

Volume: 6 Issue: 1 February 2021

TROYACADEMY

International Journal Of Social Sciences

ISSN: 2718-0905
E ISSN: 2717-753X

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
CANAKKALE ONSEKİZ MART UNIVERSITY

TROYACADEMY

International Journal Of Social Sciences

Volume: 6 Issue: 1 Cilt: 6 Sayı: 1
Şubat/February 2021

ISSN: 2718-0905
EISSN: 2717-753X

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
School of Graduate Studies

TROYACADEMY

International Journal of Social Sciences
Cilt 6 · Sayı 1 · Şubat 2021 / Volume 6 · Issue 1 - February 2021
ISSN: 2718-0905
e-ISSN: 2717-753X

SAHİBİ (Publisher)

Rektör Prof. Dr. Sedat MURAT
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Editörler / Editors

Prof. Dr. Pelin KANTEN	Editör	pelinkanten@comu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah KIRAY	Editör Yardımcısı	abdullahkiray@gmail.com

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Pelin KANTEN	Editör	pelinkanten@comu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah KIRAY	Editör Yardımcısı	abdullahkiray@gmail.com
Doç. Dr. Yener PAZARCIK	Yayın Kurulu Üyesi	ypazarcik@comu.edu.tr

Yazı İşleri / Secretariat

Arş. Gör. Hüseyin ORAK

Danışma Kurulu / Consultative Committee

AKTAŞ Hakkı (İstanbul Üniversitesi)	KIMURA Takuma (Hosei University)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KOVAL Igor M. (Odessa I.I. Mechnikov National University)
BAGBAŞLIOĞLU Arif (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KUZUCU Kemalettin (Marmara Üniversitesi)
BARAN Muhteşem (İstanbul Üniversitesi)	MURAT Sedat (İstanbul Üniversitesi)
BARBU Andreea Mihaela (Academia de Studii Economice din Bucureşti)	NATSUDA Kaoru (Ritsumeikan Asia Pasific University)
CAIAZZO Massimo (International Association of Colour Consultants)	OKUMUŞ Fevzi (University of Central Florida)
CHEN Alexander (University of Central Arkansas)	ÖNLER Zafer (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ÇAYLAK TÜRKER Ayşe (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖRNEK Ali Şahin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ELAGÖZ İsmail (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZCAN Ayşe (Giresun Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZMEN Ömür Nezcan (Dokuz Eylül Üniversitesi)
ERKUL Hüseyin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	PETLAK Victorija (Baltijas Starptautiskā Akadēmija)
EŞİTTİ Bekir (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SABEV Orlin (Bulgarian Academy of Sciences)
FIRAT Aytakin (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)	TAKAOĞLU Turan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GHOSE Sanjoy (University of Wisconsin-Milwaukee)	TARHAN İsmail (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GONGOL Tomáš (Slezská univerzita v Opavě)	TAŞÇI Özcan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÖRÜN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UĞUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜMÜŞ Erhan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ULUOCAK Şeref (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜMÜŞTEKİN Gülten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YARAŞ Eyüp (Akdeniz Üniversitesi)
İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YEŞİLTAŞ Murat (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YILDIRIM Yavuz (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
KOCA Nusret (Afyon Kocatepe Üniversitesi)	ZÜMRÜT Yeşim (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
KOSTADINOVA Elena (University of National and World Economy)	

Bu Sayının Hakemleri / Referees of This Issue

AĞIR Osman (İnönü Üniversitesi)	ELAGÖZ İsmail (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ARSLAN Mehmet Lütfi (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)	İRA Nejat (Kocaeli Üniversitesi)
BAĞBAŞLIOĞLU Arif (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KARA Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BAĞBAŞLIOĞLU Tuğba (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KARADENİZ Yasin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BATUK Sevgin (Türk-Alman Üniversitesi)	KOÇOĞLU Şahnaz (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
BOZ Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	MADEN EYİUSTA Ceyda (Kadir Has Üniversitesi)
ÇOLAKOĞLU Tanju (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	MAYA İlknur (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ÇÖMEZOĞLU UZBEK Özgü (İstanbul Üniversitesi)	ÖRNEK Ali Şahin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
DEMİR Kemal (Yalova Üniversitesi)	PEKAR Çiğdem (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
DURAN Erol (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ŞAHİN PERÇİN Nilüfer (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
ERAT Muhammet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TEMPLE Çiğdem (Northern Virginia Community College)
ESER Gül (Marmara Üniversitesi)	TORUN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
EŞİTTİ Bekir (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TUNÇ Ahmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜMÜŞ Erhan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UYGUN Ayşe Gülce (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜMÜŞTEKİN Gülten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YALÇINKAYA Akansel (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
İNCEKARA Beyhan (İstinye Üniversitesi)	YÜCEKAYA Polat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Alan Editörleri / Field Editors

KÖRPE Reyhan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	Arkeoloji / Archaeology
YALÇINKAYA Akansel (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)	İşletme ve Yönetim / Business and Management
ARICA Feyza (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	İktisat / Economics
ERAT Muhammet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	Tarih / History
YAVAŞ Alptekin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	Sanat Tarihi / Art History
BAĞBAŞLIOĞLU Arif (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	Uluslararası İlişkiler / International Relations

İndeksler / Indexes



TROYACADEMY

International Journal of Social Sciences

ISSN: 2564-7695

e-ISSN:2564-6486

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Yılda üç kez yayınlanır / Published three times a year

Troyacademy dergisi 2021 yılından itibaren yılda üç sayı (Şubat, Haziran ve Ekim) olarak yayımlanması planlanan uluslararası hakemli ve bilimsel bir dergidir. Derginin yazım dili Türkçe ve İngilizce'dir. Dergide bilimsel araştırma ölçütlerine uygun olarak sosyal bilimler alanında yapılmış ve daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olan; doktora ve yüksek lisans çalışmalarından elde edilen sonuçların bir bölümünden ya da tümünden yararlanarak hazırlanmış olan bilimsel makaleler, araştırma-inceleme makalesi türünden çalışmalar, derleme yazıları, teknik notlar, kitap tanıtımları ve benzeri yayımlanır; arşivlenir, paylaşılır, basılır ve dağıtılır. Troyacademy, herhangi bir makale değerlendirme/işlem ve yayın ücreti talep etmez.

Troyacademy (International Journal of Social Sciences) is an international peerreviewed scientific journal scheduled to be published three times a year, from 2021 onwards, in February, June and October. Publication languages of the journal are Turkish and English. The journal comprises, archives, shares, prints and distributes scientific articles, articles derived from research of masters and doctoral thesis, research and observation reports, collections, technique notes and bookreviews. Papers from all fields of social sciences are admissible and expected to be coherent with scientific research criteria and not published before. The journal does not charge any sort of article processing or publication fee.

Yayın Süreli Yayın
3 aylık (Şubat/Haziran/Ekim)
Türkçe/İngilizce

Vernacular Publication
Quarterly (February/June/October)
in Turkish/English

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Terzioğlu Yerleşkesi, Çanakkale – TURKEY
Tel: +90 286 218 00 18 Fax: +90 286 218 05 24
Web: <http://troyacademy.dergi.comu.edu.tr>
E-mail: troyacademy@comu.edu.tr

Aksi belirtilmediği sürece Troyacademy'de yayımlanan yazılarda belirtilen fikirler yalnızca yazarına aittir. Bu konuda dergi sahibi, editörler veya diğer yazarlar sorumlu tutulamaz.

Statements of acts or opinions appearing in the International Journal of Social Sciences are solely those of authors and do not imply endorsement by the editors, other authors or publishers.

Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izni alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalama sistemi kullanılarak yeniden basılamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

All Rights Reserved. No part of this publication may be reproduced, stored or introduced into a retrieval system, or transmitted in any form, or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the IJSS editors.

TAKDİM

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü bünyesinde çıkarılan yeni adı Troyacademy dergisi 2021 yılından itibaren 3 sayıya çıkarılmıştır. Derginin bu sayısında İşletme, İktisat, Uluslararası İlişkiler, Arkeoloji ve Sanat Tarihi alanlarında 14 Makale yer almaktadır.

Dergimizin bu sayısına çalışmalarını gönderen akademisyenlere, bu eserlerin değerlendirmesini yapan hakemlere, yayın ve danışma kurulu ve sekreteryaya teşekkür ederiz.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Troyacademy

TROYACADEMY

International Journal of Social Sciences

ISSN: 2718-0905

e-ISSN: 2717-753X

Cilt 6 • Sayı 1 • Şubat 2021 / Volume 6 • Issue 1- February 2021

İçindekiler Table of Contents

MAKALELER ARTICLES

Araştırma Makalesi/Research Article

Investigation of The Relationship Between The Personality, Organizational Identification and Turnover In Competitive Flight Model

Rekabetçi Uçuş Modelinde Kişilik, Örgütsel Özdeşim Ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin

İncelenmesi.....1

Pervin TUNÇ, Osman YILDIRIM, Esra AYDIN GÖKTEPE, Selçuk ÇAPUK

Araştırma Makalesi/Research Article

Sosyal Medyada Kurumsal Kimlik: Türk Finans Sektöründeki Sosyal Ağlar Üzerine Bir Analiz

Corporate Identity On Social Media: An Analysis of Social Networks In Turkish Financial Sector.....25

Zekiye Beril AKINCI VURAL, Aslı SAYAT, Duygu ÇAVUŞ

Araştırma Makalesi/Research Article

Eğitim Örgütlerinde Pozitif Psikolojik Sermaye, Birey-Örgüt Uyumu ve Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişki

The Relationship Between Positive Psychological Capital Person-Organization Fit and Organizational

Alienation.....59

İlknur ŞENTÜRK, Gülcan SEÇİLMİŞ

Araştırma Makalesi/Research Article

Güncel Haliyle Bitcoin ve Piyasadaki Değeri Üzerine Bir İnceleme

Bitcoin Current State and A Study on Bitcoin Value in The Market.....80

Özgür GÜVEN, Şahin BULUT

İçindekiler Table of Contents

MAKALELER ARTICLES

Araştırma Makalesi/Research Article

Bozköy’de Kadın ve Erkeğin Mekân Kullanımında Toplumsal Cinsiyet Rollerini: Etnoarkeolojik Bir Yaklaşım

Gender Roles of Men and Women in Using Space in Bozköy: An Ethnoarchaeological Approach.....90
Serhan MUTLU

Araştırma Makalesi/Research Article

Üniversite Kariyer Merkezlerinin Dünyadaki Gelişimi ve Türkiye Örneği

The Development of University Career Centers in the World and its Example in Turkey137
Neşe GÜLMEZ, Mehmet Emin OKUR

Araştırma Makalesi/Research Article

Bizans Dönemi Taş Eserlerinde Refrigerium Sahneleri

Refrigerium Scenes in Byzantine Stone Works158
Tuğçe KARADEMİR

Araştırma Makalesi/Research Article

1960’lardan 2000’lere Hukuki ve Toplumsal Yönleriyle Türkiye’de Vatandaşlık ve Kimlik Düzenlemelerinin Ana Eksenleri

The Main Axes of Citizenship and Identity Regulations in Turkey from 1960s to 2000s In Respect to The Legal and Social Aspects.....187
Funda Çoban

Araştırma Makalesi/Research Article

Yerli ve Yabancı Turistlerin Her Şey Dahil Sistemini Tercih Nedenleri ve Memnuniyet Düzeyleri: Antalya Örneği

Reasons of Domestic and Foreign Tourists’ Preferences of All-Inclusive System and Satisfaction Levels: Antalya Case208
Mustafa BOZ, Buket BULUK EŞİTTİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Profesyonel Turist Rehberlerinin Kaçak Rehberlik Faaliyetlerini Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma

A Survey of Professional Tourist Guides to Perceive Illegal Guidance Activities.....232
Büşra ŞAHİN, Sena KAYA, Sevilay CESUR, Emrah ÖZKUL, Selda UCA

İçindekiler Table of Contents

MAKALELER ARTICLES

Araştırma Makalesi/Research Article

Kamu Kurumlarında Yapısal Güçlendirmenin Personelin Örgütsel Özdeşleşme ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkileri

The Effect of Structural Empowerment on Organizational Identification and Satisfaction with Life of the

Personnel.....249

Hafize SEÇTİM, Hüseyin ERKUL

Araştırma Makalesi/Research Article

Konstrüktivizm ve Kimlik: Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı Politikasının İncelenmesi

Constructivism And Identity: Analysis of Turkish Foreign Policy Toward The Bosnian

War.....286

Merve BATTAL

Araştırma Makalesi/Research Article

Örgüt İçi İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Türkiye'deki Bankacılık Sektörü Üzerinde Bir Araştırma

Effect Of Organisational Communication On Organisational Commitment: A Study On Banking Industry In

Turkey.....311

Esra ÖKSÜZ, Serhat ULAĞLI

Araştırma Makalesi/Research Article

Çalışanların Psikolojik Sermayesinin Kariyer Adaptasyonuna Etkisi

The Effect of Employees' Psychological Capital On Career

Adaptation.....331

Necmiye Tülin İRGE, İbrahim YILDIRIM, Hazem ASSALİ

Investigation Of The Relationship Between The Personality, Organizational Identification and Turnover In Competitive Flight Model

Pervin TUNÇ* Osman YILDIRIM** Esra AYDIN GÖKTEPE*** Selçuk ÇAPUK****

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the employees of the low cost carriers (LCC) and Full Service Carriers (FSC) personal traits, organizational identification and Turnover. The research data were collected by the Personality Traits Scale and Turnover Scale. The sample consisted of 175 working in the LCC business model and 175 working in the FSC business model. The models obtained by the path analysis for the research variables were statistically tested and fit indices were investigated for each model. It was determined that the Organizational Identification (OI) has a full mediating effect on the relationship between the Emotional Stability (ES) and the Turnover (TO) in the LCC business model. In the same way, employees working in the full service airline business model; In the effect of ES variable on TO variable, OI variable was determined to have full mediating effect. When structural equation model is applied to the data obtained from all participants, it is determined that the OI variable has a partial mediating effect on the effect of the Conscientiousness (C) on the TO. It can be thought that the research findings will contribute to airline human resources professionals and researchers in strategic planning.

Research Article

Received: 04.10.2020

Accepted: 05.01.2021

Keywords:

Personality traits, Organizational Identification, Turnover, Structural equation model, Competitive flight model

Rekabetçi Uçuş Modelinde Kişilik, Örgütsel Özdeşim Ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, havacılık sektörünün iki temel rakip havayolu iş modeli olan Low Cost Carrier (LCC) ve Full Service Carrier (FSC) airways kabin ve kokpit çalışanlarının kişilik özelliklerinin incelenmesidir. Araştırma verileri Kişilik Özellikleri Ölçeği, İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği, Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği ile toplanmıştır. Çalışmanın örnekleme Basit Tesadüfi Örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Örneklem LCC iş modelinde çalışan 175 ve FSC iş modelinde çalışan 175 olmak üzere toplamda 350 gönüllü uçuş personelinden oluşmuştur. Araştırma değişkenleri için yapılan yol analizi ile elde edilen modeller istatistiksel olarak test edilmiş ve her bir model için uyum indeksleri araştırılmıştır. LCC işletme modelinde çalışanların Emotional Stability (ES) değişkeni ve Turnover (TO) değişkeni ilişkisinde Organizational Identification (OI) değişkeninin tam aracı etkisi olduğu belirlenmiştir. Full service havayolu işletme modelinde çalışanların da aynı şekilde; ES değişkeninin TO değişkenine olan etkisinde OI değişkeni tam aracı etki yaptığı belirlenmiştir. Low cost ve full service işletme çalışanlarından elde edilen verilere yapısal eşitlik modeli uygulandığında Conscientiousness (C) değişkeninin TO değişkenine olan etkisine OI değişkeninin kısmi aracılık etkisi yaptığı belirlenmiştir. Araştırma bulgularının, havayolu insan kaynakları profesyonellerine ve bu alandaki araştırmacılara stratejik planlamada katkı sunacağı düşünülebilir.

Araştırma Makalesi

Geliş: 04.10.2020

Kabul: 05.01.2021

Anahtar Kelimeler:

Kişilik özellikleri, Örgütsel özdeşleşme, İşten ayrılma niyeti, Yapısal eşitlik modeli, Rekabetçi uçuş modeli

* Faculty Member, Istanbul Arel University, Arts and Sciences Department of Psychology, pervinden@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4938-0510

** Istanbul Arel University, Institute of Social Sciences, osmanyildirim@arel.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8900-3050>

*** Istanbul Arel University, Economics and Administrative Sciences Business Administration Department, esraaydingoktepe@arel.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7833-448X>

**** Nişantaşı University, Institute of Social Sciences, selcuk.capuk@nisantasi.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6020-7247>

INTRODUCTION

The rapidly changing world and human life have created changes in the profiles and expectations of passengers who are airline customers. In addition to the increasing travel opportunities with developing technology, the fierce competition caused by liberalization in aviation provided dramatic decreases in ticket prices. Prices in air transportation; overall price has fallen over 60% since 1970 when adjusted for the effect of inflation (IATA, 2013).

There are national airlines serving only as publicly owned subsidiaries under the monopoly market conditions in aviation industry before liberalization in aviation, which started in America in 1978 and spread to the world. While aviation grew locally in developed countries with high GDP during these periods, with the private airlines entering the market after liberalization, there was a severe demand-driven competition in the sector. It is observed that the success and competition of the business models developed by private airlines, primarily as non-scheduled and then low-cost airlines, continue to trigger rapid developments in the sector today. While LCCs, which continued to narrow down the market share of FSCs at short distances, carried 27.1% of all airline passengers in 2015; By 2016, the market share of LCCs increased to 28.3%, while the share of network airlines of FSC decreased to 69.5% (IATA, 2017).

While airline transportation services are being equipped with advanced technology investments day by day, the human factor at the center of the service continues to maintain its vital importance. According to researches, LCC customers expect lower financial opportunities and staff quality than FSC customers. Although financial factors and high personnel quality, customer satisfaction and intent to choose or recommend the airline after the flight are important factors for both business models, it has been determined that employees are the strongest determinant of customer satisfaction (Koklic, Kukar-Kinney, Vegelj, 2017). In this context, in the aviation industry, where recruitment, training time and costs are high; the presence of skilled and experienced employees, which are integrated with the organization, is of great importance in terms of keeping the quality of service of the airlines high. Keeping the intentions of experienced employees to leave their jobs low, ensuring loyalty to their organizations and increasing their productivity will provide a significant advantage in business and operational competition between business models.

Physiological, psychological and sociological factors are effective for employees to behave appropriately while producing services. Personality traits, which are at the basis of the psychological states of individuals, are related to the behaviors of the employees in the production processes and interpersonal relations. Therefore, efficient results can be obtained when the personality traits and production processes of the employees are compatible with each other. Zimmerman (2008) stated that

the personality traits of employees have a significant effect on the intention or behavior of quitting. In terms of organizational management, it seems important to have information about the personality traits of individuals in working life and to understand how the personality structure of the employees determines or affects their behavior in situations such as business communication and job satisfaction (Rooney, 2010). In addition, candidates who show “responsible and emotional stability” in their recruitment processes were found to have lower job leaving behaviors and showed higher job efficiency in the first six months after being admitted (Barrick & Zimmerman, 2009). In this study, the relationship between the personality traits, organizational identification and intention to quit of airline employees, which are rarely found in the literature, were examined and suggestions were made for airline managers and researchers, primarily human resources. The findings obtained from a sample consisting of airline cabin and cockpit staff operating in Turkey in this context has been interpreted in the literature. The results of the research are important as they will contribute to a limited number of studies to determine the relationship between the personality traits of the airline employees, the intention to quit and identification. Findings obtained as a result of the research are discussed with the literature below.

PERSONALITY, ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION AND TURNOVER: A REVIEW OF LITERATURE

Personality

Personality is defined as the sum of individual behavioral and mental characteristics (Colman, 2001) and consistent behavioral and cognitive characteristics that differentiates the individual from others (Passer & Smith, 2003).

Personality (Ehigie et al., 2012), which explains the differences between individuals' cognitive, emotional and social behavior, plays a central role in the way they perceive, evaluate, interpret and respond to other people in interpersonal relationships. This interaction also includes emotional responses. Thus, it is stated that personality is related to the processes of the individual in business life. The five-factor personality model empirically defines personality traits, offering a well-developed and rigorously tested psychometric measurement tool (Costa and McCrae, 1992).

According to McCrae and Costa, personality is examined within the scope of five major feature models, such as extraversion, self-discipline, compatibility, neuroticism and openness to experience;

Extroversion: It was determined that people with extroverted characteristics tend to have a high degree of socialization and communication, tend to exaggerate the incidents, exhibit a talkative and ambitious personality structure (David & Clark, 1997; McCrea & Costa, 2003; Raja, 2004; Trouba, 2007). It has

been observed that employees with extrovert characteristics are successful in their professional responsibilities and duties (Stewart, 1996). It has been determined that extroverted individuals tend to make extra efforts to obtain the approval of their managers and that they may develop behavioral disorders as a result (Lysaker, 1998). It has been stated that people with a extrovert personality structure adapt to business processes and different cultures more easily (Caligiuri, 2000) and their job success is higher (Judge & Zapata, 2015; Perry, 2003).

Emotional imbalance: Costa and McCrae (1992) explain the emotional imbalance (Neuroticism) dimension as lacking psychological adaptation. It is stated that individuals who tend to have an emotional imbalance tend to lose their emotional equilibrium and display unstable behavior under intense stress and pressure (Perry, 2003). These people show anxious, depressed, nervous, bored, emotional confusion, sad, interpersonal relationship difficulties, insecure and insecure personality traits (Barrick & Mount, 1991; Spector, 2006; Bruck & Allen, 2003). It is observed that individuals with emotional instability personality traits have difficulties in making sense of the situations they are in, and have trouble demonstrating problem solving and coping skills or decision making skills.

Compatibility: Individuals with compatible personality traits tend to cooperate with other people, behave according to courtesy rules in interpersonal relationships, be flexible when necessary, show a flexible, shared success orientation (Moody, 2007; Barrick, Stewart & Piotrowski, 2002; Barrick & Mount, 1991). It is known that those with compatible personality traits are more successful in business life, management position and service sectors. It has been observed that those who show this personality trait show flexible, empathetic and reliable attitudes in interpersonal relations.

Self discipline (Responsibility): Individuals with weak self-discipline are more lazy than self-disciplined individuals, unable to take control, stolid, irresponsible, careless, unreliable behavior (Church, 1993). Individuals who show self-discipline are reliable, careful, responsible, persistent, low-risk behaviors, success-oriented, careful, honest, success-oriented, detail-oriented and positive in team work (Osatuyi, 2015; Spector, 2006; Raja, 2004). Responsible individuals experience less stress in their business processes (Penley & Tomaka, 2002), have low internet usage addictions, (Jia, 2008), but are less prone to group work, but undertake significant part of business production (Chang et al., 2015). It was determined that they show social anxiety disorder (Kaplan et al., 2015).

Openness to experience: While the openness to experience dimension emphasizes the cognitive aspect of the person, they possess strong imagination, artistic sensitivity, and personality traits that are open to culture, knowledge and learning (Barrick and Mount, 1991). In addition, it has been stated that individuals who show openness to experience clearly demonstrate analytical thought, open-mindedness, curiosity, openness to change, independence, bravery, creativity, high imagination and

authenticity (Zel, 2006). Openness to experience is associated with personality trait, learning new things in work life, high motivation and organizational commitment.

Studies aimed to determine the relationship between personality traits and organizational behavior variables emphasize that the harmonious personality trait is an important determinant in work efficiency. It was emphasized that the self-discipline (responsibility) personality trait had a positive effect on the job efficiency, organizational identification and commitment of all occupational groups (Saldago, 1997). In another study investigating the relationship between organizational identification and work efficiency, findings have emerged that self-discipline and compatible personality traits affect the relationship positively (Kieffer, Schinka & Curtiss, 2004; Smith & Canger, 2004; Mount, Barrick & Stewart, 1998). In recent years, research has increased on how certain personality traits in the workplace can affect work aspects such as job performance, attendance and job satisfaction (Judge, Martocchio and Thoresen, 1997; Barrick, Stewart & Piotrowski, 2002; Judge, Heller, and Mount, 2002).

Research findings revealing that determinants of quitting intention differ with respect to personality characteristics (Jenkins, 1993). Findings showing that employees who are open to development and have compatible personality traits are more successful in their commitment to work and job performance (Saldago, 1997). In addition, it was found that employees with extroverted personality traits experienced more job satisfaction and organizational identification, and their intention to quit was higher (Furnham et al., 2002). On the other hand, it has been reported that extroverted personality traits have a positive effect on intention to quit and self-disciplinary traits affect negatively (Judge, Martocchio, & Thoresen, 1997).

In recent years, it has been observed that there is an increasing worldwide acceptance regarding the definition of personality traits. Personality traits are handled in a five-dimensional structure conceptualized as the Big Five model (Goldberg, 1981). In this model, where individuals are defined in terms of extroversion, compatibility, responsibility, emotional stability and openness to experience, personality traits are handled with a psychological approach based on word definitions (De Raad, 2000)

Organizational Identification

Identification is related to how the individual defines himself and the level of harmony with the group where he positions himself. The concept of identification has become an issue of interest in management research, as it is related to the individual's ability to serve organizational goals, increase his contribution to the organization, prefer the organization and its continuity (Edwards, 2005).

Organizational identification begins with the individual's adoption of the values and norms of the organization. Organizational identification is defined as employees seeing themselves as a whole with the organization, identifying with the organization, perceiving organizational efficiency or inefficiency as their own efficiency or inefficiency (Ashforth & Mael, 1989).

Organizational identification; It consists of three stages: the acceptance of the norms and values of the organization, the willingness of the organizational roles and the willingness to continue the membership of the organization (Mael and Ashforth, 1995).

Social identity theory is the first theory that forms the basis of the concept of organizational identification and explains the components and determinants of the concept (Van Dick, 2001). The second theory that explains the concept of organizational identification is the self-categorization theory. According to the self-categorization theory, which is the developed version of the social identity theory, individuals categorize themselves as members of this group with the tendency to increase the behaviors that reinforce this belonging by feeling belonging to the group they are in (Turner, et al., 1987; Wagner and Ward, 1993). The common conclusion reached by social identity and self-categorization theories is that the more the organization's norms and values are adopted by the individual, higher the organizational identification. The concept of organizational identification is an important organizational behavior variable because it is a concept that can explain negative changes on business attitudes such as job satisfaction, job performance, commitment to work, passion for work, motivation and organizational citizenship behavior, as well as negative changes on business attitudes (Bartel, 2001; Blader & Tyler, 2009; Liu, Loi, & Lam, 2011).

Turnover

It is important for businesses to have employees who create added value and make this value permanent in order to gain competitive advantage. It is not enough for organizations to hire competent employees for the sake of continuing competitive advantage. For this reason, businesses need to make their administrative activities responsive to the employees in order to retain their employees. This adds retention costs to recruitment costs and increases staff costs. Despite the increased cost, organizations need to bear these costs to prevent larger losses from unwanted business outcomes. In sectors such as aviation where the workforce has higher education, and the labor market has its own unique skills and know-how, activities for recruitment processes and subsequent personnel should be designed to reduce the intention to quit. The intention to quit is expressed as the psychological response of the employee to the idea of changing jobs and businesses (Kassing et al., 2012: 241).

The intention to quit is related to the demographic characteristics of the employees and the many work attitudes and behaviors they have developed for the job. There is a negative relationship between the intention to quit and the year of employment, the level of education and age range, the lack of organizational financial support, the low level of workload and the excessive workload (Conklin and Desselle, 2007: 3; Kim et al. ., 2012).

EMPIRICAL MODELS, METHODS AND DATA

Research Sample

Sampling, pilots working in different positions in several airline companies operating in Turkey, covers the cabin supervisor and hostess (n = 350).

Procedure

The working order of flight crews in airlines is done through the task listing and tracking method called roster. Airlines need to establish stable core personnel shift teams based on predictions about future staff demand and employee availability (Ingels, and Meanhout, 2017). In order to make instant changes in the personnel shift list, capacity buffers are created, in which some personnel are kept in reserve or ready. Due to the working features and variable programs of the airline personnel, the scales were provided to the participants through the unit responsible. However, the scales were answered during the rest periods while the participants were on duty. The unit responsible was informed about the purpose of the research in the predefined research days. Participants were contacted through the department representatives, and data was collected from the personnel who wanted to participate in the research after informed consent. 350 of 354 data collection forms were completed and evaluated. The scales were distributed to the employees without knowing which flight attendants would reach according to the variable working order. Therefore, this sampling method means simple random sampling.

Simple random sampling is useful when there is a good sampling frame and the population is concentrated in a geographic location (De Vaus, 1990).

Data Tools

In the research, socio-demographic information form, four-factor personality scale, organizational identification scale and Turnover Intention Scale were used.

Four-Factor personality traits scale: In this study, a four-factor personality traits scale with 16 items was used considering the superiority of screening studies with practical value in order to be answered in a shorter time (De Raad, Sullot and Barelds, 2008). In this study, four basic dimensions of personality traits were used. Four-factor personality inventory; It has been used because it integrates a

wide range of personality traits, is a comprehensive and efficient model, and can be applied for different cultures.

Turnover intention scale: The scale has been prepared for the purpose of scaling employees' thoughts and intentions about leaving or continuing to work (Mobley, Horner and Hollingsworth, 1978). The scale is 3 items and is arranged as 5-point likert and self-report (1 = Strongly disagree, 5 = Strongly agree).

Organizational identification scale: It was developed with the aim of determining the organizational identification levels of employees (Mael and Ashforth, 1992). It consists of 6 expressions and one dimension. The questions in the scale were prepared as five-point Likert (1-Absolutely disagree ... 5-Absolutely agree) and self-report.

Data Analysis and Statistical Techniques

Research data were analyzed and interpreted using SPSS for Windows 22.00 and AMOS 22.0 program. Confirmatory factor analyzes related to the scales used in the research were made in the AMOS program and cronbach's alpha, AVE and CR values were also calculated. In addition, the mediating effects of structural equation modeling were analyzed in the AMOS program using the bootstrap method.

RESULTS

Demographic features

For LCC and FSC, a total of 354 airline employees were surveyed, and as a result of the examination, 4 questions were excluded from the evaluation since each question was not answered, and the number of participants was determined to be 350.

Table 1. Demographic Features

		Airline Service Model			
		LCC		FSC	
		n	%	N	%
Gender	Male	48	27.4%	70	40.0%
	Female	127	72.6%	105	60.0%
	Total	175	100.0%	175	100.0%
Age	<25	24	13.7%	34	19.4%
	25-29	85	48.6%	53	30.3%
	30-34	35	20.0%	47	26.9%
	>=35	31	17.7%	41	23.4%
	Total	175	100.0%	175	100.0%
Education	Primary School	0	0.0%	0	0.0%
	High School	41	23.4%	26	14.9%
	University	125	71.4%	137	78.3%
	Master/Ph.D.	9	5.1%	12	6.9%

	Total	175	100.0%	175	100.0%
Job	Air Hostess	117	66.9%	76	43.4%
	Cabin Supervisor	41	23.4%	39	22.3%
	Officer	3	1.7%	10	5.7%
	Pilot	14	8.0%	50	28.6%
	Total	175	100.0%	175	100.0%
Experience in the Company	<1 year	25	14.3%	20	11.4%
	1-3 year	57	32.6%	26	14.9%
	3-5 year	39	22.3%	50	28.6%
	>=5 +	54	30.9%	79	45.1%
	Total	175	100.0%	175	100.0%
Experience in Total	<1 year	23	13.1%	17	9.7%
	1-3 year	51	29.1%	25	14.3%
	3-5 year	36	20.6%	53	30.3%
	>=5 +	65	37.1%	80	45.7%
	Total	175	100.0%	175	100.0%

Confirmatory Factor Analysis Results of The Scales Used in The Model

The Confirmatory Factor Analysis (CFA) investigated whether the measurement models were significant for each scale and the acceptability of the measurement models with the AMOS 22.0 package program. In the confirmatory factor analysis evaluation of the scales used for the research and whether the general tested models are suitable, the degree of freedom-corrected Chi-Square (χ^2) value (Chi-Square value / Degree of freedom), other goodness-of-fit indices and standardized residuals It was decided as a result of examining the values in the covariance matrix (Tabachnick and Fidell, 2007).

Table 2. Goodness of Fit Indices and Fit Values Used in Confirmatory Factor Analysis

İndeksler χ^2 / df	İyi Uyum $0 \leq \chi^2/df \leq 2$	Kabul Edilebilir Uyum $2 < \chi^2/df \leq 3$
GFI	$\geq 0,90$	0.85-0.89
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$
SRMR	$\leq 0,05$	$.06 \leq SRMR \leq .08$
RMSEA	$\leq 0,05$	$.06 \leq RMSEA \leq .08$

(Tabachnick and Fidell, 2007; Hair, Black, Babin and Anderson, 2010).

From the 16-item Personality Traits (BF) scale, bf11 (Is disciplined when work has to be done), bf12 (Is lazy in taking initiatives), bf14 (Is dependent in taking decisions) as the factor load is low (FL <0.50). It has been omitted. The 13-item Big Four scale, the 6-item Organizational Identification (OI), and the 3-item Turnover (TO) scale together form the measurement model. In the factor analysis applied, since the OI and TO scale had standard factor loads (FL > 0.50) in all items, they were included in the analysis.

Table 3. Confirmatory Factor Analysis for Measurement Model

Item	Component	Estimate	S. Estimate	C.R.	p
oi1(When someone criticizes...)	← OI	1.000	.684		
oi2(I am very interested...)	← OI	.822	.587	11.589	***
oi3(When I talk ... than 'they')	← OI	.930	.818	13.499	***
oi4(This school's successes ...)	← OI	1.166	.938	15.166	***
oi5(When someone ...)	← OI	1.188	.920	14.955	***
oi6(If a story ... embarrassed)	← OI	1.069	.798	16.052	***
to1(I often ... leaving ...)	← TO	1.000	.860		
to2 (It is ... I will look for ...)	← TO	1.081	.957	28.497	***
to3(If I could ..., I would ...)	← TO	1.075	.850	22.367	***
bf1(Remains optimistic ...)	← E	1,000	.772		
bf2(Is lively at parties)	← E	1.910	.881	5.726	***
bf3(Is cheerful when ...)	← E	.954	.515	6.422	***
bf5(Behaves arrogantly ...)	← A	1.000	.772		
bf6(Behaves authoritarian ...)	← A	1.174	.639	8.115	***
bf7(Reacts ... something)	← A	1,257	.809	9.891	***
bf8(Reacts ... what happens)	← A	1,196	.737	8.920	***
bf9(Reacts ... bad news)	← C	1.000	.884		
bf10(Is conscientious ...)	← C	.887	.732	4.869	*
bf13(Is controlled...situations)	← ES	1.000	.708		
bf15(Remains calm ...)	← ES	1.173	.690	6.985	***
bf16(Is affectionate... friends)	← ES	.847	.727	6.541	**

It is understood that Confirmatory Factor Analysis for the Measurement model is significant since the model test values ($P < 0.05$), χ^2 (420.300), χ^2 / df (2.444) are found in the confirmatory factor analysis. The Confirmatory Factor analysis of the measurement model is valid since the fit index values of the model are within the acceptable limits of GFI (.901), CFI (.937), TLI (.912), SRMR (.0647), RMSEA (.067).

Reliability, Combined Reliability, Convergence Validity and Decomposition Validity

In this research, Cronbach's Alpha model will be used while performing reliability analysis. Cronbach's Alpha is a correlation value between the questions. Cronbach's Alpha value shows the total reliability level of the questions under the factor. Combined reliability (CR) values are calculated from factor loads calculated from confirmatory factor analysis. When the combined reliability value ($CR \geq 0.70$), it can be said that the combined reliability condition is met (Raykov, 1997). The indicator of convergence validity is the averaged mean variance (AVE) value. In order to confirm convergence validity, the mean variance explained ($AVE \geq 0.50$) must be present (Fornell & Larcker, 1981).

