yenileceğini müjdelemiştir (İbn 'Âşûr, 1984, c.9, s.294; Booth, 2014, s.212; Balcı, 2009, s.106). Hz. Muhammed, söz konusu eylemi Huneyn Gazvesinde tekrarlayacaktır. Aynı beddua sözcüklerinin telaffuz edilmesinin ardından, hem gözleri hem de ağızları toprakla dolan müşriklerin hezimete uğradığı aktarılmaktadır (ed-Dârimî, 1421/2000, c.1, s.1593). Bu mucizevi lanetlemelerin akabinde, aşağıdaki ayetinin indiği kaydedilmektedir:

"قَلَّمَ تَقْتُلُوهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ قَتَلَهُمْ وَمَا رَمَيْتَ إِذْ رَمَيْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ رَمَىٰ
وَلِيْلِي الْمُؤْمِنِينَ مِنْهُ بَلََاءٌ حَسَنًا إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ"

"Onları siz öldürmediniz; ama onları Allah öldürdü. Attığın zaman da sen atmadın; ama Allah attı. Bunu, Müminleri güzel bir imtihanla denemek için (yaptı). Allah işitendir, bilendir (Kur'an-ı Kerim, 2018, Enfâl 8/17)."

Daha ziyade hicvin maddi yönü üzerinde duran Godefroy-Demombynes'e göre, yergiciler, beyitlerindeki ritmik formüller vasıtasıyla, düşmanlarının üzerinde bırakacakları olumsuz etkilerin farkındadır. Hicviyelerinde karşı tarafa hem kendilerinin hem de kabilelerinin kinini aktaran şairler, hedef aldıkları kişileri sonsuza dek damgalayabileceklerini (*vesm*) çok iyi bilmektedir (İbn Qotaiba, 1947, s.XVIII). Şairlerin yerginin maddi gücünün farkında olmadığını iddia etmek, elbette mümkün değildir. Ancak bu farkındalık, hicivciliğin eskiden büyücülükle bağdaşık olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Çünkü kâhinler de icra ettikleri mesleğin safsatadan ibaret olduğunu bilmektedir. Buna rağmen kâhinler, halkın ruh sağlığını bozmak pahasına, tarihin hiçbir safhasında dolandırıcılıklarından geri durmamışlardır. Dolayısıyla bazı yergicilerin, bilinçli şekilde kâhinlerin hilekârlıklarını sürdürmeyi seçmiş olması, hiç de şaşırtıcı değildir. Söz konusu hilekâr yergicilerin, hiciv söylerken uyguladıkları gösterilere tevessül etmeyen profesyonel şairlerin sayısı, zamanla çoğalmış

olmalıdır. Yalnızca bu arızı profesyonelleşmeye bakılarak hicvin geçmişte büyücülükle ilişkili olarak icra edildiğini gösteren tüm delillerin yok sayılması, son derece yanlış olacaktır.

Edouard (Bichr) Farès (ö. 1963), hicve atfedilen büyüsel karakteri tartışmaya açan önemli araştırmacılardan bir diğeridir. Farès'e göre, Goldziher'in görüşleri tek ve mutlak bir kanıtı dayanmaktan ziyade, birbirini destekleyen ayrıntılara ve diğer edebiyatlarla yapılan mukayeseler neticesinde varılan çıkarım ve değerlendirmelere dayanmaktadır. Goldziher'in metoduna, yani Emevî Dönemi secilerinden alınan bedduaların hicvin gerçek yapısının tespitinde delil olarak kullanılmasına, Farès tarafından karşı çıkmaktadır (Farès, 1932, s.214-218; van Gelder, 1989, s.4). Gerçekten de hicvin ilkel formlarının anlaşılması açısından, geç dönem secilerinin sağlam bir delil niteliği arz etmeyeceği aşikârdır. Ancak İslam öncesine ait bazı yergisel kâhin secilerinin bulunduğu da bu bağlamda göz ardı edilmemelidir (İbnu'l-Esîr, 1407/1987, c.1, s.554). Hicvin büyüsel kökenine karşı çıkanlar açısından, *sec'* ve *karîd* türlerinin, yapı, üslup ve içerik açısından birbirinden ayrılıyor olması, diğer bir problemdir. Van Gelder'in aktardığı üzere, lanetlemeler, tipik olarak tek bir biçimsellikte söylenen belirli formüllerden müteşekkildir. Genellikle kapalılığın kullanıldığı büyü sözlerinde, arkaik ifadeler yer verilmektedir. Hicivse daha esnek, daha basit ve daha direkt bir yapıya sahiptir. Ayrıca yergilerde tanrılara değil, insanlara hitap edilmektedir. Bunun yanı sıra, hicviyelerde insanların haysiyetlerini zedeleyecek hakaretlerin kullanılması, bu ritmik hiciv dizelerini büyü sözlerinden ayıran unsurlar arasında sayılmaktadır. Ancak Farès, insanların mahvını amaçlayan hiciv ile büyü kavramlarının, nihai olarak tek bir amaç doğrultusunda birleştiğini kabul etmektedir (van Gelder, 1989, s.4).

Takdir edileceği üzere, hiciv sanatının kendi özünde barındırdığı kuvvet, büyüye hiç gerek kalmadan da son derece etkilidir. Lakin hiciv sanatının, en azından bir dönem boyunca, düşmanın fiziksel olarak zayıflatılmasını veya tamamen ortadan kaldırılmasını hedefleyen bazı doğaüstü uygulamalarla ilişkilendirildiği de yadsımayacak bir gerçektir. Hz. Muhammed'in hicivcilğe çok temkinli yaklaşmış olması bile, bu sanatın bir zamanlar büyücülükle ilişkilendirildiğinin göstergelerindedir. Fransız müsteşrik Charles Pellat (ö. 1992)'ya göre, hoşgörüyü ve müsamahakârlığı tavsiye eden Hz. Peygamberin, kendisini hicvedenlere lanet etmiş olması, onun yergileri uğursuzlukla ilişkilendirildiğini göstermektedir (Pellat, 1986, s.353). Hz. Peygamberin Müslümanlarla İslam aleyhtarları arasındaki hicivleşme yarışıyla bizzat alakadar olduğu göz önüne alındığında, dönemin Araplarının hicve ne denli ulvi bir anlam yüklediği açıkça görülmektedir. Muhtemelen bu durum, Sâmi kültürlerinde "sözün" çok kutsal olduğuna inanılmasından kaynaklanmaktadır. Hicviyeler "sözlü" hakaret olduğu için, bu şiirlerin uğursuzluk getirebileceğine inanılmış olması, hiç de şaşırtıcı değildir. Dolayısıyla eski Araplarının hicvedilmekten bu kadar korkması, İbrahimi dinlerin söze atfettiği kutsiyetin bir yansıması olarak değerlendirilebilir (bkz. The Holy Bible, 2011, John, 1:1, s.507).

Sonuç

Hiciv teması, klasik Arap şiirinin en temel ve en yaygın konularından birisidir. İslam öncesinde ve Sadru'l-İslam Döneminde, Arap hicvinin en seçkin örneklerinin ortaya konduğu ve hicivciliğin altın çağını yaşadığı bilinmektedir. Bu öncü çalışmalar, ilerleyen asırların yergicilik geleneklerini derinden etkileyecektir. Klasik Arap hicvi, *mertlik* yahut *muruvve* kavramıyla doğrudan doğruya ilişkilidir. Erken döneme ait hemen hemen tüm kasideler, bir şekilde hedef alınan kişi veya kabilelerin mertlik erdeminden soyutlanarak küçük düşürülmesini amaçlamaktadır. Yerleşik devlet düzeni topluma hâkim olmadığından, İslam öncesinde sık sık çatışmalar yaşanmaktadır. Sonu gelmez savaşların, hicvin yaygınlık kazanmasında ve şekillenmesinde önemli bir rol oynadığı açıktır. Bilindiği üzere, klasik dönem boyunca söylenegelen hicviyelerde, son derece klişeleşmiş yapılar baskınlık kazanmış durumdadır. Bu basmakalıp ifadelerin asıl nedeni, hicivciliğin askerî faaliyetlerde kullanılan bir tür iletişim aracına dönüştürülmüş olmasıdır. Dolayısıyla bir kabilenin hiciv sanatına hâkim olan şairler yetiştirebilmiş olması, güçlü bir propaganda yapabilmesi için en gerekli unsurdur.

Hiciv (*hicâ*) sözcüğü, pek çok Sâmî dilinde karşımıza çıkmakta ve yergiciliğin Ortadoğu halkları arasında çok eskilere uzanan bir geleneğe dayandığını anlamamıza olanak sağlamaktadır. Mısır, Sümer, Babil gibi kadim medeniyetlerin kayıtlarında, erken dönem Arap hicvinin örneklerini çağrıştıran yergisel ürünlere rastlamak mümkündür. Bilinmeyen bir tarihte, bölge halkları arasında, belirli bir ölçüye kadar kültürel aktarım sağlandığı açıktır. Arap coğrafyasında yerleşik olan ve kadim dünyanın entelektüel geleneklerinin hamiliğini üstlenen Yahudi toplumunun, Arap yergisinin doğuşunda ve gelişmesinde, doğrudan veya dolaylı olarak önemli katkılarda bulunduğu gözlemlenmektedir. Nitekim Arapların Yahudilerden kâhinlik ve büyücülük sanatını öğrenmesiyle birlikte, Arap yergisi bu ezoterik geleneklerin tesiriyle ilk önemli atılımını gerçekleştirebilecektir. Kâhinlerin yergisel secileri (*escâ*), muhtemelen Arap şiirinin en eski örneklerini meydana getirmektedir. Bu ritmik tekrarlamalar, zamanla yergisel *recez*lere dönüştürülerek klasik kaside halini almış olmalıdır. Farklı konuları ihtiva eden klasik kasidelerin içerisinde, tematik bir kısım olarak yer alan hicviyeler, yergi sanatının Arap edebiyatında ulaşabildiği en seçkin ve en sanatsal düzeyi temsil etmektedir.

Arap hicvinin ortaya çıkmasında, her şeyden önce toplumun ve insanların psikolojisinin etkili olduğu görülmektedir. Kitle psikolojisi veya kabilecilik bilinci, erken dönem şairlerini yergi söylemeye iten en temel etkidir. Öyle ki İslam öncesinde veya Sadru'l-İslam Döneminde, kabilecilik taassubuyla öyle veya böyle alakalı olmayan bir hicviyeye rastlamak, neredeyse imkânsıza yakındır. Şairler anlık duygulanımlarını, kin ve öfkelerini, en iyi şekilde hiciv söyleyerek ifade edebilmektedir. Dolayısıyla eski Arapların sert mizacının hicve olan etkisi muazzamdır. Erken dönem Arap hicvinin, çoğu zaman aşılması güç bir ciddiyet perdesinin ardında kalmış olması da bu yüzdendir. Dinî inanışların veya daha doğru bir ifadeyle topluma hâkim olan büyüsel kültürlerin, hicivciliğin insanlar üzerindeki etkisini büyük ölçüde arttırdığı görülmektedir. Çünkü yergicilerin cinlerle veya kötü ruhlu şeytanlarla iletişim kurduğu varsayımı, eski Arapların hicvedilmekten ölesiye korkmasına neden olmaktadır.

Klasik Arap hicvinin büyük ölçüde özgün bir gelişim gösterdiği söylenebilir. Öte yandan yergiciliğe dair ilk fikir nüvelerinin yahut büyüsellğe dayalı secili lanetleme geleneklerinin, kadim medeniyetlerden esinlenmiş olması da muhtemeldir. Hakikat her ne olursa olsun, Arap yergicileri tarafından bu fikirlerin Bedevî ruhuna uygun olarak özgün bir biçimde yorumlanabildiği gözlemlenmektedir. Hatta Arap yergisinin, Ortadoğu'nun en özgün ve en kapsamlı yergicilik geleneği olduğunu söylemek abartılı olmayacaktır.

Kaynakça

- el-A'şâ, M. (t.y.). *Dîvânu'l-A'şâ el-Kebîr*. M. Huseyn (haz.). el-Cemâmîz: Mektebetu'l-Adâb.
- Apak, A. (2015). İslam öncesi Arapların ulûhiyet anlayışında kâhinlerin yeri. M. M. Söylemez (ed.). *Cahiliye Araplarının ulûhiyet anlayışı* (53-77) içinde. Ankara: Ankara Okulu.
- Atto, S. (1990). *Süryanice-Türkçe sözlük* (2. Baskı). Hollanda: Simon Atto.
- Balcı, İ. (2009). Bedir savaşıyla ilgili mucizevi rivayetlerin Kur'ân, Hadis ve tarih verilerine göre kritiği. *İSTEM*, 13, 85-124. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/istem/issue/26540/279426>
- Ball, C. J. (1913). *Chinese and Sumerian*. Londra: Oxford University Press.
- Bensew, J. L. (1862). *Ozar haschoroschim, hebräisch-deutsches und deutsch-hebräisches Wörterbuch über das Alte Testament* (4. Baskı, Cilt 1). Viyana: Verlag von J. Knöpfmayer und Söhne.
- Booth, M. (2014). *The sacred history: How angels, mystics and higher intelligence made our world*. New York: Atria Books.
- Bryces, T. (2014). *Ancient Syria: A three thousand year history*. Oxford: Oxford University Press.
- ed-Dârimî, Ebû M. A. b. A. (1421/2000). *Musnedu'd-Dârimî* (Cilt 1). H. S. U. ed-Dârânî (thk.). Riyad: Dâru'l-Muğni li'n-Neşr ve't-Tevzi'.
- Dayf, Ş. (t.y.). *Târîhu'l-edebi'l-'Arabî; el-'Aşru'l-Câhili* (22. Baskı, Cilt 1). Kâhire: Dâru'l-Me'ârif.
- ed-Dehhân, S. (t.y.). *el-Hicâ'* (3. Baskı). Kâhire: Dâru'l-Me'ârif.
- Farès, B. (1932). *L'Honneur chez les Arabes avant l'Islam*. Paris: Librairie d'Amérique et d'Orient Adrien Maisonneuve.
- Figueroa, M. R. (1975). *Mercaderes, dioses y beduinos: El sistema de autoridad en Arabia preislámica*. Meksika: Colegio de México.
- el-Firûzâbâdî, M. (2005). *el-Ķâmûsu'l-muĥîṭ* (8. Baskı). Mektebu Tahkîki't-Turâs fi Muesseseti'r-Risâle (thk.). Beyrût: Muessesetu'r-Risâle.
- Friedmann, J. L. (2013). *Music in biblical life: The roles of song in ancient Israel*. Kuzey Carolina-Londra: McFarland & Company.
- van Gelder, G. J. H. (1989). *The bad and the ugly: Attitudes towards invective poetry (hijâ') in classical Arabic literature*. Leiden-New York-Kopenhag-Köln: E. J. Brill.
- Geyer, R. (1892). *Gedichte und Fragmente des 'Aus ibn Hajar*. Viyana: In Commission bei F. Tempsky.
- Goldziher, I. (1891). Die Ginnen der Dichter. *Zeitschrift der Deutschen Morgenländischen Gesellschaft*, 45(4), 685-690. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/43362203>
- Goldziher, I. (1896). *Abhandlungen zur arabischen Philologie* (Cilt 1). Leiden: E. J. Brill.
- Huart, C. (1903). *A history of Arabic literature*. New York: D. Appleton and Company.
- Huseyn, M. M. (t.y.). *el-Hicâ' ve'l-heccâ'ün fi'l-Câhiliyye*. el-Cemâmîz: Mektebetu'l-Âdâb.

- Ibn Qotaiba. (1947). *Introduction au Livre de la Poésie et des Poètes*. M. Gaudefroy-Demombynes (haz.), Paris: Les Belles Lettres.
- İbn ‘Abdi’l-Berr, Ebû Ö. (1412/1992). *el-İstî‘âb fî ma‘rifeti’l-Aşhâb* (Cilt 3). A. M. el-Becâvî (thk.). Beyrut: Dâru’l-Cil.
- İbn ‘Âşûr, M. eṭ-Ṭ. (1984). *Tefsîru’t-tahrîr ve’t-tenvîr* (Cilt 9). Tunus: Dâru’t-Tûnisiyye li’n-Neşr.
- İbn Hişâm (1375/1955). *es-Siretu’n-Nebevîyye* (2. Baskı, Cilt 2). M. es-Saqqâ, İ. el-Ebyârî, ‘A. eṣ-Şelebî (haz.). Mısır: Mustafa el-Bâbî el-Halebî ve Evlâduhu.
- İbn Manzûr, Ebû’l-F. (t.y.). *Lisânu’l-‘Arab* (Cilt 15). Beyrut: Dâr Şâdır.
- İbnu’l-Eşîr, Ebû’l-H. (1407/1987). *el-Kâmil fî’t-târîh* (Cilt 1). Ebû’l-F. ‘A. el-Ḳâdî (thk.). Beyrut: Dâru’l-Kutubi’l-‘İlmiyye.
- İbn Zâkûr, Ebû ‘Abdi’l-lah Muhammed b. Kasım el-Fâsî (2013). *‘Unvânu’n-Nefâse fî Şerhi’l-Ḥamâse* (Cilt 1). M. Cemâlî (thk.). Beyrut: Dâru’l-Kutubi’l-‘İlmiyye.
- Jacob, G. (1897). *Altarabisches Beduinenleben: Nach den Quellen geschildert*. Berlin: Mayer & Müller.
- el-Ḳayrevânî, İbn R. (1401/1981). *el-‘Umde: Fî meḥâsini’ş-şîr ve âdâbihi ve naḳdihi* (5. Baskı, Cilt 1). M. M. Abdülhamid (haz.). Beyrut: Dâru’l-Cil.
- König, E. (1910). *Hebräisches und aramäisches Wörterbuch zum Alten Testament*. Leipzig: Dieterich'sche Verlagsbuchhandlung.
- Kramer, S. N. (1949). Schooldays: A Sumerian composition relating to the education of a scribe. *Journal of the American Oriental Society*, 69(4), 199-215. doi: 10.2307/596246
- Kramer, S. N. (2002). *Tarih Sümer’de başlar* (2. Baskı). H. Koyukan (çev.). İstanbul: Kabalca.
- Kur’an-ı Kerim* (2018). (5. Baskı). İstanbul: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Mevsû’atu’ş-Şurûk* (1994). (Cilt 1). Kâhire: Dâru’ş-Şurûk.
- Montgomery, J. E. (1986). Dichotomy in jāhilî poetry. *Journal of Arabic Literature*, 17, 1-20. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/4183129>
- Nork, Fr. (1842). *Vollständiges Hebräisch-chaldäisch-rabbinisches Wörterbuch über das Alte Testament*. Grimma: Verlags-Comptoirs.
- Pellat, C. (1986). Hidjâ’. *The encyclopaedia of Islam* (Cilt 3). Leiden: E. J. Brill.
- er-Râzî, M. (1401/1981). *Tefsîru’l-Fahri’r-Râzî* (Cilt 2). Beyrut: Dâru’l-Fikr.
- Rollston, C. A. (2001). Ben Sira 38:24-39:11 and the "Egyptian satire of the trades": A reconsideration. *Journal of Biblical Literature*, 120(1), 131-139. doi:10.2307/3268597
- Russell, B. & Russell, D. (1959). *The Prospects of Industrial Civilization* (2. Baskı). Londra-New York: Routledge.
- Simpson, W. K. (2003). *The literature of ancient Egypt: An anthology of stories, instructions, and poetry* (3. Baskı). R. K. Ritner, W. K. Simpson vd. (çev.). New Haven-Londra: Yale University Press.