Table 4. Correlation, Reliability and Dissociation Validity Values of The Scales Used in The Research.

<i>SCALE</i>	<i>MEAN</i>	<i>SD</i>	<i>E</i>	<i>A</i>	<i>C</i>	<i>ES</i>	<i>OI</i>	<i>TO</i>
Extraversion (<i>E</i>)	3.347	.846 3	(.738)					
Agreeableness (<i>A</i>)	2.191	.883 0	.211**	(.741)				
Conscientiousness (<i>C</i>)	3.686	.983 7	.200**	.148**	(.811)			
Emotional Stability (<i>ES</i>)	3.989	.686 9	.199**	.194**	.104	(.708)		
Organizational Identification (OI)	4.123	.753 8	.118*	-.043	.170**	.266**	(.800)	
Turnover (TO)	2.133	1.27 03	.110*	.320**	-.107	-.129*	.316**	(.890)
Güvenilirlik Katsayısı Cronbach's Alpha Birleşik Güvenilirlik (CR)			.713	.798	.772	.731	.922	.939
Açıklanan Ortalama Varyans Değeri (AVE)			.546	.550	.659	.502	.641	.793

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

It has a high level of reliability since it has the reliability coefficients ($\text{Alpha} > 0.80$) calculated for the Organizational Identification (OI) and Turnover (TO) from the scales applied to the participants for the research. It is understood that in all sub-dimensions of The Big Five Factors (BF) scale, the reliability value is “quite reliable”. It can be stated that unified reliability condition is fulfilled because it is in all CR values ($\text{CR} > 0.70$) in unified reliability values. Since the mean variance values ($\text{AVE} > 0.50$) for all variables are present, it is seen that the necessary condition is met in the convergence validity. The square root values of the calculated AVE values are given in brackets in the table in order to see the validity of decomposition. Since these values are higher than all correlation values in that column, the separation validity is assumed to be provided for all variables.

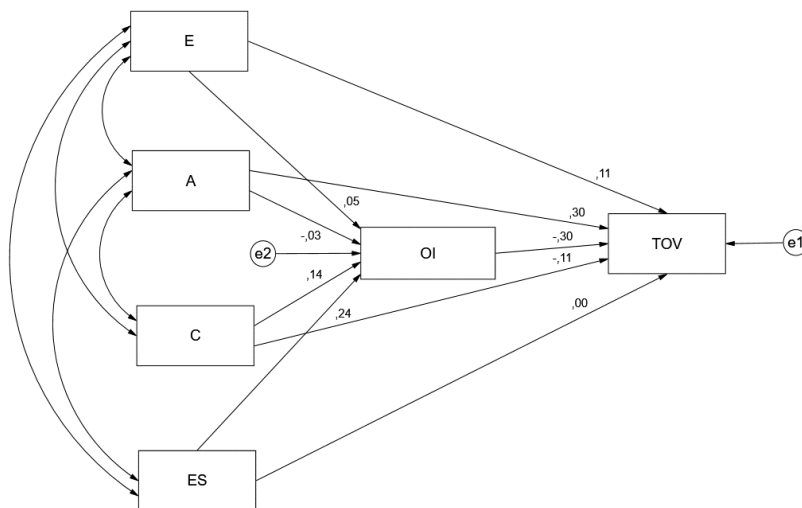
Structural Equation Modeling

In this study, maximum likelihood method was preferred (Tabachnick and Fidell, 2007; Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010).

Mediator Effect

Before the research model test, the average and standard deviation values and correlations between variables were calculated through the SPSS 20.0 program. The AMOS program was tested using version 20.0, using path analysis with observed variables (Figure 1) (Kline 2005). Since the indirect effects present in the model are statistically significant and do not usually meet the normal distribution assumption, they have been tested in recent years with the recommended bootstrapping method (95% Confidence Interval (GA)) instead of the Sobel test (using at least 2000 resampling) (Preacher and Hayes, 2008).

Figure 1. Path Analysis Model Tested Using All Research Data (FSC + LCC)



For all data (n = 320), it is understood that the model is significant since the model test values with the observed variables include χ^2 (3.629), χ^2 / df (3.629) and ($p > 0.05$). It is understood that the model is valid because the fit index values of the model are within the acceptable fit limits of GFI (.996), CFI (.984), NFI (.979), SRMR (.0258), RMSEA (.091). It is understood that the existence of meaningless ($p > 0.05$) path values in the model negatively affects the model fit index values. Detailed values regarding the model parameters are given in the table.

Table 5. Direct and Indirect Effect Values Between Independent, Dependent and Mediator Variables

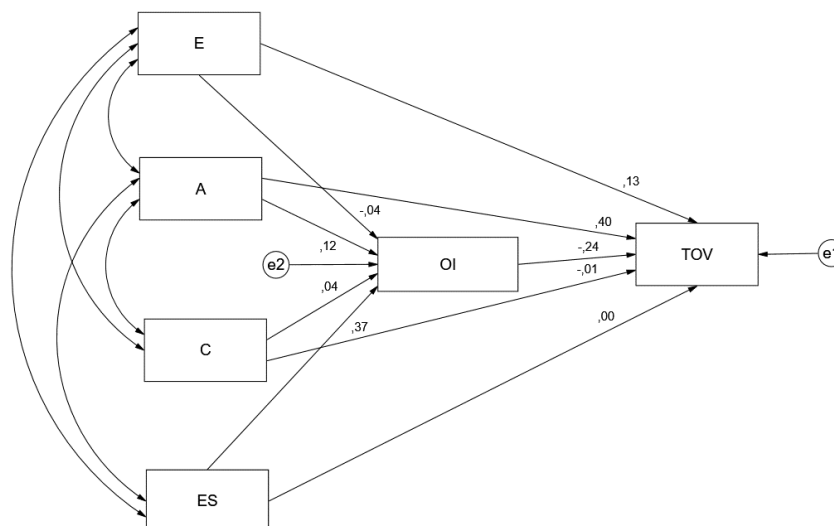
Hipotesis	Direct effect	Direct effect p	Indirect effect	Indirect effect p	Result
E→OI→TO	.107	.057	-.014	.387	Not Mediaton
A→OI→TO	.298	.001**	.008	.640	Not Mediaton

C→OI→TO	-.114	.045*	-.042	.010*	Partial Mediaton
ES→OI→TO	-.003	.951	-.070	.001**	Full Mediaton

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

- According to the bootsratp (n = 2000) result for all data (n = 320) without any discrimination between FSC and LCC, the effect of the C variable on the TO variable was both direct (-.114 *) and indirectly via the OI variable (-.042 *). It is understood that the OI variable has a partial mediating effect on the effect of the C variable on the TO variable since it has the meaning of .045 *) effect. It is understood that variable C affects TO variable in direct effect and indirect effect in negative.
- In the model, since the direct effect of the ES variable on the TO variable (-.003) is meaningless and the indirect effect over the OI variable (-.070 **) is significant, it is understood that the OI variable has a full mediating role in the effect of the ES variable on the TO variable. The ES variable indirectly decreases the TO variable by negatively affecting the OI variable.
- Since the direct effect of the variable E on the TO variable (.107) is insignificant and the indirect effect over the OI variable (-.014) is insignificant, it is understood that there is no mediating role in the effect of the variable E on the variable TO.
- In the model, since the direct effect of the variable A on the variable TO (.298) is significant and the indirect effect over the variable OI (.008) is insignificant, it is understood that there is no mediating role in the effect of the variable A on the variable TO.

Figure 2. Path Analysis Model Tested for LCC (n = 160) of Research Data



For LCC data (n = 160), it is understood that the model is significant since the model test values χ^2 (.240), χ^2 / df (.240) and ($p > 0.05$) are found in the path analysis model with observed variables

performed using the bootstrap method (n = 2000). . It is understood that the model is valid because the fit index values of the model are within the good fit limits of GFI (.999), CFI (1.00), NFI (.998), SRMR (.0101), RMSEA (.0000) (Figure 2). Detailed values regarding mediator model parameters are given in the table.

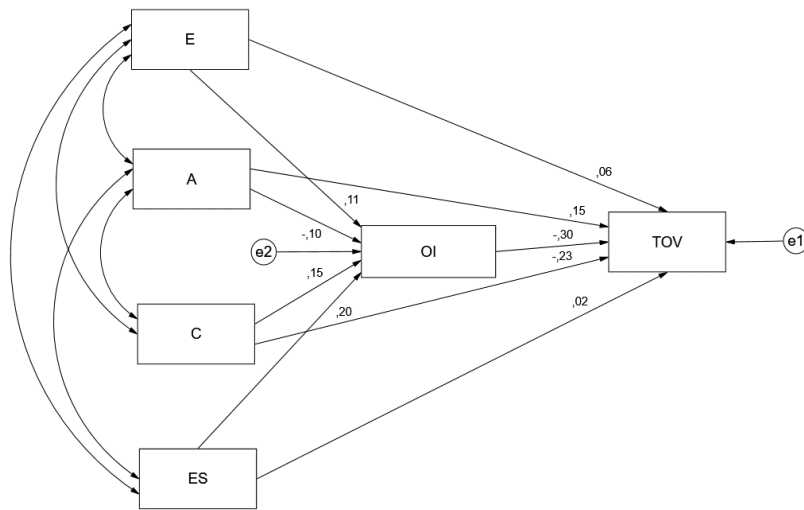
Table 6. Direct and Indirect Effect Values Between Independent, Dependent and Mediator Variables

Hypothesis	Direct effect	Direct effect p	Indirect effect	Indirect effect p	Result
E→OI→TO	.130	.078	.010	.666	Not Mediaton
A→OI→TO	.402	.001**	-.028	.133	Not Mediaton
C→OI→TO	-.014	.841	-.011	.436	Not Mediaton
ES→OI→TO	-.003	.978	-.091	.004**	Full Mediaton

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

- According to the bootsratp (n = 2000) result for LCC data (n = 320), the direct effect of the ES variable on the TO variable, (-.003), the effect of the OI variable indirectly (-.091 **) on the OI variable is significant. It is understood that ES variable has a full mediating effect on the effect of TO variable. It is understood that ES variable affects TO variable negatively with indirect effect.
- Since the direct effect of the variable E on the TO variable (.130) is insignificant and the indirect effect over the OI variable (.010) is insignificant in the model, it is understood that the effect of the variable E on the variable TO has no mediating role.
- In the model, since the direct effect of variable A on TO variable (.402) is significant and the indirect effect over the variable of OI (-.028) is insignificant, it is understood that there is no mediating role in the effect of variable A on TO variable.
- Since the direct effect of the C variable on the TO variable (-.014) is insignificant and the indirect effect over the OI variable (-.011) is insignificant, it is understood that there is no mediating role in the effect of the variable C on the TO variable.

Figure 3. The Path Analysis Model of The Research Data for FSC



For FSC data (n = 160), it is understood that the model is not significant since there are model test values χ^2 (15.11), χ^2 / df (15,11) and ($p < 0.05$) in the path analysis model with observed variables performed using the bootstrap method (n = 2000). . The fit index values of the model are GFI (.970), CFI (.850), NFI (.878), SRMR (, 0744), RMSEA (.1907) GFI and SRMR are within acceptable limits, while NFI, CFI and RMSEA values are outside the acceptance limits. . This is an expected situation, since meaningless path parameters may exist in models where mediator relationships are tested. Detailed values regarding the model parameters are given in the table.

Table 7. Direct and Indirect Effect Values Between Independent, Dependent and Mediator Variables

Hipotesis	Direct effect	Direct effect p	Indirect effect	Indirect effect p	Result
E→OI→TO	.059	.478	-.032	.194	Not Mediaton
A→OI→TO	.153	.112	.029	.149	Not Mediaton
C→OI→TO	-.234	.021*	-.045	.071	Not Mediaton
ES→OI→TO	.018	.819	-.061	.015*	Full Mediaton

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

- According to the bootsratp (n = 2000) result for FSC data (n = 160), the direct effect of the ES variable on the TO variable (.018) is indirectly over the OI variable (-.061 *), so the ES variable's ES variable It is understood that it has a full mediating effect on the TO variable (Figure 3). It is understood that ES variable affects TO variable negatively with indirect effect.

- Since the direct effect of the variable E on the TO variable (.059) is insignificant and the indirect effect over the OI variable (-.032) is insignificant in the model, it is understood that there is no mediating role in the effect of the variable E on the variable TO.
- Since the direct effect of variable A on TO variable (.153) is insignificant and the indirect effect over variable OI (.029) in the model, it is understood that there is no mediating role in the effect of variable A on TO variable.
- Since the direct effect of the variable C on the TO variable (-.234) is significant in the model, and the indirect effect over the OI variable (-.045) is insignificant, it is understood that there is no mediating role in the effect of the variable C on the TO variable.

CONCLUSION

In this study, where the relationship between the personality traits of employees and the intention to leave is investigated, the aim was to determine which personality dimensions are at the forefront in the interaction on the intention to leave and to examine the mediating role of organizational identification in this relationship. For this purpose, the role of personality traits and the mediating role of organizational identification in employees' FSR, LCC and FSC + LCC groups were tested.

According to the five-factor personality theory, emotional stability (neuroticism) personality traits were determined to be prominent in all three sample groups (FSC, LCC and FSC + LCC) in terms of the relationship between intention to quit. Thus, it can be said that the intention to quit is affected by organizational factors as well as individual factors. Emotional instability (neuroticism) personality traits, which have an explanatory role on employee intention to quit, have been associated with features such as negative self-perception, low self-esteem, high anxiety and depression (Costa and McCrae, 1990). For people who experience emotional instability, It has been reported that they are weak and vulnerable in terms of positive coping skills in stress exposure situations, they often perceive threats in the face of daily events, are easily frustrated and hopeless, and their self-perception were negative (Hettema, Neale, Myers, Prescott, & Kendler, 2006). The findings indicate that negative processes related to emotional uncertainty, such as uneasiness, vulnerability, negative evaluations about themselves or events, insecurity and hopelessness, also lead to negative processes associated with the intention to quit.

Emotional instability, one of the important factors that make psychological resilience of employees who show stress-resistance, insufficiency in stress coping skills, vulnerability, negative self-perception and hopelessness is the organizational commitment and identification developed by people. When evaluated together with the findings obtained, it was seen that the fact that employees have

organizational identification contributes positively to decreasing their commitment to work and their intention to quit, especially in terms of getting organizational support processes.

Thus, when the intention of the employees to quit, within the scope of the personality traits, only the personality traits are not sufficient to explain the situation. It can be said that the establishment of identification with the institution they work in also affects the positive interaction processes and results of the employees' organizations. It can be argued that organizational structure and related business processes should be taken into consideration as well as personal factors that intend to quit the job. The findings obtained revealed the importance of the personality traits of people who do not change in one way or another; On the other hand, in addition to the personality traits of the employees, the identification with the organizations of the employees provided environmental support and provided evidence that should be taken into account for organizational commitment and intention to quit. In other words, in this study, important findings were revealed that a significant part of the intention to quit airline employees was explained by the five-factor personality traits by the emotional stability sub-dimension. In addition, findings have emerged that the relationship established by the employees with the organizational structure and the way the organizational structure establishes with the employee should be taken into consideration in this process.

This research also had some limitations. The research has a cross-sectional feature. Longitudinal studies with airline employees can provide a deeper understanding of the relationships between variables. However, it is thought that the results obtained should be considered within the scope of the sample of the research, and further research is required in different airway samples. In this context, it seems important to focus on the organizational factors affecting the psychological resilience of the employees along with personality traits in future studies. Also, in future research, it seems important to investigate the question of whether personality traits can explain whether some employees identify more strongly with the institutions they work for.

According to the results of this study, it can be said that the work stress of airline employees is more intense than other sectors. It can be interpreted that personality traits related to anxiety and stress management are effective on the intention to quit, emotional instability personality traits such as anxiety, vulnerability, self and events, despair and insecurity affect job intention and job stress. For this reason, in order to prevent or minimize work stress, it is necessary to conduct studies to reduce work stress. Some suggestions given to employees, mental health professionals, employers and legislators in general are as follows:

- In terms of practical work in the future, there is a need to understand how organizational managers can increase organizational identification of employees, which may result in increased business performance. It is also known that personality has less impact on performance in well-structured working conditions (strong interpersonal relationships). Therefore, it is recommended to investigate the possible intrusive role of well-structured working conditions.
- Further research is needed to examine how working conditions can provide a stronger sense of organizational identification. Researchers can say that building cohesive working teams can improve the participatory culture, increase the sense of collectivity, affect personality, and thus improve organizational identification. Therefore, airline organizations and especially human resource practitioners and researchers may be offered to work together to explore personal and organizational factors that can contribute to the development of human resources services, including protecting the mental health of the employee.

As a result, between the employees of both competing business models, while OI variable mediates the effect of ES variable on TO variable, ES variable negatively affects TO variable with indirect effect. Therefore, it can be said that institutional efforts aimed increase the sense of belonging are important for both business models in order to decrease employees' intention to quit. In addition, in both business models, the significance of ES's personality traits in recruitment processes emerges, which will appear to negatively affect quitting in the future.

REFERENCES

- Ashforth, B. E. and Mael, F. (1989). Social Identity Theory and The Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1): 1-27.
- Barrick, M.R. and Mount, M., K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis, *Personnel Psychology*, 44 (1): 1-26.
- Barrick, M.R. and Zimmerman, R.D. (2009). Hiring for retention and performance. *Human Resource Management*, 48(2):183-186.
- Barrick, M.R., Stewart, G.L. and Piotrowski, M. (2002). Personality and job performance: Test of the mediating effects of motivation among sales representatives. *Journal of Applied Psychology*, 87: 43–51
- Bartel, C. A. (2001). Social comparisons in boundary-spanning work: Effects of community outreach on members' organizational identity and identification. *Administrative Science Quarterly*, 46: 379–413.
- Blader, S. L., Patil, S. and Packer, D. J. (2017). Organizational identification and workplace behavior: More than meets the eye. *Research in Organizational Behavior*, 37:19–34.
- Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological Bulletin*, 1177: 187–215.
- Briggs, S. R. (1989). The Optimal Level of Measurement for Personality Constructs. *Personality Psychology*, 246–260. doi:10.1007/978-1-4684-0634-4_19
- Bruck, C.S. and Allen, T.D. (2003). The relationship between big five personality traits, negative affectivity, type A behavior, and work-family conflict, *Journal of Vocational Behavior*, 63: 457-472.
- Caligiuri, P. M. (2000). Selecting expatriates for personality characteristics: A moderating effect of personality on the relationship between host national contact and cross-cultural adjustment. *Management International Review*, 40: 61-80.
- Chang, C.-C., Peng, L.-P., Lin, J.-S. ve Liang, C. (2015). Predicting the Creativity of Design Majors Based on the Interaction of Diverse Personality Traits, *Innovations in Education and Teaching International*, 52(4): 371-382.
- Church, M. K. (1993). Investigation and measurement of personality structure in a non-western culture: Relating indigenous philippine dimensions to the big five model, Doctorate dissertation, Washington State University.
- Church, A. T. and Burke, E J. (1994). Exploratory and confirmatory tests of the Big Five and Tellegen's three- and four-dimensional models. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66: 93-114.
- Colman, A.C. (2001). *Dictionary of psychology*. Oxford: Oxford University Press.

- Conklin, M. H. and Shane, P. D. (2007). Job Turnover Intentions Among Pharmacy Faculty, *American Journal of Pharmaceutical Education*, 71(4): 1-9.
- Costa, P.T. and McCrae, R.R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI). Professional manual. Odessa (FL): Psychological Assessment Resources.
- Costa, P. T., ve McCrae, R. R. (1990). Personality: Another hidden factor in stress research. *Psychological Inquiry*, 1:22-24.
- De Raad, B. and Kokkonen, M. (2000). Traits and emotions: A review of their structure and management. *European Journal of Personality*, 14: 477–496
- De Raad, B. and Peabody, D. (2005). Cross-culturally recurrent personality factors: Analyses of three factors. *European Journal of Personality*, 19: 451–474
- De Raad, B., Perugini, M., Hrebickova M. and Szarota, P. (1998). Lingua franca of personality: Taxonomies and structures based on the psycholexical approach. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29: 212–232.
- De Raad, B., Sullo, E. and Barelds, D. P. H. (2008). Which of the Big Five factors are in need of situational specification? *European Journal of Personality*, 22(4): 269–289. doi:10.1002/per.668
- Di Blas, L. and Forzi, M. (1999). Refining a descriptive structure of personality attributes in the Italian language: The abridged big three circumplex structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3): 451-481.
- Di Blas, L. and Forzi, M. (1998). An alternative taxonomic study of personality-descriptive adjectives in the Italian language. *European Journal of Personality*, 12:75-101.
- Digman, J. M. (1997). Higher order factors of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73: 1246-1256. doi:10.1037/0022-3514.73.6.1246
- Duff, D. B. (2007), *The Relationship between Organizational Climate, Personality Factors and Organizational Citizenship Behaviors in a University Extension*. (3269882 Ph.D., University of Illinois at Urbana-Champaign, Ann Arbor
- Edwards, M. R. (2005). Organizational identification: A conceptual and operational review. *International Journal of Management Reviews*, 7:207–230.
- Ehigie, B. O., Oguntuase, R. O., Ibode, F. O. and Ehigie, R. I. (2012). Personality factors and emotional intelligence as predictors of Frontline Hotel employees' emotional labor. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 1(9):327-338.
- Fornell, C. And Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39–50.

- Furnham, A., Petrides, K.V., Jackson, C.J. and Cotter, T. (2002). Do personality factors predict job satisfaction?, *Personality and Individual Differences*, 33: 1325-1342.
- Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In L. Wheeler (Ed.), *Review of personality and social psychology*, 2:141–165). Beverley Hills: Sage.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hettema, J. M., Neale, M. C., Myers, J. M., Prescott, C. A. ve Kendler, K. S. (2006). A population-based twin study of the relationship between neuroticism and internalizing disorders. *American Journal of Psychiatry*, 163: 857- 864.
- IATA (2013). *Economics Briefing No:10, Profitability and The Air Transport Value Chain*, Brain Pearce,1:1-9.
- IATA (2017). (Retrieved from) <https://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2017-10-09-01.aspx>
- Jenkins, J. M. (1993). Self-monitoring and turnover: The impact of personality on intent to leave. *Journal of Organizational Behavior*, 14(1): 83-91.
- Ingels, J. and Meanhout, B. (2017). *Optimised Buffer Allocation to Construct Stable Personnel Shift Rosters*, Omega.1-16
- Jia, H. H. (2008), *Relationships Between The Big Five Personality Dimensions and Cyberloafing Behavior*. (3320314 Ph.D., Southern Illinois University at Carbondale, Ann Arbor
- John, O.P. (1990). The “Big Five” factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires. In: Pervin, L.A., Ed., *Handbook of Personality: Theory and Research*, Guilford Press, New York, 1990: 66-100.
- Judge, T. A. ve Zapata, C. P. (2015). The Person--Situation Debate Revisited: Effect of Situation Strength and Trait Activation on The Validity of The Big Five Personality Traits In Predicting Job Performance, *Academy of Management Journal*, 58(4): 1149-1179. doi:10.5465/amj.2010.0837
- Judge, T.A., Heller, D. and Mount, M.K. (2002). Fivefactor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87: 530–541
- Judge, T.A., Martocchio, J.J. and Thoresen, C.J. (1997). Five-factor model of personality and employee absence. *Journal of Applied Psychology*, 82: 745–755
- Kaplan, S. C., Levinson, C. A., Rodebaugh, T. L., Menatti, A. ve Weeks, J. W. (2015). Social Anxiety and The Big Five Personality Traits: The Interactive Relationship of Trust and Openness, *Cognitive Behaviour Therapy*, 44(3): 212-222. doi:10.1080/16506073.2015.1008032

- Kassing, J. W., Piemonte N. M., Goman, C., Curtis A. M. 2012. Dissent Expression as an Indicator of Work Engagement and Intention to Leave, *Journal of Business Communication*, 49(3):237-253
- Kieffer, K. M., Schinka, J. A. Ve Curtiss, G. (2004). Person-environment congruence and personality domains in the prediction of job performance and work quality, *Journal of Counseling Psychology*, 51 (2): 168-177.
- Kim, H.J. (2008). Hotel Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents And Effects On Burnout, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 151-161.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. The Guilford Press
- Kline, R.B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modelling*. New York: The Guilford Press.
- Koklic, M.K., Kukar-Kinney, M., Spela Vegelj, S. (2017). An investigation of customer satisfaction with low-cost and full-service airline companies, *Journal of Business Research*, 80: 188-196.
- Lysaker, P.H., Bell, M.D., Bryson, G.J. and Kaplan, E. (1998) Insight and interpersonal function in schizophrenia. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 186(7):432-436.
- Mael, F. and Ashforth, B. (1992). Alumni and Their Alma Mater: a Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification", *Journal of Organizational Behavior*, 13(2):103- 123.
- McCrae, R. R. and Costa, P. T., Jr. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective* (2nd. ed.). New York, NY: Guilford Press
- McCrae, R. R. (2001). Trait psychology and culture: Exploring intercultural comparisons. *Journal of Personality*, 69(6): 819-846.
- McCrae, R.R. and John, O.P. (1992). An introduction to the Five-Factor Model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2):175-215.
- Mount, M.K., Barrick, M.R. and Stewart, G.L. (1998). Five-Factor Model of personality and Performance in Jobs Involving Interpersonal Interactions, *Human Performance*, 11(2-3):145-165.DOI: 10.1080/08959285.1998.9668029
- Mobley, W. H., Horner, S. O. and Hollingsworth, A. T. (1978). An evaluation of precursors of hospital employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 63(4): 408-414. <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.63.4.408>
- Moody, M. C. (2007). Adaptive behavior in intercultural environments: the relationship between cultural intelligence factors and big five personality traits. Doctoral Dissertation. George Washington University, Washington

- Osatuyi, B. (2015). Personality Traits and Information Privacy Concern on Social Media Platforms, *Journal of Computer Information Systems*, 55(4): 11-19.
- Passer, M.W. and Smith, R.E. (2003). *The science of mind and behaviour*. (2nd ed), New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Penley, J. A., Tomaka, J. and Wiebe, J. S. (2002). The Association of Coping to Physical and Psychological Health Outcomes: A Meta-Analytic Review. *Journal of Behavioral Medicine*, 25(6): 551-603.
- Perry, S. R. (2003). *Big Five Personality Traits and Work Drive as Predictors of Adolescent Academic, Performance*, Doctoral Dissertation, The University of Tennessee, Tennessee.
- Preacher, K.J. and Hayes, A.F. (2008) Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behav Res Methods* 40(3): 879-91.
- Puher, M. A. (2009). *The big five personality traits as predictors of adjustment to college*. Master Dissertation. Villanova University, Pennsylvania.
- Raja, U. (2004), *The Relationship of The Big Five Personality Dimensions to Personal and Organizational Outcomes: Answering the Questions Who? And When?* (NQ96967 Ph.D., Concordia University (Canada), Ann Arbor .
- Raykov, T. (1997). Estimation of composite reliability for congeneric measures. *Applied Psychological Measurement*, 21(2):173-184.
- Rooney, M.C. (2010). Assessing your career satisfaction. *Healthcare Executive*, 25(4):62, 64-5.
- Saldago, J.F. (1997). The five factor model of personality and job performance in the european community, *Journal of Applied Psychology*, 82 (1): 30-43.
- Saucier, G. (1997). Effects of variable selection on the factor structure of person description. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1296–1312.
- Smith, M.A. and Canger, J.M. (2004). Effects of supervisor “Big Five” personality on subordinate attitudes, *Journal of Bussiness and Psychology*, 18 (4): 465-481.
- Spector, P. E. (2006). Method Variance in Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 9(2): 221–232.doi:10.1177/1094428105284955
- Stewart, A. E. and Stewart, E. A. (1996). Personal and practical considerations in selecting a psychology internship. *Professional Psychology: Research and Practice*, 27(3): 295-303.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics (Fifth Edition b.)*. USA: Pearson Education, Inc.

- Trouba, E. J. (2007) A Person-organization fit study of the big five personality model and attraction to organizations with varying compensation system characteristics, Doctora Dissertation, DePaul University, Chicago.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. and Wetherell, M. S. (1987). Rediscovering the social group: A self-categorization theory. Oxford, England: Basil Blackwell.
- Van Dick, R. (2001). Identification in Organizational Contexts: Linking Theory and Research From Social and Organizational Psychology. *International Journal of Management Reviews*, 3(4): 269-271.
- Wagner, U. and Ward, P. L. (1993). Variation of presence and evaluation of the in-group. *British Journal of Social Psychology*, 32: 241-251.
- Waller, N. G. and Ben-Porath, Y. S. (1987). Is It Time for Clinical Psychology to Embrace the Five-Factor Model of Personality? *American Psychologist*, 42(9): 887-889. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.42.9.887>
- Watson, D. and L. A. Clark (1997). Extraversion And Its Positive Emotional Core, R. Hogan, J. Johnson and S. Briggs (der.), *Handbook of Personality Psychology* (San Diego, CA: Academic Press 1997), 767–793.
- Zimmerman, R.D. (2008). Understanding the impact of personality traits on individual's turnover decisions: A meta-analytic path model. *Personnel Psychology*, 61(2): 309-348.

Sosyal Medyada Kurumsal Kimlik: Türk Finans Sektöründeki Sosyal Ağlar Üzerine Bir Analiz

Zekiye Beril AKINCI VURAL* Ashı SAYAT** Duygu ÇAVUŞ***

ÖZET

Günümüz dijital çağında yaşanan değişim ve dönüşümler, insanlar arasındaki iletişim süreçlerinin de değişmesine sebep olmaktadır. Bu durum kurumların da hedef kitleleriyle iletişime geçme yöntemlerindeki değişimleri beraberinde getirmektedir. Yaşanan bu değişimler kurumsal kimliğin yansıtılacağı sanal ortamları ortaya çıkarırken diğer yandan kurumsal iletişim süreçlerinin geçmişe kıyasla daha kolay yönetilmesine olanak sağlamaktadır. Bu süreçte, bankacılık sektörü gibi rekabetin yoğun olduğu pazar ortamlarında kurumlar fark yaratıp kurumsal kimliklerini hedef kitleye aktarma süreçlerinde sosyal medya ortamlarını kullanmaktadır. Bu çalışmada da bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kurumların kimliklerini sosyal medya üzerinden nasıl aktardıklarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. www.boomsocial.com sitesinde yer alan “Brands Top 100” listesindeki verilere göre finans sektöründe önde gelen iki markanın (Ziraat Bankası, Garanti Bankası) Facebook, Instagram ve Twitter hesapları ele alınmıştır. Örneklem olarak seçilen bankaların sosyal medya hesapları iki farklı model esas alınarak oluşturulan kodlama tablolarıyla 1-30 Kasım 2017 tarihleri arasında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular çerçevesinde, Ziraat Bankası sosyal medyada kurumsal kimliğini daha etkin şekilde yansıtırken Garanti Bankası'nın ise tüketiciyle birebir iletişime geçmede daha aktif bir profil sergilediği sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırma Makalesi

Geliş: 05.08.2020
Kabul: 29.12.2020

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya,
Kurumsal Kimlik,
Bankalar,
Finans Sektörü

Corporate Identity On Social Media: An Analysis of Social Networks In Turkish Financial Sector

ABSTRACT

Developments and transformation in digital age cause major changes in communication processes among people. This situation also brings forth related changes in the communication processes of corporations with their target audiences. While those changes reveal virtual environments to represent the corporate identity, they also provide an opportunity that manage the corporate communication processes more easily than ever. Within in the competitive market environments, as in the banking sector, corporations try to make good use of social media in order to differentiate themselves and transfer corporate identity to their target audiences. The aim of this study is to discover how corporations transmit their identities via social media in the banking sector. The official social media accounts of the two banks in Turkey (Ziraat and Garanti) were approached according to “Brands Top 100” list of www.boomsocial.com website. Social media accounts of the selected sample banks were analysed between 1 and 30 November in 2017 with coding tables based on two different models. Depending on the findings of the research, Ziraat Bank has been found more successful in reflecting its corporate identity via social media while Garanti Bank has been found more effective in communicating with its consumers through personal communication.

Research Article

Received: 05.08.2020
Accepted: 29.12.2020

Keywords:

Social Media,
Corporate Identity,
Banks,
Financial Sector.

* Prof.Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kurumsal İletişim Anabilim Dalı, z.beril.akinci@ege.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5078-4339>

** Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kurumsal İletişim Yüksek Lisans Programı, aslisayat@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5078-4339>

*** <https://orcid.org/0000-0002-5078-4339>Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kurumsal İletişim Yüksek Lisans Programı, cavusduygu92@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5078-4339>

GİRİŞ

Günümüz rekabet koşullarında kurumlar, kurumsal kimliklerini aktararak pazarda yer alan diğer kurumlardan kendilerini farklılaştırıp, hedef kitlenin zihninde yer etmeye çalışmaktadır. Bu durum yaşanan dönemin özelliklerine göre değişip şekillenmektedir. 1970'lerde başlayıp 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı 2000'li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla neredeyse her insanı ilgilendirecek noktalara varmaktadır. Dijital dünyada yaşanan bu gelişmeler hedef kitlenin büyük bir çoğunluğunun aktif bir şekilde sanal ortamlarda yer almasına olanak sağlamaktadır. Bu doğrultuda sanal ortamlarda her geçen gün daha fazla konumlanan hedef kitlenin farkına varan kurumlar, iletişim faaliyetlerini sosyal medya alanlarına kaydırmaya başlamıştır. Sosyal medyada daha aktif şekilde var olmaya çalışan kurumlar, kurumsal kimlik algısını artık bu alanlar üzerinden de yönetmektedir.

Yaşadığımız dönemde sosyal medyanın doğru kullanımı etkili kurum kimliğinin temel noktası olarak görülmektedir. Sürdürülebilirlik için kurumlar yeni iletişim ortamlarından yararlanırken kimliklerini pazarda stratejik şekilde konumlandırıp, kalıcı olmasını sağlamaktadır. Yeni ortamlara uyum sağlamayan kurumların uzun vadede etkin olması mümkün görülmemektedir. Kurumlar için son derece önemli olan bu konunun aktarımının nasıl yapıldığını incelemek amacıyla yapılan bu çalışmanın ilk bölümünde sosyal medya, kurumsal kimlik ve sosyal medyada kurumsal kimlik üzerine literatür araştırması yapılmıştır. İkinci bölümde finans sektöründe bulunan iki markanın sosyal ağları üzerine bir analiz yapıлып, son bölümde ise kurumların kurumsal kimlik çalışmalarını sosyal medya üzerinden nasıl aktardıklarına dair bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

SOSYAL MEDYA

Yeni bir medya olan sosyal medya kavramının ortaya çıkışı Web 2.0 teknolojisi ile doğrudan ilişkilidir. "Web 2.0" terimi birçok şekilde ele alınıp, Google'da çok sayıda alıntı yapılmış olmasına rağmen terimin tanımı hakkında net bir kanıya varılamamaktadır. Bazı alan uzmanları bunu klişeleşmiş bir pazarlama kelimesi olarak reddetmekte; bazı alan uzmanları ise yeni bir akıl olarak kabul etmektedir¹. Web 2.0 daha spesifik olarak kullanıcı topluluğunun uzmanlığından yararlanan bloglar, wiki'ler, RSS beslemeleri, eşler arası ağlar, bilgi ve enformasyon sistemleri ile ilgilenmektedir. Web 2.0'ın kurumdaki kullanımı, kullanıcı tarafından sahip olunan ve yönetilen güçlü bir bilgi yönetim sistemi oluşturmak için bilgi paylaşımındaki bu iş birliğine dayalı sosyal ağları kullanmakta veya birleştirmektedir. Söz konusu teknolojiler bilgi yaratma ve düzenleme konusundaki kullanıcı katkılarında geleneksel yaklaşıma göre daha çok vurgu yapmaktadır. Bloglar, wikiler, sosyal ağlar gibi

¹ Tim O'Reilly (2007), "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software" International Journal of Digital Economics, C.65, S.1, s.18.

kurumsal kültür ve kimlik üzerinde etkili olan Web 2.0 ortamları kurumun güçlü kaynakları haline gelerek esnek iş tasarımları için yenilikçi fikirler önermek üzere yeni iş modelleri yaratmaktadır. Web 2.0 teknolojileri, bilgisayar iletişiminin iş uygulamalarında temel bir noktaya geldiğinden daha fazla önem kazanmaktadır². Bu teknolojiye geçen kurumların özellikleri; düşük maliyetli hizmetlerden yararlanma, daha fazla insanın kullanmasıyla daha çok zenginleşen benzersiz ve yeniden oluşturulması zor veri kaynaklarını kontrol etme, güvenilir kullanıcılar yaratma, ortak akıl geliştirme, uzun kuyruk gücü oluşturma ve farklı iş modelleri olarak sıralanmaktadır³.