- Smith, R. P. (1998). *A compendious Syriac dictionary*. J. P. Smith (ed.). Indiana: Eisenbrauns.
- Stordalen, T. (2013). Ancient Hebrew meditative recitation. H. Eifring (ed.). *Meditation in Judaism, Christianity and Islam: Cultural histories* (17-32) içinde. Londra-Yeni Delhi: Bloomsbury.
- Şemseddin, İ. (1423/2002). *Kışaşu'l-‘Arab: Mevsû‘a turâsiyye câmi‘a* (Cilt 4). Beyrut: Dâru'l-Kutubi'l-‘İlmiyye.
- The Holy Bible: King James version. (2011). ABD: Hendrickson Publishers.
- et-Tuncı, M. (1419/1999). *el-Mu‘cemu’l-mufaşşal fî’l-edeb* (2. Baskı, Cilt 2). Beyrut: Dâru’l-Kutubi’l-‘İlmiyye.
- van Vloten, G. (1893). Dämonen, Geister und Zauber bei den alten Arabern. Mittheilungen aus Djâhitz' Kitâb al-haiwân. *Wiener Zeitschrift für die Kunde des Morgenlandes*, 7, 169-187. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/23860807>
- Wehr, H. (1985). *Arabisches Wörterbuch für die Schriftsprache der Gegenwart* (5. Baskı), Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.
- Willmet, I. (1784). *Lexicon Linguae Arabicae: In Coranum, Haririum et Vitam Timuri*. Rotterdami: C. R. Hake.
- Wilson, J. A. (1992). *Ancient Near Eastern texts: Relating to the Old Testament* (5. Baskı). J. B. Pritchard (ed.). Princeton-New Jersey: Princeton University Press.
- Yakup b. İřhak, Ebû ‘A. (1419/1998). *Musnedu Ebî ‘Avâne* (Cilt 5). E. b. ‘Â. ed-Dimařķi (thk.). Beyrut: Dâru’l-Ma‘rife.
- Zuheyr b. Ebî Sulmâ (1426/2005). *Şerħu Dîvâni Zuheyr b. Ebî Sulmâ* (2. Baskı). H. Tammâs (haz.). Beyrut: Dâru’l-Ma‘rife.

Almanya ve Türkiye’de Karşılaştırmalı Olarak Bakım Hizmetleri: Türkiye’de Bakım Sigortası Kurulmasına Yönelik Bir Öneri¹

Doç. Dr. Fatma KOCABAŞ² - Dr. Öğr. Üyesi Emre KOL³

Başvuru Tarihi: 26.08.2019

Kabul Tarihi: 15.10.2020

Makale Türü: Derleme

Öz

Nüfusun yaşlanması, bütün ülkeler açısından önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaşlı nüfusun oranı, doğum oranlarındaki azalma ve ortalama yaşam süresinin uzamasına bağlı olarak giderek artmaktadır. Türkiye için de, diğer tüm ülkelerde olduğu gibi nüfusun yaş yapısı ile ilgili yapı/durum önemlidir. Günümüzde ülkemizde de yaşlı nüfus giderek artmaktadır. Dolayısıyla yaşlanmaya bağlı olarak bakıma muhtaç olan kişi sayısı gelecek yıllarda artış gösterecek ve buna bağlı olarak yaşlandığında kendine bakamayacak yaşlılar için yapılacak sağlık ve sosyal güvenlik harcamaları ile bakım hizmetlerine duyulan ihtiyaç giderek artacaktır. Yaşlılar ve engelliler başta olmak üzere bakıma muhtaç kişilerin ihtiyaç duyduğu bakım hizmeti, insan sağlığı ve ülke ekonomileri açısından hayati bir önem taşımaktadır. Ayrıca bakım hizmetinin ekonomik maliyetlerinin yanında bu hizmeti yerine getirecek nitelikli insan gücünün de varlığı gerekmektedir. Bakıma muhtaç kişiler, gereksinimlerini karşılayacak nitelikli insan kaynağının olmayışı, gelir yetersizliği ve yoksulluk nedeniyle ihtiyaçları olan bakım hizmetlerine erişememektedirler. Bu bağlamda bakım sigortasına duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır. Bakıma muhtaçlık da bir sosyal risk olması nedeniyle bu riske karşı da sosyal güvencenin sağlanması gerekmektedir. Ülkemizde sosyal güvenlik hukuku alanında şu an yürürlükte olan 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu kapsamında düzenlenen sigorta kollarına baktığımızda bakım sigortasının bulunmadığı görülmektedir. Bu çalışmada, konu ile ilgili literatür ve Almanya uygulaması dikkate alınarak bakım sigortası kurulmasının ülkemiz bakımından önemi ve gerekliliği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bakıma Muhtaçlık, Bakım Sigortası, Bakım Hizmetleri, Yaşlılık, Yaşlı Nüfus

Atıf: Kocabaş, F. ve Kol, E. (2020). Almanya ve Türkiye’de karşılaştırmalı olarak bakım hizmetleri: Türkiye’de bakım sigortası kurulmasına yönelik bir öneri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 283-310.

¹ Çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

² Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, fkocabas@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8886-8562

³ Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, ekol@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3242-6925

Comparative Study on Care Services in Turkey and Germany: A Proposal For the Care Insurance in Turkey

Assoc. Prof. Dr. Fatma KOCABAŞ – Asst. Prof. Dr. Emre KOL

Submitted by: 26.08.2019

Accepted by: 15.10.2020

Article Type: Review

Abstract

Population aging is a significant problem for all nations. The proportion of the elderly population increases due to falling birth rates and increasing mean life expectancy. Although the population of Turkey is young, it will get older. Therefore, the number of people in need of care due to aging will increase over the years. Accordingly, expenditure on healthcare, care services, and social security will also increase. Nursing indigence is a social risk; thus, social insurance must be provided against this risk. Cost-efficient care services are needed for possible problems in this context. Care services needed by the elderly and the disabled, especially those in need of care are vital for human health and national economies. Due to the lack of qualified human resources to meet their needs and global poverty, people in need of care are unable to access the care services they need. In this context, the need for care insurance is increasing. Since the need for care is also a social risk, social security should be provided against this risk. When we look at the insurance branches regulated within the scope of Social Security and General Health Insurance Law (SSGSSK), which is currently in force in the field of social security law in our country, it is seen that there is no long term care insurance. In this study, the necessity of the establishment of care insurance in our country and Germany have been revealed.

Keywords: *Nursing Indigence, Care Insurance, Care Services, Old Age, Elderly Population*

Giriş

Günümüzde modern yaşam ve tıp teknolojisindeki gelişmeler neticesinde yaşam süresi uzamakta ve yaşlı nüfus giderek artmaktadır. Tüm dünyada 65 yaş ve üzeri nüfus, diğer tüm yaş gruplarından daha hızlı büyümektedir (United Nations, 2019). Dünyada yaşlı bireylerin sayısının 2030 yılında 1,4 milyara ve 2050 yılında 2,1 milyara, 2100 yılında ise 3,1 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (United Nations, 2017, s. 11).

Ülkemizde yaşlı nüfus olarak kabul edilen 65 ve daha yukarı yaştaki nüfus, 2014 yılında 6 milyon 192 bin 962 kişi iken son beş yılda %21,9 artarak 2019 yılında 7 milyon 550 bin 727 kişi olmuştur. Yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı ise 2014 yılında %8,0 iken, 2019 yılında %9,1'e yükselmiştir. Yaşlı nüfusun 2019 yılında %44,2'sini erkek nüfus, %55,8'ini kadın nüfus oluşturmaktadır. Nüfus projeksiyonlarına göre, yaşlı nüfus oranı, 2023 yılında %10,2, 2030 yılında %12,9, 2040 yılında %16,3, 2050 yılında %20,8, 2060 yılında %22,6 ve 2080 yılında %25,6 olacaktır (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2020a). 2060 yılında genç nüfusun %11,8'e düşeceği beklenirken (TÜİK, 2020b), yaşlı nüfusun ise 2060 yılında %22,6 yükseleceği öngörülmüştür (TÜİK, 2020a).

Yaşlılık günümüz toplumlarının her geçen gün etkisi artan önemli sorunları arasında yer almaktadır. Nüfusun yaşlanması nedeniyle, bakıma muhtaçlık riski de giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Tufan, 2006, s. 56; aktaran Balcı-Gökçeoğlu, 2017, s. 44). Dünya genelinde yaşlı nüfus yapısına sahip gelişmiş bütün ülkelerde de bakım hizmetleri için yapılan harcamalar artmaktadır. Tüm endüstriyel ulusların bir ortak noktaları vardır; toplumları gittikçe yaşlanmaktadır. Nüfus gelişimine ilişkin tahminlere göre Almanya'da yaşlı kişilerin sayısı (67 yaş ve üstü) 2040 yılına kadar muhtemelen yaklaşık 21,5 milyona yükselecektir. Sosyal devlet olmanın gereği olarak yaşlıların gereksinim duyacağı sağlık ve bakım hizmetlerinin sağlanması gelişmiş ülkelerin temel görevleri arasında yer almaktadır.

Yaşlı nüfusun artmasına bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik ve sosyal sorunlar, ülkelerin sağlık harcamalarını ve kamu emeklilik sistemlerini negatif yönde etkileyerek sosyal güvenlik rejimlerinin, işgücü piyasalarının, istihdam ve sürdürülebilir gelişmenin de bundan olumsuz yönde etkilenmesine neden olmuştur (Özgüler-Canbey, 2006, s. 72; Özgüler-Canbey, 2016, s. 215; Uyanık ve Başyigit, 2018, s. 273).

Ağören tarafından yapılan çalışmaya göre; 2017-2050 yılları arasında da hem bakıma muhtaç kişi sayısının hem de bu kişilere yapılacak harcamaların artacağı öngörülmektedir. Ağören'in çalışmasında; Türkiye için oluşturulması amaçlanan bakım sigortasına ilişkin olarak bir model önerisinde bulunulmakta ve 2017-2050 yılları itibariyle bakım sigortası kurulması durumunda bir fon oluşturularak, gelir, gider ve optimal prim oranı tahmini yapılmaktadır. Bakım sigortasına yönelik 2017-2050 yılları itibariyle yapılan analizde, bakıma muhtaç kişi sayısının yıllar itibariyle artış göstereceği ve bu artışa bağlı olarak bu kişilere yapılacak harcamaların da artacağı sonucuna ulaşılmıştır (Ağören, 2017, s. 1-4).

Bakıma muhtaçlık da yukarıda ifade edildiği üzere bir sosyal risktir ve bu riske karşı da sosyal güvencenin sağlanmış olması önemli bir zorunluluktur. Bu risk sadece yaşlanma ile ilgili değildir. Hastalık, kaza, işsizlik, engellilik ve ölüm gibi nedenlerle de bakıma muhtaçlık ortaya çıkabilmektedir. Bakıma muhtaç kişi genel olarak, *"kronik hastalık, ileri yaşlılık ve/veya ağır engellilik vb. sebeplerle temel gereksinimlerini yerine getirememesinden başkalarının bakım hizmetine ve desteğine ihtiyaç duyar"* (Ayhan, 2014, s. 8-9).

Bakıma muhtaç kişiler giyinme, yeme-içme, beden temizliği, alışveriş gibi temel gereksinimlerinin aile fertleri veya yakınları tarafından karşılanmasına ihtiyaç duymaktadırlar. Dolayısıyla bu kişilerin aile fertleri veya yakınları bu hizmetleri yerine getirirken fiziki, psikolojik ve ekonomik büyük fedakârlıklara katlanmaktadırlar (Ağören, 2017, s. 4).

Günümüzde, özellikle gelişmiş ülkelerde yaşlı nüfusun artmasına karşılık aile yapısındaki değişimler, gelir dağılımındaki dengesizlik, kadınların çalışma hayatına katılımlarının artması, doğurganlık oranlarının azalması ve ortalama yaşam beklentisinin uzamasına bağlı olarak muhtaç kişilerin bakım hizmetlerine duydukları ihtiyaç artmaktadır. (Ağören, 2009, s.9). Dolayısıyla bakım sigortası sisteminin kurulması önem arz etmektedir. Günümüzde giderek artan yaşlı nüfusun bakım ihtiyacının karşılanmasına yönelik hizmetlerin, bakım sigortası sistemi içerisinde finanse edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır (Oğlak, 2008, s. 71-72).

Bakıma muhtaçlık riskine karşı yoksulluk, gelir durumu gibi ayrı sosyal şartlar aranmaksızın bakıma muhtaç duruma gelmiş bütün kişileri sosyal güvenlik sistemine alacak tamamlayıcı bir bakım güvence sisteminin oluşturulması gerekmektedir. Bu nedenle, bakıma muhtaç herkese bakım hizmetlerinden yararlanabileceği sosyal bakım güvence sistemi içinde “*Bakım Sigortasının*” oluşturulması gerekmektedir (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2285-2286).

Bakım sigortasının amacı; bakıma muhtaç kişilere destek olmak ve bir sosyal risk türü olan bakıma muhtaçlık riskine karşı bir emniyet ve bu riskten doğan maddî zararların (gelir kaybı veya gider artışı) karşılanmasıdır. Buna ilave olarak bakım ihtiyacının karşılanmasını temin etmek ve bakıcı aile fertlerinin bakım yükünü hafifletmek de bakım sigortasının amacı içinde yer almaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013, s. 2; Metin, 2014, s. 2).

Zorunlu bakım sigortası çok az sayıda ülke tarafından kabul edilmiştir. “*Bakım sigortası*” uygulaması daha çok gelişmiş ülkelerde bir yandan yaşlanan nüfusun sağlık ihtiyaçlarını gidermek diğer yandan da bakım koşullarını sağlamak amacıyla uygulanmaktadır. Bakım sigortası, primli sistem, primsiz sistem ve bu iki sistemin birleşiminden oluşan karma sistem olarak üç şekilde uygulanmaktadır.

Primli sistem, çalışanın ödediği primlerle finanse edilmektedir. Primli sistemde işçi, işveren, emekli ve devlet memurlarından belirli oranlarda prim kesilerek fona aktarılmaktadır. Bu fon, yaşlılıktaki ihtiyaçlarının karşılanması için gerekli bir tutarı karşılamaktadır. Bu sistemde devlet de, geliri bulunmayan ve muhtaç kimseler için katkıda bulunmaktadır. Yaşlılık döneminde daha çok hizmet almak istenirse, (bir görevlinin sürekli sizinle yaşaması gibi), daha yüksek oranda prim ödemeniz gerekmektedir. Hollanda, Japonya, Kore, Lüksemburg ve Almanya primli sistem içerisinde yer almaktadır (Ağören, 2009, s. 14).

Primsiz sistem sosyal yardım sistemine benzemektedir. Primsiz sistemde, toplanan vergilerle sistemin finansmanı sağlanmaktadır. Bu yolla sistemin finansmanının sağlanarak bakıma muhtaç kişilere hizmet verilen ülkeler arasında Norveç, İspanya, Polonya, Litvanya ve İngiltere gelmektedir (Ayhan, 2014, s. 59-60).

Karma sistem de ise primli ve primsiz sistem bir arada kullanılmaktadır. Bu sistemde bakıma muhtaç kişilerin bakım masrafları, bağımlı çalışanlar ve emeklilerin maaşlarından kesilen primlerle ülke genelinden toplanan vergilerle sağlanmaktadır (Ağören, 2009, s. 14). Karma sistemin kullanıldığı ülkeler arasında da Almanya gösterilebilir.

Ancak, bazı çalışmalarda farklı ülke kümelerini farklı sınıflandırmalarda görmek de mümkündür. Bunun nedeni, bir çalışmada yapılan sınıflandırma sunulan hizmetlerin ve sağlanan desteklerin türüne dayanırken, başka bir çalışmada yapılan sınıflandırma ise ülkelerin uyguladıkları uzun süreli bakım sisteminin özelliklerini (Kurumsal derinliğin boyutu, finansman yöntemi veya finansal açıdan cömertlik) dikkate almaktadır. Başka bir deyişle sınıflandırma da kullanılan kriterlerin farklılığı, ülkelerin farklı sistemler içerisinde yer almasına sebep olabilmektedir. (Ayhan, 2014, s. 61-62).

Almanya, Belçika, Danimarka, Hollanda vb. ülkelerde bakım sigortası bağlamında öncü olarak nitelendirilebilecek düzenlemeler getirilmiştir. Çalışmamızda da Almanya bakım sigortasını sosyal güvenlik sistemi içerisinde ilk alan ülke olması bakımından ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Bu amaçla yapılan çalışmamızda, ülkemizde de bakıma muhtaçlığın bir risk olarak ele alınıp sosyal güvenlik sistemi içinde değerlendirilmesi ve buna yönelik bir sigorta kolunun kurulmasının gerekli olduğu ortaya konmaya çalışılacaktır. Çalışmamızda ilk olarak Almanya'daki uygulamalara değinilerek, ülkemizde sağlanan bakım hizmetleri ve karşılaşılan sorunlar ile kurulması planlanan bakım sigortasına yönelik öneriler incelenecektir.