Geleneksel medyada pasif tüketici konumunda olan kullanıcılar Web 2.0 teknolojisi ile daha aktif bir konuma gelerek içerik üretmeye başlamıştır. Web 2.0 sayesinde kullanıcılar fikirlerini diğer kullanıcılar ile paylaşabilmekte ve geribildirimde bulunabilmektedir. Günümüzde çoğu kişi kendisine gönderilen mesaja güvenmeme eğilimi göstermektedir. Bu doğrultuda kurumlar, kullanıcılarla iletişime geçme yöntemlerinde değişiklik yapmaya yönelmektedir. Eskiden kurumlar kullanıcıya yansıtma istediği imaj doğrultusunda iletişimlerine yön vermekte iken, Web 2.0 ile birlikte kurumlar, tam kontrolü kaybetmektedir. Kurumlar kullanıcıların kendileri ile ilgili algılarını öğrenebilmek için onlarla diyaloga geçmek durumundadır⁴. Bu doğrultuda kurumların kullanıcılara ulaşmak için kullandıkları geleneksel halkla ilişkiler stratejileri Web 2.0'ın gelişmesiyle etkisini yitirmekte ve kurumlar bu teknolojik gelişmelere adaptasyon sağlamaktadır. Aksi halde yeniliklere ve kullanıcıların istek ve beklentilerine uyum sağlayamayan kurumların uzun vadede başarılı olabilmeleri mümkün olamamaktadır.

Kurumların iş modellerini değiştiren ve yaratıcı stratejiler gerektiren Web 2.0'ın getirdiği yeni bir medya olan sosyal medyanın bazı tanımları aşağıda yer almaktadır:

- Sosyal medya Web 2.0 teknolojisine dayanan, farklı coğrafyalardan kişi veya kurumların amaçları doğrultusunda içerik üreterek paylaştıkları ve geri bildirim alabildikleri, kullanıcıların kontrol sahibi olmalarına izin veren çevrimiçi uygulamalardır⁵.
- Sosyal medya kavramı insanların birbirleriyle karşılıklı bilgi, fikir ve ilgi duydukları konuları paylaşarak etkileşim kurmalarına olanak sağlayan çevrimiçi araçlar ve web sitelerini içermektedir⁶.

²Greg Hearn, Marcus Foth ve Heather Gray (2009), "Applications and Implementations of New Media in Corporate Communications: An Action Research Approach", *Corporate Communications: An International Journal*, C. 14 S. 1, s.51.

³Tim O'Reilly, a.g.m., ss.36-37.

⁴Hilal Özdemir Çakır (2016), *Sosyal Medyada Kurumsal İtibar Yönetimi*, İstanbul: Kriter Yayınevi, s.17.

⁵Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Bat (2014), "Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Medyanın Genel Çerçevesi", Edt: Z. Beril Akıncı Vural, *Dijital Panorama Bilgi İletişim Teknolojilerinde Son Gündem*, Ankara: Ütopya Yayınevi, s.101.

⁶Elif Korap Özel (2014), "Çalışanların Twitter Kullanımının Kurum İmajına Etkisi: Türkiye'de Bir Anket Çalışması", *Journal of Yasar University*, C.9, S.35, s.6140.

Sosyal medya terimi üzerine yapılan tanımlara bakıldığında bazı ortak vurgular dikkat çekmektedir. İçerik, kullanıcılar tarafından oluşturulup sosyal içerikli web sitelerinde herkese açık olarak paylaşılmaktadır. Bu doğrultuda kullanıcılar haber, fotoğraf, video gibi kendi içeriklerini oluşturmaktadır ve bu çevrimiçi uygulamalar da katılıma, karşılıklı paylaşımına, yoruma ve beğeniye açık olmaktadır⁷. Geleneksel medyada izleyici ve okuyucular sadece tüketen konumunda bulunmaktadır. Sosyal medya, kullanıcıları pasif içerik okuyucularından içerik üreticilerine dönüştürerek rollerini daha önemli hale getirmektedir⁸. Bu durumda sosyal medya geleneksel medyanın karşılayamadığı ihtiyaçları karşılamakta ve yeni bir medya olarak eksiklikleri gidermektedir.

Bilgisayar ve mobil iletişim araçlarıyla erişilen internet üzerindeki sosyal medya; e-posta grupları, bloglar (ilgi alanlarına göre; nilerturk.net), forumlar (Forumtr, Donanımhaber, Shiftdelete), kurumsal intranet (kurum için ağ), extranet (kurumsal müşterilere açılan ağ), hızlı mesaj servisleri (Msn, Skype), sosyal ağ siteleri (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Swarm) olarak birkaç grupta toplanmaktadır⁹. Sosyal ağ siteleri sanal bir ortamda sosyal etkileşimi teşvik etmek için tasarlanmıştır. İletişim, profilde yayınlanan bilgiler aracılığı ile kolaylaştırılmakta, genellikle kullanıcıların fotoğraflarını ve kendi ilgi alanlarını açıklayan kişisel bilgileri içermektedir. Bunlar kullanıcıların kimliği ile ilgili bilgi sağlamaktadır. Buna ek olarak kullanıcılar diğer kullanıcıların da profillerini görebilmekte ve e-mail, chat gibi araçlar ile iletişime geçebilmektedir¹⁰. Bu doğrultuda yeni bir çevrimiçi ortam olarak sosyal medyanın özellikleri 5 başlıkta açıklanmaktadır¹¹:

- Katılım: Sosyal medya, istekli olan herkesi katkı yapma ve geri bildirim konusunda cesaretlendirmektedir.
- Açıklık: Sosyal medya servisleri geribildirime ve katılıma açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konulara teşvik etmektedir. Erişime yönelik engeller çok nadir olarak koyulmaktadır.
- Konuşma: Geleneksel medyanın merkezinde yayın olmasına karşılık, sosyal medya çift yönlü konuşmaya açık olmaktadır.

⁷ Yeşim Güçdemir (2017), Sosyal Medya Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama, İstanbul: Derin Yayınları, s.15.

⁸ Alton Y.K Chua, Snehasish Banerjee, (2013) "Customer Knowledge Management via Social Media: the Case of Starbucks", Journal of Knowledge Management, C.17 S.2, s.239.

⁹ Ferah Onat, Özlem Aşman Alikılıç (2008), "Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi", Journal of Yasar University, C.3, S.9, s.1118.

¹⁰ Tiffany A. Pempek, Yevdokiya A. Yermolayeva, Sandra L. Calvert (2009), "College Students' Social Networking Experiences on Facebook", Journal of Applied Developmental Psychology, C.30, S.6, s.228.

¹¹ Antony Mayfield (2008), "What is Social Media?", <http://www.icrossing.com>, Erişim Tarihi: 31.10.2017.

- Topluluk: Sosyal medya topluluklara hızlı ve etkili bir haberleşme için izin vermektedir. Kullanıcılar sevdikleri fotoğraflar, politik görüşler, favori TV şovları gibi ortak ilgi alanlarını paylaşmaktadır.
- Bağlantılılık: Sosyal medyanın çoğu türü, bağlantılı işler gerçekleştirmektedir. Diğer sitelere, araştırmalara ve insanlara link verilmesini sağlamaktadır.

Sosyal medya hem fırsatlara hem de tehditlere zemin hazırladığı için kurumlardaki iş düzenini değiştirmektedir. Kuruma çeşitli faydalar sağlamakla birlikte tehditler de yaratabilmektedir. Olumlu açıdan bakıldığında ilk olarak kurum ile paydaşları arasında etkin ve karşılıklı ilişki kurmayı, onları dinlemeyi ve isteklerine yanıt vermeyi geçerli kılmaktadır. İkinci olarak kurumların paydaşları tarafından oluşturulan gerçek zamanlı verilere erişmesini, paydaşları hakkında bilgi aramasını ve ürün/hizmetleri hakkında geri bildirim almasını sağlamaktadır. Üçüncü olarak paydaşlar kendi soruları olabilecek diğer paydaşların kurum tarafından yanıtlanmış sorularını görebildiklerinden, sosyal medya kurumlar için düşük maliyetli bir iletişim yolu olmaktadır. Diğer yandan sosyal medya kurum için tehditler de yaratmaktadır. Sosyal medya paydaşlara kurum hakkındaki düşüncelerini yüksek hızda ifade edebilecekleri bir ortam yaratmaktayken kurum, kendileri hakkında söylenen görüşleri kontrol etmekte daha az güce sahip olmaktadır. Kurumun sosyal medya araçlarındaki bu kontrol eksikliği kurumun savunmasızlığını arttırarak krizlerin sıklığının ve şiddetinin artmasına da sebep olmaktadır¹².

Sosyal medyanın kurumsal krizlere zemin hazırlaması, kurumları kurumsal iletişim stratejilerini yeniden planlamaya teşvik etmektedir. Sosyal medya doğru yönetilebildiğinde kurum için tehdit oluşturmaktan çok yarar sağlamaktadır. Kurum ve çalışanlara birçok avantaj yaratan sosyal medya, sohbetlerin farklı forumlara iletilebilecek konuşmalar anlamına gelen "uzun kuyruk" kavramını kullanarak daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır. Bir kurumda toplantılar, telefon görüşmeleri ve e-postalar içeren birkaç iletişim kanalı kullanılmaktadır. Bu iletişim kanallarının, bir mesajı unutmak, bir toplantı sırasında not almayı kaçırabilmek ve zorlayıcı olabilecek büyük bir e-postalar listesinde bilgi aramak gibi kendi sınırlamaları bulunmaktadır. Sosyal medya, kurumun ekip üyeleri arasındaki iş birliğini geliştirdiğinden daha iyi iş sonuçları alınmaktadır. İnsanların fikir üretmesine ve paylaşmasına olanak sağlayan bir role sahip olan sosyal medya, ekibin genel etkinliğini arttırmaktadır. Kurumlar, iyi yapılandırılmış bir sosyal profilleri olduğunda, çalışanlarının iletişim ağlarından yararlanmasına izin verme eğilimi göstermektedir. Bu durum, çalışanların sektördeki son gelişmelerle güncel kalmasına ve üst düzey liderlerle bağlantıda olmasına yardımcı olmaktadır.

¹² Mina Roshan, Matthew Warren, Rodney Carr, (2016), "Understanding the Use of Social Media by Organisations for Crisis Communication", Computers in Human Behavior, C.63, s.351.

Çalışanlarla yönetim arasında açık iletişimi desteklemektedir. Bu açık iletişim ile çalışanların proje fikirlerini paylaşmasına, etkin ekip çalışmasına, deneyim ve bilgi paylaşmalarına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya basit metinlere göre web cast ve videolar gibi daha iyi içeriği teşvik etmektedir. Buna ek olarak mevcut ve potansiyel müşteri ile kurum arasında iş birliğine dayalı iletişim kurmaya, geri bildirim almaya, ürün tanıtımı ya da her türlü müşteri hizmetlerine destek çıkmaya yardım etmektedir. Bu doğrultuda çalışanları kurumun bir parçası olmak adına cesaretlendirmektedir. Günümüzde sosyal medya, tartışmalar için iyi bir ortam olarak pazarlama ve iletişimin bir amacı haline gelmektedir. Kurum bu avantajları yönetebilmek için çalışanlarının sosyal medya kurallarına ve etik ilkelerine bağlı kalmasını garanti altına almaktadır¹³. Sosyal medyanın dinamik yapısı kurumlara herhangi bir davranıştan dolayı beklenmedik bir anda kriz getirebileceği için, sosyal medyayı bir avantaj olarak yöneten kurumlardaki çalışanlar etik ilkelere uymaktadır.

Kurumsal iletişim etkinliklerinin altında yürütülen bir iletişim disiplini olarak gelişen sosyal medya yönetimi, kurumsal iletişimin hedeflerine uygun olarak belirli sosyal medya ortamlarının kullanılması ve bu ortamların diğer iletişim ortamları ile koordinasyonunun gerçekleştirilmesini ele almaktadır¹⁴. Kullanıcıların birbirleriyle ve kurumlarla olan iletişimini paylaşım sınırı koymadan gerçekleştiren bir ortam olan sosyal medya, birey ve kurumlara özgür bir tartışma ortamı yaratmaktadır. Buna ek olarak marka ve kurum konumlandırmasına, kurumsal itibarın artmasına yardım ederek kurumsal kimliği desteklemektedir¹⁵. Bu doğrultuda sosyal medya yönetiminin iş modellerindeki yeri değişmekte olup, kurumsal kimlik stratejisinde önemi artmaktadır.

KURUMSAL KİMLİK KAVRAMI VE KAPSAMI

Kimlik, insana has bir kavram olarak bilinmektedir. Kimlik, insanı diğerlerinden farklı kılan ve onu benzersiz, kıyaslanamaz yapan bir nitelik taşımaktadır. Kurum kimliği kavramı ise kişisel kimlikten farklı olarak bir kurumun kim olduğunu, ne yaptığını belirtmektedir. Kurumlar birer kimlik oluşturarak aslında kendilerine özgü ortak ilke ve olgular oluşturmaktadırlar. Böylece her kurum kendisini diğerlerinden farklılaştırarak kurum içinde bütünlüğü sağlarken, diğer yandan da hedef kitlelerin zihinlerinde yer bulmaktadır¹⁶. Kurum kimliği, kurumun fiziksel anlatımı olmakla beraber kurumun, iletişim tarzını ve itibarını korumak için ortaya konan davranışla anlatılan kültürün bir parçası olarak

¹³Simeon Edosomwan, Sitalaskshmi Kalangot Prakasan, Doriane Kouame, Jonelle Watson, Tom Seymour (2011), "The History of Social Media and its Impact on Business", The Journal of Applied Management and Entrepreneurship, C.16, S.13, ss.85-89.

¹⁴ Korhan Mavnacıoğlu (2015), Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım, İstanbul: Beta, s.73.

¹⁵ Gonca Telli Yamamoto, Özgür Karamanlı Şekeroğlu (2014), Sosyal Medya ve Blog, İstanbul: Kriter Yayınevi, s.11.

¹⁶ F. Bahar Ülker Kaya (2006). "Kurum Kimliği ve Kurumsal Tasarım", Tasarım+Kuram Dergisi, Sayı:4, s.27.

gösterilmektedir. Kurumun kişiliğini belirtmektedir ve onu diğerlerinden farklı kılmaktadır¹⁷. Günümüzde kurumlar, aynı sektörde çok fazla kurumun olması, iletişim ve erişimin eskiye oranla daha hızlı gerçekleşmesi ile artan rekabetçi yapıda kendilerini daha etkin şekilde hedef kitleye tanıtılabilmek, kalıcı olabilmek ve farklarını sergileyebilmek için kurumsal kimlik çalışmalarına önem vermeye başlamışlardır¹⁸.

Kurumsal kimlik, her kurum için gereklilik sayılmaktadır. Logo, kurum tasarımı gibi kavramlar genelde kurumsal kimlik olarak bilinmektedir. Oysa kurumsal kimlik logo, reklam, iç ve dış iletişim, kurum imajı, kurum itibarı hakkında bilinenden çok daha fazlasını kapsamaktadır¹⁹. Kurumsal kimlik kurumun ifade edilmesinin, açıklanmasının temel noktası olarak görülmektedir. Kurumun her anlamda tanıtımını (sözlü, görsel vb.), diğer kurumlar arasındaki konumlandırmasını ve pazar rekabeti içindeki her düzeyde farklılaştırmayı kapsamaktadır. Bu sebepten kavram, kurumun etkinlik tarzları ve izlediği stratejilerle doğrudan bağlantılı sayılmaktadır²⁰.

Kurum kimliğinin oluşturulmasıyla halkla ilişkiler uzmanları ilgilenmektedir. Çünkü kurum kimliği, kurumun yansıyan tüm görüntüsünü içermektedir. Bu doğrultuda iletişimin büyük ve önemli bir noktasının sembolü olarak görülmektedir. Kurum kimliği yalnızca pazarlama ve reklamcılıkla değil, çalışan ekiple, hedef kitleyle, satın alanlarla, tüketenlerle ve finansal ilişkilerle de ilgili olmaktadır²¹. Ürün ve hizmetler haricinde kurumun bir tanımlaması olan kurumsal kimlik çalışmaları, kurumun kim olduğunu, neler yaptığını ve bunları yaparken nasıl bir yol izlendiğini gösteren çalışmaları kapsamaktadır. Bunun yanında ürün ve hizmetler, içte ve dışta bulunan hedef kitleler, iletişim ve davranış tarzları ile de doğrudan ilgilidir²².

Kurumsal Kimliğin Bileşenleri

Kurumsal kimliğin bileşenlerini kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim, kurumsal imaj ve kurumsal kültür başlıkları altında incelemek mümkün görülmektedir. Kurum felsefesi, kurumun değer ve yargılarından, hedeflerinden ve tarihçesinden oluşmaktadır. Kurumsal davranış bir yandan çalışanların hedef kitleye karşı tutumlarını kapsarken diğer yandan çalışanların kurumla bütünleşme etkinliklerini kapsamaktadır. Kurumsal iletişim ise kurumun hedefleri adına sürekliliğini

¹⁷ ____ ____, (y.y), "What is Corporate Identity and Why Is It Important?", www.treefrog.ca, Erişim Tarihi: 14.11.2017.

¹⁸ Abdülğani Arıkan, (2017), "Kurumsal Tasarım ve Görsel Kimlik", (Edt: Başak Solmaz), Kurumsal İletişim, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, s.75.

¹⁹ Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Bat (2013), Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları, s.87.

²⁰ Zeliha Hepkon (2003). "Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması", İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, Sayı:9, s.179.

²¹ Frank Jefkins (1995). "Kurum Kimliği", Çev: Okay Aydemir, Marmara İletişim Dergisi, Sayı:9, s.33.

²² Z. Beril Akıncı Vural (1998), Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları, s.179.

gerçekleştirmek için kurumu oluşturan tüm bölüm veya kurum ile çevresi arasında, devamlı fikir alışverişini mümkün kılan sosyal bir alan yaratmaktadır²³.

Kurumsal imaj kısaca insanlar tarafından algılanan şekliyle kurumsal kimlik olarak ifade edilmektedir. Kurumsal kimliğin ve kurumsal imajın uyumu kurumun etkinliklerini içtenlikle sergilemesi ile mümkün olmaktadır. Yalnızca bunun gerçekleştirilmesi yetersiz kalacağı için kurumun tanıtımını etkili ve gerçekçi yapması, bu sayede istenen görüntüyü zihinlere yerleştirmesi gerekmektedir²⁴. Kurumsal imaj kavramı kurumsal kimlik ile karıştırılan bir kavram olmasına rağmen kurumsal imaj, kurumun mantıksal olarak nasıl hareket ettiği ile kurumsal kimlik ise kurumun dıştan nasıl tanındığı ile ilgili olmaktadır. Kurumsal kimliğe sahip olunup olunmadığını, kurumsal kimlik ile kurumsal imajın farkının bilinip bilinmediğini kurumların kendilerine sorması gerekmektedir²⁵.

Kurum kültürü ise bir kurumun bünyesindeki işleyişi belli çizgilerle sürdürerek kuruma kişilik kazandıran soyut bir kavramdır ve çalışma biçiminden, kutlamalara kadar çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Kurumlar da toplumlar gibi değerlerini, normlarını, hedeflerini yansıtan nitelikler göstermektedir. Bu inanç, anlayış ve kuralların tümü kurum kültürünü oluşturmaktadır²⁶.

Kurumsal kimlik ve kurumsal kültür alanındaki çalışmalar kurum içindeki çalışanların çalışma isteğini yükseltme ve kurumlarına karşı bağlılık yaratma ilkesine dayanmaktadır. Böylece çalışanlar kurumlarını daha iyi tanırken diğer yandan da kurumunu dışarıya daha iyi tanıtmaktadırlar. Kurumsal kültür ve kurumsal imaj, kurumsal kimlik ile iç içe olan ama ayrı tutulan kavramlar olarak görülmektedir. Bir kurum oluşturmayı istediği kurum kimliği doğrultusunda bir kurum kültürü yaratabilmektedir²⁷.

Kurumlar aktarmak istedikleri kimlik ile orantılı olarak kültürlerini de inşa etmektedir. Kurum kültürü, kurum kimliği bileşenlerine göre düzenlenen bir alan olarak görülmektedir. Kurum kültürü, çalışanların kurum ile birleşmesini, adaptasyonunu sağlamaktadır. Ortak değer ve takım ruhu yaratarak çalışanlarını organize etme ve şekillendirme görevini üstlenmektedir. Kurumsal kültür, çalışanları isteklendirirken kurum hakkındaki görüşlerini pozitif yöne çevirip etkileşimli bir iletişim düzeni sağlamaktadır²⁸.

²³ Mehmet Enes İnce, “Kurumsal Kimlik”, www.kto.org.tr, Erişim Tarihi: 19.11.2017.

²⁴ Mehmet Tıgılı (2003). “Kurum İmajı Kavramı ve Sembolik Anoloji Tekniği Yoluyla Marmara Üniversitesi'nin Kurum İmajının Belirlenmesine İlişkin Bir Uygulama”, T.C Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt: XVIII, Sayı:1, s.246.

²⁵ Mustafa Karadeniz (2009). “The Importance of Creating a Successful Corporate Identity and Corporate Image for Enterprises in Marketing Management”, Journal of Naval Science and Engineering, Cilt:5, Sayı:3, s.3.

²⁶ Orhan Erdem, Metin Dikici (2009). “Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:8, Sayı:29, s.205.

²⁷ Sevil Uzoğlu (2001). “Kurumsal Kimlik, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj”, Kurgu Dergisi, Sayı:18, s.351.

²⁸ F. Bahar Ülker Kaya, a.g.m., s.29.

Kurumsal Kimliğin Hedef ve Yararları

Değişen toplum koşulları kurumsal kimlik kavramının da değişmesine, içeriğinin genişlemesine sebep olmaktadır. Kurumsal kimlik kavramı genelde görsel tasarım olarak ele alınırken 1970'lerden itibaren kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal tasarım gibi ögeler de kurumsal kimlik kavramının altında yer almaya başlamıştır. Bu ögelerin en önemli noktalarından biri de görsel kimlik olarak görülmektedir. Kurumun logosundan renklerine kadar görsel öğeleri kapsayan görsel kimlik, kurum kimliğini anlatmakta yeterli olmasa da ilk etapta kurumu tanıtıcı bir görev üstlenmektedir. Doğru konumlandırılmış görsel kimlik, kurumu doğru tanıtırken, kurum kimliğini de sağlamlaştırmaktadır²⁹.

Kurum kimliği altında yer alan görsel kimliğin dört tane hedefi vardır. Bunlardan ilki isme bir şahsiyet kazandırarak kuruma hayat vermektir. İkincisi; kurumun kabul edilmesini ve hatırlanmasını yaygınlaştırmaktır. Üçüncüsü; kurumun rekabet ortamında diğerlerinden farklı olmasına, sivrilmesine yardımcı olmaktır. Dördüncüsü ise farklı kurum unsurlarını fikir ve duygu birliği içerisinde birbiriyle kaynaştırmaktır³⁰.

Kurumsal kimlik kavramı üzerine yapılan araştırmalar, kurumun dışarıdan nasıl görüldüğünü betimleyen; başkalarının “başta çalışanların” kurumu ne durumda bulduklarına dair görüşlerinin önemine işaret etmektedir. Kurumun amaçlarını gerçekleştirmek için temelde çalışanların taleplerini göz önünde bulundurmaya gerektiği vurgulanmaktadır³¹. Kurumsal kimlik, yalnızca paketi değil, içinde bulunduğu ürünü ve onu destekleyen hizmeti de hesaba katmaktadır. Sadece üniforma değil, kurum için çalışan insanların kendileri hakkında düşünme biçimini ifade etmektedir³².

Kurumsal kimlik, kurumun kendisini kitlelere ifade etme tarzı, kurumun toplumda betimlenen tarafı olarak görülmektedir. Bu betimlenen tarafın çizgileri belirlenmiş olup sık sık değişikliğe uğramamakla birlikte kurum da çizilen bu imajı değiştirmek istememektedir. Kurumsal kimlik bir anlamda kurumun imzası, sembolü olduğu için büyük değişikliklere genellikle açık olmamaktadır³³.

²⁹ Banu Baskan Karsak (2008). “Web Sitelerinin Kurumsal Kimlik Açısından Değerlendirilmesi: En Beğenilen 20 Şirket Üzerine Bir Analiz”, İletişim, Sayı:9, s.168.

³⁰ Perry A., Wisnom D. (2003), Markanın DNA'sı – Eşsiz Ve Dayanıklı Markalar Yaratmanın Kuralları, İstanbul: Mediacat Yayınları'ndan aktaran Gülay Öztürk (2006). “Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, Sayı:9, s.8.

³¹ Selma Karatepe (2008). “İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:23, s.82.

³² Wally Olins, (2003), “Corporate Identity: The Myth and The Reality”, (Edt: John M. T. Balmer, Stephen A. Greyser), Revealing the Corporation, Londra: Routledge, s.64.

³³ Ayşen Akbaş Tuna (2007), Kurumsal Kimlik Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık'tan aktaran Ali Asker Atam (2014). “Kurumsal Kimlik Çalışmaları: Beko Örneği”, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, Cilt:4, Sayı:2, s.18.

Kurum Kimliğinin Kurum Açısından Önemi

Etkili bir kurum kimliği, etkili bir markanın yaratılmasının temel noktası sayılmaktadır. Marka, kurumsal unsurları açısından kalite ve güven gibi öğeleri hedef kitesine iletmektedir. Kurumsal kimliğin marka tarafından doğru kullanımı ile kurum, tanıtım çalışmalarının sağlayacağı yarardan daha çoğunu elinde bulundurabilmektedir. Etkili bir kurumsal kimlik oluşturulması markanın simgelenmesi noktasında da büyük değer taşımaktadır³⁴. Hedef kitle, kurum üzerine olan algılarının değiştirilmesini etkili bir kurumsal kimlik ile bağdaştırmaktadır. Güçlü bir kurumsal kimlik, hedef kitlenin bağlılığını oluşturmakla yetinmeyip, alıcı temelini artırıp, yeni alıcılar oluşturmaktadır³⁵.

Rekabetin giderek arttığı günümüz toplumlarında kurumlar, kendilerini diğerlerinden farklılaştırarak üstünlük kazanma eğilimindedir. Bu noktada kendi içlerinde dengeli, geçerli ve birbirini tamamlayan felsefe, tutum ve eylemler ortaya koymaktadırlar. Kurum, kurum kimliği adı altında toplanan bu unsurlarını kurumsal iletişim biçimleri dolayısıyla içte ve dışta bulunan hedef kitlelerine benimseterek etkili bir kurumsal imaj oluşturmaya çaba göstermektedir³⁶. Bu doğrultuda bugünün toplumlarında değerli olarak görülen nokta, evrensel rekabetin çizdiği pazar şartlarında, farklı olmak için bütün görsel kimlik öğelerini değerlendirerek; ayırt edilebilir, biricik, yaratıcı ve yalnızca “görüntüsü için bile” seçilebilecek kurum, marka ve ürünlerin ortaya konması olmaktadır³⁷.

KURUMSAL KİMLİK VE SOSYAL MEDYA

Günümüzde enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, insanlar arasındaki iletişim süreçlerinin değişmesine sebep olmaktadır. Bu durum da kurumların insanlarla iletişime geçme stratejilerindeki değişimleri beraberinde getirmektedir. Yaşanan teknolojik değişimlerin sonucunda, yer ve zaman kavramları önemini yitirmekte, geri bildirim ve etkileşime olanak sağlayan platformlar ortaya çıkmaktadır. İnternet ve bilgi teknolojilerindeki değişim ve dönüşüm ile birlikte, kurumsal iletişim geçmişe kıyasla daha kolay bir hal almakta, bunun nezdinde kurum kimliğinin yansıtılacağı sanal ortamlar da çoğalmaktadır³⁸.

Kurumsal kimliğin bileşenleri rehberliğinde oluşturulan kimlikler, geleneksel yöntemler yerine sosyal medya ortamları üzerinden iç ve dış paydaşlara aktarılmaya çalışılmaktadır. Çünkü kurumlar

³⁴ Telha Er, Kurumsal Kimlik Oluşumunda Kültürün Etkisi; Arçelik'in Kurum Kimliği, T.C İstanbul Arel Üniversitesi Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2016, s.34.

³⁵ Meena Azzollini, (2016), “What is Corporate Identity and Why is it Important?”, www.linkedin.com, Erişim Tarihi: 05.11.2017.

³⁶ M. Kazım Sezgin (2008). “İletişim Biçimi ve Ortamı Olarak Görsel Kimlik”, Selçuk İletişim, Cilt:5, Sayı:2, s.61.

³⁷ Z. Beril Akıncı Vural, Rana Kesken (2012). “Rekabet Avantajı Sağlanmasında Kurumsal Pazarlama ve Kurumsal Görsel Kimlik”, Erciyes İletişim Dergisi, Cilt:2, Sayı:4, s.72.

³⁸ Cristina Castronovo, Lei Huang (2012), “Social Media in an Alternative Marketing Communication Model”, North American Business Press, Cilt:6, Sayı:1 s. _.

açısından, artan rekabet ortamlarında hedef kitlenin dikkatini çekebilmek, düşük maliyetli ve etkili mesajlar iletebilmek için sosyal medya ortamları cazip bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır³⁹.

Dijital çağa evrilen günümüz koşulları, kurumsal kimlik kavramının genişlemesine neden olmaktadır. Bu durum kurumsal kimlik kavramının sadece geleneksel yöntemlerle değil, aynı zamanda sosyal medya üzerinden yönetilmesi ihtiyacını da doğurmaktadır. Kapsamı genişleyen kurumsal kimlik kavramının en önemli noktalarından biri olarak görülen görsel kimlik de kendini en etkin bir şekilde sosyal medyada ifade edebilme olanağı bulmaktadır. Sosyal medyada doğru yapılandırılmış görsel kimlik, kurum kimliğini de sağlamlaştırma görevi görmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, geleneksel yöntemlerle yönetilen kurumsal kimlikle, sosyal medyada yönetilen kurumsal kimliğin birbiri ile örtüşmesidir. Sosyal medyanın doğru kullanımı etkili kurum kimliğinin temel noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Etkili sosyal medya stratejileri, hedef kitlede bağlılık oluştururken, yeni alıcıların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda, hedef kitlenin büyük bir çoğunluğu sosyal medya ortamlarında zaman geçirmekte, burada tartışmalar ve paylaşımlar gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya, kurumların birey ile arasında herhangi bir araç olmadan iletişime geçebileceği ortamlar olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, kurumlara hedef kitle ile iletişim kurmak ve onlara çevrim içi ve çevrim dışı ortamlarda kimliklerini teyit ettirme fırsatı sunmaktadır⁴⁰. Tüm bunlar dikkate alındığında, kurumlar yaratıcı stratejilerle sosyal medya ortamlarını kullanarak kendi kültürel değerlerini hedef kitleye aktarabilmektedir. Diğer bir ifadeyle, kurumsal temsilciler kurumun kimliğini oluşturmak, doğrulamak ve pekiştirmek için sosyal medya platformlarından yararlanmaktadır. Çünkü kurumlar, değişen hedef kitle özelliklerinin en doğal ve yalın haliyle geri yansıyabileceği en işlevsel iletişim ortamlarından biri olan sosyal medya ortamlarının faydalarını gün geçtikçe daha fazla görmektedir⁴¹. Bu bağlamda kurumlar sosyal medyada bulunma süreçlerini etkili yönetip, aktif bir şekilde var olduklarında, kendileri hakkında oluşan algıyı yönetebilme imkânına sahip olmaktadır.

Tüm bunların nezdinde kurumlar tarafından etkin bir sosyal medya kullanımı⁴²:

- Kurum ile paydaşlar arasında etkin ve karşılıklı ilişki kurma imkânı vermekte ve paydaşları dinleyip isteklerine yanıt verme imkânı sunmaktadır.

³⁹ Mehmet Tokatlı, İbrahim Özbükerci, Nazan Günay, Beril Akıncı Vural (2017), “Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı: Sektör Liderlerinin Twitter Yönetimi Üzerine Bir Araştırma”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, s.40.

⁴⁰ Ali Fikret Aydın (2012), “Kurumsal İtibar Açısından Sosyal Medyaya İlişkin Değerlendirme”, Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırma Dergisi, Sayı:9, s.86.

⁴¹ Ali Fikret Aydın, a.g.m., s.86.

⁴² Mina Roshan, Matthew Warren, Rodney Carr, (2016), “Understanding the Use of Social Media by Organisations for Crisis Communication”, Computers in Humor Behavior, C.63, s.351, ss.350-361.

- Kurumların, paydaşlar tarafından oluşturulan gerçek zamanlı verilere erişmesine, paydaşlar hakkında istediği zaman verilere ulaşabilmesine, oluşturulan kurumsal kimlik hakkında geri bildirim alınmasına olanak sağlamaktadır.

Kimliğin bileşenlerini oluşturan kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim, kurumsal imaj ve kurumsal kültür, sosyal medyada da yansıtılması gereken noktalar. Sosyal medya bu konuların betimlenmelerini kolaylaştırırken diğer yandan da zorlukların doğmasına sebep olmaktadır. Geleneksel medyada kurumlar, yansıtmak istediklerini halkla ilişkiler uzmanları aracılığıyla ve kendi istedikleri iletişim tarzlarıyla iletmekteydi. Fakat günümüzde sosyal medyanın önemli bir güç olması ile birlikte kurumlar, ellerinde bulundurdukları kontrolü kaybetmeye başlamıştır. Bu bağlamda sosyal medyanın, hedef kitleye kurum hakkındaki düşüncelerini özgürce ifade edebileceği ortamlar sunmasının yanında, kurumun kendisi hakkında ifade edilen görüşlerini kontrol etmekte eskiye oranla daha az güce sahip olduğu görülmektedir. Böyle bir ortamda da krizlerin ortaya çıkma ihtimali çoğalmaktadır. Krizler, sosyal medya ortamlarında hızlıca ve aniden yayılabildiği için kurumların hedef kitle ve paydaşlarıyla olan iletişimlerinde hız ve şeffaflığın önemi giderek artmaktadır. Sosyal medya ortamlarının anlık olarak takip edilmesi ve etkileşimlere hızlı bir şekilde geri dönülmesi bu önemin bir göstergesi olmaktadır. Şeffaflığa ve hıza dayalı kurumsal iletişim stratejileri kurumsal kimliği yansıtan bir unsur haline gelmiştir.