Almanya'da Bakım Sigortasının Kapsamı ve Sağlanan Yardımlar

Almanya'da Bakım Sigortasının Genel Görünümü

Günümüzde demografik yapı özellikle gelişmiş ülkelerde, nüfusun yaşlanması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Avrupa dünyanın en yaşlı kıtasıdır. Nüfus projeksiyonlarına göre; 2019 yılı için dünya nüfusunun 7 milyar 604 milyon 656 bin 633 kişi, yaşlı nüfusun ise 703 milyon 711 bin 487 kişi olduğu tahmin edilmiştir. Buna göre, dünya nüfusunun %9,3'ünü yaşlı nüfus oluşturmaktadır. En yüksek yaşlı nüfus oranına sahip ilk üç ülke sırasıyla %34,1 ile Monako, %28,8 ile Japonya ve %22,7 ile Almanya olmuştur. Türkiye, 167 ülke arasında 66. sırada yer almaktadır (TÜİK, 2020a).

Bu çalışmada incelemek üzere ele aldığımız Almanya'da, OECD ülkeleri arasında Japonya'dan sonra en yaşlı nüfusa sahip ülkelerden birisidir. 2020 yılı itibariyle Almanya'nın nüfusu 83,833,162 kişidir (Demographic of Germany, 2019). Almanya'da, 65 yaş ve üzeri nüfus oranının 2050 yılı itibariyle %33'e çıkacağı beklenmektedir. Ortalama yaşam süresinin uzaması ve doğum oranlarındaki azalma yaşlı nüfusun giderek artmasına neden olmaktadır (Ayhan, 2014, s. 82; Ranci ve Pavolini, 2015, s. 272-273).

Almanya sosyal güvenlik alanında öncü ülkelerden birisidir. Almanya'da yaşayanların %85'i standart sağlık güvencesine sahipken geriye kalan kısım ise daha yüksek güvencelerden yararlanmaktadır. Almanya'da nüfusun %21,5'i 65 yaş ve üzeri yaştadır. Dolayısıyla, Almanya bu oran ile dünyanın en yaşlı üçüncü ülkesidir. 2015 yılında yaşlı bağımlılık oranı olarak tanımlanan 60 yaş üzeri ve üretken olmayan nüfusun 20-60 yaş arası çalışan nüfusa oranı ise %51.81'dir (Özmete ve Hussein, 2017, s. 18). Almanya'da bakım sigortası kurulmadan önce bakım gereksinimi sağlık (hastalık) sigortası ve sosyal yardımlardan karşılanmaktaydı. Ancak, Almanya'da ortalama yaşam süresi ile bakım ihtiyacı içerisinde bulunan yaşlı nüfus sayısının artması ve sosyal devlet anlayışı ile birlikte bakım sigortasının önemi hissedilmeye başlanmıştır. Alman Yaşlılık Yardımı Derneği (Kuratorium Deutsche Altershilfe) tarafından 1974 tarihinde yayımlanan bir rapor ile bakım sigortasına ilişkin tartışmalar başlamıştır (Metin, 2014, s. 3). Bu nedenle Almanya'da yaşlı bakımına yönelik hizmetler, bakım sigortası aracılığıyla sunulmuş sosyal güvenlik sisteminin kapsamına alınmıştır (Çağlar, 2015, s. 205; Metin, 2014, s. 2). Kısaca, sosyal güvenlik sistemi içerisinde diğer sigorta kollarına göre kısa bir geçmişi olan bakım sigortası yaşlı nüfusun bakım gereksinimini karşılamak üzere oluşturulmuştur (Çağlar, 2015, s. 92; Geraedts vd. 2000, s. 375-376).

23 Haziran 1994 tarihinde Bakım Sigortası Kanunu'nun kabul edilmesiyle sosyal güvenlik alanında oldukça ileri bir adım atılmıştır. Almanya'da 1994 yılına kadar bakım ağırlıklı olarak ailenin göreviydi ve sadece bakım masraflarını karşılayamayan bireyler gelir-testine dayalı sosyal yardım programlarına başvurabiliyorlardı. Sosyal yardım harcamalarının artması ile başlayan tartışmalardan sonra Almanya zorunlu bakım sigortasını

sosyal güvenlik sisteminin beşinci ayağı⁴ olarak ilk uygulayan ülkelerden birisidir (European Commission, 2017, s. 1-2)

Bakım Sigortası Kanunu'nun kabulüyle sağlık sigortası kapsamındakiler böylece zorunlu olarak bakım sigortası kapsamına alınmışlardır (Hekimler, 2015, s. 51; Ağören, 2017, s. 16). Toplumun tümünün sigorta kapsamına alınması sosyal devlet olmanın bir gereği olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu Kanunun akabinde Almanya, 1 Nisan 1995 tarihinde evde bakım ve 1 Temmuz 1996 tarihinde de bakım evlerindeki hizmetleri uygulamaya sokarak, bakım sigortasının kapsamını genişletmiştir (Geraedts vd. 2000, s. 375). Almanya'nın bakım sigortası esas olarak bakım ile ilgili harcamaları kapsamaktadır. Bakım sigortası sistemi iki bağımsız kısımdan oluşmaktadır. Bunlar, kamu (sosyal) ve özel bakım sigortasıdır. Her ikisi de benzer yardımların yapıldığı zorunlu sigortalar olarak tasarlanmıştır. Bu iki zorunlu sigorta kolu arasında herhangi bir gelir paylaşımı bulunmamakta ancak bu iki sistemin her biri için yasal bir finansal denge zorunluluğu bulunmaktadır. (Ayhan, 2014, s. 81; European Commission, 2017, s. 1).

Bu Kanun günümüze kadar çok sayıda değişikliklere uğrayarak 2013 tarihinde tam adı "*Sosyal Güvenlik 11. Kitap Sosyal Bakım Sigortası*" olmuştur. Kısaca Sosyal Bakım Sigortası Kanunu olan bahsi geçen Kanun ile birlikte bakım sigortasının yasal çerçevesi de oturtulmuş oldu. Bu temel Kanunun dışında bakım hizmetlerinin sağlanabilmesi için, kanunu tamamlar nitelikte olan Bakım Süreleri Kanunu 28 Mayıs 2008 tarihinde, Aile Bakım Süreleri Kanunları da ilerleyen dönem içerisinde 6 Aralık 2011 tarihinde kabul edilmiştir. Ancak bu anılan iki kanun doğrudan bakım sigortasına ilişkin hükümler getirmemektedir. (Hekimler, 2015, s. 51-52).

Bakım sigortası, yukarıda da ifade ettiğimiz üzere, kamu ve özel bakım sigortası olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Almanya nüfusunun yaklaşık %90'ı kamu bakım sigortası kapsamına girerken geriye kalan %10'luk kısım ise özel bakım sigortası kapsamına girmektedir (European Commission, 2017, s. 5). Diğer bir ifadeyle, Alman nüfusunun %90'ını zorunlu bakım sigortası kapsamında sigortalıdır. Nüfusun %10'u ise tercihini özel bakım sigortasından yana kullanmaktadır. Bununla birlikte, zorunlu bakım sigortası kapsamındaki sigortalıların ayrıca özel bakım sigortası yaptırmaları yönünde bir engelde bulunmamaktadır. Dolayısıyla aynı anda iki sigortadan yararlanması mümkün olduğu gibi, özel bakımın daha çok tamamlayıcı mahiyette olmak üzere yaptırıldığı görülmektedir. Kamu bakım sigortası yaklaşık 73,05 milyon kişiyi, özel bakım sigortası ise 9,22 milyon kişiyi kapsamaktadır. Yardım alanların toplam sayısı, kamu bakım sigortasından ayakta tedavi, 3,141,471 kişi, özel zorunlu bakım sigortası, ayakta tedavi kapsamında 196,930 kişi, kamu bakım sigortasından yatarak tedavi gören toplam 858,284 kişi, özel zorunlu bakım sigortasından yatarak tedavi gören 54,953 kişidir. Bakım sigortasından ayakta ve yatarak tedavi gören kişi sayısı toplam 3,999,755 kişi, özel zorunlu bakım sigortasından tedavi gören toplam 251,833 kişidir. Kamu ve özel bakım sigortasından hizmet alanların toplamı 4,251,638 kişidir (Bundesministerium für Gesundheit, 2020).

Bakım sigortası, kanuni sağlık sigortasının şemsiyesi altında toplanmıştır. Kanuni sağlık sigortası, bakım sigortasının tüm unsurlarını kapsamaktadır. Bakım sigortası; zorunlu üyelik ve sağlık sigortası tavanlarına göre dağıtım esasına göre yapılan katkılar ile finanse edilmektedir. Kayıtlı kişiler ve işverenler primleri yarı yarıya ödemektedir. Kanuni sağlık Sigortası için uygulanan en yüksek prim limiti 2017 yılı için aylık 4350 Euro olmuştur. 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren prim oranı ücretin %2.55'i olarak uygulanmaktadır. Prim işçiler ve işverenler tarafından eşit oranda ödenmektedir (European Commission, 2017, s. 5). Oysa 2020 tarihi itibarıyla zorunlu bakım sigortasının prim tutarı çocuklu sigortalılar için %3.05, çocuksuz sigortalılar için 0,25 eklendiğinde %3.30 olarak belirlenmiştir (Bundesministerium für Gesundheit, 2020).

⁴ Almanya'da sosyal güvenlik sisteminin dört ayağı: İşsizlik sigortası, sağlık sigortası, emeklilik sigortası ve kaza sigortasıdır. Ayrıntılı bilgi için bkz: Ayhan, 2014, s. 81.

Bakım sigortası; hastalık, kaza, işsizlik, ölüm vb. risklere karşı yapılan sigortalara benzer şekilde bakım ihtiyacı riskine karşı sosyal güvenliği sağlama ve yaşlılıkta geliri korumak amacıyla oluşturulmuştur. Bu sigorta kolundan sunulan yardım ve hizmetlerde bakıma muhtaç kişilerin insan onuruna yaraşır ve olabildiğince bağımsız bir hayat sürdürmelerinin sağlanması öngörülmektedir. Aynı zamanda, bakım ihtiyacı içinde olan kişilerin olabildiğince uzun süreyle kendi evlerinde ve aile ortamlarında kalmalarını sağlamak, bakım ihtiyacından kaynaklanan fiziksel, mental ve mali baskıların azaltılmasına yardımcı olmak ve kişilerin bakım ihtiyaçları nedeniyle sosyal yardıma muhtaç olmalarını sağlamak da bu sigorta kolunun oluşturulmasının altında yatan nedenler arasında yer almaktadır (Geraedts vd. 2000, s. 376-377; Metin, 2014, s. 3; Ökem ve Can, 2014, s. 14). Bakıma muhtaç durumda olanlar çeşitli hizmet sağlayıcıların kurum ve hizmetleri arasında seçim yapma hakkına sahiptirler (Metin, 2014, s. 3).

Almanya’da Bakım Sigortasının Kapsamı

Bakıma muhtaçlık kavramı

Bakıma muhtaç olmak, bakım sigortasından yararlanabilmenin en önemli koşullarından birisidir. Bu nedenle de öncelikle bakıma muhtaçlık kavramının ortaya konulması gerekmektedir. Bakıma muhtaçlık yeni bir kavram olmamakla birlikte, doğurganlık oranlarındaki azalma ve yaşlı nüfusun artmasına bağlı olarak bu kavram giderek daha önemli hale gelmiştir.

Kaza, hastalık, analık, yaşlılık, malullük, ölüm ve işsizlik gibi sosyal riskler yanında bakıma muhtaçlık da bağımsız ve sosyal güvenliğin kapsamına alınması gereken bir risk olarak karşımıza çıkmaktadır. Bakıma muhtaçlık sorunu, genellikle ileri yaşlarda ortaya çıkan sosyal bir risk olmasına rağmen tüm yaşlarda da kişinin başına gelebilecek bir risktir. Bu nedenle, Almanya’da da bakıma muhtaçlık bir sosyal sorun olarak ele alınarak bakıma muhtaç kişilerin ve ailelerinin desteklenmesini hedef alan yasal düzenlemelere sosyal politikalar içinde yer vermeye başlanmıştır. Böylece bakıma muhtaçlık, Bakım Sigortası Kanunu’nun yürürlüğe girmesiyle birlikte yasal çerçeveye kavuşturulmuştur (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2272-2274).

Almanya, 1995 tarihinde yürürlüğe giren Sosyal Bakım Sigortası Kanunu ile bakıma muhtaçlığı ilk kez resmi olarak ele alan ve sosyal güvenlik sistemi içinde yer veren bir ülkedir. Bakım sigortası, bakıma muhtaç yaşlıların bakım hizmetleri ihtiyacını sosyal güvenlik sistemi içinde çözüm bulmaya çalışan önemli bir sosyal koruma mekanizmasıdır. Bakım sigortası, bakım ihtiyacının ortaya çıkması durumunda bakım yükünün ve sorumluluğunun bireyin kendisi ve ailesi dışında devlet ve toplumun da maddi ve sosyal desteklerinin sağlanması anlayışına dayanan önemli bir sosyal politika aracıdır. Bu sigorta kolu bakıma muhtaç yaşlılara sunulacak olan bakım hizmetlerinin yaratacağı gider artışları ve gelir kayıplarına karşı bireyi ve aileyi korumaya yönelik sosyal devlet sistemi anlayışının bir sonucudur (Oğlak, 2014, s. 220-221).

Bakım sigortası ile, bakım hizmetleri içinde yer alan tıbbi ve sosyal bakım, evde bakım, huzurevi, bakımevi, gündüz ve gece bakım, geçici süreli bakım, rehabilitasyon hizmetleri, evde teknoloji kullanımı (telecare-home care), araç-gereç temini, bakım elemanının desteklenmesi ve diğer sosyal destek hizmetleri verilebilmektedir.

Sosyal Bakım Sigortası Kanunu’nun XI’in m.12’e göre bakıma muhtaç olan kişiler sigortadan yararlanmaktadır. Dolayısıyla bakıma muhtaç olmayan bir kimsenin herhangi bir hak elde etmesi mümkün değildir (Hekimler, 2015, s. 61).

Almanya Sosyal Bakım Sigortası Kanunu’nda bakıma muhtaç kişiler, “*bedenen, aklen veya ruhen hasta veya engelli olmaları nedeniyle başkalarının yardımına muhtaç olan kişilerdir*” şeklinde ele alınmıştır (Ağören, 2017, s. 3; Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2267-2297; Cengiz, 2018, s. 28). Dolayısıyla bağımsızlıkları veya yetenekleri sağlıklarından ya da yaşlılıklarından ötürü kısıtlanmış olup da başkalarının desteğine ihtiyaç duyan kişiler

bakıma muhtaçtır. Günlük hayatta beden temizliği, tuvalet ihtiyacı, yemek hazırlayıp yemek; yürümek, alışveriş yapmak, ev işleri vb. yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli olan hareketleri devamlı olarak, ya da en az 6 ay süreyle yapamayan ve bu hareketleri yapabilmek için büyük ölçüde başkalarının desteğine ihtiyaç duyanlar bakıma muhtaç sayılırlar. Dolayısıyla yemek hazırlamak ve yemek yeme, yıkanmak, çamaşır-bulaşık yıkamak gibi alışlagelmiş ve yaşamın sürdürülebilmesi için gerekli olan günlük olağan ve sürekli tekrarlanan hareket ve işlerde yardıma muhtaç olanlara verilen hizmetler, bakım hizmetlerini oluşturmaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013, s. 8). Bakıma muhtaç kişilerin aile fertleri veya yakınları, bu ihtiyaçlarının karşılanması için yardımcı olmakta ve bundan dolayı da fiziki, psikolojik ve ekonomik açıdan büyük fedakârlıklara katlanmaları gerekmektedir.

Bakıma muhtaç olan kişiler bu ihtiyaçlarının karşılanması için Bakım Sigortası Kasasından (Pflegekasse) yardım talep edebilirler (Taşçı, 2010, s. 190). Sigortalının bakıma muhtaç olup olmadığı, Bakım Sigortası Kasasına başvurması üzerine uzmanlarca belirlenir.

Bakım sigortası kapsamına girenler

Bakıma muhtaçlık, hayatın doğal akışı içinde ortaya çıkabileceği gibi, bir hastalık ya da bir kaza sonucunda da kendiliğinden ortaya çıkabilmektedir. Almanya'da bu sigorta tüm toplumu kapsamaktadır. 1994 yılında, mevcut sağlık sigortası kapsamındaki her birey aynı zamanda bakım sigortası kapsamına alınmış ve 1995 yılından itibaren de bakım sigortası için prim ödemeleri başlamıştır. Yaş, gelir ve mal varlığına bakılmaksızın, tüm sigortalılar hizmetlerden yararlanabilmektedir. Nitekim Sosyal Bakım Sigortası Kanunu'nun XI'in 20. maddesinin 1. ve 3. fıkraları, bakım sigortasının kapsamına kimlerin dâhil edileceğini düzenleme altına almıştır. Bu maddeye göre, kanuni sağlık sigortası kapsamında olan her birey aynı zamanda doğrudan bakım sigortasının da kapsamındadır. Sigortalının çalışmayan eşi ve hak sahibi çocukları ayrıca bir prim ödemediği takdirde bakım sigortası kapsamına girerken emekli maaşı alanlar da sigortanın kapsamında yer almaktadır (Hekimler, 2015, s. 52).

Sistem esas itibarıyla sağlık sigortasına bağlanmakla birlikte, kanuni sağlık sigortası kapsamında olmayan ve bakıma muhtaç olan kişiler de Almanya'da ikamet etmeleri ve kanuni veya özel sağlık sigortası kapsamında olmamaları şartıyla bakım sigortasından yararlanmaktadırlar (Hekimler, 2015, s. 53).

Sigortalının, sürekli ikametleri Almanya'da olan eşi ve çocukları da bakım sigortası kapsamında yer almakta olup, sigorta hizmetlerinden yararlanırlar. Almanya'da sigortalı başka bir AB ülkesinde yaşayanlar sadece nakit yardımı alma hakkına sahiptir (Ökem ve Can, 2014, s. 21)

Almanya'da bakım sigortası daha önce de ifade ettiğimiz üzere; kamu ve özel olarak iki kısma ayrılmaktadır. Almanya nüfusunun yaklaşık %90'ı kamu bakım sigortası kapsamında yer alırken geriye kalan %10'u ise özel bakım sigortası kapsamına girmektedir. Dolayısıyla bakım sigortası neredeyse tüm nüfusu kapsamaktadır. Kendi işinde çalışanlara, devlet memurlarına ve aylık geliri yüksek olan bireylere özel bakım sigortasını seçme hakkı tanınmıştır (Ağören, 2009, s.17). Bu bireyler, kamu bakım sigortasından yararlanmak istemedikleri durumda zorunlu olarak özel bakım sigortası kapsamına girmektedirler. Özel bakım sigortası da minimum kamu sigortası hizmet/yardım paketlerine denk planlar sunmak zorundadır. Ayrıca, gönüllülük esasına dayalı olarak isteyen bireyler için ek bakım sigortası planları da mevcuttur (Ayhan, 2014, s. 85; European Commission, 2017, s. 5).

Alman bakım sigortası, bakım kasası aracılığıyla bakım gereksinimi duyan yaşlıların içinde buldukları duruma göre bir kademelenmeye tabi tutulmaktadır. Temel ölçüt olarak da bakıma muhtaçlık derecesi alınmaktadır.

2017'den itibaren bakıma muhtaçlık dereceleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1.

Bakıma Muhtaçlık Derecelerinin Sınıflandırılması

Bakıma Muhtaçlık Dereceleri	
Bakıma Muhtaçlık Derecesi I	Bağımsızlığın az kısıtlanması
Bakıma Muhtaçlık Derecesi II	Bağımsızlığın oldukça kısıtlanması
Bakım Muhtaçlık Derecesi III	Bağımsızlığın çok kısıtlanması
Bakım Muhtaçlık Derecesi IV	Bağımsızlığın çok fazla kısıtlanması
Bakıma Muhtaçlık Derecesi V	Bağımsızlığın aşırı kısıtlanması ve özel ihtiyaçların birleşimi

Kaynak: Yakınların Bakımı, https://www.muenchen.info/soz/pdf/LHM_Pflege_angehoeriger_tuerkisch.pdf (Erişim Tarihi: 10.10.2020).

Bakıma muhtaç kişinin hangi bakım grubuna alınacağına Hastalık Kasası Sağlık Servisi karar vermektedir (Özmete ve Hussein, 2017, s. 19). Sağlık sigortasının tıbbi hizmet biriminin (Medizinischen Dienst der Krankenversicherung-MDK) uzmanı, ilgili bakım ödeneğinin miktarına karar verir. Bakıma muhtaçlık derecesinin belirlenmesi SGB XI (Sosyal Kanun) 15. Bölümde belirtilmiştir. Bakım durumunda, bakıma muhtaç kişi veya yakınları bakım sigortasına bakım ödeneği veya bakım yardımı başvurusunda bulunur. Bakım ihtiyacının derecesini belirlemek için uzman, ilgili kişiyle kişisel bir görüşme yapar. Bu görüşme evde, hastanede veya bakım tesisinde gerçekleşmektedir. Bu sohbetle genellikle ilgili kişinin aile üyeleri de bulunur. Bu görüşme sırasında, bir puanlama sistemi (değerlendirme aracı) yardımıyla bakıma duyulan ihtiyacın derecesi belirlenir. Sonuç bir uzman raporuna kaydedilir ve daha sonra bakım sigortasından yararlanmak üzere kullanılır (Pflegetagegeldversicherung, t.y.).

2017 yılından bu yana, sosyal bakım sigortasında aşağıdaki şekilde tanımlanan 5 bakım seviyesi bulunmaktadır:

- **Bakım düzeyi I:** Bağımsızlık veya becerilerde düşük düzeyde bozulma (12,5'ten 27'nin altına toplam puan),
- **Bakım düzeyi II:** Bağımsızlık veya becerilerin önemli ölçüde bozulması (27'den 47,5'in altına toplam puan),
- **Bakım seviyesi III:** Bağımsızlık veya becerilerin ciddi şekilde bozulması (47,5'ten 70 toplam puana kadar),
- **Bakım seviyesi IV:** Bağımsızlık veya becerilerin en ciddi bozukluğu (70'ten 90'ın altına toplam puan),
- **Bakım düzeyi V:** En ciddi bağımsızlık bozuklukları veya hemşirelik bakımı için özel talepler içeren beceriler (90'dan 100'e toplam puan).

Bakım seviyesinin 2017 yılında beş basamağa çıkarılması ile önemli gelişmeler sağlanmıştır. Bu gelişme ile birlikte daha çok kişi bakım sigortasından yararlanmıştır kullanılır (Pflegetagegeldversicherung, t.y.).

Beş bakım derecesi, ilgili olumsuzluğun türünü ve ciddiyetini bedensel, ruhsal veya zihinsel olmasından bağımsız olarak bunun türünün ve ağırlığının tespit edilmesini sağlar. Bakım dereceleri ve böylelikle bakım sigortasının yardım kapsamı da bakıma muhtaç kişinin bağımsızlığına ve becerilerine ilişkin olumsuzlukların ağırlığına dayanmaktadır. Bakım derecesi, bakım uzmanlığı ile gerekçelendirilen bir ekspertiz enstrümanı yardımıyla tespit edilmektedir. Beş bakım dereceleri bağımsızlığa veya becerilere ilişkin düşük kısıtlamalardan (Bakım derecesi 1) bakımla ilgili ihtiyaç karşılamaya ilişkin özel gereksinimler ile bağdaşan bağımsızlığa veya becerilere ilişkin en ağır kısıtlamalara (Bakım derecesi 5) kadar kademelendirilmiştir. Bakıma ilişkin ihtiyaçların sağlanması konusunda olağanüstü derecede yardım ihtiyacına sahip olan bakıma muhtaç kişiler,

bakım uzmanlığına ilişkin nedenlerden dolayı gerekli olan toplam puan sayısına ulaşılmadığında dahi bakıma muhtaçlık derecesi 5'e atanabilirler. Bakım kasalarının federal üst birliği, bakım uzmanlığı açısından bu tür özel ihtiyaç durumlarında gerekçelendirilen şartları, ekspertiz direktiflerinde belirlemektedir (Yakınların Bakımı, 2020).

Bakıma muhtaç kişinin hangi bakım grubuna alınacağına Bakım Sigortası karar vermektedir ve bakım gereksinimi de bakım kasasından karşılanmaktadır. Bakım kasaları, kapsamındaki sigortalılara yönelik bakım hizmetlerinden sorumludurlar. Bu kasalar, sigortalıların kişisel sorumlulukları konusunda kendilerini bilgilendirmekle ve onları sağlıklı ve bakıma muhtaçlık halini önleyici bir yaşam tarzı hakkında uyararak desteklemekle ve sağlığını koruyucu önlemlere katılımlarını teşvik etmekle yükümlüdür (Metin, 2014, s. 4). Yapılan istek doğrultusunda bakım kasası, bakıma muhtaç kişinin istediği bakım hizmetini teyit ettirmek üzere MDK'yi görevlendirmektedir. MDK, Almanya'da bakım uygulamalarını denetleyen kuruluştur. Almanya'da uzun süreli yaşlı bakım hizmetlerinin kalite güvencesinden ve bakım ihtiyaçlarının değerlendirilmesinden MDK sorumludur (European Commission, 2017, s. 6; Özmete ve Hussein, 2017, s. 20). MDK'nın görevlendirdiği bilirkişi de bakıma muhtaç kişi ile görüşerek ihtiyaçlarını bakım sigortası kademeleri çerçevesinde inceleyerek bakım kasasına sunmaktadır. Bakım kasası da bu rapora istinaden yaşlının isteklerinin karşılanıp karşılanmayacağına ya da karşılanacak ise bunların nasıl karşılanacağına karar verip yaşlıyı bilgilendirmektedir (European Commission, 2017, s. 6).

Bakım kasasının bakıma muhtaç kişinin bakımına yönelik olarak ayırdığı parasal kaynak miktarı ve hizmetlerin düzeyi kademelere göre değişiklik göstermektedir (Çağlar, 2015, s. 98).

Bakım Sigortasından Sağlanan Yardımlar ve Yararlanma Koşulları

Bakım sigortasından sağlanan yardımlar

Almanya'da bakım sigortası, bakıma ilişkin tüm masrafları karşılamamaktadır. Bütün hizmetler yerine bir tavan belirlenmiş ve temel bakım ihtiyaçları kapsama alınmıştır (Ayhan, 2014, s. 85). Almanya'da sigorta kapsamına alınan kişilere sosyal güvenceleri ve gelir durumları esas alınarak aynı ve nakdi yardımlar yapılmaktadır (Ağören, 2017, s. 16). Diğer bir ifadeyle, bakıma muhtaç durumda olan birey, bakım hizmeti alabileceği gibi, bunun yerine yalnızca bakım parası talep etme hakkı da bulunmaktadır. Bakım sigortasından sağlanan parasal yardım, bakıcıya değil bakıma muhtaç kişiye verilmektedir. Bakım hizmetleri ise “evde bakım” ve “kurumsal bakım” olmak üzere iki şekilde sunulmaktadır (Balıcı-Gökçeoğlu, 2017, s. 65). Aynı zamanda bakıma muhtaç kişiye yapılan yardımlar, kişinin bakım ihtiyacına ve bakımın evde veya bakım merkezlerinde gerçekleşmesine göre değişmektedir (Ağören, 2009, s. 21; Çağlar, 2015, s. 95). Alman sosyal yardım hukukuna göre sosyal bakım, sosyal yardımlara göre daha ön planda yer almaktadır. Sağlanan sosyal hizmetler, muhtaç durumdaki hak sahibinin özel gereksinimleri, istekleri ve becerilerine göre sunulmaktadır. Sosyal yardım ise daha çok “son çare” olarak uygulanmakta ve sadece başvuru yapmak yeterli olmamaktadır (Cengiz, 2018, s. 28). Bakım ihtiyacı içinde olan kişiler ve yakınları için de danışmanlık ve aynı zamanda eğitim kursları da sunulmaktadır. Yardımlar kanunlarla belirlenmektedir (Ökem ve Can, 2014, s. 16).

Evde bakım

Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization - WHO) tarafından yapılan tanıma göre evde bakım hizmetleri, “bireyin sağlığını korumak, yükseltmek, yeniden sağlığına kavuşturmak amacıyla sağlık ve sosyal hizmetlerin profesyonel düzeyde veya aile bireyleri tarafından, bireyin kendi evinde veya yaşadığı ortamda sunulmasıdır” (WHO, 2008, s. 1).

Almanya’da bakım sigortasından sağlanan yardımlarla ilgili olarak, bakıma muhtaç kişilere bakım hizmetlerinin evde sunulması düzenlenmiştir. Evlerinde sunulan bu bakım hizmetine Gezici Bakım Hizmetleri de denilmektedir. Evde bakım hizmetleri, bakıma muhtaç engelli ve yaşlı bireye ve ona bakan ailesine verilen her türlü desteği kapsamaktadır. Kurumsal bakıma alternatif olan evde bakımda, bakım ihtiyacı içinde olan kimselere ve onlara bakım hizmeti veren aile üyeleri veya profesyonel bakıcılara destek olmak amacıyla, kamusal ya da özel kuruluşlar tarafından evde verilen sağlık ve sosyal bakım hizmetleridir. Diğer bir ifadeyle evde bakım hizmetleri, aile fertleri veya yakınlar tarafından ya da her ikisi tarafından birlikte yerine getirilmektedir (Balcı-Gökçeoğlu, 2017, s. 55-65).

Bakım sigortasının sunduğu hizmetler aracılığıyla öncelikli olarak evde bakım uygulaması ile akraba ve komşular tarafından sağlanacak bakımın desteklenmesi hedeflenmektedir. Sigortalılarında sağlıklı bir yaşam tarzını benimseyerek, kendisine bakan kimselerin önerilerine uymaları gerekmektedir (Metin, 2014, s. 4).

Evde bakım hizmetlerinde temel amaç, bakıma ihtiyaç duyan yaşlılara uygun ve yüksek kaliteli sağlık hizmetleri ve sosyal hizmetleri sağlayarak, resmi ve gayri resmi bakıcılar tarafından uygun olduğunda teknoloji kullanımıyla yaşadıkları çevrede bakım hizmeti alabilmelerinin sağlanabilmesidir (WHO, 2008, s. 1). Bu sayede de yaşlının bir bakımevine gitme zorunluluğu ortadan kalkmakta ya da ertelenmiş olmaktadır (Çağlar, 2015, s. 105). Evde bakım hizmeti muhtaç bireyin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayarak aileye destek vermeyi ve muhtaç bireylerin kendi evlerinde olabildiğince uzun, bağımsız, rahat ve huzurlu bir şekilde yaşamlarının sağlanmasını hedeflemektedir. Kurumsal bakımın olabildiğince geciktirilmesinin sağlanması da evde bakımın hedefleri arasında yer almaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013, s. 4). Bu nedenle de öncelikle evde bakım koşullarının iyileştirilmesi ve aile bireylerine destek olmak için gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Evde bakımdan yararlananlar, aynı veya nakdi bakım yardım almaktadır. Bakıma muhtaç kişi ailesinden birisinin bu hizmetleri vermesi için doğrudan nakit yardım talep edebilir. Bu durumda verilen bakım hizmetleri genellikle gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu durumda eğer bakım hizmeti, sigortalının aile bireyleri, yakınları veya profesyonel anlamda bakıcılık hizmeti sağlamayan bir kişi tarafından gerçekleştirilirse, bakıma muhtaç durumda olan kişiye, bakım parası adı altında nakdi bir yardım da sunulmaktadır (Hekimler, 2015, s. 65). Nakit yardımlar, doğrudan bakıma muhtaç kişiye verilmektedir. Bakımın garantilenmesi şartıyla kişi parayı kendisine bakan akrabasına veya gayri resmi bir bakıcıya aktarabilmektedir (Ökem ve Can, 2014, s. 16). Bu yardımı alanlar bakım kalitesinin geliştirilmesi amacıyla profesyonel bir bakıcıyla yılda iki kere inceleme amaçlı temas kurmalıdır. Bakım hizmetinin profesyonel bir kişiden alınması durumunda bakıma muhtaç kişiye bakım sigortasından ödenen bakım parası kendisine değil, doğrudan bakım hizmetini yerine getiren profesyonel kişiye ödenmektedir. Almanya’da yaşlı bakımı alanında çalışan profesyonellerin iş yüklerinin fazla olmasına rağmen oldukça düşük ücretlerle çalıştırılması söz konusudur (Danış ve Genç, 2011, s. 181).

Alman sisteminde bakıma muhtaç kişilere evde bakım hizmeti kapsamında aşağıdaki hizmetler sunulmaktadır (Metin, 2014, s. 29):

- i. Beden temizliği,
- ii. Yemek yeme,
- iii. Mobilite,
- iv. Evle ilgili işler,
- v. Tıbbi yardım,
- vi. Sosyal bakım.

Almanya’da bakım hizmetinin aile üyelerinden birisi tarafından yerine getirilmesi sırasında onun hastalanması durumunda veya kendisinin de dinlenme ihtiyacının olabileceği düşüncesiyle bu konuda bir alternatif geliştirilmiştir. Böyle bir durum ortaya çıktığında, bakım ihtiyacı duyan kişi bir yıl içerisinde toplam bir aylık süre için yedek bakım adı verilen geçici bir bakım hizmetinden yararlanmaktadır. Bu geçici bakım da bakıma ihtiyacı duyan kişinin yakını veya profesyonel bir kişi tarafından sağlanmaktadır (Hekimler, 2015, s. 66).

Almanya’da bakıma muhtaç kişinin daha iyi bakım hizmeti alabilmesi için evinde tadilat yapılması gerekiyorsa bu da bakım sigortasından karşılanmaktadır. Bakım kasası, bakım dereceleri 1 ila 5 arası bakıma muhtaçlara dilekçe üzerine, evde bakımı mümkün kılan, kolaylaştıran veya bakıma muhtaç kişilerin bağımsız bir hayat sürdürebilmeleri için 4.000 Euro'ya kadar bir sübvansiyon ödemektedir. Bu tür önlemlerin amacı ayrıca, bakım elemanının yapabileceğinden fazlasını yapmasını önlemektir belirlemektedir (Yakınların Bakımı, 2020).

Bütün bunlara ilave olarak evde bakımı teşvik etmek amacıyla bakımı yapan kişiler için de belirli şartlar altında emeklilik ve işsizlik sigortası primlerinin ödenmesi gibi sosyal güvence uygulamaları başlatılmıştır. Bu sırada primlerin miktarı da bakım kademesine ve seçilen hizmete göre belirlenmektedir. Bakımı birden fazla kişi birlikte üstendiğinde ise primler orantılı olarak ödenmektedir. Bu kişiler aynı zamanda prim ödemeksizin kaza sigortasından da yararlanabilmektedirler (Şuözer, 2017).

Bakım parasını alma şartı, evde bakımın kendilerince sağlanmasıdır. Örneğin yakınlar veya diğer gönüllü çalışan bakıcılar tarafından, en az bakım derecesi II de evde bakımın kendilerince sağlanması şarttır. Bakım parası, bakıma muhtaç kişiye bakım kasası tarafından havale ile gönderilmektedir. Onlar, bu bakım parasını istedikleri gibi kullanabilirler ve genelde bakım parasını kendisine bakan kişilere takdir olarak vermektedirler. Bakım parası ayrıca ayakta maddi bakım yardımları ile kombine edilebilir (Yakınların Bakımı, 2020).

Aynı yardımlar kapsamında, bakım ihtiyacı olan kişilere ve yakınlarına danışmanlık hizmetleri sunulmaktadır. Nakdi ve aynı yardımların birleştirilmesi de mümkündür (Metin, 2014, s. 31; Taşçı, 2010, s. 190).

Evde Bakım Yardımı Tutarları

Bu yardımın miktarı ve kapsamı bakıma muhtaç sigortalının hangi bakım sınıfına girdiğine bağlıdır. Bakıma muhtaç sigortalıya bakım parası ödenmektedir.