Sonuç olarak, kurumlar sürdürülebilir ve planlı bir yaklaşımla hedef kitle nezdinde farklılaşmak, etkin ve karşılıklı ilişki kurma imkânı elde etmek için yeni iletişim ortamlarından yararlanarak sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Bu doğrultuda kurumlar, öncelikle sosyal medya ortamlarında sanal kurumsal kimliklerini oluşturmalı ve pekiştirmelidir. Daha sonra oluşturulan kimliklerin pazarda konumlandırılması, kabul görmesi ve kalıcı olması sağlanmalıdır⁴³. Aksi halde yeniliklere, kullanıcıların istek ve beklentilerine uyum sağlayamayan kurumların, uzun vadede başarılı olabilmelerinin mümkün olmadığı dile getirilmektedir.

TÜRK FİNANS SEKTÖRÜNDEKİ SOSYAL AĞLAR ÜZERİNE ANALİZ

Araştırmanın Amacı ve Sorunsalı

Sosyal medya, günümüzde birçok alan için büyük değer taşımaktadır. Dünya grafiklerine bakıldığında Türkiye, bilgi iletişim teknolojilerini aktif kullanan ülkeler arasında yer almaktadır^{44*}. Bu nedenle farklı sektörlerden kurum ve kuruluşlar işlemlerini sanal ortama aktarmakta ve hedef kitlelerini bu

⁴³ Gülay Öztürk (2006), “Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, Sayı:9, s.8.

^{44*} www.boomsocial.com

platformlarda yakalamaya çalışmaktadır. Ancak kurumların resmi kimlikleri ile bu platformlarda olmaları hedef kitlelerin algıları açısından da büyük değer taşımaktadır. Finans sektörü gibi çoğunlukla dijital işlemlerin görüldüğü kurumlarda bu konuyla ilgili birçok örneğe rastlanmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı; Türk finans sektöründe faaliyet gösteren kurumların resmi kimlikleriyle sosyal ağlarında nasıl yer aldıklarını tespit etmektir. Çalışmanın sorunsalı ise “aynı sektörde bulunan farklı kurumların, kurumsal kimlikleri arasındaki benzerliklerinin neler olduğudur”.

Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Kısıtlılıkları

Bu çalışmanın evreni, www.boomsocial.com sitesindeki “Brands Top 100” listesinde bulunan 100 markadan oluşmaktadır. Ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak alınan çalışmanın örnekleme ise bu listede finans sektörü üzerinden düşünüldüğünde ilk 10’da bulunan 2 markadır. Bunlar sırasıyla Ziraat Bankası (6. sırada) ve Garanti Bankası’dır (9. sırada). Çalışmanın kısıtlılığı ise boomsocial.com sitesindeki markaların ele alınması, Brands Top 100’deki ilk 10 sıradaki finans markalarının değerlendirilmesi ve bu listenin Kasım 2017 verilerini kapsamasıdır.

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, ele alınan bankaların sosyal ağlarının incelenmesinde karşılaştırmalı betimsel analiz yapılmıştır. Ele alınan sayfaları betimlemek için içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda; Gibson, Margolis, Resnick ve Ward’un (2001) “Election Campaigning On The WWW In The US And The UK: A Comparative Analysis” adlı çalışmasında kullandıkları model esas alınmıştır. Söz konusu model iki ana başlıkta toplanmaktadır. Bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılımçılık ve kampanya gibi fonksiyonları ile incelenmiştir. Daha sonra ise web siteleri, görsellik, erişebilirlik, gezilebilirlik ve görülebilirlik gibi sunum özellikleriyle değerlendirilmiştir. Ancak ilgili model Bat’ın “Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi” (2012) başlıklı, 425261 sayılı doktora tezinde sosyal ağlara adapte edilerek kullanılmıştır. Bu çalışmada da modelin orijinal hali ve Bat’ın tezindeki adapte edilmiş hali ele alınarak son bir model oluşturulmuştur.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırma kapsamında ele alınan iki bankanın sosyal medya hesapları ve web siteleri dijital doküman incelemesi ile nitel veri toplama yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle incelemede kullanılacak temalar belirlenmiştir ve bu temalar çerçevesinde sosyal ağların incelemesi yapılmıştır. Bilgiler, söz konusu bankaların sosyal ağlarına araştırmacıların kişisel sosyal ağları üzerinden katılım gerçekleştirilerek elde edilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Araştırma sürecinde ele alınan bankaların sosyal ağları incelenmiştir. Sosyal ağların incelenmesinin ardından bazı temalar belirlenmiştir. Temel alınan modelin temaları ele alınarak kıyaslama yapıp toplam sonuca ulaşılmıştır. Araştırmacılar farklı bankaların sosyal ağlarını incelemiştir, ardından birbirlerinin incelediği sosyal ağları gözden geçirmiştir. Araştırmacılar son aşamada bir araya gelerek verileri toplu olarak değerlendirmişlerdir. Veri analizinde tablolarda Facebook (F), Twitter (T) ve Instagram (I) şeklinde kısaltılmıştır.

Veri Analizi

Kurumsal bilgi akışı

Tablo 1. Bankaların Kurumsal Bilgi Akışı

Kurumsal Bilgi Akışı	Ziraat Bankası			Garanti Bankası		
	F	T	I	F	T	I
Kurumun Tarihçesi	1	0	0	1	0	0
Kurumun Amacı	0	0	0	1	0	0
Kurumun İlkeleri	0	0	0	1	0	0
Kurumsal Vizyon	0	0	0	0	0	0
Kurumsal Misyon	1	0	0	0	0	0
Kurumsal Reklamlar	1	1	1	1	1	1
Etkinlikler/Duyurular	1	1	1	1	1	1
Basınla İlişkiler/Basın Odası (Bültenler, haberler vb.)	1	1	1	1	1	1
Ürün/Hizmet Bilgileri	1	0	1	1	1	1

Ziraat Bankası'nın kurumsal bilgi akışı

Kurumun Facebook ağında; tarihçesine ilişkin bilgiler detaylı olarak verilmiştir. Bu ağda “hakkında” bölümünde kuruluş yılı bilgisi verilmiş, “kilometre taşları” adlı bölümde ise kurumun tarihçesi detaylandırılmıştır.

Twitter hesabında kapak fotoğrafındaki görsel ile bankanın 154. yılı olduğu aktarılmaktadır. (Aynı görsel Facebook hesabının da kapak fotoğrafı görselidir) Ancak kurumun tarihçesine ilişkin bu bilginin dışında detaylı bilgiye rastlanmamaktadır. Twitter'ın 280 karakterlik sosyal ağ yapısı dikkate

alındığında tarihçeye ilişkin ayrıntılı bilgilerin verilmesi mümkün görülmemektedir. Ancak sayfada verilen www.ziraatbank.com.tr linki ile ayrıntılı tarihçeye ulaşılmaktadır.

Instagram ağında ise Twitter'da bulunan 154. yıl görseli paylaşılmıştır, bunun dışında kurum tarihçesine ait başka bir bilgi verilmemiştir. Ancak Twitter'da olduğu gibi web sitesine yönlendirme bulunmakta ve ayrıntılı kurum tarihçesine oradan ulaşılabilmektedir.

Kurumun amacı ile ilgili bilgilere, ayrıntılı bir şekilde hiçbir sosyal ağda rastlanmamaktadır. Amaca ait bilgiler, paylaşılan görsellerde ve videolarda dolaylı olarak yer almaktadır. Kurum tarihçesinde olduğu gibi kurum amacı ile ilgili bilgilere de kurumun web sitesinden ulaşmak mümkündür.

Kurumsal misyon bilgisi sadece Facebook ağında "hakkında" bölümünde bulunmaktadır. Bu bilgiye üç sosyal ağ profilinde de yer alan kurum web sitesi linki üzerinden ulaşmak mümkündür.

Kurumsal reklam üç sosyal medya hesabında da eş zamanlı olarak yayınlanmaktadır. 17.11.2017'de yayınlanan video "Bu ülkenin hep daha fazlası için çalışan insanların yanında daha fazlasını yapmaktan hiç vazgeçmeyen bir Ziraat var" başlıklı bir 154. yıl reklamıdır. Reklam videosu Facebook ve Twitter'da direkt olarak paylaşılırken, Instagram'da 154. yıl görseli altında "reklam filmimizi profil linkimize tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığıyla paylaşılmıştır. Instagram'ın sadece 60 saniyelik video yüklemeye uygun olan sosyal ağ yapısı göz önüne alındığında 86 saniyelik bu reklamın direkt olarak paylaşılması mümkün görülmemektedir.

Ayrıca üç sosyal ağda da bu reklam videosu #vazgeçemezsin, #ZiraatBankası, #BirBankadanDahaFazlası, #ZiraatBankası154Yaşında hashtagleri ile paylaşılmıştır. Tüm paylaşımlarda genellikle #ZiraatBankası hashtagi kullanıldığı dikkat çekmektedir.

Etkinlikler/duyurular, kurumsal reklamlar da olduğu gibi üç sosyal ağda eş zamanlı olarak yayınlanmaktadır. Etkinlik paylaşımları fotoğraflarla, duyuru paylaşımları ise görsellerle desteklenmektedir. Bu etkinlik ve duyuruların başlıkları şu şekildedir:

- KYK kredi/burs hesabınıza ait Bankkart Genç'inizi teslim alabileceğiniz tarihleri ve Şubeyi/Teslim Noktasını T.C. kimlik numaranız ile <https://kyksorgu.ziraatbank.com.tr> adresinden öğrenebilirsiniz. (16.11.2017)
- KYK'dan ilk defa kredi/burs alacak öğrenciler için kredi/burs ödemeleri TCKN son hanesine göre 27.11.2017-01.12.2017 tarihleri arasında gerçekleştirilecektir. (27.11.2017)
- Ziraat Türkiye Kupası 5. tur maçlarıyla devam ediyor! (28.11.2017)
- Antalya Growtech Eurasia Uluslararası Sera, Tarım Ekipmanları ve Teknolojileri Fuarı'nda çiftçilerimizin yanındayız. (30.11.2017)

Özellikle duyuru amaçlı yapılan paylaşımların metinlerine kurumun web sitesinin “duyurular” başlığına yönlendiren bir link eklenmesi dikkat çekmektedir.

Basınla ilişkiler başlığı altında inceleyebileceğimiz içerikler şunlardır:

- Ekonomist Dergisi tarafından bu yıl 26. sı düzenlenen “Ekonomide Yılın İş İnsanları” araştırmasında Genel Müdürümüz Sayın Hüseyin Aydın “Yılın Bürokratı” seçildi. (06.11.2017)
- “Türkiye’nin Lovemark’ları 2017” araştırması sonucuna göre bankamız, bankacılık kategorisinde bu yıl da Türkiye’nin en sevilen bankası seçilmiştir. Hep birlikte gönüllerde bir iz bırakıyor olmamızın gururunu sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. (07.11.2017)
- Türkiye’nin en sevilen Bankası olarak Brand Week İstanbul’dayız. (08.11.2017)
- Lovemarks 2017 araştırmasına göre Türkiye’nin en sevilen bankası Ziraat Bankası. Gönülleri kazanmak hep daha fazlasını ister. (09.11.2017)

Bu içerikler kurumun tüm sosyal ağlarında eş zamanlı ve video, fotoğraf, görsellerle desteklenerek yayınlanmaktadır. Tüm bu içerikleri etkinlikler ve duyurular başlığı altında değerlendirmek de mümkündür.

Ürün/hizmet bilgileri kurumun Facebook ağında “hakkında” bölümünde “finans şirketi, finans hizmeti banka”, Instagram ağında “finans şirketi” şeklinde tanımlanmaktadır. Twitter ağında ise bu tür bir bilgiye rastlanmamaktadır.

Kurumun ilkeleri ve vizyonu ile ilgili bilgiler, hiçbir sosyal ağda bulunmamaktadır. Bu bilgilere kurumun web sitesi üzerinden ulaşmak mümkündür.

Garanti Bankası’nın kurumsal bilgi akışı

Kurumun Facebook ağında; tarihçesi, amacı ve ilkelerine ilişkin bilgiler “hakkında” bölümünde “şirkete genel bakış” başlığı altında kısaca yer verilmiştir.

Twitter ve Instagram hesaplarında ise; tarihçesine, amacına ve ilkeleri hakkında hiçbir veriye rastlanmamıştır. Fakat Twitter ve Instagram’ın ağ yapısı dikkate alındığında bu maddelerle ilgili ayrıntılı bilgilerin verilmesi mümkün görülmemektedir. Ancak kurumun Twitter ağında yer alan www.garanti.tr linkinden kurumunu tarihçesine, amacına ve ilkeleriyle ilgili bilgilere ulaşabilmek mümkündür.

Kurumun vizyonu ve misyonuna ait bilgilere hiçbir sosyal ağda rastlanmamıştır. Ancak Facebook ve Twitter’da linki bulunan kurumun web sitesinde “Garanti’yi Tanıyın” başlığı altında vizyon ve misyon bilgilerine ulaşmak mümkündür.

Kurumun sosyal ağlarında basınla ilişkilerle ilgili içerikler bulunmaktadır. Bunlar;

- Twitter, “Mutluyuz bizi, Türkiye’nin en sevilen mobil bankası seçen tüm kullanıcılarımıza sonsuz teşekkürler.” (08.11.2017)
- Twitter, “Mutluyuz Interactive Media Awards 2017 ödülleri, bankacılık kategorisinde en iyi web sitesi garanti.com.tr seçildi.” (14.11.2017)
- Facebook, “Mutluyuz Interactive Media Awards 2017 ödülleri, bankacılık kategorisinde en iyi web sitesi, www.garanti.com.tr seçildi. Sizi de www.garanti.com.tr ‘ye bekleriz.” (14.11.2017)
- Twitter, “Ekonomi Bakanlığı ve Kagider tarafından düzenlenen 2. Kadın Girişimciler Konferansı'nda, Genel Müdür Yardımcımız Cemal Onaran, kadın girişimciliğinin bankamızdaki temel taşlarını ve kadın girişimcilere sağladığımız finansal olanakları anlattı.” (17.11.2017)
- Twitter, “Dönüşüme Liderlik ana teması ile 26.sı düzenlenen Kalite Kongresi kapsamındaki panele katılan GMY’miz Ebru Dildar Edin, Türkiye’nin sürdürülebilir kalkınmasındaki öncü rolümüze ve bunun sektördeki önemine değinen bir konuşma yaptı.” (21.11.2017)
- Twitter, “CDP Su Programı’nda Global A Listesi’ne giren dünya genelindeki tek finans kuruluşu olma başarısını gösterdiğimiz için mutluyuz.” (28.11.2017)
- Son olarak da Facebook sayfasında, “The Banker tarafından “Türkiye’de Yılın Bankası” seçildik! Yıllardır Garanti’ye güvenen, bu ödülü kazanmamızı sağlayan müşterilerimize ve çalışanlarımıza teşekkür ederiz.” (30.11.2017)
- Instagram sayfasında ise, aynı ifade ile paylaşım yapılmış ve kurumun renklerini içeren bir görsel ile içerik desteklenmiştir. (30.11.2017)

Paylaşılan içerikler incelendiğinde, duyurular eş zamanlı olarak paylaşılmamış, kimi zaman sadece Twitter’dan bilgilendirilme yapılırken, kimi zaman da hem Twitter’dan hem de Facebook’tan aynı içerik farklı şekilde ifade edilerek yayınlanmıştır. Burada sosyal ağların kendi yapılarına ve söylem dillerine uygun içerik üretilmesi dikkat çekmektedir. Ayrıca, tüm bu içerikleri etkinlikler ve duyurular başlığı altında değerlendirmek de mümkündür.

Kurumsal reklam başlığı üç sosyal medya hesabında da eş zamanlı olarak yayınlanmaktadır. 03.11.2017’de yayınlanan “Ugi’den Barış ve Kerem’i şaşırtan hareketler.” başlıklı video bir reklam kampanyasıdır. Ayrıca video sosyal ağların tümünde #barışugikerem hastagleri ile paylaşılırken, Instagram ağı üzerinde reklamda yer alan Kerem Bursin ve Barış Arduç’un hesapları etiketlenmiştir.

Ürün/hizmet bilgileri kurumun Facebook ağında “hakkında” bölümünde “finans şirketi”, Instagram ağında “finans şirketi” şeklinde tanımlanmaktadır. Twitter ağında ise bu tür bir bilgiye rastlanmamaktadır.

Kullanım bilgileri ve görsel aktarımı

Tablo 2. Bankaların Kullanım Bilgileri ve Görsel Aktarımı

Kullanım Bilgileri ve Görsel Aktarımı	Ziraat Bankası			Garanti Bankası		
	F	T	I	F	T	I
Kurumsal Rengin Kullanımı	1	1	1	1	1	1
Slogan	0	1	1	1	1	1
Logo/Amblem	1	1	1	1	1	1
Video/ Animasyon/ Gif	1	1	1	1	1	1
Sosyal Ağlar Kısa Yol Girişi	1	0	0	0	1	0
Ana Web Site Linki	1	1	1	1	1	0

Ziraat Bankası'nın kullanım bilgileri ve görsel aktarımı

Kurumsal renkler kurum tarafından yazılı olarak aktarılmamıştır. Kurum logosundan yola çıkarak kurumsal renklerin kırmızı ve beyaz olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Üç sosyal medya ağında da kurumsal renkler kullanılmaktadır.

Kurumun “bir bankadan daha fazlası” sloganı Twitter ve Instagram ağlarında bulunurken Facebook ağında bulunmamaktadır.

Kurumun logosu üç sosyal ağın da profil görseli olarak kullanılmaktadır. Kampanya, özel gün, duyuru görsellerinde logo kullanılırken kurum içinde çekilen fotoğraflarda ve etkinlik fotoğraflarında kullanılmamaktadır.

Kurumun üç sosyal ağında da içerikler video ve animasyonlarla desteklenmektedir.

Kurumun sadece Facebook ağında Ziraat Twitter ve Ziraat YouTube butonları vardır. Twitter ve Instagram ağlarında sosyal ağlar kısa yol girişine rastlanmamaktadır.

Kurumun ana web site linki üç sosyal ağda da yer almaktadır.

Garanti Bankası'nın kullanım bilgileri ve görsel aktarımı

Kurumsal renkler kurum tarafından yazılı olarak aktarılmamıştır. Kurum logosundan yola çıkarak kurumsal renklerin yeşil ve beyaz olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Üç sosyal medya ağında da kurumsal renkler kullanılmaktadır.

Kurumun “başka bir arzunuz” sloganı sadece Instagram’da bulunurken, Twitter ve Facebook’ta sosyal sorumluluk için paylaşılan bir video içeriğinde slogan seslendirilmektedir.

Kurumun logosu, üç sosyal ağın da profil görseli olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, kampanya, özel gün, duyuru içerikleri logo ve amblem kullanımıyla desteklenmektedir.

Kurumun sosyal ağlarının hepsinde, video ve animasyonlarla desteklenmektedir.

Kurumun Twitter hesabında “Garanti’ye Sor” adlı 7/24 destek vermek için oluşturulan Twitter hesabının linki bulunmaktadır. Ayrıca kurumun ana web site linki Facebook ve Twiter sosyal ağlarında yer alırken, Instagram’da link yer almamaktadır.

Kurumsal iletişim hizmetleri

Tablo 3. Bankaların Kurumsal İletişim Hizmetleri

Kurumsal İletişim Hizmetleri	Ziraat Bankası			Garanti Bankası		
	F	T	I	F	T	I
Online Bankacılık / Mobil Erişim	1	1	1	1	1	1
E-Posta ile Erişim	0	0	0	0	0	0
Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Aktarımı	0	0	0	1	1	1
Ürün / Hizmet Kampanyalarının Aktarımı	1	1	1	1	1	1
Belirli Hedef Kitleye Yönelik Kampanya Duyuruları	1	1	1	0	0	0
Diğer Kampanya Duyuruları	0	0	0	0	0	0
Bilgilendirme İçeriği	1	1	1	1	0	0
İnsan Kaynakları	1	1	1	0	0	0
Müşteri Hizmetleri (Bize Ulaşın)	1	0	1	1	1	0
Şube Noktaları	0	0	0	1	0	0
Sık Sorulan Sorular	0	0	0	1	0	0
Yardım Menüsü	0	0	0	1	1	0
Yorumlara Cevap Verilmesi	0	0	0	1	1	1
Her Gün Düzenli İçerik Üretimi	0	1	1	0	0	0

Ziraat Bankası'nun kurumsal iletişim hizmetleri

Kurumun üç sosyal ağında bulunan web sitesi linki online bankacılığa yönlendirmektedir. Aynı zamanda üç sosyal ağa mobilden erişim sağlanmaktadır.

Direkt olarak e-posta ile erişim hiçbir sosyal ağda bulunmamaktadır.

Kurumun hiçbir sosyal ağında 2017 Kasım ayında aktardığı bir sosyal sorumluluk kampanyasına rastlanmamaktadır.

Ürün/hizmet kampanyalarının aktarımı üç sosyal ağ üzerinden eş zamanlı olarak yapılmaktadır. 14.11.2017'de yayınlanan "Emeklinin, gençlerin, miniklerin, çalışanın artısı Ziraat'te. Daha fazlası için artılar Ziraat'te!" başlıklı görseli bu kategoride değerlendirmek mümkündür.

Bu görsel, Twitter ve Facebook ağında "detaylı bilgi için: <http://www.ziraat.com.tr>" ibaresiyle paylaşılmıştır. Instagram ağında ise "detaylı bilgiye internet sitemizden erişebilirsiniz" ibaresi yer almaktadır. Bunun sebebi Instagram'ın sosyal ağ yapısı ile ilişkilendirilmektedir. Instagram, görsellerin altına yazılan metinde web sitesi linki bulunduğu anda direkt siteye yönlendirme yapmamaktadır. Linkin, direkt yönlendirme yapabilmesi için profilde bulunan web site bölümüne yazılması gerekmektedir. Kurumun Instagram profilinde web sitesi linki bulunmaktadır.

Ayrıca görsel üç sosyal ağda da #ZiraatBankası hashtagi ile paylaşılmıştır. Instagram paylaşımlarında emoji kullanılmaması dikkat çekmektedir.

17.11.2017'de yine tüm sosyal ağlar üzerinden paylaşılan 154. yıl reklamını da ürün/hizmet kategorisinde değerlendirmek mümkündür.

Belirli hedef kitleye yönelik kampanyalar, kurumun üç sosyal ağında da eş zamanlı olarak paylaşılmaktadır. Öğrencilerin devlet burslarını aldığı banka olan Ziraat Bankası özellikle hedef kitlesinin öğrenciler olduğu kampanyaların aktarımını sosyal ağlar üzerinden görsellerle destekleyerek yapmaktadır. Hedef kitlesinin öğrenciler olduğu kampanyanın başlığı şu şekildedir: Öğrencinin dostu Bankkart Genç, hem banka kartı hem kredi kartı! (21.11.2017)

Hiçbir sosyal ağda diğer kampanya kategorisinde duyurumu yapılan herhangi bir kampanyaya rastlanmamaktadır.

03.11.2017'de üç sosyal ağda da eş zamanlı olarak yayınlanan "Ziraat Mobil QR Kod kullanın, kartsız para çekin, yatırın!" başlıklı görsel bilgilendirme içerikli paylaşım olarak değerlendirilebilmektedir. İçeriğin metninde kurumun web sitesinin "yeni nesil bankacılık ziraat mobil" başlıklı kısmına yönlendiren bir link bulunmaktadır. Sadece Instagram'da, ağın sosyal yapısı gereği link yerine "detaylı

bilgiye internet sitemizden erişebilirsiniz” ibaresi bulunmaktadır. Bu içerikte tüm paylaşımlarda kullanılan #ZiraatBankasi hashtagine ek olarak #ZiraatMobil hashtagi de kullanılmıştır.

Ayrıca duyurular başlığı altında incelediğimiz içerikler de bilgilendirme içerikli paylaşım olarak kategorize edilebilmektedir. Bilgilendirme içeriklerinin hepsinde web siteye yönlendiren linkin de içerik metnine eklenmesi dikkat çekmektedir.

Instagram’da #ÇalışanlarımızınGözündenTürkiye hashtagi ile çalışanların kendi memleketlerinden çektikleri fotoğrafların paylaşımı insan kaynakları başlığı altında değerlendirilmektedir. 04.11.2017’de Kayseri/ Belsin şubesinde Rasim Tekin’in çektiği fotoğraf, 05.11.2017’de kurumsal iletişim bölümünden Emre Külâh’ın İstanbul’dan çektiği fotoğraf, 11.11.2017’de Bursa/ Hürriyet şubesinde Sercan Ok’un çektiği fotoğraf bu paylaşımlara örnek olabilmektedir.

Ayrıca Instagram’da “Bankamızın 154. yaşını gururla kutladık. Nice yaşlara hep birlikte. Bu ülkenin hep daha fazlası için çalışan insanların yanında daha fazlasını yapmaktan hiç vazgeçmeyen bir Ziraat var.” başlığı ile Eskişehir, Elazığ, Diyarbakır ve Lefkoşa şubelerindeki çalışanların fotoğraflarının paylaşılması da bu kategori altında incelenmektedir. Genellikle tüm paylaşımların üç sosyal ağda da eş zamanlı olarak yapılmasına rağmen bu paylaşımların sadece Instagram’da yapılması dikkat çekmektedir.

Basınla ilişkiler ve etkinlikler/duyurular başlığı altında incelediğimiz içeriklerde paylaşılan ekip fotoğrafları da insan kaynakları başlığı altında değerlendirilmektedir. Bu başlıklar altında incelenen paylaşımlar üç sosyal ağda da eş zamanlı olarak yapılmaktadır.

Facebook ağında bulunan “bizimle iletişime geç” butonu web sitesi üzerinden iletişim formuna yönlendirmektedir. İletişim formunun bulunduğu kurum web sayfasının sağ alt köşesinde müşteri iletişim merkezi numarası paylaşılmaktadır. Diğer yandan “mesaj” butonu ile direkt kuruma mesaj göndermeye imkân tanınmaktadır. Twitter ve Instagram ağlarının yapısı gereği direkt mesaj gönderebilme olanağı bu ağlarda da mümkündür. Instagram ağında “ara” butonu bulunurken Twitter ağında bu tür bir iletişim butonuna rastlanmamaktadır.

Şubelerin bilgileri paylaşılmamakla birlikte #TarihiŞubelerimiz hashtagi ile tarihi bazı şubelerin fotoğrafları eş zamanlı olarak üç sosyal ağ üzerinden de paylaşılmaktadır. 02.11.2017’de paylaşılan Konya/ Çumra şube fotoğrafı, 16.11.2017’de paylaşılan Çorum şube fotoğrafı bunlara örnek olabilmektedir. Şube noktaları bilgisine ise web sitesi üzerinden “en yakın Ziraat” bölümünden ulaşmak mümkündür.

Sık sorulan sorular bölümüne hiçbir sosyal ağda yer verilmemektedir. Ancak kurumun web sitesi üzerinden “sıkça sorduklarınız” bölümüne ulaşmak mümkündür.

Yardım menüsü bölümüne hiçbir sosyal ağda yer verilmemektedir. Facebook ağında hikâyemiz bölümünde “bankamızla ilgili tüm ürün ve hizmetleri www.ziraatbank.com.tr adresinden takip edebilir, soru, öneri ve şikâyetleriniz için günün her saati 0850 220 00 00 no.lu telefon hattından Müşteri İletişim Merkezi'ne ulaşabilirsiniz” ibaresi dikkat çekmektedir.

Hiçbir sosyal ağda müşteri yorumlarına olumlu ya da olumsuz geri dönüş yapılmamaktadır.

Facebook'ta 2017 Kasım ayı içerisinde 18 paylaşım yapılmıştır. Bu her gün düzenli olarak içerik üretilmediğinin göstergesidir. Instagram'da ise 26 paylaşım yapılmıştır. Bu neredeyse her gün paylaşım yapıldığının göstergesidir. Twitter ağında ise toplam 40 tweet atılmıştır. Sadece hafta içi düzenli olarak paylaşılan “sabah stratejisi” ve “günlük ekonomi ve finans bülteni” dikkat çekmektedir.

Garanti Bankası'nın kurumsal iletişim hizmetleri

Kurumun hiçbir sosyal ağında, online bankacılığa yönlendirme ve direkt olarak e-posta erişimi bulunmamaktadır. Fakat üç sosyal ağa da mobilden erişim sağlanmaktadır.

Kurumun üç sosyal medya ağında da sosyal sorumluluk kampanyalarının aktarımı yer almaktadır. Bu paylaşımlar:

- Twitter ve Facebook, “Çocuklarımızın hayatında fark yaratan öğretmenlerimizin gelişimini destekleyen Öğretmen Akademisi Vakfı'nın kurucusu olmaktan gururluyuz.” (11.11.2017)
- Twitter, “11. kez gerçekleşecek Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nda finale kalan adaylar, bugün jürimiz karşısında başarı öykülerini anlattı. 28 Kasım'da gerçekleşecek ödül töreninde, kazananlar hikâyelerini tüm Türkiye'ye duyuracak.” (14.11.2017)
- Twitter, “Ekonomi Bakanlığı ve Kagider tarafından düzenlenen 2. Kadın Girişimciler Konferansı'nda, Genel Müdür Yardımcımız Cemal Onaran, kadın girişimciliğinin bankamızdaki temel taşlarını ve kadın girişimcilere sağladığımız finansal olanakları anlattı.” (17.11.2017)
- Twitter, “Bu yıl 11.sini düzenlediğimiz Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması sona erdi! Birbirinden başarılı kadın girişimcilerimizin yanında olmaktan gurur duyuyoruz. Kazananları tebrik ediyor ve tüm girişimci kadınlarımızın başarılarının devamını diliyoruz!” #KGY2017 (21.11.2017)
- Facebook, “11 yıldır gurur ve mutlulukla düzenlediğimiz Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması ödül töreni bu akşam gerçekleşecek! Tüm adaylara başarılar dileriz.” #KGY2017 (21.11.2017)
- Twitter, “11 yıldır düzenlediğimiz Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması ödül töreni bu akşam gerçekleşecek! Adaylara başarılar dileriz.” #KGY2017 (28.11.2017)

- Twitter, “CDP Su Programı’nda Global A Listesi’ne giren dünya genelindeki tek finans kuruluşu olma başarısını gösterdiğimiz için mutluyuz.” (28.11.2017)
- Twitter, “#KGY2017 Eğitim kurumlarına, firmalara ve yurt dışında eğitim görmeye hazırlanan öğrencilere sosyal sorumluluk proje danışmanlığı yapan @ciftciece, kurucusu olduğu SosyalBen Akademi girişimiyle Türkiye’nin Kadın Sosyal Girişimcisi ödülünü kazandı!” (28.11.2017)
- Twitter, “Silor salatalık tohumunda, Türkiye ihtiyacının %90’ını karşılayan ve gelecekte dünya çapında bir firma olmayı amaçlayan Petektar Tohum’un kurucusu Büşra Yapıcı, Türkiye’nin Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimcisi ödülünü kazandı!” (28.11.2017)
- Twitter, “En büyük hayali, kurucusu olduğu Biolive’ı tüm biyoatıkları plastiğe çeviren büyük bir işletme haline getirmek olan Duygu Yılmaz, Türkiye’nin Gelecek Vaat Eden Türkiye’nin Kadın Girişimci ödülünün sahibi oldu!” (28.11.2017)
- Twitter, “Bugüne kadar 200’den fazla formül geliştiren 1K Kimya’nın kurucusu Sevginar Baştekin, Türkiye’nin Kadın Girişimcisi ödülünü kazandı!” (28.11.2017)
- Twitter, “Bu yıl 11.sini düzenlediğimiz Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması sona erdi! Birbirinden başarılı kadın girişimcilerimizin yanında olmaktan gurur duyuyoruz. Kazananları tebrik ediyor ve tüm girişimci kadınlarımızın başarılarının devamını diliyoruz!” #KGY2017 (28.11.2017)
- Facebook, “Bu yıl 11.sini düzenlediğimiz Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması sona erdi! Birbirinden başarılı kadın girişimcilerimizin yanında olmaktan gurur duyuyoruz. Kazananları tebrik ediyor ve tüm girişimci kadınlarımızın başarılarının devamını diliyoruz!” (28.11.2017)
- Twitter, “Bir kategori, iki birinci! Şirketlerin müşteri sadakatini ve büyümesini sağlayan çok kanallı müşteri deneyim platformu Insider girişimiyle Hande Çilingir, Türkiye’nin Kadın Girişimcisi ödülünü kazandı!” (28.11.2017)

Kurumun sosyal medya ağlarında, en fazla sosyal sorumluluk kampanyaları aktarımına dair içerik üretildiği dikkat çekmektedir. Bu paylaşımlar yapılırken yapılan sosyal sorumluluk projesi kapsamına özel hashtag oluşturulmuş ve içeriklerin çoğunda bu hashtag kullanılmıştır. Ayrıca, Garanti’nin amblemi olan yonca şekli, yonca emoji kullanılarak pekiştirilmiştir. Bu paylaşılan içerikleri, kurumsal etkinlikler ve duyurular başlığı altında incelemekte mümkündür.

Ürün ve hizmetler ile ilgili içerikler, kurumun Twitter ve Facebook ağlarında eş zamanlı ve fotoğraf ile desteklenerek yayınlanmaktadır. Ürün hakkındaki içerikler:

- Twitter, Instagram, “Düşük faiz ayağınızı yerden kesecek! Opel Insignia için %0,88 faizle 50.000 TL kredi Garanti’de. Hemen başvurun!”(09.11.2017)

- Twitter, Instagram, “Honda Civic sizi bekliyor! Garanti Taşıt Kredisi ile 24 ay vade ve %0,85 faiz fırsatından yararlanın, yeni yılda bir Honda sahibi olun. Detaylı bilgi için 444OTOM’u (444 68 66) arayın.” (23.11.2017)

Instagram’da ise Türkiye’nin en sevilen mobil bankasının Garanti Cep olduğunu duyurarak, işlemlerin kolayca yapılabileceğini ve bu konuda hizmet verdiklerini dile getirmektedir. Ayrıca, en sevilen banka olmasının sebebini takipçilerine sorarak yarışma düzenleyip, bu konu hakkında yorum yapmalarını istemektedir. Böylelikle etkileşimi arttırmayı amaçlamaktadırlar.

Finans sektörü olduğu için paylaşılan içerikler, sadece ‘Hizmet’ başlığı altında gerçekleştirilmiş ve Instagram’dan bu konuya dair hiçbir paylaşımında bulunulmamıştır. Ayrıca paylaşılan iki içeriğin sonuna link eklenerek daha detaylı bilgiye ulaşılması sağlanmıştır.

Belirli hedef kitleye yönelik kampanyalara ve diğer kampanyalar kategorisinde duyurumu yapılan herhangi bir içeriğe rastlanmamaktadır.

Bilgilendirme içeriği ile ilgili kurumun Facebook sayfasında, “Kadın Girişimci” sekmesi altında girişimcilik ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Aynı zamanda “Garanti Pratik Cevaplar” sekmesi altında da müşterilerin sıklıkla karşılaşılabileceği sorunlarla ilgili bilgilere ulaşmak mümkün olmaktadır. Ayrıca bu sekme, sık sorulan sorular başlığı altında da değerlendirilebilmektedir.

Facebook sayfasında “Garanti’ye Sor” sekmesi, Twitter’da ise “Garanti’ye Sor” adlı bir twitter hesabı bulunmaktadır. Buralar aktif bir şekilde kullanılmakta, takipçilerin ihtiyaçlarına yönelik cevaplar ve yönlendirmeler yapılmaktadır. Bu nedenle açılan bu sekmenin ve Twitter hesabını yorumlara cevap verilmesi başlığı altında incelemek de mümkün olmaktadır.

İnsan kaynakları ile ilgili kurumun hiçbir sosyal ağında paylaşımına denk gelinmemiştir.

Şube noktalarıyla ilgili bilgiye ise sadece Facebook üzerinden oluşturulan “Konumlar” başlığı altında, harita üzerinden şubelerin yer aldıkları konuma ulaşmak mümkün olmaktadır.