- Bakım Parası; Bakıma muhtaç sigortalının bakımı aile üyelerinden birisi veya komşularından biri tarafından yapılırsa Bakım Sigortası Kasası, bakım sınıfına göre belirlenmiş olan bakım parasını ödemekte ve de ayrıca bakımı yapan kişinin emeklilik sigortası aidatlarını da karşılamaktadır. 2017 yılından beri bakıma muhtaçlık derecelerine bağlı olarak aylık yardımlar Bakım Seviyesi II için 316 Euro, Bakım Seviyesi III için 545 Euro, Bakım Seviyesi IV için 728 Euro, Bakım Seviyesi V için 901 Euro olarak ödenmektedir. Bakıma muhtaçlık derecesi I için sadece aylık 125,00 Euro'ya kadar destek tutarı verilir (Yakınların Bakımı, 2020).

Profesyonel olmayan bakıcı belirli bir süre hizmet veremezse, bakıma muhtaç olan kişiye bakım sigortası tarafından telafi edici yardımlar yapılmaktadır. Özel bakıcının tatilde olması veya hastalıktan dolayı mazeretli olması durumunda, bakım sigortası II ila V arası bakım derecelerindeki bakıma muhtaçlar için her bir takvim yılında en fazla altı haftaya kadar yedek bakımın belgelenmiş masraflarını karşılar. Bu bakım da ayakta bakım hizmeti, münferit bakım elemanları, gönüllü bakıcılar ve ayrıca akrabalar tarafından gerçekleştirilebilir (Yakınların Bakımı, 2020).

- Bakım Hizmeti Yardımı; Bakıma muhtaç sigortalının günlük bakımı aile üyelerinden birisi veya komşuları tarafından yapılamıyor veya bakımı üstlenecek başka bir kişi de bulunamıyorsa Bakım Sigortası Kasası, sigortalıya Bakım Hizmeti Yardımı sunulmasını sağlar ve bu hizmetin karşılığı olarak Bakım Servisine bakım gruplarına göre belirlenmiş olan bakım yardım parası ödenir (Yakınların Bakımı, 2020).

Kurumsal Bakım

Kurumsal bakım, günlük bakım ihtiyacını karşılamada zorluk çeken ya da sağlık sorunu veya engeli nedeniyle bakım ihtiyacı içinde olan kimselere kamusal veya özel kurumlar bünyesinde yatılı veya gündüzlü olarak verilen sağlık ve sosyal bakım hizmetleridir (Balcı-Gökçeoğlu, 2017, s. 54). Sigortalının bakımını, kendi seçeceği bir bakım servisine yaptıрма hakkı bulunmaktadır (Özmete ve Hussein, 2017, s. 19).

Kısmi yatılı gündüz ve gece bakımı

Bakıma muhtaç sigortalının evde yapılan bakımının yeterli olmaması veya evde bakım hizmetinin tamamlanması için gerekli olması durumunda sigortalı, kısmi yatılı gündüz ve gece bakımı hakkından yararlanabilmektedir. Yarı sabit bakım hizmeti adı verilen bu bakımda yaşamını evinde idame ettiren ve bakım gereksinimi içinde bulunan bir kişinin gündüz ya da gece bakım hizmeti alması ifade edilmektedir (Çağlar, 2015, s. 110). Bu kapsamda verilen gece bakım hizmeti yatılı bir bakım kuruluşunda gerçekleştirilmektedir. Kısmi yatılı bakım hizmetleri, bakıma muhtaç kişinin evinden gündüz veya gece bakımı için kuruma gidiş ve dönüş naklini de içermektedir (Metin, 2014, s. 37).

Evde bakım hizmeti alan bir yaşlının yarı sabit bakım hizmetinden yararlanabilmesi için belirli koşulları taşıması gerekmektedir. Bu koşullardan ilki, evinde bakım hizmeti alan yaşlının bakım ihtiyacının yeterli düzeyde karşılanamaması, ikincisi ise yarı sabit bakım hizmetinin evde bakım hizmetini tamamlayıcı bir unsur olması durumudur. Yarı sabit bakım hizmetlerinden yararlanabilmek için aynı zamanda yaşlıyla ilgilecek bir yakınının çalışıyor olması şartı da bulunmaktadır. (Ağören, 2009, s. 23).

Tam yatılı bakım

Evde veya kısmi yatılı bakımı mümkün olamayan bir sigortalı bakım yurduna yatırılmaktadır. Bu tür bakıma sabit bakım hizmetleri denilmektedir. Yatılı bakım kuruluşlarında kalan yaşlının bakım gereksinimlerinin karşılanması sabit bakım hizmetlerinin temel işlevidir. Tam yatılı bakım hizmeti sunulan kurumlarda, bakıma muhtaç kişilerin bakım kasaları tarafından bakım masrafları, sosyal danışmanlık masrafları ve bakım müessesinde oluşan tıbbi tedavi masrafları karşılanır (Metin, 2014, s. 36).

Sabit bakım hizmetleri; “sürekli bakım” ve “kısa süreli bakım” olmak üzere iki şekilde karşımıza çıkmaktadır. Sürekli bakım hizmetleri; sürekli bakıma ihtiyaç duyan yaşlılar için oluşturulmuş bir bakım hizmetidir. Kısa süreli bakım hizmeti ise, ameliyat, rehabilitasyon ya da kişinin sağlığını negatif yönde etkileyen durumlar nedeniyle geçici bir süre yatılı bakım kuruluşunda bakım hizmeti almak durumunda kalanlar için geliştirilmiş bir bakım hizmetidir. Yaşlıya bakım hizmeti veren kişinin hasta olması veya tatile gitmesi durumunda da yaşlı, kısa süreli bakım hizmetinden yararlanabilmekte ve yedek bir bakıcının da masrafları karşılanmaktadır. Ancak yedek bakıcı sadece evde bakımından altı ay yararlandıktan sonra tutulabilir. Yaşlı yılda bir kez olmak üzere dört haftalık süreyle yaşlı bakım evi, rehabilitasyon merkezleri ve yaşlılar evi gibi kuruluşlarda ikamet edebilme hakkına sahiptir (Çağlar, 2015, s. 101).

Bakım sigortasının kısa süreli bakıma ilişkin yardımı, tutar açısından bakım derecelerinde farklılık göstermemektedir. Yardımın tutarı takvim yılı başı sekiz haftaya kadar 1.612 Euro'ya kadardır. Bakım derecesi

I'e sahip bakıma muhtaçlar ayda 125 Euro tutarındaki yük azaltma tutarını, kısa süreli bakımın yardımlarını alabilmek için kullanabilirler (Yakınların Bakımı, 2020).

Yeni bakıma muhtaçlık kelimesinin 1 Ocak 2017 tarihli bakım sigortası yasasına dâhil edilmesinden bu yana bakım derecesi I'e düşük bağımsızlık veya beceri kısıtlaması olan insanlar kademelendirilmektedir. Bu çoğu zaman örneğin omurilik veya eklem rahatsızlıklarından dolayı düşük bedensel kısıtlaması olan insanlar için geçerlidir. Bu kişiler için daha az kısıtlamalarda bile bakıma muhtaç kişilerin ve bakım elemanlarının desteğine, gözetimine ve eğitimine ilişkin yardımlar sunulmasından dolayı bağımsızlığa ulaşmak veya bağımsızlığı iyileştirmek için her zamankinden daha erken bir zamanda olanaklar oluşturulmaktadır. Bakım derecesi I yürürlüğe koyulduktan sonra bakım sigortası yardımı alabilen insanların çevresi son derece artmıştır (Yakınların Bakımı, 2020).

Diğer yardımlar

Bakım yapan yakınlar tıbbi rehabilitasyon yardımlarına daha kolay erişebilir. Bakıma muhtaç kişi aynı zamanda rehabilitasyon kurumunda gözetim altında olabildiği durumlarda bakım sigortası kasaları masrafları üstlenir. Aksi takdirde gözetimi sağlık ve bakım kasaları organize etmelidir. Bakım kasaları ve bakım noktaları ayrıca yakınlarla ilgili şekilde danışmanlık hizmetleri sunmalıdır ve diğerlerinin yanı sıra yük azaltma imkânları hakkında bilgi vermelidir (örneğin bakımı yapanların yüklerinin azaltılmasına ilişkin seçenekler, tedbir ve rehabilitasyon seçenekleri) (Yakınların Bakımı, 2020). Danışmanlık hizmetleri kapsamında evde bakım hizmetlerindeki kalitenin korunması ve bakımı üstlenen kişilere uzman desteği verilmesi amaçlanmaktadır (Metin, 2014, s. 31).

Bakıma muhtaç kişi, teknik bakım yardımcılarının masrafları için en fazla 25 Euro olmak üzere yüzde on oranında katkıda bulunmak zorundadır. Daha büyük teknik bakım yardımcı malzemeleri genellikle ödünç verilmektedir ve böylece bu katkıya gerek kalmamaktadır. Tüketim ürünlerinin maliyetleri için bakım kasası tarafından ayda 40 Euro'ya kadar ödeme yapılmaktadır. Tekerlekli sandalyeler veya yürüteçler için bir hekim tarafından reçete yazıldıysa, bunların masraflarını bakım kasaları karşılamaktadır (Yakınların Bakımı, 2020).

Bakım sigortasından yararlanma koşulları

Yukarıda da ifade ettiğimiz üzere bakım sigortasından yararlanmanın ilk koşulu bakıma muhtaç olmaktır. Bakıma muhtaçlık kavramına yukarıda değindiğimizden burada tekrar ele almayacağız.

Bakım sigortasından yararlanabilmenin diğer bir koşulu son 10 yılda en az 5 yıl sigortalı olarak prim ödemiş olmaktır. Yoksul olan ve işsiz durumda bulunanların bakım sigortası primi devlet tarafından karşılanmaktadır.

Bakım sigortasından yararlanabilmenin son koşulu ise, aynı zamanda sigortalının bakım sigortasına da başvurması gerekmekte olup beden temizliği, beslenme, alışveriş vb. günlük temel aktivitelerinden en az ikisini minimum altı ay boyunca yapamaması gerekmektedir (Ağören, 2009, s. 18-19). Sigortalının bakıma muhtaç olup olmadığı, Bakım Sigortası Kasasına başvurması üzerine Hastalık Kasası (Krankenkasse) uzmanlarınca tespit edilir (Özmete ve Hussein, 2017, s. 19). Yapılan başvurudan sonra da sigorta kurumu tarafından en geç beş haftalık bir süre içerisinde başvuru ile ilgili yazılı bir kararın verilmesi gerekmektedir.

Bakım sigortasının finansmanı

Bakıma muhtaçlık riskinin ortaya çıkmasından kaynaklanan finansman sorunu en önemli sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Almanya'da bakım hizmetlerinin finansmanında temelde primli sistem uygulanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bakım sigortası da diğer sigorta türlerinde olduğu gibi katkı payı

ödemelerinden finanse edilmektedir. Bu sistemde, işçi, işveren, emekli ve devlet memurlarının ücretlerinden belirli bir oranda prim kesilmektedir.

Almanya'da bakım sigortasının kamu ve özel olarak iki kısma ayrıldığına yukarıda değinmiştik. Kamu bakım sigortasının finansmanı işçi ve işverenlerden eşit oranlarda alınan primlerle sağlanmaktadır. Primler bakım sigortalısının kazancı üzerinden alınmaktadır. Başlangıçta %1 olarak belirlenen oran 1 Temmuz 1996 tarihinde %1,7'ye çıkartılmıştır. 1 Temmuz 2008 tarihinde ise oranda bir güncelleme yapılarak 1 Temmuz 2008 tarihinden itibaren sigortalı ve işveren tarafından eşit olarak brüt ücretin %1,95 oranı üzerinden prim kesilmeye başlanmıştır. 2005 yılında yasada yapılan değişiklikle, çocuğu olmayanların ilave olarak %0,25 prim ödemesi öngörülmüştür. Bu değişiklik, çocuğu olmayan sigortalıların, sigortadan sağlanan yardımlara daha fazla ihtiyaç duyacağı düşüncesine dayanmaktadır. Emeklilerin primi ise emekli fonlarından sağlanmaktadır (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2272; European Commission, 2017, s. 5).

Bakım sigortasının 2013 yılı itibariyle belirlenen prim miktarı ise katılımcının brüt gelirinin %2,05 olarak belirlenmiştir. Bu oran işveren ve çalışan arasında yarı yarıya paylaşılmaktadır.

Bakım sigortası primi 2015 yılı itibariyle %2,35'e çıkarılmış ve çocuğu olmayan kişilerin prim miktarı %2,6 olarak belirlenmiştir (Çağlar, 2015, s. 94). 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren bakım sigortası ödenecek katkı payı %2,55 olarak tespit edilmiştir (Hekimler, 2017, s. 237; Ağören, 2017, s.16; European Commission, 2017, s. 5). Oysa 2020 tarihi itibariye zorunlu bakım sigortasının prim tutarı çocuklu sigortalılar için %3,05, çocuksuz sigortalılar için %3,30 olarak belirlenmiştir (Bundesministerium für Gesundheit, 2020).

Emekli maaşı alanlarda bakım sigortası kapsamına alınmışlardır. Emeklilerden de bakım sigortası için prim alınmaktadır. Emekliler primin tamamını kendileri ödemekle yükümlü kılınmışlardır. Bu uygulamaya ek olarak 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren 1940 yılı ve sonrasında dünyaya gelenler ve 23 yaşını doldurmuş çocuğu olmayan katılımcılar geçerli olan katkı payı ödemesine %0,25'lik ek bir katkı payı sunmakla yükümlü kılınmıştır (Yakınların Bakımı, 2020).

Emekli olduktan sonra sürekli ikametgâhını Almanya dışında bir Avrupa Birliği üyesi ülkeye veya İzlanda, Lichtenstein, Norveç'e taşıyan bir kişi için, taşınılan ülke ile Almanya arasında bir sosyal güvenlik anlaşması var ise, Alman mevzuatı aynı şekilde uygulanmaya devam edilmektedir. Fakat emekli olup Türkiye'ye kesin dönüş yapan Türk vatandaşları, Almanya ile Türkiye arasında bağitlanmış olan sosyal güvenlik anlaşmasında bakım sigortasına ilişkin bir düzenlemeye yer verilmesi sebebiyle, farklı bir uygulama bulunmaktadır. Buna göre emekli olup daimi ikametgâhını Türkiye'ye taşımış olan emeklilerin, ikametgâhın taşınması ile birlikte, sağlık sigortası güvencesi yanında bakım sigortası güvencesi de ortadan kalkacağından emekli aylıklarından bakım sigortasına herhangi bir prim kesintisi yapılmamaktadır. (Hekimler, 2017, s. 238).

Devlet de yoksul olan ve işsiz durumda bulunanlar adına prim ödeyerek katkıda bulunmaktadır. Sigortalının bağımlıları ayrıca prim ödemedi bakım sigortası kapsamına alınmaktadır (Ağören, 2009, s. 18; Çağlar, 2015, s. 93; European Commission, 2017, s. 6).

2013 yılında yürürlüğe giren Yeni Bakım Kanunu'na göre devlet bakım sigortası ödemelerinde ayda 5 Euro, yılda toplam olarak 60 Euro olmak üzere bakım sigortası kapsamında olan herkesin devletçe desteklenmesi öngörülmüştür. Bu desteklemeye özel bakım sigortasında yer alanlar da dâhil edilmiştir (Çağlar, 2015, s. 94). 1 Ocak 2017 tarihi itibariyle ikinci Bakımı Güçlendirme Yasası ile özellikle esaslı ve yeni bir bakıma muhtaçlık terimi yürürlüğe girmiştir. Eski bilinen üç bakım kademesinin yerini artık yeni yardım tutarlarına sahip beş yeni bakım derecesi almıştır. Günümüze kadar bakıma muhtaçlık bedensel kaynaklı kısıtlamalara dayanırken,

artık ayrıca ruhsal ve psikolojik kaynaklı kısıtlamalar da aynı derecede dikkate alınmaktadır(Yakınların Bakımı, 2020).

Alman Hukukunda bakım sigortası, sosyal sigorta tekniğine uygun olarak düzenlenmiş olup, sağlık sigortasının içinde yer almaktadır. Hastalık Kasaları bünyesinde bakım sigortasından sağlanan yardımları yerine getirmek için Bakım Kasaları oluşturulmuştur. Sağlık sigortasının kapsamında olan zorunlu ya da isteğe bağlı tüm sigortalılar ile aile bireyleri aynı zamanda bakım sigortasının da kapsamındadırlar. Ancak isteğe bağlı sigortalı olanlar, kendileri ve aile bireylerinin bakım sigortası bakımından özel sigortanın kapsamında olduklarını ve aynı değerde bir sigorta korumasına sahip olduklarını ispatlarsa bu sigortanın kapsamı dışında kalabilmektedirler (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2271-2272).

Kanunun beşinci bölümünde bakım sigortasının organizasyon yapısı belirlenmektedir (Hekimler, 2017, s. 238). Almanya'da bakım sigortasının yanında yoksul bireyler için gelir testine dayalı sosyal yardım programları da uygulanmaktadır. Dolayısıyla bakım sigortası büyük oranda sigorta sistemi (primler) ile finanse edilmekle birlikte Almanya'da bakım sigortasının finansmanında karma model uygulanmaktadır (Ayhan, 2014, s. 81).

Türkiye'de Bakım Hizmetlerinin Kapsamı ve Sağlanan Yardımlar

Türkiye'de Bakım Hizmetlerinin Genel Görünümü

Türkiye'de yaşlılara yönelik sosyal politikalar incelendiğinde, yaşlılara bir gelir güvencesi sağlama ve ihtiyacı olanlara bakım hizmeti verilmesi şeklinde olduğu görülmektedir (Özmete ve Hussein, 2017, s. 32). Dünya'da yaşlı nüfus oranının giderek artması ve ortalama yaşam süresinin uzaması ile birlikte yaşlılara yönelik bakım politikalarının önemini arttırdığına yukarıda değinmiştik. Demografik geçiş sürecinde yaşanan dönüşümle birlikte, Avrupa Birliği ülkelerinde uygulanan bakım hizmetleri Türkiye için de önemli hale gelmiştir.

Türkiye genç nüfus yapısına sahip olmakla birlikte nüfusu yaşlanma eğilimine girmiştir. Türkiye'nin nüfusu son zamanlarda giderek azalma eğilimi göstermektedir. 2017 yılı itibarıyla 80 milyon 810 bin 525 olan nüfusumuzun (TÜİK, 2018a), 2050 yılında 85 milyon civarında olacağı ve bu tarihten sonra azalmaya başlayacağı tahmin edilmektedir. Ülkemizde nüfus projeksiyonlarına göre, genç nüfus oranının, 2040 yılında %13,4, 2060 yılında %11,8 ve 2080 yılında ise %11,1 olacağı (TÜİK, 2020b); yaşlı nüfus oranının ise 2040 yılında %16,3, 2060 yılında %22,6 ve 2080 yılında ise %25,6 olacağı beklenmektedir (TÜİK, 2020a). Bu azalma, bugün Avrupa'nın yaşadığı önemli sorunlardan biri olan yaşlı nüfus probleminin ilerleyen yıllarda Türkiye'de de yaşanacağını göstermektedir. Ortalama yaşam süresinin uzaması beraberinde kaliteli ve insana yakışır bir hayatın idame edilmesini getirmemektedir. Değişen aile yapısıyla beraber yeni sosyal risklerin (özellikle tek ebeveynli aileler, ortalama ömrün uzaması, yaşlı nüfusun artması vb.) ortaya çıkması ve bu risklere maruz kalma olasılığının artması, yeni önlemlerin alınmasını ve sosyal devletin bu sorunlara çözümler sunmasını gerektirmektedir (Cengiz, 2018, s. 26). Ortaya çıkan bu risklerin başında da bakıma muhtaçlık riski gelmektedir. Bu risk ile karşılaşan ve karşılaşacak olanlar için gerekli yardım ve tedbirlerin sağlanması, sosyal devlet olmanın bir gerekliliğidir. Son yıllarda Türkiye'de aile yapısında büyük bir değişim ortaya çıkmış, aynı çatı altında iki hatta üç neslin birlikte yaşadığı aile yapıları çözülme sürecine girmiş ve bu kapsamda çekirdek aile yapısına dönüş başlamıştır. Kentlerde baskın olan çekirdek aile yapısı artık kırsal alanda da görülmeye başlamıştır. Bunun doğal sonucu da özellikle çocuk, engelli ve yaşlıların ihtiyaç duydukları bakım ve gözetimden mahrum kalmalarıdır. Ailenin etkinliğinin giderek azaldığı bu alanda başka kurumlar bu boşluğu doldurmaya başlamıştır (Cengiz, 2018, s. 26). Türkiye'de sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan yaşanan dönüşümle beraber bakımda birincil sorumlu olarak görülen kadınların çalışma yaşamında daha çok yer almaya başlaması da bakımda ailenin rolünü giderek zayıflatmaktadır. Türkiye'de hem yaşlı, hem de engelliye

yönelik bakım hizmetleri, kayıt dışı olarak yürütülmektedir. Kayıt dışılığın ulaştığı boyut, ülkemizde yasa dışı bulunan ve çalışma izni bulunmayan yabancılar tarafından da bu hizmetin verildiği düşünüldüğünde daha da artmaktadır. Nitekim Devletin yaşlılara yönelik sosyal politikalar üretmesinin gerekliliği de 1982 Anayasasında düzenleme altına alınmıştır. Anayasanın 41. maddesinde, “*Aile, Türk toplumunun temelidir ve eşler arasında eşitliğe dayanır. Devlet, ailenin huzur ve refahı ile özellikle ananın ve çocukların korunması ve aile planlamasının öğretimi ile uygulanmasını sağlamak için gerekli tedbirleri alır, teşkilatı kurar*” hükmü yer almaktadır. Anayasanın “*Kanun Önünde Eşitlik*” ile ilgili 10. maddesinin ek fıkrasında; “*Çocuklar, yaşlılar, engelliler, harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleri ile malul ve gaziler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmaz*” ifadesi yer almaktadır. Yine Anayasanın 60. maddesinde, “*Herkes sosyal güvenlik hakkına sahiptir. Devlet bu güvenliği sağlayacak gerekli tedbirleri alır ve teşkilatı kurar*” denilerek bütün vatandaşların sosyal güvenlik kapsamı altına alınması sosyal devlet anlayışı ile devletin yükümlülükleri arasına alınmıştır. Bu bağlamda yaşlılar da sosyal güvenlik hakkına sahiptir. 61. maddesinde ise, “*Devlet, harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleriyle, malul ve gazileri korur ve toplumda kendilerine yaraşır bir hayat seviyesi sağlar. Devlet engellilerin korunmalarını ve toplum hayatına intibaklarını sağlayıcı tedbirleri alır. Yaşlılar Devletçe korunur. Yaşlılara Devlet yardımı ve sağlanacak diğer haklar ve kolaylıklar kanunla düzenlenir. Devlet, korunmaya muhtaç çocukların topluma kazandırılması için her türlü tedbiri alır. Bu amaçlarla gerekli teşkilat ve tesisleri kurar veya kurdurur*” ifadeleriyle dezavantajlı gruplara yönelik yükümlülüklerini ayrıntılı olarak belirtmiştir. Bu maddeden de anlaşılacağı üzere yaşlıların karşılaştıkları sosyal sorunlara çözüm bulmak ve onlara yönelik sosyal yardım ve hizmetleri de ulaştırmak devletin sorumlulukları arasında yer almaktadır (Cengiz, 2018, s. 32).

Türkiye'nin sosyal ve aile yapısı nedeniyle, bakıma muhtaç kişiler ve yaşlılar genellikle aile üyeleri tarafından bakılmaktadır. Ev ve aile ortamında bakımın tercih edilmesi sosyal güvenlik sistemine de daha az mali külfet yüklemektedir. Ancak, bakımı sağlayan aile bireylerinin yükünü azaltmak, sosyal ve çalışma yaşamlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmelerini sağlamak amacıyla planlanan sistem ile desteklenmeleri, en az muhtaç kişilerin bakımı kadar gereklidir (Ökem ve Can, 2014, s. 8).

Türkiye’de yukarıda bahsettiğimiz toplumsal yapıda meydana gelen bu değişimler, yaşlıların geleneksel aile ve akrabalık ilişkilerinin dışında, devlet desteğine ve profesyonel hizmetlere olan ihtiyacını artırarak bakım sigortasının kurulması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Hekimler, 2015, s. 71-72).

Türkiye’de yaşanan nüfusuna yönelik ulusal ve kapsayıcı düzeyde bakım politikalarının oluşturulmuş olduğunu söylemek zordur (Oğlak, 2014, s. 222-223). Türkiye açısından yaşlılık bugün için bir tehlike olarak algılanmasa da yakın gelecekte ciddi bir tehdit olacaktır. Bu nedenle, bakım sigortasının kurulması gelecek için alınan bir önlem niteliğindedir. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün, gelir durumuna bakılmaksızın herkesi kapsayan bakım sigortasının hayata geçirilmesi ile ilgili çalışmaları sürmektedir (Oğlak, 2014, s. 223). Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı’nın 2011-2013 Bakım Hizmetleri Stratejisi ve Eylem Planı’nda yer alan hedeflerden biri, bakım sigortasının tüm nüfusu kapsayacak şekilde sosyal sigorta sistemi içerisinde düzenlenmesidir. Bununla birlikte, 2011 yılının Mayıs ayında da Özürlüler İdaresi Başkanı tarafından bakım sigortasının üç yıl içinde uygulamaya geçeceği taahhüt edilmiştir (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2268).

Ülkemizde sigorta kolları 16.06.2006 tarihli ve 26200 sayılı resmi gazetede yayınlanan 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu’nda (SSGSSK) düzenleme altına alınmıştır. Bu Kanuna göre sigorta kolları uzun vadeli (malullük, yaşlılık, ölüm) ve kısa vadeli (iş kazası ve meslek hastalığı, hastalık, analık) olmak üzere iki kısımda yer almaktadır. İşsizlik sigortası da kısa vadeli bir sigorta kolu olmasına rağmen 5510 sayılı Kanunda değil 08.09.1999 tarihli ve 23810 sayılı resmi gazetede yayınlanan 4447 sayılı İşsizlik Sigortası

Kanunu'nda düzenleme altına alınmıştır. Ancak bakım sigortasına yönelik bir düzenleme henüz mevzuatımızda yapılmamıştır.

Türkiye'de de hem bu sosyal riske maruz kalan kişilere daha fazla yardımlar yapılabilmesi hem de bakıma muhtaçlığın sosyal güvenlik sistemi içinde yer alabilmesi için bakım sigortasının kurulması büyük önem arz etmektedir.

Türkiye için kurulması düşünülen bakım sigortasının sürdürülebilir olması için öncelikle bakım muhtaç kişi sayısının doğru tespit edilmesi gerekmektedir. Bu sayının doğru tespit edilmesi de bakıma muhtaçlık kavramının doğru tanımlanmasıyla ilişkilidir.

Türkiye'de Bakım Hizmetlerinin Kapsamı

Bakıma muhtaçlık

Bireylerin içinde buldukları toplumda sağlıklı, kaliteli ve başkalarına muhtaç olmadan uzun süre yaşayabilmeleri sosyal devlet olmanın bir gereğidir. Dolayısıyla engelli ve yaşlı bireylere yönelik bakım hizmetlerinin niteliğinin yükseltilerek bu kişilerin yaşam kalitelerinin de artırılmasının sağlanması sosyal devlet ilkesi temelinde büyük önem taşımaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013, s. 2).

Bakıma muhtaçlık, genellikle engellilik ve ileri yaşlılık durumundan kaynaklanan bir sosyal risktir. Bu riske maruz kalanlar kendilerine yetemeyip başkalarının desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Fakat ülkemizde önemli bir sosyal risk olan bakıma muhtaçlık konusunda herkesi kapsayan, yaşamını da devam ettirecek hizmetleri içeren ve uluslararası ölçütleri de dikkate alan bir tanım bulunmamaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013, s. 16).

Ülkemizde bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak bakıma muhtaçlığı; *“kişinin, fiziki hareket edebilirliğinin engellenmesi veya akli-ruhi becerilerinin kısıtlanması sonucunda gerek beden temizliği, gerekse beslenme ve diğer ihtiyaçları için ev idaresinde sürekli olarak bir bakıcının düzenli bakımına ihtiyaç duyma hali”* şeklinde ele alındığını görmekteyiz. (Balci-Gökçeoğlu, 2017, s. 43-44).

Yaşlılığa bağlı muhtaçlık, çeşitli işlevlerde ve bedeni güçte gerileme ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda bakıma muhtaç yaşlılar günlük yaşamın basit aktivitelerini yerine getirirken başkalarının yardımına ihtiyaç duymaktadır. Bakıma muhtaçlığı belirleyen temel unsur günlük yaşam aktiviteleridir. Bakıma gereksinim duyan birey, günlük hayatın gereklerini yerine getirmekte güçlüklerle karşılaşmakta ve bu durum gerek kendisini gerekse de aile üyelerini zorlamaktadır (Danış ve Solak, 2014, s. 59). Bu nedenle yaşlılar ya sürekli ya da belirli süre bakım hizmetine ihtiyaç duymaktadırlar. Dolayısıyla yaşlılar da tıpkı engelliler ve hastalar gibi *“bakıma muhtaç”* kategorisinde düşünülmektedir (Taşçı, 2010, s. 185).

Günlük yaşam aktivitelerini; *“bir kişinin temel ihtiyaçlarını karşılamak için bir günün akışı içinde rutin olarak yaptığı aktiviteler”* olarak tanımlayabiliriz. Günlük yaşam aktiviteleri her insanın günlük olarak tekrarlamak zorunda kaldığı, gerçekleştirmediği durumlarda ise ciddi sorunlar yaşayabileceği aktivitelerdir (Ayhan, 2014, s. 9).

Her ne kadar bakım sigortası, Türk toplumunun yapısına uygun görünmese de demografik geçiş sürecinde yaşanan değişim profesyonel hizmetleri artık zorunlu hale getirmektedir. Bunun yanında bu hizmetler için çalışırken prim ödeme yoluyla finansman sisteminin kurulması hem bireyler hem de ülkenin ekonomik yapısı için zorunluluk arz etmektedir.

Bakıma muhtaç kişilere yapılan yardımlar ve yararlanma koşulları**Bakıma muhtaçlara yapılan yardımlar****Parasal yardımlar ve yararlanma koşulları**

Bakıma muhtaç kişilere ülkemizde yürürlükte bulunan 5510 sayılı Kanun hükümlerine göre gerek uzun vadeli sigorta kollarından gerekse de kısa vadeli sigorta kollarından yardımlar yapılmaktadır. İş kazası ve meslek hastalığı sonucu bakıma muhtaç hale gelenlere yukarıda da ifade ettiğimiz üzere sürekli iş göremezlik geliri ile malul olmaları durumunda da malullük sigortasından malullük aylığı verilmektedir (5510 sayılı SSGSSK m.19; m.26).

5510 sayılı Kanun çerçevesinde sigortalının anılan sigorta kolundan sürekli iş göremezlik gelirine hak kazanabilmesi için bakıma muhtaç olduğunu belgelemesi gerekmektedir. Nitekim 5510 sayılı Kanunun 9. maddesinin ilk fıkrasına göre sigortalının iş kazası ve meslek hastalığı sigortasından sürekli iş göremezlik geliri alabilmesi için, “iş kazası veya meslek hastalığı sonucu oluşan hastalık veya özürlü nedeniyle Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı’na yetkilendirilen sağlık hizmeti sunucularının sağlık kurulları tarafından verilen raporlara istinaden meslekte kazanma gücünün en az %10 oranında azalmış ve başka birisinin sürekli bakımına muhtaç olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir” (m.9/f-1).

Sigortalının malullük aylığı alabilmesi için ise Kanunun 26. maddesine göre;

- “Sosyal Güvenlik Kurumu’nca yetkilendirilen sağlık hizmeti sunucularının sağlık kurullarınca hazırlanacak raporları doğrultusunda 5510 sayılı Kanunun 4. maddesinin (a) ve (b) bentleri kapsamındaki sigortalılar için çalışma gücünün veya iş kazası veya meslek hastalığı sonucu meslekte kazanma gücünün en az %60’ını, (c) bendi kapsamındaki sigortalılar için çalışma gücünün en az %60’ını veya vazifesini yapamayacak şekilde meslekte kazanma gücünü kaybettiği Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Kurulu’nca tespit edilmesi,
- En az on yıldan beri sigortalı bulunup, toplam olarak 1800 gün veya başka birisinin sürekli bakımına muhtaç derecede malul olan sigortalılar için ise sigortalılık süresi aranmaksızın 1800 gün malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası priminin bildirilmesi,
- Maluliyeti nedeniyle sigortalı olarak çalıştığı işten ayrıldıktan veya işyerini kapattıktan veya devrettikten sonra Kurumdan yazılı istekte bulunması” koşullarını taşıması gerekmektedir. Ancak vazife malullüğü ve iş kazası veya meslek hastalığı için herhangi bir gün şartı bulunmamaktadır (m.26).

Ayrıca 5510 sayılı Kanunun 4. maddesinin (c) bendi kapsamındaki sigortalılar için iş kazası ve meslek hastalığı sigorta kolu uygulanmamakta bunun yerine vazife malullüğü aylığı verilmekte ve bu aylık da malullük derecesi oranına göre arttırılmaktadır (5510 sayılı SSGSSK m.47).

Ayrıca bakıma muhtaç engelli ve yaşlıların kendi evlerinde yaşamasını sağlayacak, ancak yaşadıkları ekonomik yoksunluğu gidermek amacıyla faydalanabilecekleri bir hizmet türü de Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından verilen “Evde Bakım Ücreti” hizmetidir. Buna göre Bakanlık, aynı ev içerisinde 24 saat bakım hizmeti vermek kaydıyla bakıma muhtaç durumda olan kişilere bakanlara aylık net asgari ücret kadar ödeme yapmaktadır. Bu hizmet 23.10.2007 tarih ve 26679 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan “Bakıma Muhtaç Özürlülerin Tespiti ve Bakım Hizmeti Esaslarının Belirlenmesine İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” esaslarına göre düzenlenmektedir. 2019 yılında 1.384 TL tutarındaki evde bakım desteği, 2020 yılında 1.460 TL’ye yükseltilmiştir. Evde bakım ücreti alabilmenin üç koşulu bulunmaktadır. Bunlar (Sabah Gazetesi, 2020):

- Gelir kriterinin uygun olması,
- Bakıma muhtaçlık kriteri,
- Ağır engelli olduğunu belirten sağlık kurulu raporu.

Ancak bu uygulamanın bakım sigortasıyla bir ilgisi bulunmamaktadır. Bakım sigortası çok daha farklı bir konudur. Bu farklılıklara bakacak olursak;

- Birinci farklılık; bakım sigortası kapsamında verilen hizmetler tümüyle kişinin ileride yaşlılık durumlarını düşünerek ödedikleri primler yoluyla finanse edilmektedir.
- İkinci farklılık ise bakım sigortasında sadece profesyonel bakım hizmeti verilmemekte aynı zamanda sosyal bütünleşme de sağlanmaktadır. Bu yolla da bireyin yaşlanması dolayısıyla toplumla ilişkisini kesmesi engellenmektedir (Yakınların Bakımı, 2020).

Bütün bunlara ilave olarak ülkemizde 03.05. 2013 tarihli ve 28636 sayılı resmi gazetede yayınlanan 6462 sayılı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Yer Alan Engelli Bireylere Yönelik İbarelerin Değiştirilmesi Amacıyla Bazı Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile yeniden gözden geçirilen ve yürürlüğe giren 07.07.2005 tarihli 25868 sayılı Engelliler Kanunu kapsamında, bakıma muhtaçlık tanımı yapılmış ve yaşlı ve kronik hastalar da bu sınıflandırma içinde yer almıştır.

Sosyal yardımlar ile bakıma muhtaç bireylerin güvence altına alınmasına ilişkin düzenlemelere 10.07.1976 tarihli ve 15642 sayılı resmi gazetede yayınlanan “2022 sayılı 65 Yaşını Doldurmuş, Muhtaç, Güçsüz ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık Bağlanması Hakkında Kanunda” yer verilmiştir. Bu Kanun ile yaşlılar bakımından sosyal yardım düzenlenmiş olmakla birlikte bu düzenlemeler bakıma muhtaçlık riski ile değil doğrudan yaşlılık olgusu ile ilişkilendirilmiştir. 65 yaşını doldurmuş kişiler diğer öngörülen koşulları da sağlamaları halinde bakıma muhtaç olmasalar bile bu Kanun kapsamında aylığa hak kazanabilmektedirler. Yaşlı maaşı alan kişi sayısı 2002 yılında 746.468 iken bu sayı 2019 yılı sonu itibariyle 805.432 olmuştur (Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2020, s. 99).