Kurumun sosyal ağlarının hiçbirinde her gün olacak şekilde düzenli içerik üretimine rastlanmamaktadır.

Diğer hizmetler

Tablo 4. Bankaların Diğer Hizmetleri

Diğer Hizmetler	Ziraat Bankası			Garanti Bankası		
	F	T	I	F	T	I
Uluslararası Para Birimi	0	1	0	0	0	0
Döviz Kurları	0	1	0	0	0	0
Ekonomi Gündemi	0	1	0	0	0	0
Kültür Sanat	0	0	0	0	0	0
Kariyer İlanları	1	1	1	0	0	0
Yararlı Bilgiler	0	1	0	0	0	0

Ziraat Bankası'nın diğer hizmetleri

Twitter ağı üzerinden her hafta içi düzenli olarak paylaşılan “sabah stratejisi” ekleri uluslararası para birimi, döviz kurları, günlük özet piyasa verileri gibi bilgileri içermektedir. Yine her hafta içi düzenli olarak paylaşılan “günlük ekonomi ve finans bülteni” ise döviz piyasası, faiz piyasası bilgilerini grafiklerle analiz ederek sunmaktadır. Tüm bu içerikleri yararlı bilgiler başlığı adı altında incelemek de mümkündür. Facebook ve Instagram’da ise bu bilgilere yer verilmemektedir.

Hiçbir sosyal ağda kültür sanat kategorisinde paylaşılan içeriğe rastlanmamaktadır. Ancak kurumun web sitesi üzerinden “kültür ve sanat” başlıklı bölüme ulaşmak mümkündür.

10.11.2017 tarihinde üç sosyal ağda da eş zamanlı olarak yayınlanan “Ziraat Finans Grubu işe alım mülakatları sonucu asil ve yedek olarak belirlenen adaylara ilişkin listeler yayımlanmıştır” duyurusu kariyer ilanları başlığı altında değerlendirilmektedir.

Garanti Bankası'nın diğer hizmetleri

Kurumun hiçbir sosyal ağında, uluslararası para birimine, döviz kurlarına, ekonomi gündemine, kültür sanata ve kariyer ilanları ile ilgili bilgilere rastlanmamıştır.

Sosyal ağların genel karşılaştırması

Instagram ağı genel karşılaştırması

Tablo 5. Bankaların Instagram Ağı Karşılaştırması

01.11.2017- 30.11.2017	Garanti Bankası	Ziraat Bankası
Başlangıç Hayran Sayısı	44.041	107.752
Bitiş Hayran Sayısı	46.316	110.830
Dönemlik Hayran Artışı	2.275	3.078
Toplam İleti	8	26
Toplam Beğeni	11.172	45.503
Toplam Yorum	1.115	236
Ortalama Etkileşim	% 3,7252	% 1,6328

Instagram ağına bakıldığında 2017 Kasım ayı başında Ziraat Bankası'nın hayran sayısının Garanti Bankası'nın hayran sayısından yaklaşık olarak üç kat fazla olduğu sonucuna varılmaktadır. 2017 Kasım ayı sonunda Garanti Bankası'nın hayranları 2.275 artış gösterirken Ziraat Bankası'nın hayran artışı ise 3.078'dir. Garanti Bankası 2017 Kasım ayı boyunca 8 ileti paylaşımı yaparken Ziraat Bankası 26 ileti paylaşımı yapmıştır. Garanti Bankası'nın toplam beğeni sayısı 11.121 iken Ziraat Bankası'nın ise 45.503'dür. Toplam yorum sayısı ise Garanti Bankası'nda 1.115 iken Ziraat Bankası'nda 236'dır. Buna bağlı olarak da Garanti Bankası'nda ortalama etkileşim %3,7252 iken Ziraat Bankası'nda %1,6328'dir.

Ziraat Bankası'nın hayran sayısı, hayran artışı, toplam ileti ve toplam beğeni oranları Garanti Bankası'ndan görünür şekilde fazlayken toplam yorum ve ortalama etkileşim oranlarının düşük olması Ziraat Bankası'nın yapılan yorumlara cevap vermemesi ile ilişkilendirilmektedir.

Facebook ağı genel karşılaştırması

Tablo 6. Bankaların Facebook Ağı Karşılaştırması

01.11.2017- 30.11.2017	Garanti Bankası	Ziraat Bankası
Başlangıç Hayran Sayısı	1.746.412	1.918.993
Bitiş Hayran Sayısı	1.756.994	1.941.925
Dönemlik Hayran Artışı	10.582	22.932
Toplam İleti	12	18
Toplam Beğeni	31.583	65.324
Toplam Yorum	1.270	1.166
Toplam Paylaşım	2.263	6.274
Ortalama Etkileşim	% 0,2053	% 0,2674

Facebook ağında 2017 Kasım ayı başında 1.756.994 hayran sayısına sahip olan Garanti Bankası ve 1.941.925 hayran sayısına sahip olan Ziraat Bankası'nın hayran oranları karşılaştırıldığında, Instagram ağında olduğu kadar büyük farklar ile karşılaşılmamaktadır. Dönemlik hayran artışı oranına bakıldığında 2017 Kasım ayı sonunda Ziraat Bankası'nın hayran artışının (22.932) Garanti Bankası'nın hayran artışından (10.582) yaklaşık olarak iki kat fazla olduğu sonucuna varılmaktadır. Garanti Bankası 2017 Kasım ayı boyunca 12 ileti paylaşırken, Ziraat Bankası ise 18 ileti paylaşmıştır. Hayran sayısında olduğu gibi paylaşılan ileti sayısında da Instagram ağında olduğu kadar büyük farklara rastlanmamaktadır. Dönemlik hayran artışı oranında olduğu gibi toplam beğeni sayısında da Ziraat Bankası (65.324) oranlarının Garanti Bankası (31.583) oranlarından yaklaşık olarak iki kat fazla olduğu görölmektedir. Toplam yorum sayısı oranları Instagram ağında büyük farklılık gösterirken Facebook ağında birbirine çok yakındır. Buna bağlı olarak da toplam etkileşim oranları da birbirine yakın olmaktadır. Toplam paylaşım oranı ise Garanti Bankası'nda 2.263 iken Ziraat Bankası'nda 6.274'tür.

Twitter ağı genel karşılaştırması

Tablo 7. Bankaların Twitter Ağı Karşılaştırması

01.11.2017- 30.11.2017	Garanti Bankası	Ziraat Bankası
Başlangıç Takipçi Sayısı	272.389	301.688
Bitiş Takipçi Sayısı	275.159	308.159
Dönemlik Takipçi Artışı	2.770	6.471
Toplam Tweet	22	40
Toplam Beğeni	5.085	15.657
Toplam Retweet	681	1.673
Ortalama Etkileşim Oranı	% 0,1296	% 0,1836

2017 Kasım ayı başında Twitter ağına bakıldığında diğer ağlarda olduğu gibi Ziraat Bankası'nın (301.688) takipçi sayısının Garanti Bankası'ndan (272.389) daha fazla olduğu görölmektedir. 2017 Kasım ayı sonunda ise Garanti Bankası 2.770 takipçi artışı gösterirken Ziraat Bankası 6.471 takipçi ile yaklaşık üç kat daha fazla artış göstermektedir. Garanti Bankası 2017 Kasım ayında 22 tweet paylaşırken Ziraat Bankası'nın 40 tweet ile iki kat fazla paylaşım yaptığı görölmektedir. Bu farklılık Ziraat Bankası'nın Twitter ağında hafta içi düzenli olarak paylaştığı sabah stratejisi ve günlük ekonomi - finans bülteninden kaynaklanmaktadır. Bunun sonucunda da Ziraat Bankası, Garanti Bankası'ndan daha fazla beğeni ve retweet sayısına ulaşmıştır. Buna rağmen Ziraat Bankası'nın diğer ağlarda olduğu gibi bu ağda da karşılıklı etkileşime kapalı olması daha az içerik üretimi yapan Garanti Bankası ile

yakın etkileşim oranlarına sahip olmasına neden olmaktadır. Garanti Bankası, oluşturmuş olduğu @Garanti'yeSor adlı twitter hesabı ile ana twitter hesabına gelen sorulara ve yorumlara cevap vermekte gerektiği takdirde direkt mesaj yoluyla takipçileriyle iletişime geçmektedir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Yeni iletişim teknolojileri, sağladığı kolaylıkların yanı sıra bazı zorunlulukları da beraberinde getirmektedir. Tüm bu teknolojik yeniliklerle birlikte hedef kitlelerin de değişime uğraması kurumları en işlevsel iletişim ortamlarından biri olan sosyal ağlarda bulunmaya mecbur bırakmaktadır. Kurumlar yeni iletişim teknolojilerine uyum sağlayarak sürdürülebilir ve planlı yaklaşımlarla etkin, interaktif ilişki kurma fırsatı bulmaktadır. Kurumsal temsilciler kurumun kimliğini oluşturmak ve pekiştirmek için sosyal ağlardan yararlanmaktadır. Bu sayede kurumlar sosyal medyada bulunma süreçlerini etkin şekilde yönetip kimlikleri hakkındaki algıyı da yönetebilmektedir. Yeniliklere ve değişen hedef kitlenin beklentilerine uyum sağlayamayan kurumların ise uzun vadede başarılı olabilmeleri mümkün olmamaktadır.

Son yıllarda dijitalleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin etkilerinin en çok hissedildiği alan finans sektörü olmuştur. Değişen hedef kitle talep ve beklentilerine hızla cevap verebilmek için dijital işlemlerde değişim ve dönüşümün öncüsü olan finans sektöründeki öncü bankaların sosyal medya kullanımına yönelik bazı araştırmalar da yapılmıştır.

2017 yılında Metin Işık, Mustafa Karaca, İlker İspir, Gül Çakı, Leman Nida Yıldırım tarafından yazılan “Sosyal Medya Platformlarının Halkla İlişkiler Amaçlı Kullanımı: Bankalar Üzerine İnceleme” başlıklı makalede Türkiye Bankalar Birliği'nin verilerine göre Türkiye'deki en büyük üç bankanın (Ziraat Bankası, İş Bankası, Garanti Bankası) resmi Facebook hesapları ele alınmıştır. Örneklem olarak seçilen bankaların Facebook hesapları Grunig ve Hunt'ın Halkla İlişkilerin Dört Modeli esas alınarak oluşturulan kodlama cetvelleriyle 1 Ağustos 2017- 1 Kasım 2017 tarihleri arasında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular çerçevesinde, özel banka olan Garanti Bankası'nın, incelenen diğer iki bankaya göre başta sosyal medyanın çift yönlü iletişim olanağı olmak üzere pek çok özelliğini etkin olarak kullandığı gözlemlenmiştir. Bu açıdan, özel bankaların devlet bankalarına göre Halkla İlişkilerin Dört Modeli'nden İki Yönlü Simetrik Model'in daha etkin kullanıldığı sonucuna varılabilmektedir.

2016 yılında Nagihan Tufan Yeniçıktı tarafından yazılan “Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma” başlıklı makalede sosyal ağ sitesi olan Instagram'ın işletmeler açısından halkla ilişkiler aracı olarak nasıl kullanıldığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Ekonomist dergisi tarafından 2017 yılında açıklanan “Sosyal

Marka 100” araştırması, araştırmanın evrenini oluştururken bu araştırma sonucunda sosyal medyayı en iyi kullanan 100 şirketten ilk 50’si araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. İlk 50 içinde finans sektöründen beş kurum bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla Akbank, Denizbank, Finansbank, Garanti Bankası ve ING Bank’tır. Örneklem olarak alınan bu şirketlerin kurumsal Instagram hesaplarının bulunup bulunmadığına bakılmıştır ve Instagram hesabı olan şirketlerin ise 27.10.2015-27.11.2015 tarihleri arasındaki paylaşımlarına marka kimliği, marka farkındalığı, etkileşim, içerik ve satış özendirme özellikleri bağlamında içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgularda öne çıkan sonuçlardan birisi, bu kurumların sosyal medyayı en fazla kullanan şirketler olmasına rağmen Instagram hesaplarında Facebook ya da Twitter linklerinin olmamasıdır. Kurumların Instagram hesaplarından paylaştıkları gönderilerin içeriklerine bakıldığı zaman halkla ilişkiler amaçlı paylaşımların çok az olduğu, tanıtım ya da reklam amaçlı ürünlerin ise daha fazla olduğu belirlenmiştir. Kurumların büyük çoğunluğunun paylaşılan fotoğraf ya da videoların altına yapılan takipçi yorumlarına cevap vermediği, cevap veren küçük bir kısmın ise yorumlara açıklama getirdiği ya da kurumsal siteye yönlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum da yine kurum ile takipçileri arasında etkileşime olanak tanıyan Instagram ağının kurumlar tarafından halkla ilişkiler amaçlı olarak etkin bir şekilde kullanılmaması ile bağdaştırılmaktadır.

Bu çalışmada sosyal medya analizleri yapan www.boomsocial.com sitesi üzerinden ulaşılan “Brands Top 100” listesindeki verilere göre ilk 10’da yer alan finans sektöründen 2 markanın (Ziraat Bankası, Garanti Bankası) örneklem alınmasıyla bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kurumların kimliklerini sosyal medya üzerinden nasıl aktardıklarının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Analiz edilen iki bankaya bakıldığında, kurumsal bilgi akışı başlığı altında incelenen kurumun tarihçesi, ilkeleri, vizyonu ve misyonu iki bankanın sosyal ağlarında da genellikle eksik olarak aktarılmıştır. Ancak tüm bu bilgiler kurum kimliği açısından önem teşkil etse de sosyal medyanın yapısı dikkate alındığında bu bilgilerin hepsine yer verilmesi mümkün görülmemektedir. Yine aynı başlık altında incelenen kurumsal reklamlar, etkinlikler/duyurular, basınla ilişkiler/basın odası, ürün/hizmet bilgilerine ise tüm sosyal ağlarda genellikle yer verilmiştir.

Kullanım bilgileri ve görsel aktarımı başlığı altında incelenen kurumsal rengin kullanımı, slogan, logo/amblem, video/animasyon/gif kullanımı, sosyal ağlar kısa yol girişi, ana web site linki bilgileri ise çoğunlukla iki bankanın da sosyal ağlarında bulunmaktadır. Kurumun logosundan renklerine kadar görsel tüm öğeleri içeren bu başlık, kurum kimliğini açıklamakta yetersiz kalsa da ilk bakışta kurumu tanıtıcı bir görev üstlenmektedir. Bu sebeple doğru konumlandırılmış kullanım bilgileri ve görsel aktarımı, kurumu hedef kitleye doğru açıklarken kurum kimliğini de pekiştirmektedir.

Kurumsal iletişim hizmetleri başlığı altında dikkat çeken bulgularda öncelikle kampanya duyurularındaki eksik bilgi aktarımı yer almaktadır. Ürün/hizmet kampanyalarının duyurumu iki bankanın da sosyal ağlarında yapılmaktadır. Buna karşın diğer kampanya duyurularına iki bankanın sosyal ağlarında da yer verilmemektedir. Tüm bu kampanya duyuruları sosyal medya üzerinden kurumsal kimlik aktarımı noktasında büyük önem taşıırken kurumların bu konuda birbirlerine çok zıt konumda yer aldıkları gözlenmektedir. Ziraat Bankası sosyal sorumluluk kampanyalarının aktarımına üç sosyal ağda da yer vermezken, belirli hedef kitleye yönelik kampanya duyurularına ise üç sosyal ağda da yer vermektedir. Garanti Bankası'nda ise bu durum tam tersi olarak gözlenmektedir. Bu doğrultuda yaptığı paylaşımların büyük çoğunluğu sosyal sorumluluk kampanyalarından oluşmaktadır.

Yine kurumsal iletişim hizmetleri başlığı altında incelenen etkileşim başlığı ise dikkat çeken diğer bulgu olarak göze çarpmaktadır. Ziraat Bankası'nın sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biri olan çift yönlü iletişim noktasında eksiklikleri olduğu gözlemlenmektedir. Garanti Bankası ise Ziraat Bankası'nın aksine kullanıcılarından gelen yorumların yaklaşık 4'te 3'üne cevap vermektedir. Bu sonuçlar çerçevesinde Ziraat Bankası'nın etkileşim oranının Garanti Bankası'nın etkileşim oranından fazla olmasına rağmen hiçbir yoruma cevap vermemesi dikkat çekmektedir. Sosyal medyanın bir diğer özelliği olan dinamizm noktasında ise bulgular her gün düzenli içerik üretimi başlığı altında incelenmektedir. Ziraat Bankası bu konuda daha etkin davranış sergilerken Garanti Bankası başta Instagram ağı olmak üzere incelenen tüm sosyal ağlarda az içerik üretimi yapmaktadır.

Diğer hizmetler başlığı altında incelenen uluslararası para birimi, döviz kurları, ekonomi gündemi, kültür sanat, kariyer ilanları ve yararlı bilgilere ise sadece Ziraat Bankası'nda ve ağırlıklı olarak Twitter ağında yer verilmektedir. Sosyal ağları zenginleştirmek ve insanların ilgisini aktif tutabilmek amacıyla bu tür paylaşımlara yer verilmesi kurumlar açısından olumlu kurumsal kimlik algısı yönetimiyle ilişkilendirilmektedir. Bu konuda Garanti Bankası'nın herhangi bir paylaşımına rastlanmamaktadır.

Sonuç olarak, finans sektörü gibi çoğunlukla dijital işlemlerin görüldüğü ve mevduat sahipleriyle de etkileşimin önemli olduğu kurumlarda, kimliğin sosyal medya üzerinden aktarımı da büyük önem taşımaktadır. Türk finans sektöründe yer alan bu iki banka özelinde yaptığımız çalışma ve sosyal medyanın yapısı dikkate alındığında, Garanti Bankası ve Ziraat Bankası'nın kurumsal kimliğini pekiştirmek için sosyal ağlardan yararlandığı görülmektedir. Bu bağlamda, iki bankanın sosyal medyada bulunma süreçlerini etkin şekilde yönetip kimlikleri hakkındaki algıyı da yönettiğini söylemek mümkündür.

Alanda yapılan literatür taramasında, bankalar özelinde birebir benzer bir çalışma ortaya konulmamış olması çalışmayı özgün kılmaktadır. Buna karşın, çalışmada sadece Kasım 2017 verilerinin kullanılması ve yalnızca iki bankaya yer verilmesi çalışmanın önemli bir sınırlılığı olarak görülmektedir. Bu açıdan, gelecek çalışmalarda çalışmada kullanılacak verilerin zaman diliminin genişletilmesi ve uluslararası diğer bankaların da çalışmaya dâhil edilmesinin alana büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akıncı Vural, Z. B. – Bat, M. (2013). Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akıncı Vural, Z. B. - Bat, M. (2014). Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Medyanın Genel Çerçevesi. Dijital Panorama Bilgi İletişim Teknolojilerinde Son Gündem. Ed. Akıncı Vural Z. B. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Akıncı Vural, Z. B. – Kesken, R. (2012). Rekabet Avantajı Sağlanmasında Kurumsal Pazarlama ve Kurumsal Görsel Kimlik. Erciyes İletişim Dergisi. 2 (4), 54-74.
- Akıncı Vural, Z. B. (1998). Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alton Y.K Chua, Snehasish Banerjee, (2013). Customer Knowledge Management via Social Media: The Case of Starbucks. Journal of Knowledge Management. 17(2), 237-249.
- Arıkan, A. (2017). Kurumsal Tasarım ve Görsel Kimlik: Kurumsal İletişim. Ed. Başak Solmaz. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Atam, A. A. (2014). Kurumsal Kimlik Çalışmaları: Beko Örneği. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication. 4 (2), 16-39.
- Aydın, A. F. (2012). Kurumsal İtibar Açısından Sosyal Medyaya İlişkin Değerlendirme. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırma Dergisi. (9), 78-92.
- Azzollini, M. (2016). What is Corporate Identity and Why is it Important?. <https://www.linkedin.com/pulse/what-corporate-identity-why-important-meena-azzollini>. Erişim Tarihi: 05.11.2017.
- Baskan Karsak, B. (2008). Web Sitelerinin Kurumsal Kimlik Açısından Değerlendirilmesi: En Beğenilen 20 Şirket Üzerine Bir Analiz. İleti-ş-im. Sayı:9, 165-179.
- Carr, C. T. - Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. Atlantic Journal of Communication. 23(1), 46-65.
- Castronovo, C. – Huang, L. (2012). Social Media in an Alternative Marketing Communication Model. North American Business Press. 6(1), 117-134.
- Edosomwan, S. - Kalangot Prakasan, S. - Kouame, D. - Watson, J. – Seymour, T. (2011). The History of Social Media and its Impact on Business. The Journal of Applied Management and Entrepreneurship. 16(13), 79-91.
- Er, T. (2016). Kurumsal Kimlik Oluşumunda Kültürün Etkisi; Arçelik'in Kurum Kimliği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C İstanbul Arel Üniversitesi Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı.

- Erdem, O. – Dikici, M. (2009). Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 8 (29), 198-213.
- Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal Medya Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Hearn, G. - Foth, M. - Gray, H. (2009). Applications and Implementations of New Media in Corporate Communications: An Action Research Approach. *Corporate Communications: An International Journal*. 14(1), 49-61.
- Hepkon, Z. (2003). Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*. Sayı:9, 175-211.
- İnce, M. E. Kurumsal Kimlik. <http://www.kto.org.tr/d/file/kurumsal-kimlik.pdf>. Erişim Tarihi: 19.11.2017.
- Jefkins, F. (1995). Kurum Kimliği. Çev: Okay Aydetmir. *Marmara İletişim Dergisi*. Sayı:9, 33-40.
- Karadeniz, M. (2009). The Importance of Creating a Successful Corporate Identity and Corporate Image for Enterprises in Marketing Management. *Journal of Naval Science and Engineering*. 5 (3), 1-15.
- Karatepe, S. (2008). İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 7 (23), 77-97.
- Kaya, F. B. Ü. (2006). Kurum Kimliği ve Kurumsal Tasarım. *Tasarım+Kuram Dergisi*. Sayı:4, 27-37.
- Mavnacıoğlu, K. (2015). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım*. İstanbul: Beta.
- Mayfield, A. (2008). What is Social Media?. http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20i%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf. Erişim Tarihi: 31.10.2017.
- O'Reilly, T. (2007). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *International Journal of Digital Economics*, 65(1), 17-37.
- Olins, W. (2003). *Corporate Identity: The Myth and The Reality: Revealing the Corporation*. Ed. John M. T. Balmer, Stephen A. Greyser. Londra: Routledge.
- Onat, F. - Aşman Alikılıç, Ö. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*. 3(9), 1111-1143.
- Özdemir Çakır, H. (2016). *Sosyal Medyada Kurumsal İtibar Yönetimi*, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Özel, E. K. (2014). Çalışanların Twitter Kullanımının Kurum İmajına Etkisi: Türkiye’de Bir Anket Çalışması. *Journal of Yasar University*. 9(35), 6138-6158.

- Öztürk, G. (2006). Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2(5), 1-17.
- Öztürk, G. (2006). Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 5 (9), 1-17.
- Pempek, T. A. - Yermolayeva, Y. A. – Calvert, S. L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. Journal of Applied Developmental Psychology. 30(6), 227-238.
- Roshan, M. – Warren, M. – Carr, R. (2016), Understanding the Use of Social Media by Organisations for Crisis Communication. Computers in Human Behavior. (63), 350-361.
- Roshan, M. - Warren, M. - Carr, R. (2016). Understanding The Use of Social Media By Organisations For Crisis Communication. Computers in Human Behavior. 63, 350-361.
- Sezgin, M. K. (2008). İletişim Biçimi ve Ortamı Olarak Görsel Kimlik. Selçuk İletişim. 5 (2), 61-67.
- Telli Yamamoto, G. - Karamanlı Şekeroğlu, Ö. (2014). Sosyal Medya ve Blog, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Tıgılı, M. (2003). Kurum İmajı Kavramı ve Sembolik Analoji Tekniği Yoluyla Marmara Üniversitesi'nin Kurum İmajının Belirlenmesine İlişkin Bir Uygulama. T.C Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. XVIII (1), 245-256.
- Tokatlı, M. – Özbükerci, İ. – Günay, N. – Akıncı Vural, Z. B. (2017) Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı: Sektör Liderlerinin Twitter Yönetimi Üzerine Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 5(1), 34-57.
- Uzoğlu, S. (2001). Kurumsal Kimlik, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj. Kurgu Dergisi. Sayı:18, 337-353.
- What is Corporate Identity and Why Is It Important?, <https://www.treefrog.ca/what-is-corporate-identity>. Erişim Tarihi: 14.11.2017.

Eğitim Örgütlerinde Pozitif Psikolojik Sermaye, Birey-Örgüt Uyumu ve Örgütsel Yabancılaşma Arasındaki İlişki¹

İlknur ŞENTÜRK* Gülcan SEÇİLMİŞ**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma, birey-örgüt uyumu ve pozitif psikolojik sermaye algı düzeylerinin tespit etmek, bu değişkenler arasındaki ilişkiyi saptamak ve araştırmanın sonuçlarına göre örgütsel yabancılaşma sorununa ilişkin çözüm önerileri getirmektir. Bu amaç doğrultusunda öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma, birey-örgüt uyumu ile pozitif psikolojik sermaye algıları arasındaki yapısal ilişkileri açıklayan bir model oluşturulmuş ve modeli test etmek için Eskişehir Tepebaşı ilçesi devlet okullarında görev yapan 456 öğretmenden anket yoluyla veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda pozitif psikolojik sermaye alt boyutları ile birey-örgüt uyumunun, örgütsel yabancılaşmayı etkileyen anlamlı bir etken olduğu belirlenmiştir. Ayrıca birey-örgüt uyumunun pozitif psikolojik sermaye ile yabancılaşma arasında aracılık etkisi de saptanmıştır. Öğretmenlerin örgüte uyumlarının sağlanması ve öz yeterlilik algılarının yükseltilmesi ile davranış değişikliklerin ortaya çıkacağı ve yabancılaşmanın azalacağı sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin psikolojik sermaye algıları arasında en düşük katılım puanı alan boyut iyimserliktir. Bu algı birçok sebepten kaynaklı olabilir. Ancak eğitim sistemindeki sorunlara yönelik iyileşmelere gidilmesi, iyimser düşünme biçimini geliştirecektir.

Araştırma Makalesi

Geliş: 05.09.2020

Kabul: 29.12.2020

Anahtar Kelimeler:

Pozitif Psikolojik
Sermaye, Birey-Örgüt
Uyumu, Örgütsel
Yabancılaşma,
Öğretmenler

The Relationship Between Positive Psychological Capital Person-Organization Fit and Organizational Alienation

ABSTRACT

The aim of this study is; to detect the organizational alienation of teachers, person-organization fit and the levels of positive psychological capital perception, to determine the relationship between these variables and to bring solution suggestions to the issue of organizational alienation related to the results of the study. For this purpose, a model has been created which describes the structural relationships between the organizational alienation of teachers, person- organization fit and positive psychological capital perceptions in Eskişehir Tepebaşı district public schools and to test the model data were collected from 456 teachers through a survey. As a result of the research, positive psychological capital sub-dimensions and person-organization fit were determined as a significant factor affecting the organizational alienation. In addition, the mediation effect of person-organization fit between positive psychological capital and alienation was also determined. It has been concluded that behavioral changes will emerge and alienation will be reduced by providing teachers' adaptation to the organization and raising their self-efficacy perceptions. The dimension that got the lowest participation score among teachers' perceptions of psychological capital is optimism. This perception can be caused by many reasons. However, making improvements to eliminate the problems in the education system will improve the optimistic way of thinking.

Research Article

Received: 05.09.2020

Accepted: 29.12.2020

Keywords:

Positive Psychological
capital, Person-
Organization Fit,
Organizational
Alienation, Teachers

¹ Bu makale, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı kapsamında, Doç.Dr. İlknur Şentürk danışmanlığında yönetilmiş, "Pozitif psikolojik sermaye, birey örgüt uyumu ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişki " başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eğitim Yönetimi Anabilim Dalı, ilknurkokcu@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2096-614X>

** Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi Doktora Öğrencisi, gulcansec@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8080-6105>

GİRİŞ

Girdisi ve çıktısı insan olan okulları amacı, bireye gerekli bilgi beceriyi kazandırarak sağlam ve iyi karakterli insanlar yetiştirmektir. Toplumdaki huzur ve barışı sağlamak, nitelikli insan gücü yetiştirmek, toplumun kültür ve değerlerini genç nesillere aktarmak, bireyin beden ve zihnen gelişmesini sağlamak, bireyi duygu fikir ve inanç yönünden geliştirmek de öğretmenin başlıca görevleri arasındadır. Öğretmenin niteliği ile yetiştirdiği öğrencinin niteliğinin özdeş olması beklenen bir durumdur. Eğitim örgütlerinde öğretmenin "insan mimarı, sanatkâr" olarak anılması öğretmenin ne derece önemli bir paydaş olduğunun altını çizmektedir. Tam da bu noktada öğretmenin pozitif dünya görüşüne sahip olması, kendine güvenmesi, zorluklar karşısında pes etmeden yoluna devam etmesi geleceğe iyimser ve umutla bakması yetiştireceği nesiller açısından son derece önemlidir. Okullar öğrencilerin, öğretmenlerin ve yöneticilerin rol aldığı açık ve sosyal bir sistemdir. Bu sistemin sağlıklı bir şekilde işlemesi için örgütün ortak değerlere sahip olması ve tüm paydaşlarının işbirliği içinde çalışması gerekmektedir (Şişman, 2002: 10). Okulun tüm paydaşlarının uyum içinde olması, verimliliği ve etkililiği beraberinde getirecektir. Okulun değerleri ve hedefleri ile bireylerin değerlerinin uyum sağlaması ve ihtiyaçların karşılıklı giderilmesi ile ortak bir sinerji oluşmakta, bireylerde psikolojik iyi oluş ve aidiyet duyguları gelişmektedir (Sıgır ve Gürbüz, 2013: 176). Buna rağmen okullardaki bürokratik yapı, demokratik olmayan yönetim biçimi, öğretim süreçlerinin dışarıdan belirlenmesi, yoğun müfredat, günlük hayatta karşılığı olmayan bilgilerin öğretilmeye çalışılması, ders yükü, kalabalık sınıflar gibi etkenler eğitimde yabancılaşmaya neden olmaktadır (Erjem, 2005: 397). Bu sebeple yabancılaşmanın en çok yaşandığı örgütler arasında, okullar ilk sıralardadır (Ataş ve Ayık, 2013: 106; Yapıcı, 2004: 8). Eğitim sisteminin başında gelen okulların aşırı merkezîyetçi ve bürokratik yapısı, örgüt çalışanlarını karara katılım veya inisiyatif kullanma konusunda sınırlamaktadır. Eğitim örgütlerinin en önemli çalışanı olan öğretmen, ders müfredatları, ders çizelgeleri ve yönetmelikler oluşturulurken herhangi bir katkısının olduğunu düşünmemektedir (Yılmaz ve Sarpkaya, 2009: 325). Eğitim programlarının belirlenmesi ve geliştirilmesi konusunda etkisinin olmadığını düşünen öğretmen kendisini yabancı ve güçsüz hissetmektedir. Eğitim ile ilgili kanun ve yönetmeliklerin öğretmenin özgürce hareket etmesini kısıtlaması, eğitimsel olanakların ve kaynakların yetersiz olması, emek ve çabalarının yeterince takdir edilmemesi, örgüt içindeki diğer çalışanlarla olan ilişkilerin kötüye gitmesi ve öğretmenin yalnızlık duygusu yaşamaması, başarılı ve başarısız öğretmenler ayrımı yapılması öğretmenin işine yabancılaşmasına sebep olmaktadır. Yabancılaşma, öğretmenin eğitim ve öğretimle ilgili süreçlerden soğumasına, yaptığı işi anlamsız bulmasına, giderek zevksiz ve sıkıcı bir hal almasına yol açmaktadır.

Değişimin hızla yaşandığı günümüz dünyasında örgütler varlıklarını koruyabilmek ve başarılı olabilmek için sürekli kendilerini geliştirmeye ihtiyaçları vardır. Herhangi bir örgütün başarısında etkili olan en önemli unsur ise insandır. Araştırmada söz konusu olan örgüt, eğitim örgütleri (okullar) dir. Eğitim örgütlerinin en önemli girdilerinden biri olan öğretmenler ise bu araştırmanın merkezinde yer almaktadır. Çocukların fiziksel, sosyal ve ruhsal olarak sağlıklı yetişmelerinde kritik önem taşıyan öğretmenin, öncelikle her açıdan sağlıklı bir birey olması gerekir. Bu bağlamda araştırmada öğretmenlerin psikolojik sermaye algısı ile birey-örgüt uyumu, yabancılaşma sorununu ne ölçüde etkilemekte sorusuna cevap aranarak, eğitim örgütlerinin verimliliğini ve başarısını arttıracak çözüm önerileri getirmek amaçlanmıştır. Ayrıca örgütlerde rekabet edilebilirlikte önem arz eden birey-örgüt uyumunun, okulun ve öğretmenin birbirine uyumu olarak özelleştirilerek sorunlara, özellikle yabancılaşmanın azaltılmasına ne ölçüde katkısının olduğu araştırılmaktadır. Öğretmenin değer yargıları, idealleri ve istekleri ile okulun hedefleri, değerleri ve istekleri arasında uyumu yakalamak ve sorunları çözmek adına elde edilen bulgular ile alanyazınına katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Pozitif Psikolojik Sermaye

Sürdürülebilir rekabet için değişim ve gelişime ayak uydurmak isteyen örgütler açısından insan faktörünü ön plana çıkaran maddi/parasal kaynaklı olmayan sermaye türlerinden pozitif psikolojik sermaye geleneksel sermaye türlerine göre daha fazla rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Luthans ve Youssef, 2004: 145). Çalışanların eksik veya problemlili taraflarına odaklanmak yerine, güçlü ve geliştirilebilir yönlerine odaklanılmasını savunan pozitif psikolojik sermaye; ekonomik sermayenin "Neye sahipsin?", insan sermayesinin "Ne biliyorsun?" ve sosyal sermayenin "Kimi tanıyorsun?" sorularının aksine bireye "Kimsin ve Ne olacaksın?" sorularını yöneltir (Luthans, Youssef ve Avolio, 2006: 388). Ayrıca, çalışanların psikolojik kaynaklarının gelişimsel durumunu ifade eden pozitif psikolojik sermaye örgütsel davranış alanındaki sorunlara alternatif bir yaklaşım önermektedir. Çünkü pozitif psikolojik sermaye, çalışanların kalıcı özellikleri yerine, örgütsel amaçları gerçekleştirmek için eğitimle ve deneyimle geliştirilebilen özelliklerini vurgulamaktadır (Luthans, Avey, Avolio ve Peterson, 2010: 43). Böylelikle pozitif bir örgüt ortamının ve pozitif örgütsel çıktılarının oluşturulmasını sağlamaktadır (Büyükgöze, 2014: 19).