Kanunda, bakıma muhtaç yaşlılar bakımından ayrıca bir koruma sağlanmaması bir eksikliklerdir. Çünkü bakıma muhtaçlık yaşlılık olgusu dışında ilave harcamaları gerektirmektedir. 2022 sayılı Kanunda bakıma muhtaçlık riskini güvence altına alan düzenlemeler de bulunmaktadır. Ancak, bu konudaki düzenlemeler bakıma muhtaç herkesi değil, sadece belirli bir grubu kapsamına almaktadır. Bu koruma sadece bakıma muhtaç engelli bireyleri kapsamakta ve sadece bakıma muhtaç engelli aylığı verilmesi yoluyla olmaktadır. Kanun ile bu aylığa hak kazanmak da sıkı koşullara bağlanmaktadır. Bu nedenle, bu bireyler de gereken korumadan yararlanmakta zorlanmaktadırlar (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s.2285-2286).

2020 yılı Temmuz ayı ödeme döneminde, yaşlı ve engelli aylığı tutarları memur maaşlarına yapılan zamlarla birlikte artırılmıştır. Buna göre; yaşlı aylıklarının 711.50 TL’ye, yüzde 40-69 arası engelli aylıklarının 567.97 TL’ye, yüzde 70 ve üzeri engelli raporu olan vatandaşların aylıkları da 851.95 TL’ye yükseltilmiştir⁵.

Evde bakım hizmetleri

Bakıma muhtaç olan yaşlılara dönük bir uygulama olarak evde bakım hizmetlerinin verilmesidir. Bu hizmetin kapsamına da ağırlıklı olarak 65 yaş ve üzeri bakım gerektiren yaşlılar girmektedir (Taşçı, 2010, s. 185).

Evde bakım hizmeti, 10.03.2005 tarihli ve 25751 sayılı resmi gazetede yayınlanan “Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelikte” düzenlenmiştir. Bu yönetmeliğin “Tanımlar” başlığını taşıyan 4. maddesine göre evde bakım hizmeti, “Hekimlerin tavsiyeleri doğrultusunda hasta kişilere, aileleri ile yaşadıkları ortamda, sağlık ekibi tarafından rehabilitasyon fizyoterapi, psikolojik tedavi de dahil tıbbi ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde sağlık ve bakım ile takip hizmetlerinin sunulmasını” ifade eder (m.4/d).

Türkiye’de evde bakım hizmetlerinin yürütümü ise Sağlık Bakanlığı tarafından 01.02.2010 tarihli 3895 sayılı resmi gazetede yayınlanan “Sağlık Bakanlığınca Sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge ’de” düzenlenmiştir. Bu yönergenin amacı; “evde sağlık hizmeti sunumuna ihtiyacı olan bireylerin muayene, tetkik, tahlil, tedavi, tıbbi bakım ve rehabilitasyonlarının evinde ve aile ortamında sağlanması, bu kişilere ve aile bireyelerine sosyal ve psikolojik destek hizmetlerinin bir bütün olarak birlikte verilmesi için Sağlık Bakanlığımıza bağlı sağlık kurumları bünyesinde evde sağlık hizmetleri birimleri kurulması, bu birimlerin asgari fiziki donanımı ile araç, gereç ve personel standardının ve ilgili personelin görev yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi, iletişim, uygulanacak randevu, kayıt ve takip sisteminin tanımlanması ve uygulamanın denetimine ilişkin usul ve esasların belirlenerek evde sağlık hizmetlerinin sosyal devlet anlayışı ile etkin ve ulaşılabilir bir şekilde uygulanmasını sağlamaktır” (m.1).

Yönergedeki tanıma göre, evde sağlık hizmeti ise “...Çeşitli hastalıklara bağlı olarak evde sağlık hizmeti sunumuna ihtiyacı olan bireylere evinde ve aile ortamında sosyal ve psikolojik danışmanlık hizmetlerini de kapsayacak şekilde verilen muayene, tetkik, tahlil, tedavi, tıbbi bakım, takip ve rehabilitasyon hizmetleridir” (m.4/f).

Sağlık Bakanlığının bu hizmeti daha çok sağlık hizmetlerine odaklanırken yerel yönetimlerin de yaşlı ve engelli kişilere yönelik evde bakım hizmetleri verdiği görülmektedir. Bu hizmetler, belediyeden belediyeye farklılık göstermektedir. Bu hizmetlerin, evde sağlık hizmetinin yanında yaşlıya ayni ve nakdi yardım yapılması, evinin temizlenmesi, badana, boya ya da küçük onarımlarının yapılması, sosyal ve psikolojik destek verilmesi ve bazı belediyelerin yaşlı hizmet merkezleri vasıtasıyla çeşitli sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlenerek yaşlıların bu hizmetlerden yararlanmalarının sağlanması şeklinde olduğu görülmektedir (Yıldırım ve Şahin, 2015, s. 72).

Evde bakım hizmetleri; kişilerin sağlığını korumak, yükseltmek, yeniden sağlığına kavuşturmak amacıyla verilen hizmetlerin profesyonel düzeyde veya aile bireyleri tarafından bireyin yaşadığı ortamda sunulmasıdır. Bu hizmetler, bireyin gereksinimi doğrultusunda yaşam kalitesini korumasını sağlamaktadır. Bu açıdan evde bakım hizmetleri genel olarak, kurum bakımının yerini alan, kurumlarda kalış gereksinimini azaltan ya da geciktiren hizmetlerdir (Oğlak, 2007, s. 101).

Evde bakım hizmetleri, üç temel özelliği bünyesinde barındırmaktadır. İlk olarak; evde bakım, yalnızca tıbbi hizmetlerin verilmesi değil, aynı zamanda bireyin gereksinim duyabileceği sosyal hizmetleri de içine almaktadır. İkinci olarak evde bakım, kısa süreli veya uzun süreli olarak sunulmaktadır. Evde bakıma ilişkin son özellik ise, evde bakıma ilişkin hizmet kapsamı çoğu kez birbirinden oldukça farklılık gösterebilmektedir (Özmete ve Hussein, 2017, s. 41).

Kurumsal Bakım

Türkiye’de yaşlılara yönelik sosyal hizmet kuruluşları; Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleri, Özel Bakım Merkezleri, Aktif Yaşam Merkezleri, Huzurevleri, Huzurevi Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleri, Hastaneler ve Ev Tipi Sosyal Hizmet Birimleri şeklinde sıralanabilir.

5799 sayılı Sosyal Hizmetler Kanunu’nun⁶ “Tanımlar” başlıklı 3. maddesine göre bakım ve rehabilitasyon merkezleri; “Bedensel, zihinsel ve ruhsal engellilikleri nedeniyle normal yaşamın gereklerine uymama durumunda olan bireylerin, fonksiyon kayıplarını gidermek ve toplum içinde kendi kendilerine yeterli olmasını

⁶ Daha önce 2828 sayılı “Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu” olarak anılan bu Kanun’un adı 03.06.2011 tarihli ve 633 sayılı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile 5799 sayılı “Sosyal Hizmetler Kanunu” olarak değiştirilmiştir. R.G., T.27.05.1983, S.18059.

sağlayan beceriler kazandırmak veya bu becerileri kazanamayanlara devamlı bakmak üzere kurulan sosyal hizmet kuruluşlarını” ifade eder (m.3/f-5).

16.08.2013 tarihli ve 29737 sayılı resmi gazetede yayınlanan “Bakıma Muhtaç Özürlülere Yönelik Özel Bakım Merkezleri Yönetmeliği” ile bakmakla yükümlü olunan birey sayısına göre kendilerine düşen ortalama aylık gelir tutarı, bir aylık net asgari ücret tutarının 2/3’ünden daha az olduğu tespit edilen bakıma muhtaç engellilerin ister ikametgâhlarında, isterse resmi veya özel bakım merkezlerinde bakımlarının sağlanması düzenlenmiştir (m.3). Bu Yönetmeliğin “Tanımlar” başlığını taşıyan 4. maddesine göre özel bakım merkezi, “Bakıma muhtaç engelli kişilerin bakımı için yatılı veya gündüzlü hizmet veren, gerçek kişi ve özel hukuk tüzel kişileri tarafından açılan sosyal hizmet kuruluşu statüsündeki özel bakım kurumlarını” ifade eder (m.4/e).

Sosyal Hizmetler Kanunu’nun 3. maddesine göre aktif yaşam merkezi; “Engelli kişilerin, yaşam kalitesinin artırılması ve sosyal hayata aktif katılımlarına katkı sağlamak amacıyla, engelli bireyle kişiler ile ailelerine rehberlik ve destek hizmeti ile evde gündüz bakım hizmeti sunan gündüzlü sosyal hizmet kuruluşlarını” ifade eder (m.3/f-9).

Sosyal Hizmetler Kanunu’nun 3. maddesine göre huzurevleri; “İhtiyacı olan yaşlı bireyleri huzurlu bir ortamda korumak ve bakmak, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulan yatılı sosyal hizmet kuruluşlarıdır” (m.3/f-4). Huzurevleri uzun süreli bakım ihtiyacı bulunan yaşlılara hizmet veren yatılı kuruluşlardır (Balcı-Gökçeoğlu, 2017, s. 55).

21.02.2001 tarihli 24325 sayılı resmi gazetede yayınlanan 2001 tarihli Huzurevleri ile Huzurevi Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleri Yönetmeliği’nin 4. maddesine göre yaşlı bakım ve rehabilitasyon merkezi, “Yaşlı bireylerin yaşamlarını sağlık, huzur ve güven içinde sürdürmeleri amacıyla, kendi kendilerini idare edebilecek şekilde rehabilitasyonlarının sağlandığı, tedavisi mümkün olmayanların ise sürekli olarak özel bakım altına alındığı yatılı sosyal hizmet kuruluşunu” ifade eder (m.4/e).

Ülkemizde hastanelerde de bakım hizmeti verilmekle birlikte bu hizmetler sağlık sorununun türüne göre değişkenlik göstermekle birlikte daha kısa süreli olarak sunulmaktadır (Balcı-Gökçeoğlu, 2017, s. 55).

Sosyal Hizmetler Kanununa göre ev tipi sosyal hizmet birimleri ise; “çocuk, kadın, engelli ve yaşlılar ile bakım veya barınma ihtiyacı olan kişilere hizmet verilen mesken niteliğindeki yatılı sosyal hizmet birimlerini” ifade etmektedir (m.3/f-13).

Bakıma Muhtaç Kişilere Yapılan Yardımların Finansmanı

Türk Hukukunda bakıma muhtaçlık, sosyal yardımlar ve sosyal hizmetler kapsamında güvence altına alınmaya çalışılmaktadır. Ancak, bu güvencenin yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Türkiye’de primsiz rejimden yapılan yardımlar hem miktar hem de yardımların yapılma şekli ve hak kazanımı bakımından yetersizdir.

Sosyal yardımlar ile bakıma muhtaç bireylerin güvence altına alınmasına ilişkin düzenlemelere 2022 sayılı 65 Yaşını Doldurmuş, Muhtaç, Güçsüz ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık Bağlanması Hakkında Kanunda yer verilmiştir. Bu Kanun ile yaşlılar bakımından sosyal yardım düzenlenmiş olmakla birlikte bu düzenlemeler bakıma muhtaçlık riski ile değil doğrudan yaşlılık olgusu ile ilişkilendirilmiştir. 65 yaşını doldurmuş kişiler diğer öngörülen koşulları da sağlamaları halinde bakıma muhtaç olmasalar bile bu Kanun kapsamında aylığa hak kazanabilmektedirler. Kanunda, bakıma muhtaç yaşlılar bakımından ayrıca bir koruma sağlanmaması bir eksikliktir. Çünkü bakıma muhtaçlık yaşlılık olgusu dışında ilave harcamaları gerektirmektedir. 2022 sayılı

Kanunda bakıma muhtaçlık riskini güvence altına alan düzenlemeler de bulunmaktadır. Ancak, bu konudaki düzenlemeler bakıma muhtaç herkesi değil, sadece belirli bir gruba kapsamına almaktadır. Bu koruma sadece bakıma muhtaç engelli bireyleri kapsamakta ve sadece bakıma muhtaç engelli aylığı verilmesi yoluyla olmaktadır. Kanun ile bu aylığa hak kazanmak da sıkı koşullara bağlanmaktadır. Bu nedenle, bu bireyler de gereken korumadan yararlanmakta zorlanmaktadırlar (Caniklioğlu ve Ünal, 2011, s. 2285-2286). Ayrıca bu yardımların finansmanı genel vergilerle karşılandığı için siyasi iktidar tarafından her yıl belirli bir kaynağın bu aylıkların ödenmesi için tahsis edilmesini gerektirmektedir.

5510 sayılı Kanun kapsamında bakıma muhtaç kişilere yapılan yardımlar ise Kanun kapsamındaki sigortalıların ve işverenlerin ödedikleri primlerle finanse edilmektedir.

Kısa vadeli sigorta kollarının prim oranı, sigortalının prime esas kazancının %2'sidir. Bu primin tamamını işveren öder. Cumhurbaşkanı bu oranı %1,5 oranına düşürmeye ya da %2,5 oranına yükseltmeye yetkilidir (6385 sayılı Kanunla değişik m.9/1, c). Malullük aylıklarının finansmanı için ise, sigortalının prime esas kazancının %20'sidir. Bunun %9'u sigortalı, %11'i işveren payıdır (5510 sayılı SSGSSK m.81/1-a). Ancak toplanan bu primler sadece malullük aylıklarının finansmanı için değil aynı zamanda yaşlılık ve ölüm aylıklarının finansmanı için de kullanılmaktadır. Bakıma muhtaç kişilere yapılan sosyal yardımlar ise vergilerle finanse edilmektedir.

Sonuç

Doğum oranlarının giderek azalması, sağlık ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, insanların daha bilinçli olması, refahın artması, ortalama yaşam süresinin ve nüfusun giderek yaşlanmasına neden olmaktadır. Nüfusun yaşlanması da sosyal, ekonomik ve toplumsal birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Nüfus yapısının değişmesine bağlı olarak sosyal güvenlik sistemlerinin aktif-pasif dengesi bozulmakta ve bir yandan gelirleri azalırken diğer yandan da giderleri artmaktadır. Bütün bunlara ilave olarak nüfusun yaşlanması ile beraber sağlık ve bakım maliyetleri giderek artmaktadır. Özellikle, beklenen yaşam sürelerinde meydana gelen artışla, nüfusun yaşlanmasına bağlı olarak günlük aktivitelerini yerine getiremeyen bireyler başkalarının bakımına ihtiyaç duymaktadırlar. Bakıma muhtaç kişilere bakacak yeterince bakım elemanının olmaması, bakım hizmetlerinin düşük kalitede olması, bakım hizmetlerinde çalışanların zor koşullarda, düşük ücretle ve genellikle kayıtsız çalışma koşulları altında çalışmaları ve istismara açık durumda olmaları küresel bir bakım krizine doğru yol açmaktadır. Bütün bunlara ilave olarak geniş aile yapısından çekirdek aileye dönüşüm, kadınların çalışma hayatına atılması nedeniyle temelde kadının görevi olarak görülen bakımın artık aile üyeleri tarafından yerine getirilmesinin zorlaşması gibi faktörler bakım sigortasının ülkemizde kurulması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bakıma muhtaçlık olgusunun, Almanya örneğinde görülebileceği üzere güvence altına alınması kaçınılmaz olan başlı başına bir sosyal risk teşkil etmesi sebebiyle, ülkemizde de bakıma muhtaç kişilerin ekonomik durumlarından bağımsız olarak sosyal güvenlik sistemine dâhil edebilecek bir bakım güvence sistemine gereksinim duyulmaktadır. Ülkemizdeki sosyal hizmetler sisteminin, bakıma muhtaç kişilerin nüfus içindeki oranı dikkate alındığında bu kişilere yönelik bakım hizmeti sunmakta ve bu kişilerin korunma ihtiyacını karşılayan ailelerin desteklenmesi konusunda yetersiz kaldığı görülmektedir.

Dünya, ilk olarak Çin'in Wuhan bölgesinde, 2020 yılı Aralık ayının başında görülüp, tüm dünyayı etkisi altına alan ve pandemiye yol açan yeni koronavirüs enfeksiyonu ile karşı karşıya bulunmaktadır. Koronavirüs deve, yarasa, kedi gibi bazı hayvanlarda görülen ve hayvandan insana, insandan da insana bulaşabilen ve insanlar

arasında da hastalık yapabilen bir virüs ailesidir. Çin'in Wuhan kentinde, deniz ürünleri ve canlı hayvan satan bir markette çalışan kişilerde ve daha sonrasında ise marketi ziyaret edenlerde akciğer rahatsızlıkları tespit edilmiştir. 7 Ocak 2020 tarihinde ise virüsün Koronavirüs ailesinden olduğu tespit edilmiş ve virüse WHO tarafından Yeni Coronavirus 2019 - COVID-19 (2019 n-CoV) adı verilmiştir (Üstün ve Özçiftçi, 2020, s. 143; Türkiye Eczacılar Birliği, 2020).

Başlangıçta sadece Çin'in bir bölgesinde olan virüs daha sonra tüm dünyaya hızlı bir şekilde yayılmış ve 11 Mart 2020'ye kadar neredeyse 114 ülkede vaka görüldüğünden ve 4000'den fazla insanın ölümüne yol açması nedeniyle WHO tarafından 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan edilmiştir. Ülkemizde ise ilk COVID-19 vakası 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür (Çöl ve Güneş, 2020, s. 1). Ortaya çıkan bu pandemi nedeniyle neredeyse tüm dünyada yaşam durmuş, gerek toplumsal, gerek ekonomik gerekse de çalışma hayatı bu durumdan olumsuz yönde etkilenmiştir. İnsanlar bu pandemi dolayısıyla hastalanmakta, ölmekte ve çalışamaz hale gelmektedir. Doğal olarak COVID-19 nedeniyle hastalanan bireylerin kendisi ve ailesi bu durumdan olumsuz etkilenmekte geride kalanlar da psikolojik olarak olumsuz durumlar ortaya çıkabilmektedir. Covid-19 en çok 65 yaş ve üzeri nüfusu etkilemektedir. Ülkemizde yaşlı nüfustaki artışla beraber bu grubun gerek sosyal hizmetlere gerekse de Covid-19 pandemisinde olduğu gibi yaşlı bakımına olan ihtiyacı artacaktır. Bu dönemde hem sağlık harcamaları yükseldiğinden hem de yaşlıların bakım ihtiyaçları daha da arttığından mevcut sistemle bunun sürdürülmesi sosyal güvenlik sistemlerini zora sokacaktır. Yaşlı bakım sigortası uygulamasına geçilmesi hem ülke ekonomisine hem de bakıma muhtaç yaşlılara büyük katkı sağlayacaktır. Örneğin koronavirüsten vaka sayısına göre en az ölümlerin olduğu Almanya'da temelde yaşlı bakım sigortasından evde bakım ve kurumsal bakım hizmetleri sunulmaktadır. Bu bağlamda bakım sigortası uygulamasının ivedilikle hayata geçirilmesi önemli bir tasarruf sağlayacaktır (Sağlam, 2020).

Sonuç olarak bakıma muhtaçlık da bir sosyal risk olması nedeniyle bu riske karşı da sosyal güvencenin sağlanması gerekmektedir. Bütün bu ortaya çıkan gelişmeler sonucunda ülkeler çeşitli yönlerden sosyal politika alanında düzenlemelere gitme ihtiyacı duymuşlardır. Ülkemizde de sosyal devlet olmanın gereği olarak sosyal yardımlar ve hizmetler bağlamında bakıma muhtaç engelli ve yaşlılara birçok hak sağlanmaktadır. Ancak sosyal yardımlar kendi elinde olmayan nedenlerle yoksul ve muhtaç duruma düşen bireylerine yönelik olduğundan toplumun tüm kesimlerini kapsamına almamaktadır. Bu bağlamda gerek merkezi yönetimin gerekse de yerel yönetimlerin sağladığı hizmetlerin hem kapsam hem de nitelik açısından yeterli olmaması nedeniyle bakım sigortasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede de birçok ülkede yaşlılık sigortasında düzenlemeler yapılması gerekliliği ortaya çıkmış ve bu sigorta kolunun yanında bakım sigortasının da varlığına ihtiyaç duyulmuştur. Dolayısıyla son yıllarda her ülke kendisi için ideal bakım sigortası sistemini oluşturma veya var olan sistemi iyileştirme çabası içine girmiştir. Bu gelişmeler ışığında bakım sigortasının kurulması veya var olan sistemin iyileştirilmesi ülkelerin öncelikli konuları arasında yer alırken, etkili ve verimli bir bakım sigortası sistemi oluşturma ve bu sistemin finansal sürdürülebilirliğini sağlama en önemli sosyal politika meselelerinden biri haline gelmiştir. Ülkelerin etkili bir bakım sigortası sistemi oluşturma sürecinde karşılaştığı sorunların başında sistemin finansmanı, bu sigorta kolundan ne gibi hizmetlerin sağlanacağı gibi konular gelmektedir. Bu bağlamda ortaya çıkacak sorunlara yönelik olarak maliyeti düşük bakım hizmetlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Ülkemizde sonuç olarak bakıma muhtaçlık riskine karşı her bireyin güvence altına alınması ve bakıma muhtaçlığın sosyal sigorta sistemi içinde değerlendirilerek Sosyal Güvenlik Kurumu bünyesinde, "Bakım Sigortası" oluşturulması gerekmektedir. Sistemin bireylere bakıma muhtaçlık durumunda güvence sağlama karşılığında prim toplama esasına dayandırılması gerekmekte ve bu nedenle sistem, işçi, işveren ve devletin ödediği primlerle finanse edilmelidir. Bakım sigortasının kurulmasının işverenleri zor durumda bırakmaması için, prim oranlarının makul seviyelerde tutulması ve devlet katkısının da olması gerekmektedir. Sistemin

finansmanına vergi gelirleri kullanılarak yapılacak desteğin sürekliliği de sağlanmalıdır. Sigorta sistemine dâhil olmayanlar için hizmetin devlet tarafından karşılanması sağlanmalıdır. Primlerin toplanması, denetim, organizasyon ve rehberlik hizmetlerinin yerine getirilmesinden Sosyal Güvenlik Kurumu sorumlu olmalı ve bu alana özel sigorta sisteminin de dâhil edilmesi gerekmektedir. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından prim ödeyemeyecek durumda olan bakıma muhtaç vatandaşlara yapılan sosyal yardımlar ve sosyal hizmetler devam ettirilmelidir. Bütün bunlara ilave olarak Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesinde bir fon oluşturulmalı ve fonun değerlendirilmesi ile ilgili yatırım araçlarının nasıl kullanılacağına da karar verilmelidir.

Bakıma muhtaçlık kriteri, engelli, yaşlı ve hastalık durumuna göre belirlenmeli, bakıma muhtaçlık seviyeleri ve ihtiyaçlara göre hizmetler planlanmalıdır. Bakıma muhtaç durumda olanların kişisel mülkleri bakım sigortalarına aktarılmalıdır. Bu konuda, gerek merkezi ve yerel yönetimlere gerekse de sivil toplum kuruluşlarına önemli görevler düşmektedir. Bakım sigortası sistemi kurgulanırken ortaya çıkabilecek ihtiyaçlara göre kamu sektörü ve özel sektör arasında sorumluluk aktarılmalıdır. Bakıma muhtaç kişiler için veri eksikliğini giderici araştırmalar yapılmalıdır. Bakım hizmetlerine ilişkin sağlık harcamalarının tespiti yapılmalıdır. Bakım hizmeti paketinde neler olacağı ve bunların fizibilite çalışmaları yapılmalıdır.

Engelliliğin ve bakıma muhtaçlığın önlenmesi ve fon giderlerini azaltmaya yönelik olarak koruyucu ve önleyici tedbirlerin alınması ile beraber toplumun da bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Yukarıda bahsettiğimiz öneriler dâhilinde oluşturulacak bakım sigortası ile tüm nüfusun bakıma muhtaçlık konusunda kapsama alınması sağlanarak, toplanacak primlerle de sistemin sürdürülebilirliği sağlanmış olacaktır.

Kaynakça

- Ağören, V. (2009). Bakım sigortası ve Türkiye uygulaması. Ankara: Sosyal Güvenlik Kurumu.
- Ağören, V. (2017). Bakım sigortası ve Türkiye için model önerisi. Sosyal Güvence Dergisi, 12 (6), 1-26. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosyalguvence/issue/31548/345758>
- Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2020). Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni 2020-Ocak, 1-116 <https://ailevecalisma.gov.tr/media/37313/istatistik-bulteni-ocak-2020-1.pdf> (09.09.2020).
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2020). Evde Bakım Ücretini 1.544 TL'ye Yükselttik <https://www.ailevecalisma.gov.tr/tr-tr/haberler/bakan-selcuk-evde-bakim-ucretini-1-544-tl-ye-yukselttik/> (13.09.2020).
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2013). *Bakım hizmetleri stratejisi ve eylem planı (2011-2013) kapsamında; sosyal güvenlik sisteminde; bakım güvence modeli ve bakım sigortası oluşturulması çalışmaları taslak raporu*. Ankara. Erişim adresi: <https://ailevecalisma.gov.tr/media/33773/bakim-hizmetleri-stratejisi-ve-eylem-planı-2011-2013.doc>
- Ayhan, B. (2014). *Uzun süreli bakım sistemleri ve finansman yöntemleri: Türkiye açısından değerlendirme* (Uzmanlık alan tezi). Engelli ve yaşlı hizmetleri genel müdürlüğü, Ankara.
- Balcı-Gökçeoğlu, Ş. (2017). *Sosyal güvenlik hakkı açısından yaşlı bakımı*. İstanbul: On İki Levha.
- Bundesministerium für Gesundheit, (2020). https://www.bundesgesundheitsministerium.de/fileadmin/Dateien/3_Downloads/Statistiken/Pflegeversicherung/Zahlen_und_Fakten/Zahlen_und_Fakten_der_SPV_Juli_2020_bf.pdf (06.09.2020).

- Bundesministreium für Gesundheit, 2020 http://www.sozialpolitik-aktuell.de/tl_files/sozialpolitik-aktuell/_Politikfelder/Gesundheitswesen/Datensammlung/PDF-Dateien/abbVI41a.pdf (06.09.2020).
- Caniklioğlu, N. ve Ünal, C. (2011). *Karşılaştırmalı hukuk ışığında Türk hukukunda bakım sigortasının kurulmasının gerekliliği*. S. Başterzi (Ed.), Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan, III, içinde (s. 2267-2297). İstanbul: Beta.
- Cengiz, İ. (2018). Türk sosyal güvenlik sistemi içerisinde yaşlılara yönelik sosyal yardım ve sosyal hizmetler. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 8(2), 23-58. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/589721>
- Çağlar, T. (2015). *Türkiye ve Almanya'da karşılaştırmalı yaşlı bakım model ve uygulamaları*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Hacettepe üniversitesi / sosyal bilimler enstitüsü, Ankara.
- Çöl, M. ve Güneş, G. (2020). *Covid-19 salgınına genel bir bakış*. O. Memikoğlu ve V. Genç (Ed.), Covid-19 içinde (s. 127-138). Ankara: Ankara Tıp Fakültesi.
- Danış, Z. ve Genç, Y. (2011). Kurumsal bakım elemanlarının genel özellikleri ve yaşadıkları sorunlar. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 170-183. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yalovasosbil/issue/21786/615349>.
- Danış, Z. ve Solak, Y. (2014). Evde bakım hizmetlerinin organizasyonu: Hollanda örneği. *The Journal Social Science Studies*, 24, 57-71. Erişim adresi: <https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/79201/makaleler/24/1/arastirmax-evde-bakim-hizmetlerinin-organizasyonu-hollanda-ornegi.pdf> (08.02.2019).
- Demographic of Germany (2019). <https://www.worldometers.info/world-population/germany-population/#:~:text=The%20current%20population%20of%20Germany,of%20the%20total%20world%20population> (07.09.2020).
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2020). Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni 2020 – Ocak. <https://ailevecalisma.gov.tr/media/37313/istatistik-bulteni-ocak-2020-1.pdf> (13.02.2019).
- European Commission (2017). *Peer review on Germany's latest reforms of the long-term care system*, Germany. Erişim adresi: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=9008> (05.07.2019).
- Geraedts, M.; Heller, G. V. ve Harrington, C. A. (2000). Germany's long-term-care insurance: Putting a social insurance model into practice. *The Milbank Quarterly*, 78 (3), 375-401. Erişim adresi: <https://www.milbank.org/quarterly/articles/germanys-long-term-care-insurance-putting-a-social-insurance-model-into-practice/> (10.03.2019).
- Hekimler, A. (2015). Federal Almanya'da sosyal bakım sigortasının temel esasları, *Çalışma ve Toplum*, 44 (1), 45-76. Erişim adresi: <https://www.calismatoplum.org/makale/federal-almanyada-sosyal-bakim-sigortasinin-temel-esaslari--turkiye-icin-gozlemler>
- Hekimler, A. (2017). Yaşlılara yönelik bir sosyal politika aracı olarak bakım sigortası: Federal Almanya örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (2), 235-243. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/aeusbed/issue/33268/321912>
- Metin, M. (2014). *Almanya Federal Cumhuriyeti'ndeki zorunlu bakım sigortası ve Türkiye'deki uygulanabilirliği*. (Uzmanlık tezi). Dış ilişkiler ve yurtdışı işçi hizmetleri genel müdürlüğü, Ankara.
- Oğlak, S. (2007). Uzun süreli evde bakım hizmetleri ve bakım sigortası, *Turkish Journal of Geriatrics*, 10 (2), 100-108. Erişim adresi: http://geriatri.dergisi.org/uploads/pdf/pdf_TJG_357.pdf
- Oğlak, S. (2008). *Evde bakım hizmetleri ve bakım sigortası (Ülke örnekleri ve Türkiye)*. (2.Baskı). İskenderun: İskenderun Belediyesi Kültür Yayınları.
- Oğlak, S. (2011). Türkiye'de yaşlı bireylerin bakım gereksinimlerine yönelik yaşadığı ortamda sunulacak bakım modelleri. *İş-Güç*, 13 (4), 115-130. Erişim adresi: <http://www.isguc.org/?p=article&id=468&cilt=13&sayi=4&yil=2011>

- Oğlak, S. (2014). Türkiye’de yaşlının uzun süreli bakımında bakım politikaları. N. Korkmaz, S. Yazıcı (Ed.), *Küreselleşme ve Yaşlılık* içinde (s. 215-234), Ankara: Ütopya.
- Ökem, G. Z. ve Can, M. (2014). *Avrupa birliği ülkelerinde yaşlılara yönelik uzun süreli bakım sistemleri ve uygulamaları*. Ankara: Nobel.
- Özgüler-Canbey, V. (2006). *Yeni bir sosyal dışlanma biçimi olarak sayısal uçurum AB üyesi ülkelerde “e-içerme politikaları”*. Eskişehir: Nisan.
- Özgüler-Canbey, V. (2016). *Yeni teknolojiler ve Türkiye’de bilişim teknolojileri uygulamaları*. V. Canbey Özgüler (Ed.), *Yeni Teknolojiler ve Çalışma Hayatı* içinde (s. 199-226). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Özmete, E. ve Hussein, S. (2017). *Türkiye’de yaşlı bakım hizmetleri raporu: Avrupa’dan en iyi uygulama örnekleri ve Türkiye için bir model tasarımı*. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Sosyal İçerme Politikaları Alanında Kurumsal Kapasitenin Artırılması Projesi. Ankara: TC Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. Erişim adresi: <https://ailevecalisma.gov.tr/media/9334/tuerkiye-de-ya%C5%9F%C4%B1-bak%C4%B1m-hizmetleri-avrupa-dan-en-iyi-uygulama-oernekleri-ve-tuerkiye-i%C3%A7in-bir-model-tasar%C4%B1m%C4%B1-proje-kitab%C4%B1.pdf> (10.08.2020).
- Pflegetagegeldversicherung. (t.y.). <https://www.pflegeversicherung-infoportal.de/pflegeversicherung.html> (09.09.2020).
- Ranci, C. ve Pavolini, E. (2015). Not all that glitters is Gold: Long-term care reforms in the last two decades in Europe. *Journal of Social Policy*, 25 (3), 270-285. Erişim adresi: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0958928715588704>
- Sağlam, N. (2020). Yaşlı Bakım Sigortası Sistemi Pandemi Döneminde Yaşlılara ve Ekonomiye Büyük Katkı Sağlayacak. <https://www.yasliyimhakliyim.com/yasli-bakim-sigortasi-sistemi-pandemi-doneminde-yasli-lara-ve-ekonomiye-en-buyuk-katkii-saglayacak/> (05.09.2020).
- Şuözer, N. (2016, 1 Aralık). Almanya’da Bakım Sigortasında Çok Şey Değişecek. *Artı 49*. Erişim adresi: <https://www.arti49.com/almanya-da-bakim-sigortasinda-cok-sey-degisecek-630434h.htm>, (08.02.2019).
- Taşçı, F. (2010). Yaşlılara yönelik sosyal politikalar: İsveç, Almanya, İngiltere ve İtalya örneği. *Çalışma ve Toplum*, 24 (1), 175-202. Erişim adresi: <https://www.calismatoplum.org/makale/yasli-lara-yonelik-sosyal-politikalar-isvec-almanya-ingiltere-ve-italya-ornekleri>
- Türkiye Eczacılar Birliği (2020). Coronavirüs Hakkında Bilinmesi Gerekenler, Erişim adresi: <https://www.teb.org.tr/uploads/brosur/corona.pdf>, (05.09.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2018a). İstatistiklerle Gençler, 2017, Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı: 27598. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=pQvgh21RvF67LZxF9dmg10FHVnh0k7N5JGGJz39GQxtGCLqbbp2W!-453073999?id=27598>, (22.03.2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2018b). İstatistiklerle Yaşlılar, 2017, Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni, Sayı: 27595. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27595>, (22.03.2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020a). İstatistiklerle Yaşlılar, 2019, *Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*, Sayı: 33712. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yasli-lar-2019-33712#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Ya%C5%9F%C4%B1%20n%C3%BCfus%20olarak%20kabul%20edilen,9%2C1'e%20y%C3%BCkseldi>.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020b). İstatistiklerle Gençlik, 2019, *Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*, Sayı: 33731. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33731>, (07.09.2020).
- United Nations. (2017). *World Population Prospects*. Erişim adresi: https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf (13.09.2020).
- United Nations. (2019). Ageing, <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/ageing/> (08.09.2020).

- Uyanık, Y. ve Başyigit R. (2018). Demografik yapı içinde yaşlı nüfusun görünümü ve aktif yaşlanma yaklaşımı perspektifinde politika örnekleri. *İş ve Hayat*, 4 (8), 273-310. Erişim adresi: http://www.sekeris.org.tr/dergi/multimedia/dergi/113_demografik_yapi_icinde_yasli_nufusun_gorunu_mu_ve_aktif_yaslanma_yaklasimi_perspektifinde_politika_ornekleri.pdf
- Üstün, Ç. ve Özçiftçi, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkileri: Bir değerlendirme Çalışması, *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25 (1), 142-153. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/anadoluklin/issue/53241/721864>
- World Health Organization (2008). *Home care in Europe*, R. Tarricone ve A. D. Tsouros, (Ed.), Milan, Italy. Erişim adresi: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0005/96467/E91884.pdf (04.09.2020).
- Yakınların Bakımı. (2020). https://www.muenchen.info/soz/pdf/LHM_Pflege_angehoeriger_tuerkisch.pdf (08.09.2020).
- Yıldırım, Ş. ve Şahin, F. (2015). *Yaşlılık ve sosyal hizmet*. H. Ceylan (Ed.), Modern Hayat ve Yaşlılık içinde (s. 55-96). Ankara: Nobel.
- <https://www.ailevecalisma.gov.tr/tr-tr/haberler/bakan-selcuk-evde-bakim-ucretini-1-544-tl-ye-yukselttik/> (13.09.2020)
- <https://www.sabah.com.tr/yasam/2020/10/15/evde-bakim-maasi-yatti-mi-hangi-illerde-yatirildi-14-ekim-evde-bakim-maasi-yatan-iller-sorgulama-ekrani?paging=2> (15.10.2020).