Pozitif psikolojik sermaye bireylerin pozitif özelliklerinden olan öz yeterlilik, umut, iyimserlik, psikolojik dayanıklılık, güven ve dışa dönüklüğün birleşiminden oluşan bir kavramdır. Bir hedefi gerçekleştirmek

yeteneklerine güvenmesini ifade eden öz yeterlilik, bireyin en güçlü özelliklerinden biridir. (Luthans ve Youssef, 2004: 150). Bu bakımdan öz yeterlilik, bireyin bilgi ve beceri anlamında ne denli yetkin olduğu ile değil, kendi becerilerine dair ne denli inançlı olduğu ile ilgili bir kavramdır (Özkalp ve Kırel, 2009: 74). Umut, bireyin hedefine ulaşmak için gerektiğinde farklı yollar belirleyerek sebat göstermesini kapsamaktadır (Luthans, Avolio, Avey ve Norman 2007: 153). Snyder'e (1995) göre ise hedefin öneminin ve gerçekleştirilebilme olasılığının temel belirleyicisi bireyin o hedefe yönelik umut derecesidir. Dayanıklılık (psikolojik rezilyans), bireyin başarısızlık veya sorumluluğun artması gibi stres yaratan beklenmedik durumlarda dahi kendini toparlayıp yenileyebilme kapasitesidir (Keleş, 2011: 348). Dayanıklılık, Sandage ve Hill'e (2001: 250) göre kişinin hem kendisini hem de çevresini kontrol edebilmesinin bir göstergesidir. İyimserlik, kişinin kendine inanmasıyla birlikte gelecekte de başarılı olacağına ve kendisini iyi şeylerin beklediğine yönelik olumlu bakış açısıdır (Çetin, Şeşen ve Basım, 2013: 99). Snyder ve Lopez'e (2002: 62) göre iyimserlik, kişinin kendisi için önemli olan durum ve sonuçlara ilişkin algılarını etkileyen ve yönlendiren bilişsel bir süreçtir. Güven, kişinin diğerlerine bağlanmak konusunda kuşku ve kaygı duymamasıdır. Dışa dönüklük ise kişinin bulunduğu ortama kolaylıkla uyum sağlayabilmesi, iletişim kurmakta güçlük çekmemesi ve sosyal ilişkilerde güçlü olma durumu açıklamak için kullanılmaktadır (Tösten ve Özkan, 2014: 432).

Birey-Örgüt Uyumu

Birey-örgüt uyumu, her iki tarafın da bezer temel özellikleri taşıdıkları ve bir birlerinin ihtiyaçlarını karşıladıkları zaman ortaya çıkmaktadır (Kristof, 1996: 4). Bu uyumun temelinde ise bireysel ve örgütsel değerler yatmaktadır (Kılıç, 2010: 21). Chatman'e (1989: 339) göre birey-örgüt uyumu, bireyin değerleri ile örgütün norm ve değerlerinin birbiriyle uyum sağlamasıdır. Değerler, örgütü oluşturan bireylerin davranışlarına rehberlik eden; örneğin dürüstlük, çalışkanlık, adil olma, takım çalışması, verimlilik gibi önemli unsurlardır. Konuyla ilgili daha genel bir çerçeveye sunan Kristof'a (1996: 15) göre birey-örgüt uyumu, bir biriyle ilişkili dört parçadan oluşmaktadır: (1) hem birey hem de örgütün temel özellikleri arasındaki uyum, (2) bireysel ve örgütsel amaçlar arasındaki uyum, (3) kişisel ihtiyaçlar ile örgütün yapısı arasındaki uyum, (4) örgüt iklimi ve kişisel özellikler arasındaki uyum. Buna istinaden Carles (2005) çalışanın örgütü ile kendisi arasında benzerlik kurmasının, birey-örgüt uyumu açısından bir ön koşul olduğunu ileri sürmüştür.

Bright'a (2007: 364) göre birey-örgüt uyumu benzerlik (supplementary) ve tamamlayıcı (complementary) uyum olarak ifade edilen iki yöntemlerle kazanılır. Benzerlik uyumu; bireyin sahip olduğu özellikler, değerler ve normların örgütle benzeşmesi durumudur (Cable ve Edwards, 2004: 823). Bireyin

özellikleriyle örgütün özelliklerinin benzemesi veya bireyin gereksinimlerinin örgüt tarafından karşılanması ile birlikte; örgüte bağlılık, iş doyumu, performans artışı, bireyin iyi oluşu ve mutluluk gibi pozitif sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Tamamlayıcı uyum ise, birey ve örgüte ait özelliklerin bir diğerinin eksik kalan bir ihtiyacını karşılaması durumudur. Tamamlayıcı uyum; ihtiyaç-tamamlama uyumu (needs-supplies fit) ve talep-yetenek uyumu (demands-abilities fit) olarak iki şekilde tanımlanır. Bireyin ihtiyaçları ile örgütün bu ihtiyaçları karşılaması arasındaki uyum ihtiyaç tamamlama uyumu olarak tanımlanırken, bireyin sahip olduğu bilgi, beceri ve yetenekler sayesinde örgütün gereksinimlerinin karşılanması ise talep-yetenek uyumu diye adlandırılır (Kristof, 1996: 17). Silverthorne'a (2004: 595) göre bireyin ihtiyaçları ve örgütten beklentileri; iş güvenliği, iyi çalışma koşulları, iyi ücret, diğer insanlarla birlikte olma, örgütsel iklime dâhil olma, iyi yönetim, becerilerini gösterebilme, sorumluluk alabilme, terfi fırsatı, başarı hissi gibi sıralanmaktadır. Örgütün ihtiyaçları ve bireyden beklentileri ise; örgütün amaçlarına bağlılık, direktiflere uyma, otoriteye saygı, örgüte bağlılık, çok çalışma, çalışanların iş birliği, iş arkadaşları ile dostluk, yaratıcılık, kaliteli iş, işgören doyumu olarak sıralanmaktadır. Birey-örgüt uyumunun sağlanamadığı örgütlerde ise çalışanlarda performans düşüklüğü, yabancılaşma ve yalnızlık gibi davranışlar görülürken, örgütsel çatışma, stres ve işten ayrılma niyetlerinde artış olmaktadır (Ulutaş, 2010: 90).

Örgütsel Yabancılaşma

Yabancılaşma kavramı erken dönem araştırmalarına göre, bireylerin kendi ürettikleri nesnelere ve eylemlere yabancılaşması olarak tanımlanmış; ancak daha sonra kavramın boyutları genişletilerek, bireyin kendi yaşamına ve diğer bireylere yabancılaşması durumu olarak ifade edilmiştir. Örgütsel anlamda yabancılaşma ise çalışan ilişkileri kapsamında ele alınmaktadır (Kurtulmuş ve Karabıyık, 2016: 463). Genel anlamıyla örgütsel yabancılaşma bireylerin örgütsel değerler, kurallar ve ilişkilerden uzaklaşması halidir. Örgüt içerisinde bireyler sınırları başkaları tarafından çizilen bir dünyada yaşamakta; iş ve iş ilişkilerine kendi duygu ve düşüncelerini yansıtamamaktadırlar. Dolayısıyla kendilerini yalnızca iş sürecine katkıda bulunan robotlar olarak gören bireyler örgüte yabancılaşmaktadırlar (Şimşek, Çelik ve Akgemici, 2016: 256). Üngüren ve arkadaşlarına göre örgütsel yabancılaşma çalışanların duygusal, fiziksel ve bilişsel yeteneklerini üretim sürecine aktaramamaları sonucu gelişen bir durumdur (Üngüren, Kaçmaz ve Yılmaz, 2016: 4). Marx'a (2013: 298) göre ise bireyin örgüte yabancılaşması, aşırı iş bölümü sonucudur. Çünkü iş bölümü, çalışanları düşük nitelikte vasıf gerektiren veya hiçbir vasıf gerektirmeyen işlerde uzmanlaştırarak; üretim süreci ve gerçek ürün ile olan bağını keser. Böylece birey klasik yönetim kuramlarının da temel varsayımlarından bir olan değiştirilebilir bir makine parçası haline dönüşerek hem

ürüne hem de üretim faaliyeti boyunca kendi emeğine yabancılaşır; çünkü hayatta kalmak için emeğini metalaştırmakta ve dışsallaştırmaktadır. Başka bir açıdan örgütsel yabancılaşma çalışanların objektif görev koşulları algıları ile bu koşullara ilişkin beklentileri arasındaki uyumsuzluk olarak tanımlanabilir. Söz konusu uyumsuzluk ise önce güçsüzlük ve anlamsızlıkla; belirli bir zaman sonra ise kendine yabancılaşma ile sonuçlanmaktadır. Yabancılaşan bireyler de özgürce hareket edemediklerini ve bağlı oldukları örgüte herhangi bir katkı sağlamadıklarını düşünmekte; örgüt faaliyetlerini kendileri dışında işleyen bir süreç olarak görmektedirler (Rajaeepour, Arbabisarjou, Zivarirahman ve Shokouhi, 2012: 189). Bunlara ek olarak örgüt içerisinde yer alan idarecilerin gereksiz sertlikteki yönetim anlayışları, iş görenlerin örgütten yabancılaşmasına ve daha saldırgan bir kimliğe bürünerek sert tepkiler göstermelerine neden olmaktadır (Fettahlıoğlu, 2006: 45) Örgütsel yapı ve normlarla belirlenen rol ve görevleri yerine getirmekle sorumlu olan ama ne ürettiği ürün üzerinde kontrole ne de harcadığı emeği üzerinde söz hakkına sahip olamayan bireyde giderek güçsüzlük hissi ortaya çıkmaktadır. Bu da içerisinde bulunduğu duruma ve örgütsel normlara anlam verememesine neden olmaktadır. Daha sonra da birey anlamlandıramadığı örgütsel normları reddetmeye başlamaktadır. Bu kuralsızlık davranışı ise bireyin örgütsel ortama uyum sağlayamamasına ve giderek kendini izole etmesine neden olmaktadır. Devam eden izolasyon hali ise bireyi hem örgütüne hem de kendine yabancılaştırmaktadır (Seeman, 1983: 172).

Seeman (1983: 173) bireyin kendi davranışları ve etrafındaki olaylar hakkında denetimini yitirmesi sonucu ortaya çıkan yetersizlik düşüncesini güçsüzlük şeklinde ifade etmiştir. Başka bir ifade ile güçsüzlük, bireyin başkaları tarafından kullanılma ve yönetilme deneyimlerine bağlı olarak çevresinde meydana gelen olayları kontrol edememe durumudur (Tummers, Bekkers, Van Thiel ve Steijn, 2015: 600). Bu durumun bireyde oluşturduğu duygu ise, bireyin başarısızlık kaygısından ve kendisini tek başına yetersiz görmesinden kaynaklanmaktadır (Soysal, 1997: 28). Anlamsızlık, bireyin yaptığı işin bütüne (örgüte) katkı sağlamadığını düşündüğünde veya yapmak istediği iş ile örgütün bireye tanımladığı rol arasında çatışma olduğunda ortaya çıkar. Özellikle büyük çaplı örgütlerde her işin çok farklı ve fazla sayıda uzmanlaşmayı gerektirmesi, bireyin diğerlerinin işleri hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmaması anlamsızlığa yol açar (Sarros, Tanewski, Winter, Santora ve Densten, 2002: 287). Seeman'a (1983: 174) göre ise anlamsızlık, bireyin kendi değerleri ve doğruları ile örgütün veya toplumun değerli veya doğruları arasında çelişkiye düştüğünde, bireyin neye inanması gerektiğine karar verememesine sebep olduğu çıkmazı açıklamak için kullanılan bir kavramdır. Kuralsızlık (normsuzluk), örgütsel normların bireyin amaçlarıyla ve inançlarıyla uyuşmadığında, bireyin toplum ve örgüt kurallarını görmezden gelmesi ve bu kuralları benimsemekten kaçınması durumudur (Tribe ve Mkonon, 2017: 107). Böyle bir

durumda birey, kişisel hedeflerini gerçekleştirmek için sosyal açıdan kabul görmeyen yollara başvurarak toplumsal ve örgütsel normlardan uzaklaşmaktadır (Seeman, 1983: 176). Fakat bu uzaklaşma da bireyin giderek örgütten yabancılaşmasına sebep olmaktadır (Soysal, 1997: 28). İzolasyon (yalıtılmışlık), bireyin toplumu ve sosyal yaşamı güvensiz görülmesi nedeniyle toplumdan uzak durma davranışıdır (Silah, 2005: 210). Örgütsel anlamda izolasyon ise bireyin sosyal çıkar kaybını göze alarak kendini her türlü örgütsel ilişkiden bilinçli olarak uzak tutmasıdır (Seeman, 1983: 177). İzolasyon genelde, örgütsel normları reddeden (Soysal, 1997: 29) ve örgütte kendini yalnız hisseden bireylerde görülmektedir (Şimşek vd., 2016: 255). Bununla birlikte kendi izole eden bireyler ortak amaçları benimsenmemekte ve örgüte karşı her hangi bir bağlılık hissetmemektedirler (Silah, 2005: 210). Eğitim örgütlerinde izolasyon ise öğretmenlerin kendini eğitim-öğretim ile ilgili tüm süreçlerden uzaklaştırması şeklinde ortaya çıkmaktadır (Erjem, 2005: 398). Soysal (1997: 29) kendine yabancılaşmayı bireyin kendi potansiyelinin farkında olmamasından dolayı benliğini ve yeteneklerini kendine ait hissetmeme durumunu olarak tanımlamıştır. Mottaz'a (1981: 517) göre ise bireyin beklentileri ile örgütsel eylemlerinin örtüşmesidir. O'Donohue ve Nelson'a (2014: 304) göre kendine yabancılaşma iş sürecinin bireyi örgütsel bütünlük ve bağlılıktan yoksun bıraktığında ortaya çıkmaktadır.

Bu bilgiler ışığında araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

- H1: Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye düzeyleri, yabancılaşma düzeylerini etkiler
- H2: Öğretmenlerin örgüte olan uyumu, örgüte yabancılaşmalarını etkiler.
- H3: Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye düzeyleri, öğretmenlerin örgüte olan uyumunu etkiler.
- H4: Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin, örgüte yabancılaşma etkisinde birey örgüt uyumunun aracılık rolü vardır.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırmanın devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin, uyumu ile pozitif psikolojik sermaye ve birey-örgüt uyumu ile örgütsel yabancılaşma algıları arasındaki yapısal ilişkileri için ilişki tarama modelinde desenlenmiştir. İlişki tarama modelindeki araştırmalar, iki veya daha fazla değişken arasında ilişkinin olup olmadığını inceleyen ve bu ilişkinin ne tür bir ilişki olduğunu açıklayarak, değişkenler hakkında tahminlerde bulunabilmek için tasarlanan deneysel olmayan araştırmalardır (Christensen, Johnson ve Turner, 2010: 62).

Evren-Örneklem

Araştırmanın evrenini 2018-2019 Eğitim-Öğretim yılında Eskişehir ili Tepebaşı ilçe merkezindeki devlet okullarında görev yapmakta olan öğretmenler oluşturmaktadır. Tepebaşı İlçe Milli Eğitim Müdürlüğünden alınan bilgilere göre Tepebaşı ilçesinde 21 ilkokul ve ortaokul, 26 genel ortaöğretim ve 21 mesleki ve teknik orta öğretim olmak üzere toplam 68 tane okul vardır. Bu okullarda toplam 2790 öğretmen görev yapmaktadır. Araştırma grubunun belirlenmesinde örneklem büyüklüğü hesaplama formülü, tabakalı örnekleme ve seçkisiz örnekleme yöntemleri aşamalı olarak kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğü hesaplama formülü evren hakkında bazı temel bilgiler bilindiği zaman ulaşılmaması gereken en az katılımcı sayısını veren istatistiksel bir yöntemdir. Tabakalı örnekleme yönteminde alt tabakalar belirlenerek genelleme yapıldığı için evrenini temsil etme gücü yüksek ve örneklem hatası ise düşüktür (Arıkan, 2013: 121). Seçkisiz örneklemede ise evren içerisindeki her bir elemanın örnekleme dahil olma olasılığı eşittir (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 54). Araştırmanın ilk aşamasında örneklem büyüklüğü hesaplama formülü kullanılarak %95 güven aralığında ulaşılmaması gereken en az kişi sayısı 338 olarak belirlenmiştir. İkinci aşama olan tabakalı örneklemede kriter olarak okul düzeyleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda 2 ilkokul ve 2 ortaokul, 4 mesleki ve teknik ortaöğretim ve 6 genel orta öğretim okullarında görev yapan öğretmenler örnekleme dahil edilmiştir. Bir sonraki aşamada rast gele örnekleme yöntemiyle bu tabaklardan veri toplanmıştır. Araştırmada analiz edilebilir 456 adet veriye ulaşılmıştır. Örneklem grubunu oluşturan öğretmenlerin demografik özelliklerine ilişkin veriler Tablo 1’de gösterilmiştir

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğretmenlerin Kişisel Özelliklerine İlişkin Veriler

	N	%		N	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	293	64,3	20-30 yaş	61	13,4
Erkek	163	35,7	31-40 yaş	290	63,6
Eğitim Durumu			41-50 yaş	88	19,3
Lisans	352	77,2	51+	17	3,7
Yüksek Lisans	93	20,4	Medeni Durum		
Doktora	11	2,4	Evli	387	84,9
Deneyim			Bekar	69	15,1
1-5 yıl	48	10,5	Çalışma Yılı		
6-10 yıl	46	10,1	1 Yıldan az	72	15,8
11-15 yıl	108	23,7	1-3	144	31,6
16-20 yıl	130	28,5	4-7	126	27,6
21+ yıl	124	27,2	8+	114	25,0

Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik verilerine ilişkin analizler frekans analizi aracılığıyla yapılmıştır. Buna göre katılımcıların %64,3’ünün kadın ve %35,7’sinin erkek olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların %84,9’unun evli ve %15,1’inin bekâr olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş

grupları incelendiğinde en yüksek oran %63,6 ile 31-40 yaş arasında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların %77,2'sinin lisans, %20,4'ünün de yüksek lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların mesleki deneyimleri incelendiğinde, %28,5'inin 16-20 yıl, %27,2'sinin 25 yıl ve üzeri, %23,7'sinin de 11-15 yıl arasında olduğu görülmektedir. Mevcut kurumdaki çalışma sürelerine bakıldığında ilk iki sırada %31,6 ile 1-3 yıl, %27,6 ile 4-7 yıl arası çalışan öğretmenlerin olduğu görülmektedir.

Veri Toplama Araçları ve Analiz Yöntemi

Bu çalışmada, öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye algılarını ölçmek amacıyla Tösten ve Özkan'ın (2014: 429) geliştirmiş olduğu "öz yeterlilik, iyimserlik, güven, dışa dönüklük, psikolojik dayanıklılık ve umut " boyutlarından oluşan yirmi altı ifadeli Pozitif psikolojik sermaye ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin tamamı için hesaplanan Cronbach Alpha katsayısı .92'dir. boyutların ise güvenilirlik katsayıları .61 ile .93 arasında değişmektedir. Birey-örgüt uyumu düzeyini belirlemek üzere Netemeyer, Boles, McKee ve McMurrian'ın (1997: 85) geliştirdiği dört maddeli ölçek kullanılmıştır. Ölçek, Elçi, Alpkan ve Çekmecioğlu (2008: 587) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve tek boyutludur. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı .73'tür. Örgütsel yabancılaşmayı ölçmek için Mottaz (1981: 515) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Işkın (2015: 260) tarafından yapılmıştır. Ölçek, güçsüzlük boyutu dört, anlamsızlık boyutu iki, kuralsızlık boyutu iki, izolasyon boyutu üç ve kendine yabancılaşma boyutu üç ifade olmak üzere toplam on dört ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin tamamı için hesaplanan Cronbach Alpha katsayısı .88'dir. boyutların ise güvenilirlik katsayıları .62 ile .85 arasında değişmektedir.

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Pozitif psikolojik sermaye ve birey-örgüt uyumunun, yabancılaşma algısını yordama düzeyinin tespit edilebilmesi amacıyla çoklu doğrusal regresyon modeli kullanılmıştır. Pozitif psikolojik sermayenin, birey-örgüt uyumu değişkeni aracılığı ile öğretmenlerin örgütsel yabancılaşmalarını yordayıp yordamadığını test etmek için Baron ve Kenny'in (1986: 1178) 3 adımlı yöntemi ve dolaylı etkinin anlamlılığını ölçmek için sobel testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Tanımlayıcı İstatistikler ve Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Örgütsel yabancılaşma, birey örgüt uyumu ve pozitif psikolojik sermaye boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi iki ya da ikiden fazla değişken arasında herhangi bir ilişkinin olup olmadığı eğer bir ilişki varsa bulunan ilişkinin şiddetini gösteren bir

testtir (Büyüköztürk, 2017: 68). Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Korelasyon kat sayılarında 0,00 ile 0,25 "çok zayıf", 0,26 ile 0,49 "zayıf", 0,50 ile 0,69 "orta", 0,70 ile 0,89 "yüksek", 0,90 ile 1,00 ise "çok yüksek" ilişki olduğunu göstermektedir (Sungur, 2016, s. 117). Bu analize ilişkin sonuçlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Ortalamalar, Standart Sapma Değerleri, Güvenilirlik Katsayıları ve Korelasyon Katsayıları

D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	(0,81)											
2	,669	(0,73)										
3	,465	,464	(0,62)									
4	,475	,493	,447	(0,64)								
5	,454	,543	,500	,639	(0,85)							
6	-,343	-,276	-,190	-,289	-,204	(0,73)						
7	-,284	-,353	-,333	-,398	-,454	,338	(0,93)					
8	-,233	-,278	-,267	-,389	-,373	,376	,645	(0,68)				
9	-,482	-,522	-,474	-,947	-,759	,284	,423	,384	(0,72)			
10	-,250	-,295	-,259	-,328	-,352	,301	,663	,567	,313	(0,75)		
11	-,262	-,299	-,228	-,306	-,308	,272	,606	,565	,287	,752	(0,93)	
12	-,232	-,272	-,197	-,290	-,299	,186	,530	,499	,270	,627	,800	(0,61)
Ort.	2,12	1,85	1,65	1,94	1,51	3,38	4,22	4,05	4,36	4,18	4,17	4,30
Ss.	1,213	,923	,970	1,231	,902	1,224	,965	1,922	1,120	,960	,909	,880
1: Güçsüzlük 2: Anlamsızlık 3: Kurlsızlık 4: İzolasyon 5: K. Yabancılık 6: Birey-Örgüt Uyumu												
7: Öz yeterlik 8: İyimserlik 9: Güven 10: Dışa dönüklük 11: P. Dayanıklılık 12: Umut												

NOT: N: 456, p<.01, Cronbach Alpha değerleri parantez içinde verilmiştir

Korelasyon analizine göre pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel yabancılaşmanın hemen hemen tüm alt boyutları arasında zayıf ve orta düzeyde ters yönlü ilişkiler bulunurken, pozitif psikolojik sermayenin güven alt boyutu ile örgütsel yabancılaşmanın izolasyon alt boyutu arasında çok yüksek düzeyinde ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Pozitif psikolojik sermayenin alt boyutları ile birey-örgüt uyumu arasında doğru yönlü ve zayıf ilişkiler olduğu görülmüştür. Birey-örgüt uyumu ile örgütsel yabancılaşmanın alt boyutları arasında ise ters yönlü ve zayıf ilişkiler olduğu bulgulanmıştır. Özetle, öğretmenlerin örgüte olan uyumları ile pozitif psikolojik sermaye algıları arttıkça yabancılaşma düzeyleri azalmaktadır. Araştırma değişkenlerinin ortalamaları incelendiğinde ise öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma algılarının nispeten

düşük, birey-örgüt uyumlarının orta ve pozitif psikolojik sermayelerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Çoklu Regresyon Analizine Yönelik Bulgular

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilere bakıldıktan sonra bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkene ait toplam varyansdaki değişimleri ne oranda açıklayabildiğini, yani bağımlı değişkeni etkileyip etkilemediklerini, etkiliyorsa anlamlılığını ve etkileme düzeyini belirleyebilmek için çoklu doğrusal regresyon modeli kullanılmıştır. Bu model bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende açıkladığı toplam ve tekil varyans miktarı arasında karşılaştırmalar yapmayı sağlar. Regresyon analizinde çoklu doğrusal bağıntı veya otokorelasyon sorunlarının olup olmadığı değişkenlerin tolerans, VIF ve Durbin-Watson değerleriyle kontrol edilmiştir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: 658). Çoklu regresyon analizine ilişkin bulgular ise Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3. Pozitif Psikolojik Sermaye Alt Boyutları ile Birey Örgüt Uyumunun Örgütsel Yabancılaşmayı Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

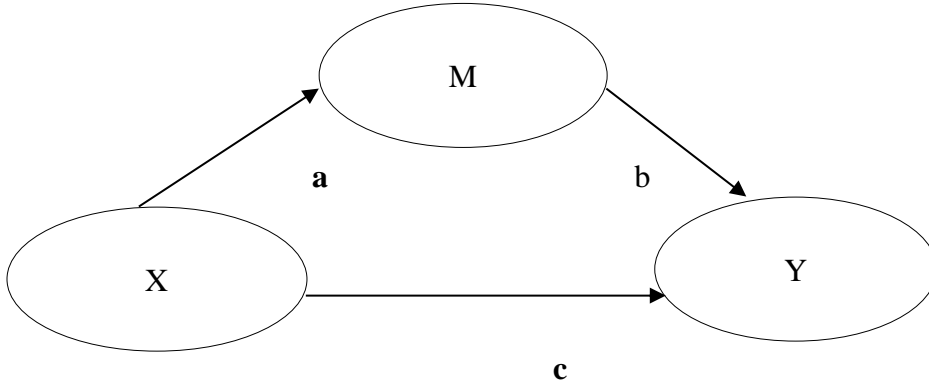
Bağımsız Değişkenler	β	Standart Hata	Standart Ed. β	t	p
Sabit	2,356	,143		16,470	,000
Birey Örgüt Uyumu	-,085	,023	-,177	-3,690	,000
Öz yeterlilik	-,118	,041	-,191	-2,874	,004
İyimserlik	-,023	,032	-,043	-,716	,474
Güven	-,001	,047	-,001	-,012	,990
Dışadönük	,037	,057	,058	,641	,522
Dayanıklılık	-,036	,055	-,053	-,643	,520
Umut	-,014	,028	-,029	-,497	,619
	R = 0,339	R ² = 0,115			
	F = 8,303	p < 0,01		Durbin-Watson= 1,536	

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde, pozitif psikolojik sermaye alt boyutları ile birey örgüt uyumunun, örgütsel yabancılaşmayı etkileyen anlamlı bir etken olduğu (p < 0,01) belirlenmiştir. Buna göre H₂ hipotezi desteklenmiştir. Pozitif psikolojik sermaye alt boyutları ile birey örgüt uyumunun, örgütsel yabancılaşmaya etkisine ilişkin toplam varyans yükü (R²: 0,115) olarak hesaplanmıştır. Yani pozitif psikolojik sermaye alt boyutları ile birey örgüt uyumunun örgütsel yabancılaşmaya etkisi toplam varyansın yaklaşık %11,5’ini açıkladığı görülmüştür.

Pozitif Psikolojik Sermayenin Yabancılaşma Üzerindeki Etkisinde Birey Örgüt Uyumunun Aracılık Etkisine Yönelik Bulgular

Pozitif psikolojik sermayenin, birey örgüt uyumu değişkeni aracılığı ile öğretmenlerin örgütsel yabancılaşmalarını etkileyip etkilemediği şekil 1'deki model ile test edilmiştir. Aracılık etkisinden söz edebilmek için, üç şartın sağlanması zorunludur. İlk olarak, bağımsız değişkenin aracı değişkeni etkilemesi gerekmektedir. İkinci olarak, aracı değişken olan birey örgüt uyumu ile bağımlı değişken olan yabancılaşma arasında anlamlı bir ilişki olmalıdır. Üçüncü olarak, bağımlı değişken üzerinde bağımsız değişkenin etkisi, ikinci eşitlikte olduğundan daha az olmalıdır. Eğer, bağımsız değişken bağımlı değişken üzerinde hiçbir etkiye sahip değilse tam aracılık, bağımsız değişkenin etkisi ikinci eşitlikte olduğundan daha az ise kısmi aracılık söz konusudur (Usta, 2010: 255). Şekil 1'de yer alan modeldeki X bağımsız değişkeni (pozitif psikolojik sermaye), Y bağımlı değişkeni (yabancılaşma) ve M aracı (birey örgüt uyumu) değişkeni temsil eder. Ayrıca, c yolu bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkiyi, b ise aracı değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkiyi gösterir (Baron ve Kenny, 1986: 1178).

Şekil 1: Aracılık Etkisini Gösteren Araştırma Modeli



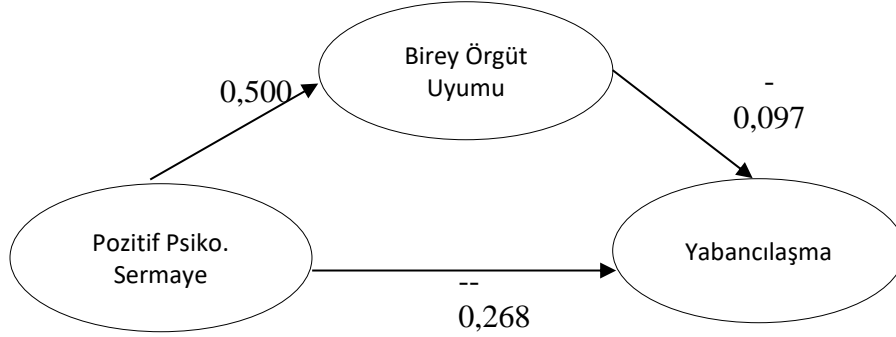
Araştırmada varsayılan modeldeki aracılık etkisini istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek için üç regresyon eşitliği kullanılmıştır.

1. Eşitlik: $M = \beta_0^1 + \beta_1^1 X$
2. Eşitlik: $Y = \beta_0^2 + \beta_1^2 X$
3. Eşitlik: $Y = \beta_0^3 + \beta_1^3 X + \beta_2^3 M$

İlk olarak, birey örgüt uyumu (aracı değişken) üzerinde pozitif psikolojik sermayenin (bağımsız değişken) etkisine bakılmaktadır. İkinci eşitlikte, pozitif psikolojik sermayenin, yabancılaşma (bağımlı değişken) üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Üçüncü eşitlikte ise bağımlı değişken (yabancılaşma) üzerinde aracı değişken (birey-örgüt uyumu) ile beraber bağımsız değişkenin (pozitif psikolojik sermaye) etkisi araştırılmaktadır. Aracılık etkisi ile ilgili 3 tane hipotez kurulmuştur. Hipotezleri test etmek için Baron ve

Kenny'in 3 adımlı yöntemi ve dolaylı etkinin anlamlılığını ölçmek için Sobel Testi kullanılmıştır. Şekil 2'de Sobel testine göre aracılık etkisini gösteren araştırma modeli yer almaktadır.

Şekil 2: Sobel Testine Göre Birey Örgüt Uyumu Aracılık Etkisini Gösteren Araştırma Modeli



Tablo 4. Değişkenlere İlişkin Aracılığı Gösteren Sobel Testi

Değişkenler	M= $\beta_0^1+\beta_1^1X$ 1. Eşitlik: (Aracı Değişken=f (bağımsız değişken))	Y= $\beta_0^2+\beta_1^2X$ 2. Eşitlik: Bağımlı Değişken=f (bağımsız değişken)	Y= $\beta_0^3+\beta_1^3X+\beta_2^3M$ 3. Eşitlik: Bağımlı Değişken=f(bağımsız ve aracı değişken)	
	(a)	(c)	(c')	(b)
X*, M**,Y***	$\beta_1^1= .500$ t= 7.361 p=.0001 Std. Hata=.068	$\beta_1^2= -.268$ t=-6.462 p=.0001 Std. Hata=0.41	$\beta_1^3= -.219$ t= -5,065 p=.0001 Std. Hata=.043	$\beta_2^3= -.097$ t= -3,414 p=.0001 Std. Hata=.028

*X: Pozitif psikolojik Sermaye, **M: Birey-Örgüt Uyumu, ***Y: Örgütsel Yabancılaşma

Tablo 4'e göre pozitif psikolojik sermayenin birey örgüt uyumu üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır ($\beta_1^1=.500$, $p<0.01$). Buna göre H_3 hipotezi desteklenmiştir. İkinci eşitliğe göre, pozitif psikolojik sermayenin yabancılaşma üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi vardır ($\beta_1^2= -.268$, $p<0.01$). Buna göre H_1 hipotezi de desteklenmiştir. Son eşitlikte, bağımsız değişken (pozitif psikolojik sermaye) ile aracı değişken (birey-örgüt uyumu) modele birlikte dahil edilmiş ve bağımlı değişken (yabancılaşma) açıklanmaya çalışılmaktadır. Üçüncü eşitliğe bakıldığında, pozitif psikolojik sermaye ile yabancılaşma arasındaki ilişkinin anlamsızlaşmadığı, fakat etki düzeyinin azaldığı görülmektedir ($\beta_1^3= -.219$, $p<0.01$). Beta değerindeki azalma miktarının anlamlılık düzeyine Sobel testi ile bakılmıştır. Sobel testi sonuçları $Z= -3.13$, $p<0.001$ şeklindedir. Bu sonuca göre Beta değerinde meydana gelen azalma anlamlıdır. Buna

göre, pozitif psikolojik sermaye ile yabancılaşma arasında birey örgüt uyumunun kısmi aracı etkiye sahip olduğunu söylenebilir. Bu bağlamda, H₄ hipotezi desteklenmiştir.

SONUÇ

Araştırmada, öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye algılarının yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde bu bulguyu destekleyecek çalışmalara rastlanmaktadır (Çimen, 2015: 100; Erbaş, 2018: 83; Keser, 2013: 118; Tösten, 2015: 136). Pozitif psikolojik sermayenin boyutları açısından katılım ortalamalarına göre en yüksek katılım gösterilen boyutlar sırasıyla "güven, umut ve öz yeterlilik" boyutlarıdır. Güven boyutun en çok katılım puanına sahip olması, öğretmenlerin mesleğinin bilincinde ve sorumluluk sahip olduğunu göstermektedir. Okulun tüm paydaşlarının öğretmenlere olan güvenin yüksek olduğunu, hesap verilebilirlikte nerdeyse hiç problem yaşamadıkları yorumu yapılabilir. Özellikle öğretmenin öğrencileriyle güven ilişkisi içerisinde ve onların sorunlarına ilişkin yardımcı olmakta istekli oldukları sonucuna varılabilmektedir. Ayrıca öğretmenlerin umut ve öz yeterlilik algılarının yüksek düzeyde çıkması, onların bir görevi yerine getirebilmek için gerekli motivasyon ve güce sahip olduklarını göstermektedir. Zorluklara rağmen olgunlukla hareket ettikleri ve vazgeçemedikleri yorumu yapılabilir. Araştırmada düşük puanı alan psikolojik sermaye boyutu iyimserliktir. Bu bulgu Çimen'in (2015: 101) çalışmasıyla da örtüşmektedir. Buna göre öğretmenlerin geleceğe güvenle bakmadığı yorumu yapılabilir.

Öğretmenlerin birey-örgüt uyumlarının orta düzeyde olması, okulun tam anlamıyla öğretmenin ihtiyaçlarını karşılamadığı, ortak değerlere ve amaçlara sahip olunmadığı yorumu yapılabilir. Eksik kalan hususlar; okul yönetiminde öğretmenin etkin olamaması, isteklerinin dikkate alınmaması, okuldaki diğer öğretmenlerle kurulan ilişkilerde ortak inanç ve değerlerin olmaması öğretmenin kendisini o kuruma ait olmadığını düşündürebilir. Öğretmenin okul yöneticileri ve diğer öğretmenlerden beklentilerinin yanı sıra öğrenci ve velilerden de önemli istekleri olmaktadır. Öğrencilerin sorumluluklarını bilmemesi, derslere ilgisiz kalması ve başarısızlığı, öğretmenin motivasyonunu düşürebilir dolayısıyla çalışma şevki kırılan ve amaçlarını gerçekleştiremeyen öğretmen çalıştığı okula uyumlu olmadığını düşünebilir. Ayrıca velilerin sorumluluklarını yerine getirmemesi ve öğretmene desteğinin olmaması da bir uyum problemi olarak değerlendirilebilir.

Araştırma sonuçlarına göre, öğretmenlerin yabancılaşma sorularına genel olarak düşük seviyede katılım gösterdikleri görülmektedir. Bu durum öğretmenler arasında yabancılaşmanın düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu sonuç literatürdeki birçok çalışmayla benzerlik göstermektedir (Averbek, 2016: 91; Eryılmaz, 2010: 92; Ünsal, 2018: 254). Eğitim örgütlerinde yabancılaşmanın düşük düzeyde çıkmasının

sebepleri arasında, öğretmenliğin saygın ve kutsal bir meslek olarak görülmesi, öğretmenin mesleğini severek ve isteyerek seçmesi, kamuda görev yapan öğretmenin özlük haklarının birçok kuruma göre daha iyi olması, hayat boyu iş garantisinin olması, bir takım öğretmene özel hizmetlerin (öğretmen evleri, sosyal tesisler, ödenekler, indirimler vb.) bulunması yabancılaştırmayı azaltabilir. Yabancılaştırmanın boyutları açısından sonuçlara bakıldığında, öğretmenler yabancılaştırmayı en çok güçsüzlük boyutunda hissetmektedir. Öğretmenin yaptığı iş üzerinde kontrolünün olmadığını düşünmesi hatta kendi çalışma yöntemini bile özgürce seçememesi sonucunda kendisini güçsüz hissetmektedir. Bu durum, eğitim örgütlerinin aşırı merkeziyetçi ve bürokratik yapısı, öğretim süreçlerinin dışarıdan belirlenmesi, demokratik olmayan yönetim biçimi, eğitim ile ilgili yasal metinlerin öğretmenin özgürce hareket etmesini kısıtlaması gibi sebeplerle açıklanmaktadır (Erjem, 2005: 399). Yabancılaştırma, en düşük "kendine yabancılaştırma" boyutunda görülmektedir. Bu durum öğretmenin kendi öz değerlerini yitirmediğini ve buna uygun davranışlar sergilediğini, kendisinden, mesleğinden ve iş çevresinden uzaklaşmadığını gösterir. Buna istinaden bireysel değerler ile örgütsel değer yargılarının benzeşmesi ile uyumun artacağı yorumu yapılabilir. Birey-örgüt uyum düzeyinin artması ile çalışanın mutlu, örgüte bağlı ve daha verimli çalıştığı önceki çalışmalarda kanıtlanmıştır (Bright, 2007: 370).

Araştırma sonucunda pozitif psikolojik sermayenin ve birey-örgüt uyumu değişkeninin örgütsel yabancılaştırmanın anlamlı bir yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Psikolojik sermaye ve birey-örgüt uyumu arasında pozitif yönde, örgütsel yabancılaştırma ile negatif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, Akdoğan ve Aydemir'in (2018: 307) pozitif psikolojik sermaye ve işe yabancılaştırma ile ilgili yaptıkları çalışma sonuçları ile örtüşmektedir. Buradan yola çıkarak öğretmenlerin öz yeterlilik algılarının yükseltilmesi ile davranış değişikliklerin ortaya çıkacağı ve yabancılaştırmanın azalacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bilgilerini ve becerilerini etkin bir şekilde kullanan, başarısızlığı kendine mal etmeyen, zorluklar ve stres karşısında mücadele edebilen, uyumlu, kendine güvenen ve öz saygısı yüksek öğretmenlerin yabancılaştırmayı daha az yaşadıkları yorumu yapılabilir. Ayrıca bu çalışmada öğretmenin bireysel değer ve hedeflerinin, okulun değer ve hedefleriyle uyumlu olması ile yabancılaştırmanın azalacağı sonucuna ulaşılmıştır. Birey-örgüt uyumunun artırılması ile öğretmenin okula olan bağlılığının, iş performansının ve iyi oluşunun artacağı yorumu yapılabilir.

Genel olarak, bu çalışmada birey örgüt uyumu aracı değişkeninin pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel yabancılaştırma ilişkisinde aracılık etkisine sahip olduğu istatistiksel olarak ortaya konmuştur. Pozitif psikolojik sermaye algısı ile örgütsel yabancılaştırma arasındaki negatif yönlü ilişki öğretmenlerin örgüte uyumlu oldukları algısı ile pekişmektedir. Diğer bir ifade ile birey örgüt uyumunun yüksek olduğu okullarda

örgütsel yabancılaşma daha düşük olmaktadır. Bu bulgu Arslan, Güripek ve İnce'nin (2018: 2) yabancılaşma ve birey-örgüt uyumuna ilişkin yaptıkları çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir.

SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER

Öğretmenlerin psikolojik sermaye algıları arasında en düşük katılım puanı alan boyut iyimserliktir. Bu algı birçok sebepten kaynaklı olabilir. Ancak eğitim sistemindeki sorunlara yönelik iyileşmelere gidilmesi, iyimser düşünme biçimini geliştirecektir. Bilimin rehberliğinde kaliteli bir eğitim sisteminin oluşturulması, iyimser düşünme biçimini de beraberinde getirecektir. Okulun tüm paydaşlarından oluşan okul danışma kurulu oluşturularak, okulun etkililiğini ve verimliliğini geliştirecek girişimlerde bulunulabilir. Bu kurul ile hem bireysel hem de örgütsel anlamda ihtiyaçlar belirlenerek ve karşılanarak öğretmenlerin okula uyum düzeyleri arttırılabilir. Öğretmenler ve okul yöneticilerinden oluşan yönetim kurulunun oluşturulması öğretmenlerin güçsüzlük hissini azaltabilir. Ayrıca öğretim programları ve modelleri, öğretmenin ve öğrencinin özerkliğini destekleyecek ve ihtiyaçlara göre esneklik sağlayabilecek bir biçimde tasarlanması, öğretmenin yabancılaşma sorununu ortadan kaldırabilir.

Birey-örgüt uyumunun öğretmenlerin olumsuz davranışsal çıktıları azaltması yönündeki araştırma bulgusuna binaen, bundan sonraki çalışmalarda birey örgüt uyumun daha fazla incelenmesi önemli bulgular elde edilmesini sağlayabilir. Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu araştırma sadece devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin katılımı ile araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerle elde edilen verilerden oluşmaktadır. Aynı araştırma özel okullarda görev yapan öğretmenlerle de tekrarlanabilir. Araştırma nicel araştırma yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, nitel araştırma tekniklerinden yararlanılarak derinlemesine incelenebilir. Araştırma modeline farklı değişkenler eklenerek, örneğin lider-üye etkileşimi, örgütsel destek, örgütsel güven vb. yeni araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, A. ve Aydemir, C. (2018). Pozitif psikolojik sermayenin işe yabancılaşma üzerindeki etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17. UİK özel sayısı), 307-318.
- Arıkan, R. (2013). *Araştırma yöntem ve teknikleri*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Arslan, E., Güripek, E. ve İnce, C. (2018). İşe yabancılaşma ve kişi-örgüt uyumu arasındaki ilişkide kariyer bağlılığının rolü: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 5(1), 1-12.
- Ataş, Ö. ve Ayık, A. (2013). Öğretmen adaylarında okula yabancılaşma, *Turkish Studies* 8(8), 103-122.
- Averbek, E. (2016). İlkokullarda görevli öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişki (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *Dicle Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Diyarbakır.
- 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.
- Bright, L. (2007). Does person-organization fit mediate relationship between public service motivation and the job performance of public employees. *Review of Public Personnel Administration*, 27(4), 361-379.
- Büyükgöze, H. (2014). Lise öğretmenlerinin görüşlerine göre algılanan örgütsel destek ve psikolojik sermaye ilişkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Ankara.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Cable, D. M. ve Edwards, J. R. (2004). Complementary and supplementary fit: A theoretical and empirical integration. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 822-834.
- Carless, S. A. (2005). Person–job fit versus person–organization fit as predictors of organizational attraction and job acceptance intentions: A longitudinal study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 411-429.
- Chatman, J. A. (1989). Improving interactional organizational research: A model of person-organization fit. *Academy of Management Review*, 14(3), 333-349.
- Christensen, L. B., Johnson, R. B. & Turner, L.A. (2015). *Araştırma yöntemleri, desen ve analiz* (Çeviri editörü: Ahmet Aypay). Anı Yayıncılık, Ankara.

- Çetin, F., Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2013). Örgütsel psikolojik sermayenin tükenmişlik sürecine etkileri: Kamu sektöründe bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), 95-107.
- Çimen, İ. (2015). Öğretmenlerin psikolojik sermaye algısına ilişkin faktörlerin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Gaziantep.
- Elçi, M., Alphan L. ve Çekmecelioğlu, G. H. (2008, Haziran). The influence of person organization fit on the employees' perception of organizational performance. *4th International Strategic Management Conference*. Sarajevo, Bosnia-Herzegovina.
- Erbaş, E. (2018). Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye düzeyleri ile öğrenen özerkliğini destekleme davranışları (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Bolu.
- Erjem, Y. (2005). Eğitimde yabancılaşma olgusu ve öğretmen: Lise öğretmenleri üzerine sosyolojik bir araştırma. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(4), 395-417.
- Eryılmaz, A. (2010). Lise öğretmenlerinin örgütsel yabancılaşma düzeyi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Fettahlıoğlu, T. (2006). Örgütlerde yabancılaşmanın yönetimi: Kahramanmaraş özel işletme ve kamu kuruluşlarında karşılaştırmalı bir araştırma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Kahramanmaraş.
- Hair, J. F., C. Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall, Englewood Cliffs. NJ.
- Işkın, Y. (2015). Otantik liderlik anlayışının örgütsel bağlılık ve örgütsel yabancılaşmayla ilişkisi mobilya sektöründe karşılaştırmalı bir araştırma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Kars.
- Keleş, H. N. (2011). Pozitif psikolojik sermaye: tanımı, bileşenleri ve örgüt yönetimine etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 343-350.
- Keser, S. (2013). İlköğretim okulu yöneticilerinin otantik liderlik ve psikolojik sermaye özelliklerinin karşılaştırılması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *Yıldız Teknik Üniversitesi*, İstanbul.
- Kılıç, K. C. (2010) Bireysel ve örgütsel değerler arasındaki uyumun çalışanların iş davranışlarına etkileri üzerine ampirik bir çalışma, *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 20-35.

- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1-49.
- Kurtulmuş, M. ve Karabıyık, H. (2016). Algılanan örgütsel adaletin öğretmenlerin işe yabancılaşma düzeylerine etkisi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 459-477.
- Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J. ve Peterson, S. J. (2010). The Development and Resulting Performance Impact of Positive Psychological Capital. *Human Resource Development Quarterly*, 21 (1), 41-67.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B. ve Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Youssef, C. M. ve Avolio, B. J. (2006). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford: Oxford University Press.
- Marx, K. (2013). *Kapital* (B. Parkan, Der.), (A. Bilgili, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Mottaz, C. J. (1981). Some determinants of work alienation. *The Sociological Quarterly*, 22(4), 515-529.
- Netemeyer, R. G., Boles, J. S., McKee, D. O. ve McMurrian, R. (1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context. *Journal of Marketing*, 61(3), 85-98.
- O'Donohue, W. ve Nelson, L. (2014). Alienation: An old concept with contemporary relevance for human resource management. *International Journal of Organizational Analysis*, 22(3), 301-316.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel davranış*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Rajaeepour, S., Arbabisarjou, A., Zivarirahman, M. ve Shokouhi, S. (2012). Relationship between organizational structure and organizational alienation. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(12), 188-196.
- Sandage, S. J. ve Hill P. C. (2001). The virtues of positive psychology: The rapprochement and challenges of the affirmative postmodern perspective. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 31, 241-260.

- Sarros, J. C., Tanewski, G. A., Winter, R. P., Santora, J. C. ve Densten, I. L. (2002). Work alienation and organizational leadership. *British Journal of Management*, 13(4), 285-304.
- Seeman, M. (1983). Alienation motifs in contemporary theorizing: The hidden continuity of the classic themes. *Social Psychological Quarterly*, 46(3), 171-184.
- Sıgır, Ü. ve Gürbüz, S. (2013). *Örgütsel davranış*. Beta Yayınevi, İstanbul.
- Silah, M. (2005). *Endüstride çalışma psikolojisi*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Silverthorne, C. (2004). The impact of organizational culture and person- organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan. *The Leadership & Organization Development Journal*, 25(7), 592-599.
- Snyder, C. R. (1995). Conceptualizing, measuring and nurturing hope. *Journal of Counseling & Development*, 73, 355-360.
- Snyder, C. R. ve Lopez, S.J. (2002). *Handbook of positive psychology*. Oxford University Press, London.
- Soysal, A. (1997). Örgütlerde yabancılaşmaya ilişkin teorik ve uygulamalı bir çalışma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Sungur, O. (2016). Korelasyon analizi. (Ş. Kalaycı, Ed.), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, içinde (116-127), Ankara: Asil Yayıncılık.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A. ve Akgemci, T. (2016). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Şişman, M. (2002). *Örgütler ve kültürler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Tösten, R. (2015). Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermayelerine ilişkin algılarının incelenmesi (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Tösten, R. ve Özkan, H. (2014). Psikolojik sermaye ölçeği: Geçerlik güvenirlik çalışması. *Erzurum Kültür Eğitim Vakfı Dergisi*, 59(2014), 429-442.
- Tribe, J. ve Mkono, M. (2017). Not such smart tourism? The concept of e-lineation. *Annalise of Tourism Research*, 66(2017), 105-115.
- Tummers, L., Bekkers, V., Van Thiel, S. ve Steijn, B. (2015). The effects of work alienation and policy alienation on behavior of public employees. *Administration & Society*, 47(5), 596-617.

- Ulutaş, M. (2010) Birey-örgüt uyumu kuramı ve dalaman havalimanı çalışanları üzerine bir alan araştırması (Yayımlanmamış doktora tezi). *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Usta, R. (2010). İçsel pazarlama ve hizmet kalitesi arasındaki ilişki üzerinde örgütsel bağlılık ve iş tatmininin aracılık etkisi. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, (34), 241-263.
- Üngüren, E. , Kaçmaz, Y. Y. ve Yılmaz, Y. (2016). The influence of sociodemographic factors on organizational alienation of accommodation businesses employees. *European Scientific Journal*, 12(4), 1-18.
- Ünsal, Y. (2018). Eğitim örgütlerinde sergilenen hizmetkâr liderlik rollerinin öğretmenlerin örgütsel yabancılaşmasına etkisi (Yayımlanmamış doktora tezi). Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Şanlıurfa.
- Yapıcı, M. (2004). Eğitim ve yabancılaşma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1) 1-9.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (5.basım), Seçkin Yayınevi, Ankara.
- Yılmaz, S. ve Sarpkaya, P. (2009). Eğitim örgütlerinde yabancılaşma ve yönetimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2) 314-333.

Güncel Haliyle Bitcoin ve Piyasadaki Değeri Üzerine Bir İnceleme¹

Özgür GÜVEN* Şahin BULUT**

ÖZET

Bitcoin, 2009 yılında ortaya çıkmasıyla devrim niteliğinde bir altyapı sunan kripto para türüdür. Bitcoinin temel teknolojisi olan blokzincir, güvenilir bir üçüncü tarafa ihtiyaç duymayan, merkezi olmayan bir sistem olarak tasarlanmıştır; geniş uygulama potansiyeli ile kamu ve iş dünyasında hızla kabul görmüştür. Bu çalışmada, Ocak 2012 – Mart 2020 tarihleri arasında cumhuriyet altını, altın ons fiyatı, ham petrol fiyatı, amerikan doları ve euro para birimleri ile bitcoin arasındaki korelasyon ilişkisi incelenmiştir. Araştırma kapsamında Spearman korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Analizlerin sonucuna göre, piyasalara girdiği ilk dönem olan 2012’de bitcoinin diğer göstergelerle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi saptanmamıştır ($p>0.05$). Bitcoinin dolar karşılığının bir önceki yıla göre üç katından fazla arttığı 2017 yılı ise bitcoinin zirve yılı olup; euro ile arasında pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki vardır ($r=0.873$; $p<0.001$). 2012-2020 döneminde istatistiksel olarak bitcoinin ham petrol fiyatı ile arasında negatif yönlü ve zayıf; cumhuriyet altını, altın ons fiyatı, dolar ve euro ile kuvvetli bir ilişki vardır ve bu ilişki anlamlıdır. Yüksek hareketlilik, bitcoinin, istikrarlı bir ödeme aracından ziyade spekülâtif bir yatırım aracı olarak görülmesi olarak algılanabilir. Bitcoinin uzun dönemde en çok euro ile arasında kuvvetli bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Araştırma Makalesi

Geliş: 10.11.2020

Kabul: 01.02.2021

Anahtar Kelimeler:

Bitcoin,
Kripto para birimi,
Fintech (Fintek).

Bitcoin Current State and A Study on Bitcoin Value in The Market

ABSTRACT

Bitcoin is a type of cryptocurrency that offers a revolutionary infrastructure when it emerged in 2009. The basic technology Blockchain is designed as a decentralized system that does not need a reliable third party; with its wide application potential, it has been rapidly accepted. In this study, the correlation relationship between Cumhuriyet Gold, gold ounce price, crude oil price, american dollar and euro currencies and bitcoin between January 2012 and March 2020 was examined. According to the results of Spearman correlation analysis, a statistically significant relationship was not detected in 2012 ($p>0.05$). The year 2017, was the peak year of bitcoin; a strong positive relationship with the euro ($r=0.873$; $p<0.001$). In 2012-2020, the difference between bitcoin and crude oil price was negative and weak; a strong relationship between Cumhuriyet Gold, gold ounce price, dollar and euro, and this relationship is significant. High mobility can be perceived as seeing bitcoin as a speculative investment tool rather than a stable payment instrument. It has been determined that there is a strong relationship between Bitcoin and the euro in the long term.

Research Article

Received: 10.11.2020

Accepted: 02.01.2021

Keywords:

Bitcoin,
Cryptocurrency
Fintech.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonomi ve Finans, oguvn@adu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7018-9756>

** Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Ekonomi Anabilim Dalı, sbulut@adu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3462-6381>

GİRİŞ

Kripto paralar, merkezi otoriteye ihtiyaç duymayan, dağıtık ve dijital bir para birimi olarak son yıllarda finans dünyasındaki popüler konuların başını çekmektedir.

Kripto para birimleri arasında en popüler ve kullanımı en yaygın olan bitcoin (sembolü ₿, kısaltması: BTC) olup, yarattığı ilk tetikleyici etki, işlemleri onaylama konusunda hiçbir güvenilir tarafa ihtiyaç duyulmamasından kaynaklanmaktadır. Bitcoinin ilk bloğu olan *Genesis Bloğu* 3 Ocak 2009 tarihinde oluşturulmuş olup bu tarih tesadüf değildir (BTCTÜRK, 2019). 2008 yılında Yunanistan’da bir sabah halk bankadaki paralarını çekememiş, hiçbir resmi otorite veya banka da açılış tarihi verememiştir (BBC, 2015). 2008 yılında yaşanan bu kriz sadece bu ülkede değildir, global bir kriz söz konusudur; tüm dünyada mevcut ekonomik ve politik sisteme karşı bir güvensizlik hakimdir. Bitcoin, dokuz sayfalık bir makale olarak 31 Ekim 2008’de Satoshi Nakamoto tarafından White Paper² olarak yayınlanarak dünyaya duyurulmuştur. Hemen ardından Nakamoto’ya ait bitcoin cüzdanına 50 bitcoin transfer edilmesi ile Genesis bloğu üretilmiştir. Satoshi Nakamoto isminin gerçek kişi olup olmadığı bilinmemektedir. Zaman içerisinde “Satoshi Nakamoto” olduğunu iddia eden bazı kişiler olmuş ancak gerçek kişinin kim olduğu veya gerçekte böyle bir kişinin varlığı henüz kanıtlanamamıştır. Bitcoin sistemini icat eden kişi 2011 yılının Nisan ayından sonra ortadan kaybolmuştur (Eğilmez, 2013). Buna rağmen oluşturmuş olduğu sistem matematik prensipleri ve şeffaflığı ile aktif olarak yürütülmeye devam etmektedir (Mancar, 2017).

Kuramsal açıdan bakıldığında sistemin kullanımı karmaşık görünmemektedir. Bu durumda ilk olarak wallet olarak adlandırılan bir cüzdan programı üzerinde yeni bir hesap tanımlanmalıdır. Cüzdan programı, kullanıcının bitcoinlerini tıpkı fiziki bir cüzdandaki gibi saklamakta ve dijital ortamda bu cüzdandaki paralar ile işlem yapılması olanağını sağlamaktadır. Standart bankacılık sistemindeki bir banka hesap cüzdanı gibi işlev gören bu dijital cüzdanlar, kimlik ve adres gibi hiçbir özel bilgiyi içermeyen, rakam ve harflerin bir araya gelmesiyle oluşturulmuş, metin formatında ifade edilen karışık bir dizedir. Hesabı olan herkes bitcoin satın alabilir ve transfer edebilir; bu işlemler belli bir bedel karşılığı olmadan birkaç dakika içinde ve çalışma saati kalıpları dışında olarak 7 gün 24 saat süresince gerçekleştirilebilir. Bitcoin euro, dolar, TL veya başka para birimlerine istenildiği zaman takas edilebilmektedir (Antonopoulos, 2014: 105).

² White Paper: İlk Para Teklifi’nin (ICO) çözmek istediği bir problemin ana hatlarını, bu sorunun çözümünü, ürünlerinin ayrıntılı bir tanımını, mimarisini ve kullanıcılarla etkileşimini içeren bir belgedir.

Şekil 1. Kâğıt Cüzdan Örneği



Kaynak: Antonopoulos, 2014: 106

Hızlı ve küresel olduğu gibi şeffaf olması nedeniyle, şayet bir bitcoin cüzdan adresi biliniyorsa, bu hesaba ait bütün bitcoin işlemleri ağdaki dileyen herkes için görünür durumdadır (Çarkacıoğlu, 2016: 12).

GÜNCEL HALİYLE PİYASALARDA BITCOIN

Bitcoin ile ilk satın alma işleminin gerçekleştirilmesi 22 Mayıs 2010 yılını bulmuştur. Takma adı Laszlo Hanyecz olan bir kullanıcı online olarak Dominos'tan 2 adet pizza satın almış; karşılığında 10.000 BTC ödemiştir (Surda, 2014: 4). Tarihte ilk kez bitcoinin takas aracı olarak kullanılması nedeniyle dünyanın birçok şehrinde 22 Mayıs tarihi "Laszlo'nun Pizza Günü" olarak kutlanmaktadır.

Blokzincir tabanlı bitcoinin yapısal özelliklerinden biri de şeffaflığıdır. Bir hesap anahtarının kime ait olduğu herkese açık değildir, ancak ilgili hesap anahtarına ait transfer işlemleri bu şeffaflık özelliği gereği herkese açıktır.

Şekil 2. Son Bitcoin İşlemleri



Bitcoine ait son yapılan işlemleri, blokları, bloğun madencisini izlemenin mümkün olduğu bir web sitesi vardır. Şekil 2'de verilen karekod ile bu web sitesine yönlendirme yapılmaktadır. Blockzinciri teknolojisi dağıtık bir veritabanı olarak çalışmakta olup, bitcoin işlemlerinde son blokları ekleyen madencilerin bilgileri bu web sitesinde paylaşılmaktadır.

Tüm zamanların en yüksek bitcoin değeri 17 Aralık 2017 tarihinde 19.524,32\$ olarak tarihe geçmiştir (23.06.2019 itibariyle, kaynak: <https://www.blockchain.com/tr/prices>). Kripto para piyasası

hakimiyeti açısından 26.09.2020 tarihi itibarıyla %58,3 BTC (1 BTC = \$10.723,14), %12 ETH (1 ETH = \$352,20) ve %5 USDT (Tether) (1 USDT = \$1,00) ilk üç sırayı almaktadır. Aynı tarihte 1 BTC = 81.752,78₺ değerindedir (<https://coinmarketcap.com/tr/currencies/bitcoin>).

Tablo 1. Karşılaştırmalı Bitcoin Piyasa Değerleri

Değerler	2016 Aralık	2019 Haziran	2020 Eylül
Piyasadaki Toplam BTC	16.018.575 BTC	17.704.137 BTC	18.500.431 BTC
1 BTC'nin Piyasa Fiyatı	\$752	\$10.800,75	\$10.723,14
Piyasa Değeri (Market Capitalization)	\$12.069.035.148	\$192.300.000.000	\$198.382.628.430
Günlük Ticaret Hacmi	259.387 BTC	294.444,39 BTC	5.061.277 BTC
	\$195.432.628	\$3.180.000.000	\$54.272.761.192

Tablo 1’de 2016 yılı Aralık ayı değerleri (Çarkacıoğlu, 2016: 17), 2019 yılı Haziran ayı³ değerleri, 2020 yılı Eylül ayı⁴ değerleri kullanılarak piyasadaki yönelim incelenmiştir.

Bir kripto paranın gerçek hayatta kabul görüp kullanımında tercih edilmesi ancak ödeme aracı olarak kullanımının yaygınlaşması ile açıklanabilmektedir. Tablo 1’de verildiği üzere 2016-2020 aralığındaki son 4 yıla ait veriler incelendiğinde, bitcoinin piyasadaki fiyatının yaklaşık 15 kat arttığı, kripto para piyasasındaki değerinin ise 16 kattan fazla arttığı gözlenmiştir.

Türkiye’nin finansal yaklaşımında ise BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu) ve SPK (Sermaye Piyasası Kurumu) tarafından yapısı ve çalışma prensibi nedeniyle kripto paralar, kanun kapsamında “elektronik para” şeklinde kabul görmemektedir. TCMB (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası) tarafından finansal kararlılık ve süreklilik açısından faydasının incelenmesi amacıyla bitcoin yakından izlenmeye başlanmıştır. Bu amaçla, bahsi geçen bu kurumlar bir araya gelerek kripto paraların temelini oluşturan teknolojiyi ve bu teknolojinin dünyadaki uygulama alanlarını incelemek üzere Blokzincir Çalışma Grubu’nu oluşturduklarını duyurmuştur. TCMB resmî sitesinde 21 Kasım 2018 tarihinde yürürlüğe giren “100 Soruda Merkez Bankacılığı” dokümanında kripto para tanımına (TCMB, 2018: 64) yer vermiştir. Dokümanda, bir varlığın paranın temel fonksiyonlarını ne ölçüde yerine getirdiği kişiden kişiye ve zaman içerisinde değiştiğini belirtmiştir. Bu fonksiyonları yerine getirmesinin, bir varlığın yasal açıdan para olarak nitelendirileceği anlamına gelmediğini ifade etmiştir. Gelecekte bir gün, spekülasyondan uzak ve kararlı kripto paraların piyasada yer alması ve yaygınlığının yüksek olması olanak dışı olmamakla birlikte, günümüz koşulları altında kripto paraların para olarak kabul edilmesini uygun bulmamaktadır. Bu nedenle “kripto para” yerine “kripto varlık” terimi kullanımını önermektedir. Ülkemizde henüz kripto paranın işleyişine dair kanuni bir düzenleme

³ Veriler <http://www.blockchain.info/charts> adresinden 20 Haziran 2019 tarihinde temin edilmiştir.

⁴ Veriler <https://coinmarketcap.com/> adresinden 03 Eylül 2020 tarihinde temin edilmiştir.

yürürlükte değildir. Dönemin başbakan yardımcısı tarafından bitcoin finans tarihinin en büyük balonu olarak tanımlanmış, fiyatının birdenbire dibe vuracağı ve ardından yine birdenbire yükselişe geçebileceği gibi tutarsızlıklar göz önüne alındığında, en doğrusunun bitcoine mesafeli kalınması olduğu belirtilmiştir (Alptekin, 2017: 11).

Haziran 2019’da 4 olan Türkiye’deki kripto para ATM sayısı, Aralık 2019 tarihi itibariyle 10, Eylül 2020 tarihi itibariyle ise 2 olup tümü İstanbul’da bulunmaktadır (Coinatmradar, 26 Eylül 2020). ATM’lerde başta BTC olmak üzere BCH, ETH, LTC ve DASH türü kripto paralar işlem görmektedir.

Dilek (2018: 17) verilerinin günümüz verileri ile karşılaştırması aşağıdaki tabloda yer almakta olup kripto para yayılımının global gidişatı konusunda 2018-2020 aralığında son iki yılın değerleri izlenmektedir:


Tablo 2. Kripto Para ATM’lerinin Artışı

Tarih	Ülke Sayısı	ATM Sayısı	İşletme Sayısı	İlk 3 Ülke
Aralık 2017	61	1.963	>11.000	ABD, Kanada, Birleşik Krallık
Aralık 2019	75	6.217	148.884	ABD, Kanada, Birleşik Krallık
Eylül 2020	71	10.348	212.279	ABD (8.202), Kanada (891), Birleşik Krallık (275)

Kaynak: <https://coinatmradar.com>, Eylül 2020

Gün geçtikçe daha çok ilgi çeken Blockchain teknolojisinin en önemli kullanım alanı, kripto paralar ve özellikle bitcoin sayesinde “finans” olmuştur. 2020 yılı Eylül ayı itibariyle dünya genelinde 3.487 tür kripto para çeşidi olduğu bilinmektedir. Kripto paraların güncel piyasa değeri 341,91 milyon dolar olup 198.356.681.456 dolara yaklaşan piyasa değeri ile bitcoin bu dağılımın çok önemli bir kısmını oluşturmaktadır (<https://coinmarketcap.com/>, 26 Eylül 2020). Bu haliyle BTC’nin piyasa hâkimiyeti %58,3’tür.

Tablo 3. Piyasa Değerine Göre En İyi 5 Kripto Para Birimi

Sıra No	Kripto Para Birimi	Piyasa Kapitalizasyonu	Güncel Değer	İşlem Hacmi (24 saat)
1	 Bitcoin	\$ 198.382.628.430	\$10.723,14	\$54.272.761.192
2	 Ethereum	\$39.715.036.503	\$352,20	\$13.771.994.180
3	 Tether	\$15.291.484.408	\$1,00	\$38.596.471.655
4	 XRP	\$10.843.112.950	\$0,240438	\$1.723.340.911
5	 Bitcoin Cash	\$3.984.181.457	\$215,03	\$1.246.916.539

Kaynak: <https://coinmarketcap.com>, 26 Eylül 2020

ÇALIŞMANIN VERİ SETİ VE YÖNTEMİ

Çalışmada bitcoinin yatırım amaçlı kullanımını incelemek üzere 2012-2020 dönemindeki hareketliliği gözlenmiştir. Çalışmada bitcoinin ekonomik gösterge olarak cumhuriyet altını, altın ons fiyatı, ham petrol fiyatı, amerikan doları ve euro ile arasındaki istatistiksel ilişki incelenmiştir. Verilen bu değişkenler arasında olumlu ya da olumsuz bir doğrusal ilişkinin varlığını tespit etmek ve değerlendirmek amaçlanmıştır.

Çalışmada kullanılan veri setinin frekansı aylıktır. Dönem analizi için zaman aralığı Ocak 2012 ile Mart 2020 arası dönemi kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan değişkenler aşağıda verilmiştir:

1. Bitcoin: Kripto para birimi olarak sektörün lideri bitcoin seçilmiştir.
2. Cumhuriyet altını: Darphane tarafından basılan bu altının, halk arasında “yastık altı” tabiri ile ifade edilmiş haliyle fiziki yapıda saklanması yaygındır. Finans sektöründeki dijitalleşmenin yatırımcılara sunduğu avantaj sayesinde elektronik ortamda tasarrufu da mümkün olan Cumhuriyet altını uygulamaya dahil edilmiştir.
3. Altın ons fiyatı: Sınırlı sayıda olması altına ekonomik bir değer biçmiş olup, her koşulda satınalma gücünü koruyabilmesi, değer saklama aracı olarak tüm dünyada kabul görmesi, siyasi ve ekonomik belirsizlik ortamında güvenilir liman olması nedeniyle altın stratejik önem taşımaktadır (Vural, 2003, i).
4. Ham petrol: Endüstriyel kullanım alanı geniş olan petrol, kayda değer bir üretim ve yatırım ürünü olup finans piyasalarında siyah altın olarak da bilinmektedir. Önemli bir hammadde oluşunun yanı sıra yatırım aracı olarak da piyasada bulunan petrol bu araştırmaya dahil edilmiştir.
5. Amerikan doları: Dünyada çapında ekonomik ve politik gelişmeler ve alınan kararlar nedeniyle değeri dalgalı bir özellik gösteren dolar, yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım araçlarından birisidir. Rezerv para olması, küresel çapta varlık fiyatlandırmasında tercih edilmesinden dolayı seçilmiştir.
6. Euro: Euro Bölgesi’nde yaşanan ekonomik çalkantılara rağmen değerini koruması, Türkiye’nin dış ticaretinde en büyük payı AB üyesi ülkelerin alması (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020), yatırımcılar tarafından en fazla tercih edilen döviz türlerinden birisi olması nedeniyle seçilmiştir.

Korelasyon analizi, iki değişkene ait gözlem verilerinin birbirleriyle arasındaki değişim şeklini araştırmaktadır. İki değişkenin birlikte değişme derecesini ölçmek amacıyla hesaplanan korelasyon katsayısına korelasyon katsayısı denilmekte ve “r” ile gösterilmektedir. Korelasyon katsayısı r değerlendirilirken, şayet r değeri 0-0.49 arasında ise korelasyon zayıf, 0.5-0.74 arasında ise orta

derecede, 0.75-1 arasında ise kuvvetli ilişki vardır olarak yorumlanmaktadır (Bulut, 2013: 145-146). Çalışmada, kullanımı yaygın olan Spearman korelasyon katsayısı analizi tercih edilmiştir.

İNCELEME BULGULARI

Yapılan uygulamada, bitcoinin takas ve yatırım aracı olarak kendini göstermeye başladığı 2012 yılı baz alınmıştır. Ocak 2012 itibariyle 1 BTC=5,59 \$'dır.

Her yıla ait değişkenler arası korelasyonları içeren tablolar ardarda sıralanmış ve değerlendirilmiştir. 2012 yılına ait tabloda Bitcoinin ekonomik göstergelerle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi saptanmamıştır ($p>0.05$). Bitcoinin zirve yaptığı 2017 yılına ait korelasyon tablosunda ise Euro ile arasında pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0.873$; $p<0.001$).

Tablo 4. Korelasyon Tablosu: Ocak 2012 – Mart 2020

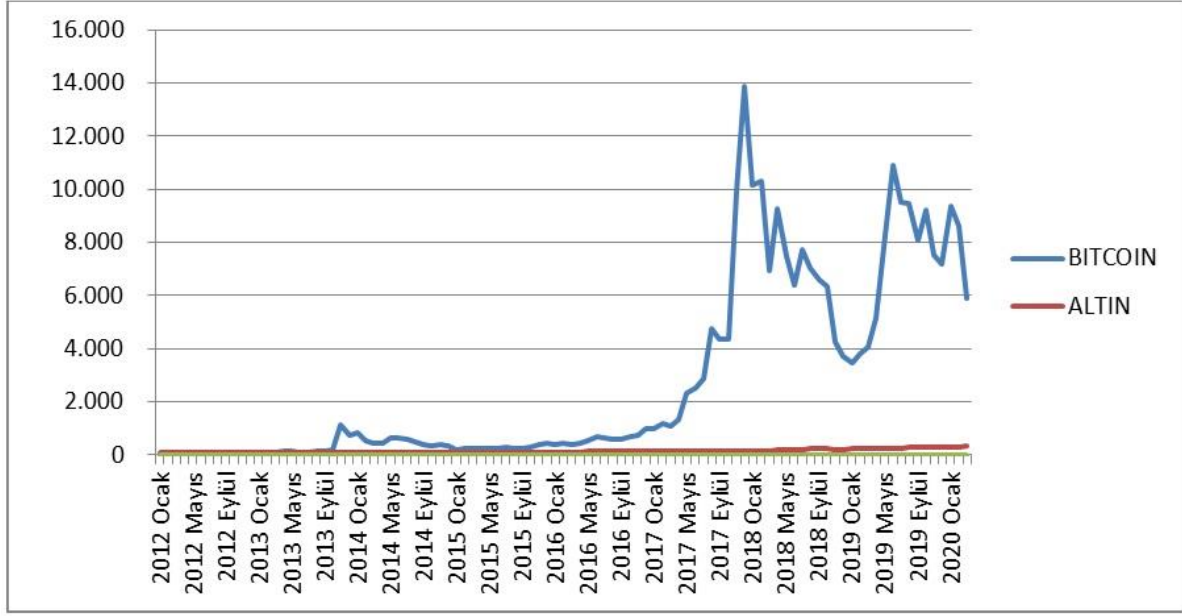
Değişken		Bitcoin	Cumhuriyet Altını	Altın Ons	Ham Petrol	Amerikan Doları	Euro
Bitcoin	Korelasyon Katsayısı	1,000	,784**	,787**	-,336**	,898**	,921**
	Anlamlılık (p)	.	,000	,000	,001	,000	,000
	Gözlem Sayısı	99	99	99	99	99	99
Cumhuriyet Altını	Korelasyon Katsayısı	,784**	1,000	,999**	-,519**	,904**	,896**
	Anlamlılık (p)	,000	.	,000	,000	,000	,000
	Gözlem Sayısı	99	99	99	99	99	99
Altın Ons	Korelasyon Katsayısı	,787**	,999**	1,000	-,526**	,909**	,900**
	Anlamlılık (p)	,000	,000	.	,000	,000	,000
	Gözlem Sayısı	99	99	99	99	99	99
Ham Petrol	Korelasyon Katsayısı	-,336**	-,519**	-,526**	1,000	-,555**	-,491**
	Anlamlılık (p)	,001	,000	,000	.	,000	,000
	Gözlem Sayısı	99	99	99	99	99	99
Amerikan Doları	Korelasyon Katsayısı	,898**	,904**	,909**	-,555**	1,000	,984**
	Anlamlılık (p)	,000	,000	,000	,000	.	,000
	Gözlem Sayısı	99	99	99	99	99	99
Euro	Korelasyon Katsayısı	,921**	,896**	,900**	-,491**	,984**	1,000
	Anlamlılık (p)	,000	,000	,000	,001	,000	.
	Gözlem Sayısı	99	99	99	99	99	99

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır

Bitcoinin cumhuriyet altını, külçe altın, dolar ve euro ile arasında kuvvetli bir ilişki vardır ve bu ilişki anlamlıdır.

Ancak ham petrol fiyatı ile negatif yönlü ve zayıf bir ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Şekil 3: 2012-2020 Yılları Arasında Yatırım Aracı Olarak Bitcoin ve Altın



Şekil 3’de 2012-2020 döneminde bir yatırımcının BTC ve altın olarak tasarruf etmesi durumunu gösteren grafik yer almaktadır. Grafik incelendiğinde 2017 yılına kadar bitcoin kurunda fiyat seyrinin çok dalgalı olmadığı görülmektedir. Bitcoinin dolar karşılığının bir önceki yıla göre 3 katından fazla artmasıyla, 2017 yılı bitcoinin zirve yılı olarak kayda geçmiştir.

SONUÇ

Finans sektöründe işlemlerin gerçekleşmesi güven çerçevesinde sağlanmaktadır. Geleneksel yöntemlerde işlemler aracı kurumlar tarafından güvence altına alınmaktadır. 2008 yılında küresel bir kriz yaşanmış, mevcut ekonomik ve politik sisteme karşı bir güvensizlik ortamına hakim olmuştur. Finansal kurumlara olan güvenin sarsıldığı bu kriz ortamında Nakamoto tarafından Blokzincir teknolojisi yayımlanmıştır. Blokzincir teknolojisi ardında bıraktığı 10 yıla rağmen popülerliğini kaybetmeyerek; son yıllarda yenilikçi teknoloji uzmanlarından ve hükümetlerden artan bir ilgi görmektedir.

Bu çalışmada, Blokzincir teknolojisini kullanan kripto para türleri arasında popüler olan ve kripto para piyasasının %58,3’ünü elinde tutan bitcoinin ekonomideki yeri incelenmiştir. Önceki yıllarda yapılmış çalışmalardaki veriler ile güncel piyasa hacmi karşılaştırılmıştır. Bitcoin değerinin artan bir trendde olduğu gözlenmiştir.

Çalışmada, Ocak 2012 – Mart 2020 tarihleri arasında cumhuriyet altını, altın ons fiyatı, ham petrol fiyatı, amerikan doları ve euro para birimleri ile bitcoin arasındaki istatistiksel ilişkisi araştırılmıştır. Araştırma kapsamında analizlerde IBM SPSS Statistics 25 programından faydalanılmış, Spearman korelasyon katsayısı analizi kullanılmıştır. Yapılan analizlerinin sonucuna göre piyasalarda yer

edinmeye başladığı ilk dönem olan 2012’de bitcoinin diğer göstergelerle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi saptanmamıştır ($p>0.05$). Bitcoinin dolar karşılığının bir önceki yıla göre üç katından fazla arttığı 2017 yılı ise bitcoinin zirve yılı olup; euro ile arasında pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0.873$; $p<0.001$). 2012-2020 döneminde istatistiksel olarak bitcoinin ham petrol fiyatı ile arasında negatif yönlü ve zayıf; cumhuriyet altını, altın ons fiyatı, dolar ve euro ile arasında ise kuvvetli bir ilişki var olduğu ve bu ilişkinin anlamlı olduğu saptanmıştır. Yüksek hareketlilik, bitcoinin, istikrarlı bir ödeme aracından ziyade spekülasyon bir yatırım aracı olarak görülmesi olarak algılanabilir. Bitcoinin uzun dönemde en çok euro ile arasında kuvvetli bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Türkiye’de bitcoin alımsatım işlemleri gerçekleşmesine rağmen, bir çok ülkede olduğu gibi, ilgili otoriteler tarafından uzaktan izlenmektedir. Henüz bir bitcoin borsası ülkemizde kurulmamıştır. Bitcoin kullanımını destekleyen düzenlemelerin olası riskler değerlendirilerek hayata geçirilmesiyle bu pazardan pay alınması ve gelir elde edilmesi mümkün görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Alptekin, E. (2017). Blokzincir ve Kripto Paralar, Dünya Ekonomisini Dönüştürüyor. *İzmir Ticaret Odası AR&GE Bülten*, 2017 Kasım Aralık.
[http://izto.org.tr/demo_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/6417_1514355987](http://izto.org.tr/demo_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/6417_1514355987.PDF).PDF adresinden alınmıştır, s. 11.
- Antonopoulos, M. A. (2014). *Mastering Bitcoin - Unlocking Digital Currencies*. O'Reilly Media.
- BBC (2015).
https://www.bbc.com/turkce/ekonomi/2015/06/150628_yunanistan_bankas_kapali adresinden alınmıştır.
- BTCTÜRK (2019). 10 Yılda Bitcoin. <https://www.btcturk.com/yardim/10-yilda-bitcoin> adresinden alınmıştır.
- Bulut, Ş. (2013). Türkiye’de Seçilmiş Makroekonomik Değişkenler ile İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) Arasındaki İlişki. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). Kripto-Para Bitcoin. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, Ankara.
- Dilek, Ş. (2018). Blokzincir Teknolojisi ve Bitcoin. Analiz, Şubat 2018, S. 231, SETA Yayınları, Ankara.
- Eğilmez, M. (2013). Kendime Yazılar: Bitcoin.
<http://www.mahfiegilmez.com/2013/11/bitcoin.html> adresinden alınmıştır.
- Mancar, B. (2017). Bitcoin Hakkında Bilmeniz Gereken 9 Önemli Bilgi.
<http://www.webmasto.com/Bitcoin-hakkinda-bilmeniz-gereken-9-onemli-bilgi> adresinden alınmıştır.
- Surda, P. (2014). The Origin, Classification And Utility of Bitcoin.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2436823, s. 4.
- TCMB (2018). 100 Soruda Merkez Bankacılığı.
<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/2d9f2c1d-18eb-4124-8fd9-a4ea189a24ad/100+Soruda+TCMB+web.pdf?MOD=AJPERES&CVID=&CACHE=NONE&CONTENTCACHE=NONE> adresinden alınmıştır, s. 64-69.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020). Tablo 5: Ülke Gruplarına Göre Dış Ticaret.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Ekim-2020-33858> adresinden alınmıştır.
- Vural, M. G. (2003). Altın Piyasası ve Altın Fiyatlarını Etkileyen Faktörler. Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Ankara.

Bozköy'de Kadın ve Erkeğin Mekân Kullanımında Toplumsal Cinsiyet Rollerini: Etnoarkeolojik Bir Yaklaşım

Serhan MUTLU*

ÖZET

Araştırma kapsamında Kuzeybatı Anadolu'da Biga Yarımadası'nda (Troas) Bozköy'de toplumsal cinsiyet rollerini anlamaya yönelik etnografik çalışma yapılmıştır. Etnografik çalışmanın amacı ilerleyen dönemlerde kazısı ve araştırılması planlanan prehistorik dönem Bozköy-Hanaytepe Höyüğü'ne toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili etnoarkeolojik temel veriler hazırlayıp toplumsal cinsiyet rollerini özel, kamusal alan ve tarım arazileri başlıkları altında mekân içi ve mekân dışı bağlamında değerlendirilmiştir. Mekân içi ve mekân dışı iş bölümlerinde mimari öğelerden çokça yararlanılmıştır. Tarım arazileri ile köy dışındaki iş bölümünde ise tarım, hayvancılığa dayalı ekonomik değerlerden ve maddi nesnelere dayanmaktadır. Çalışmada köyün ekonomik yapısı (tarım, hayvancılık, zeytincilik vb.), köy ekonomisinin konut mimarisine etkileri (tipolojik farklar), köyün demografik yapısı, sosyal değişimlerin konut mimarisine etkisi değerlendirilmiştir. Köyün çevre yerleşmelerle ilişkisi, köyde zanaat veya el işleri, mekân içi ve mekân dışı mimari öğeler ışığında toplumsal cinsiyet rolleri, kadın ve erkek arasında mekân içi ve mekân dışı bağlamında tarımsal arazilerde ve köy dışında iş bölümü, ekonomide kadın ve erkeğin yeri göz önünde tutulmuştur.

Araştırma Makalesi

Geliş: 21.09.2020

Kabul: 30.03.2021

Anahtar Kelimeler:

Troas,
Bozköy-Hanaytepe
Höyüğü,
Toplumsal Cinsiyet,
Etnoarkeoloji,
Mimari

Gender Roles of Men and Women in Using Space in Bozköy: An Ethnoarchaeological Approach

ABSTRACT

Within the scope of the research, an ethnographic study was conducted to understand gender roles in Bozköy, in the Biga Peninsula (Troas) in Northwest Anatolia. The aim of the ethnographic study is to prepare ethnoarchaeological data on gender roles in the prehistoric period Bozköy-Hanaytepe Mound, which is planned to be excavated and explored in the future, and draw attention to gender roles. In the study, as a result of the impressions in Bozköy, gender roles are evaluated in the context of inside and outside space under the titles of private, public space and agricultural land. Architectural elements were widely used in interior and exterritorial work sections. Agricultural lands and economic values and material objects based on agriculture and animal husbandry were used in the business segment outside the village. In the study, the economic structure of the village (agriculture, animal husbandry, olive cultivation, etc.), the effects of the village economy on the housing architecture (typological differences), the demographic structure of the village, and the effects of social changes on housing architecture were evaluated. The relationship of the village with the surrounding settlements, crafts or handicrafts in the village, gender roles in the light of interior and exterritorial architectural elements, the division of labor between women and men in and outside the village in the context of indoor and outdoor work, the place of women and men in the economy are taken into consideration.

Research Article

Received: 21.09.2020

Accepted: 30.03.2021

Keywords:

Troas,
Bozköy-Hanaytepe
Mound,
Gender,
Ethnoarchaeology,
Architecture.

* Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Arkeoloji Anabilim Dalı, cevzlibar@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8342-261X>

GİRİŞ

Çalışmanın özüne geçmeden önce birbirlerinin yerine kullanılan bazı terimlerin aslında farklı anlamları olduğunu açıklamak gerekmektedir. Yunanca ἔθνος ethnos = halk / millet ve γράφειν graphein = yazı kelimelerinden türeyen etnografya, yaşayan toplumları ve onların maddi kalıntılarını istatistiksel açıdan tanımlayan bir bilim olarak kabul edilmektedir. Hamit Zübeyr Koşay “*Etnografya Folklor Dil Tarih v.d. Konularda Makaleler ve İncelemeler*¹” adlı derleme eserinde etnografya için “*halkın yaşayış tarzını tipik iptidai unsurlara inerek bütün teferruatı ile tasvir eder, konusu halkın maddi kültürüdür.*” tanımını yapmaktadır. Yunanca ethnos: halk / millet ve logos: bilim kelimelerinden türetilmiş olan etnoloji, farklı toplumların davranış biçimlerini, inançlarını ve folklorik özelliklerini sistemik karşılaştırmasını içeren antropolojinin alt bilim dalı olarak tanımlanmaktadır. Etnografyadan farkı etnolojinin daha bilimsel bir yaklaşıma sahip olmasıdır. Etnologlar, etnografya tarafından toplanan verileri karşılaştırarak farklı kültürlerin zıt ve benzer özelliklerini bir araya getirirler. Koşay, folklor için “*halkın yaşayış tarzında, tipik iptidai unsurları arayarak, nesilden nesile intikal eden yazısız manevi medeniyet hatıralarını toplar ve folklorun konusu halkın manevi kültürüdür*².” demektedir. Masal, müzik, dans, efsaneler, sözlü tarih, atasözleri, fıkralar, halk inançları, gelenekler ve töreler gibi somut olmayan kültürel miras şeklindeki ifadeye folklor denilebilir. Folklor kültür üzerinde yoğunlaşır ve maddi kültür bazında temsil edilmeyen konuları çalışmaktadır. Araştırmanın temeli olan etnoarkeoloji genel manada arkeolojik amaçlar için insanların maddi kalıntıları üzerinde yoğunlaşarak onların etnografik açıdan incelenmesi olarak tanımlanabilir. Kültürden çok toplumun etnografik açıdan çalışılması esastır. Etnoarkeoloji ise eski yaşam biçimlerinin anlaşılması konusunda arkeologlara yardımcı olmaktadır. Eski çağlarda ve günümüzde benzer sosyo-ekonomik sistemlerde yaşayan toplumların karşılaştırılması etnoarkeoloji için önemli bir yöntemdir. Bu anlamda etnografya arkeologlara geçmişte insanların nasıl yaşadığı, onların inançları ve kültürün diğer konularını anlayabilme adına yeni bakış açıları sunabilmektedir³.

ETNOARKEOLOJİ

Hamit Zübeyr Koşay etnoarkeolojinin tanımını “*Archéocivilisation*” ise arkeoloji ve din tarihi yardımı ile folklor malzemesini araştırır ve bunları diriltmeye ve izaha çalışır. Bu öteden beri bilinen “*continuité*” nin başka bir şekilde ifadesidir⁴” şeklinde yapmıştır. Etnoarkeoloji günümüzde, 1960’lı yıllarda Yeni (Süreçsel) arkeolojinin öncülerinden Lewis Binford’un⁵ “*materyal kültür bütün sistemin*

¹ Koşay, 1974.

² Koşay, 1974: 44.

³ Takaoğlu, 2007a.

⁴ Koşay, 1974: 199.

⁵ Binford, 1962: 217.

yapısı hakkında bilgi sunabilir” fikri ve “maddi kültür bir toplumun yapısını ve kültür davranışını ne dereceye kadar yansıtabilir” sorusu ile Post-Süreçsel arkeolojinin kurucusu Ian Hodder öncülüğünde 1982 yılından itibaren tartışılmaya başlanmıştır⁶. Başka bir ifade ile maddi kalıntılar kültürü anlamak veya tanımak için ne kadar gerekliyse tek başlarına kültürü ifade etmek için yeterli olmayabilirler.

Etnoarkeoloji arkeoloji ve etnolojinin konuları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Arkeolojik buluntular yoluyla insanların davranış biçimlerini anlamaya çalışan etnoarkeologlar, günümüzde hala yaşamakta olan ya da yakın zamana kadar yaşadıkları bilinen ve etnografik açıdan iyi incelenmiş toplulukların sahip oldukları sosyo-kültürel sistem içindeki davranışlarını yansıtan materyaller ile eski kültürler arasında çeşitli analogik yaklaşımlarda bulunarak hipotezlerini desteklemeye çalışırlar⁷. Etnoarkeolojinin teorik ve metotsal açıdan amaçları vardır. Metotsal açıdan etnografik veriler analogi (benzerlik kurma) yardımıyla arkeolojik amaçlar için geçmiş toplumları anlamak adına belli hipotezler ortaya atmak için kullanılır. Teorik açıdan ise insan davranışları ile bu davranışların insan maddi kültürünü ne şekilde etkilediği arasındaki ilişkiyi anlamak etnoarkeolojinin ana amacı sayılmaktadır.

Türkiye’de Etnoarkeoloji Çalışmaları

Türkiye’de etnoarkeolojik çalışmalar daha çok kırsal konut tipolojisi, kırsal yerleşim mantığı ile arkeolojik yerleşmelerin yorumu, sosyal ve ekonomik hayatın mimariye yansımaları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerine dair etnoarkeolojik çalışmalar tercih edilmemiştir.

Türkiye’de 1930-1970 arasının etnoarkeoloji disiplinin gelişiminde önemli bir yeri vardır. Etnograf ve arkeolog Hamit Zübeyr Koşay’ın gerçekleştirdiği çalışmalar büyük önem taşımaktadır. Koşay’ın, Türk Tarih Kurumu adına gerçekleştirilen Alacahöyük kazıları sırasında Alaca köyünün etnografyasını derleyerek prehistorik Alacahöyük maddi kalıntılarını yorumlamaya çalışması öncü bir yaklaşım olarak kabul edilebilir. Bunun yanısıra *Etnografya ve Folklor Kılavuzu*⁸ adlı eserinde, ilkel toplumların geçmiş halklar konusunda sağlıklı bilgi verdiğini söylemiştir. Özellikle üretim ile ilgili konularda etnografik analoginin önemli bir yaklaşım olduğunu göstermiştir. Köy mimarisi, hasat ve hasatta kullanılan tarım aletleri, ilkel tarım yöntemleri, depolama, çanak çömlek üretimi gibi konularda yapılan etnografik çalışmaların prehistorik toplumları daha yakından tanımadaki önemi vurgulamıştır.

Alman Mimar Rudolf Naumann’ın 1955 yılında gerçekleştirdiği *Architektur Kleinasiens (Eski Anadolu Mimarlığı)* adlı çalışma kayda değer önemli bir mimari çalışmadır⁹. Modern Boğazköy yerleşimi köy mimarisini inceleyerek Hitit konut mimarisini daha iyi anlama çabası dikkat

⁶ Hodder, 1982.

⁷ David ve Karmer, 2001: 2.

⁸ Koşay, 1939.

⁹ Naumann, 1998.

çekmektedir. Modern Boğazköy ile Hitit Boğazköy yerleşimi arasında plan özellikleri, kullanılan inşaat malzemeleri ve teknikleri açısından benzerlikler tespit edilmiştir ve bu benzerlikler Hitit ev mimarisinin bilinmeyen özellikleri konusunda destekleyici bakış açıları sunmuştur.

1960'lı yıllarda disiplinler arası çalışmaların gerekliliğini ortaya koyan Yeni (Süreçsel) arkeoloji kavramının Anadolu arkeolojisine dâhil olması etnoarkeoloji adına olumlu gelişmelere neden olmuştur. 1960'lı yıllarda Fransız prehistoryacı J. Bordaz'ın taş teknolojisi üzerine gerçekleştirdiği çalışma ciddi anlamda ilk etnoarkeolojik araştırma niteliğindedir¹⁰. 1963 yılında Chicago Üniversitesi "Oriental Institute" ile İstanbul Üniversitesi iş birliği sonucu gerçekleştirilen Güneydoğu Anadolu Ortak Prehistorya Projesi Yeni arkeoloji ilkelerinin Anadolu arkeolojisine dâhil olma sürecini hızlandırırken Robert J. Braidwood ile Halet Çambel önemli rol oynamıştır¹¹.

Türkiye'de etnoarkeolojik çalışmaları 1968 yılına, Türkiye arkeolojisinde yeni bir dönemin başlangıcına götürmek gerekmektedir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin girişimi ve maddi desteğiyle yeni inşa edilmekte olan Keban Barajı'nın sular altında bırakacağı alanlarda kalacak eserler üzerinde uluslararası bir kurtarma projesi gerçekleştirilmiştir¹². Türkiye'de 1968 - 1976 yılları arasında Keban Baraj Gölü Projesi bilim dünyası ve devletin ortak hareket etmesi ile gerçekleşmiş bir projedir. ODTÜ'den rektör Kemal Kurdaş'ın öncülüğünde İstanbul Üniversitesi'nden Halat Çambel'in büyük katkıları, Chicago Üniversitesi'nden Robert J. Braidwood ve Michigan Üniversitesi desteği¹³ ile kazı öncesinden itibaren farklı disiplinlerden uzmanların uyumlu çalışmaları, arazi taramaları, anıtsal ve sivil mimari belgelenmeleri ve kazı aşaması ile organize kurtarma projelerinin Türkiye ve dünyada ilk ve en başarılı örneklerinden birisi olarak kabul edilmektedir¹⁴. Özellikle Aşvan köyü¹⁵ ile Hamit Zübeyr Koşay'ın Pulur-Sakyol'daki etnografik çalışmaları önem kazanmıştır¹⁶.

1970'li yıllar çanak çömlekçilik alanında pek çok etnoarkeolojik çalışmaya sahne olmuştur. C.N. Steele 1971 yılında Orta Anadolu'nun kuzey batısında Eskişehir ili Sorkun köyünde seramik üzerine bir etnoarkeolojik çalışma gerçekleştirirken¹⁷, H. Crane 1975 ve 1977 yılları arasında Manisa'da Sardis civarında Gökeyüp, Datbey ve Türkönü köylerinde geleneksel çanak-çömlek üretimi konusunda çalışmalar gerçekleştirmiştir¹⁸. Tomris Bakır tarafından 1978 yılında Erzurum'a bağlı Yiğittaş

¹⁰ Bordaz, 1965; 1969.

¹¹ Çambel vd., 1980.

¹² Kalkan, 2009: 113.

¹³ Arsebük, 1983: 70

¹⁴ Özdoğan 2011: 81-82

¹⁵ Whallon ve Kantman, 1970: 4-5.

¹⁶ Koşay, 1970: 139-172; Koşay, 1971: 99-101; Koşay, 1972: 127-132.

¹⁷ Steele, 1971.

¹⁸ Crane, 1988.

köyünde yapılan çanak çömlek çalışması Anadolu etnoarkeolojisi için önemlidir. 1980'li yılların sonunda Elazığ'ın Uslu köyünde gerçekleştirilen çanak-çömlekçilik araştırması yöntemi açısından önemli bir yere sahiptir¹⁹. Bu çalışmalar sırasında elde edilen bilgiler çanak çömlek teknolojisi veya üretim zinciri konusunda bilgi vermelerinin yanı sıra çanak çömlek üretiminin gerçekleştiği sosyal ve kültürel ortamları anlamaya yönelik veriler de sunmaktadır.

Çanak çömleğin dışında mimaride önemli etnoarkeolojik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Özellikle Jak Yakar ve Lois Garzon tarafından 1970'li yılların başında Orta Karadeniz'de Samsun'da yapılan çalışma mimari alanda ilk etnoarkeolojik çalışmayı temsil etmektedir²⁰. Özellikle modern köylerin yerel ahşap mimarisi ile İkiztepe kazıları Geç Kalkolitik ve Son Tunç Çağı mimarileri arasındaki bağlantı oldukça başarılı bir şekilde ortaya konulmuştur. Ardından Handan Alkım tarafından yapılan mimari çalışma önemli bir adımı temsil eder²¹. Malatya Cafer Höyük'te 1979 ve 1986 yıllarında O. Aurenche tarafından Neolitik yerleşimin yanında yer alan modern köyde gerçekleştirilen çalışma mimari anlamda etnoarkeolojik çalışmalar arasında yer almaktadır²². Benzer şekilde M.R. Dittmore'un Bilecik yakınlarındaki Zemzemiye köyü mimarisi üzerine yaptığı etnoarkeolojik çalışma da bu kapsamda değerlendirilebilir²³.

Anadolu etnoarkeolojisinin ihmal edilen konularından tarımın kökeni konusunda gerçekleştirilen paleoetnobotanik çalışmaların varlığı son derece önemlidir. Bu bağlamda ilk öncü çalışma Jack Harlan tarafından 1960'lı yılların sonunda Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yabancı bitkilerin ekim ve hasat süreçleri ile ilgili olarak yapılmıştır²⁴. Benzer şekilde Füsün Ertuğ İç Anadolu'da çok önemli bir paleoetnobotanik çalışma gerçekleştirmiştir²⁵. Ertuğ, Neolitik dönem Aşıklı Höyük'te benimsenmiş olabilecek bitki elde etme ve tarıma dayalı ekonominin özelliklerini anlamaya yönelik bir model oluşturmak için yerleşim yakınındaki köylerde araştırmalar yapmıştır. Yine Füsün Ertuğ tarafından yapılan ve tarımsal yaşam bünyesinde bitkileri öğütme, ezme ve işleyerek yiyecek hazırlama sürecinde kullanılan öğütme ve ezgi taşları üzerine yapılan çalışma Anadolu etnoarkeolojisi içinde türünün ilk örneğini oluşturmaktadır²⁶.

Gordion Kazı Projesi 1994 yılından itibaren etnoarkeolojik çalışmalara yer vermektedir. Ayşe Gürsan-Salzmann tarafından 2011 yılında yayınlanan "*The Women of Yassıhöyük, Turkey: Changing Roles in*

¹⁹ Angle ve Dottarelli, 1990.

²⁰ Yakar ve Garzon, 1976.

²¹ Alkım, 1983.

²² Aurenche ve Calley, 1984; Aurenche vd., 1997.

²³ Dittmore, 1983.

²⁴ Harlan, 1967.

²⁵ Ertuğ, 1998.

²⁶ Ertuğ, 2002.

*a New Economy*²⁷” makalesi, ekonominin değişmesi ile Yassihöyük kadınlarının hane içi faaliyetlerine dair özel bir çalışmadır. Salzman’a göre Türkiye son 50-60 yıl içinde özellikle Batı ve İç Anadolu anlamında çok değişmiştir. Geleneksel tarım metotları yerini makineli üretime bırakmıştır. Peki, önceden yüklenmiş belirli görevleri olan kadınlar değişen ekonomi ile toplumsal cinsiyet rolleri ve hane içi faaliyetler bağlamında neler yaşamaktadırlar? Salzman gözlemleri ve sözlü mülakatları neticesinde değişen ekonomi ile hane içi (halkı) faaliyetleri bağlamında toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde önemle durmuştur. Yassihöyük Ankara’nın Polatlı ilçesinde yer almaktadır. Yassihöyük, Ankara – Eskişehir demiryolu ve karayolu sayesinde doğu ile batı arasında önemli bir güzergâhta bulunur. Yassihöyük’te 82 hanede 450 kişi yaşamaktadır. En kalabalık köyün 1.050 nüfusu bulunmaktadır. Tahıl ağırlıklı tarımla beraber küçükbaş ve büyükbaş hayvancılık yapılmaktadır. Dağınık yerleşim düzeni içinde akrabalar ve komşular birlikte çalışmaktadırlar. Evler genellikle kerpiçtendir. Evlere “hayat” denilen yerden girilmektedir. Hayat aynı zamanda yaz mevsiminde kadınların bir araya gelerek sosyalleştikleri yerdir. Erkekler sosyalleşmek için köy kahvesine gitmektedirler. Kamusal alanlar olarak cami, mezarlık, sokaklar ve yünlerin yıkandığı, hayvanların su içtiği köyün çeşmesi bulunmaktadır. Çalışmada köyün coğrafik konumundan, Yassihöyük’ün kamusal ve özel mekânlarından bahsedilmiş, örnekler verilmiştir. Ayşe Gürsan-Salzman köyden üç kadınla tarım, çobanlık hakkında konuşarak gözlemlerine sözlü referanslar eklemiştir. Ev içi faaliyetleri içindeki turşu hazırlama, ekmek yapma, sarma yaprağı ile dolma hazırlama, bahçe işlerindeki sebze meyve üretimi, ot yolma ve çapalama üzerine kadınların rollerini anlamaya çalışmıştır. Sözlü mülakat yöntemi ile elde edilen bilgilere çalışmasında yer vermiştir.

2000 yılında Jak Yakar’ın “*Ethnoarchaeology of Anatolia Rural Socio-Economy in the Bronze and Iron Ages*” adlı eseri sonraki yıllarda “*Anadolu’nun Etnoarkeolojisi Tunç ve Demir Çağlarında Kırsal Kesimin Sosyo-Ekonomik Yapısı*” adıyla Türkçe’ye çevrilmiştir²⁸. Anadolu’daki kırsal toplulukların geçmişten günümüze süregelen yaşam biçimlerini ve geleneklerini, 21. yüzyılın başında kırsal coğrafyalarda yaşanan modernizme yenilebilecekleri fikriyle yaşam tarzları araştırılarak kayda geçirilmiştir. Fecri Polat tarafından hazırlanan “*Doğu Anadolu Yayla Kültürü ve Yayla Mimarisi (Etnoarkeolojik Bir Bakış)*” adlı çalışmada Doğu Anadolu’da MÖ II. binde yaşayan kültürleri etnoarkeolojik açıdan anlamak ve yorumlamak amacıyla, günümüz yaylacılık faaliyetleri ve yayla mimarisinde yaşanan değişim süreci incelenmiştir²⁹. Özellikle MÖ II. binde, bölgede mimari açıdan yaşanan değişim sürecini anlamak amacıyla, farklı dönemlerde tamamen terk edilmiş günümüz

²⁷ Gürsan-Salzman, 2011.

²⁸ Jakar, 2007.

²⁹ Polat, 2013.

yaylalarında yaşanan formasyon-transformasyon süreci incelenmiş farklı bir açıdan değerlendirilmiştir.

Troas'ta Etnoarkeoloji Çalışmaları

Troas'ta yaklaşık yirmi yıllık geçmiş zaman diliminde yapılmış etnoarkeolojik çalışmalar bulunmaktadır. Troia'da uzun yıllar çalışmış bilim insanları tarafından gerçekleştirilmiş çalışmaların Troas etnoarkeolojisi için mihenk taşı olma özelliği vardır. Geçmişe yönelik uygulamaların tartışıldığı, konut ve çiftlik mimarisindeki inşaat organizasyonu ile bireysel hanelerden, mevsimlik yerleşimden ve köyün terk sürecine dair Bayramiç'in kuzeybatısında günümüzde yerleşime sahne olmayan Işıklar köyü çalışmaları³⁰ ve yine terk edilmiş yerleşim yerlerinden bir tanesi olan Darıköy³¹, geleneksel yöntemlerle çanak çömlek yapılan Akköy çalışmaları³², Ezine ve Bayramiç ilçe sınırlarındaki Gökçebayır, Pınarbaşı ve Kutluoba köylerindeki kireç ocaklarından çıkarılarak harç sıva olarak günümüzdeki kullanımına dair çalışmalar³³ etnoarkeoloji metodolojisi açısından son derece önemlidir. Rüstem Aslan'ın Neolitik'ten "Tarihi Milli Park" sürecine dek Troia ve çevresindeki yerleşmeleri yüksek lisans tezinde etnoarkeolojik bakış açısıyla değerlendirmesi³⁴ ve Troas'taki hızlı ekonomik gelişmelerin kırsal konut mimarisine olası olumsuz etkilerini belgelemek amacıyla yaptığı etnoarkeoloji çalışması³⁵, bölgeye dair gerçekleştirilmiş önemli araştırmalardır. Bunların dışında konut tipolojisi³⁶ ile zeytincilik³⁷ konularında Troas etnoarkeolojisi ile ilgili yazılmış yüksek lisans tezleri de yer almaktadır.

Troas ve Bozcaada (Tenedos) bölgelerinde kırsal arazi kullanımı ve geçim ekonomisi konularında 2000 yıllarının başından itibaren kıymetli çalışmaları bulunan Turan Takaoğlu, bir araya getirdiği bilim insanlarının çalışmalarını derleyerek Türkiye etnoarkeolojisi için daha önce yapılmamış olan seri yayın dizisine imza atmıştır³⁸. Çok önemli bir yere sahip bu çalışmalar Neolitik'ten günümüze olan zaman dilimi içerisinde, etnoarkeoloji disiplininin metodolojisi, analogisi ile problemlerine yer vermektedir. Köy mimarisi, kırsal arazi kullanımı ve yerleşim mantığı konularının yanı sıra aralarında Troas'ta sıkça görülen zeytincilik ve bağcılıkla beraber tarım ve hayvancılık gibi geçim ekonomileri kavramları üzerinde durulmuştur. Kişisel süs eşyası, hasır yaygı ile çanak ve çömlek yapımı

³⁰ Blum, 2000; 2003.

³¹ Aslan ve Blum, 2004: 127-138.

³² Tekkök, 2000.

³³ Filgis vd., 2005.

³⁴ Aslan, 1997

³⁵ Aslan, 2011.

³⁶ Akgün, 2010.

³⁷ Gürel, 2016

³⁸ Takaoğlu, 2004; 2005a; 2007b; 2008.

bağlamında seramik atölyelerine dair çalışmalar çok değerlidir. Takaoğlu'nun çalışmalarına paralel olarak kıyı Troas'ta kırsal hayvancılık ve arazi kullanımı ile ilgili hayvan ağıllarını temel alan etnografik veriler sayesinde aynı coğrafya ve çevresel etkenlerle tarihöncesi toplulukların benzer arazi ve üretim teknikleri üzerine çalışmalar da eklenmiştir³⁹.

Troas bölgesinde Neolitik Coşkuntepe⁴⁰ gibi tarıma müsait olmayan engebeli arazilerde yer alan doğal tepeler üzerinde kurulmuş çok sayıdaki tarihöncesi yerleşimin tarım dışı alternatif stratejilerinin anlaşılması bakımından günümüz topluluklarının etnografik unsurlarının belgelenmesi gerekmektedir. Kalkolitik Gülpınar kazı sonuçları Troas bölgesinin kıyı köy topluluklarının varlığını sürdürdükleri dönemde nasıl bir yaşam biçimine sahip oldukları konusunda fikir vermektedir. Kazılarda ele geçen hayvan kemikleri, deniz kabukları, bitki kalıntıları, çanak çömlek parçaları ve üzerindeki negatif tekstil izleri ile çok sayıda iğ ve ağırşak, burada yasayanların balıkçılık, avcılık, tarım, hayvan besiciliği ve dokumacılığı kapsayan karma bir ekonomik sistemi benimsemiş olduklarını düşündürmektedir⁴¹. Kalkolitik dönem çanak çömleğin üzerindeki hasır izlerini konu edinen ve geleneksel hasır dokumacılığı konusunda bilgiler veren yüksek lisans sonrası çalışma⁴² ile Kalkolitik dönem deniz kabuklarına dair bir başka yüksek lisans sonrası çalışma⁴³ sayesinde Çanakkale Troia Vakfı tarafından "*Studies on the Troad*" adıyla çıkan süreli yayınlarda etnoarkeolojik çalışmalara yer verilmiştir. Bahsi geçen çalışmalar arasında olan her iki çalışmada arkeolojik buluntuların niteliği toplumsal cinsiyet rolleri hakkında önemli ipuçları sunarken maalesef bu bağlamda bir görüş ortaya atılmamıştır. Toplumsal cinsiyet rollerine dair Coşkuntepe'de ve Gülpınar'da tespit edilmiş antropomorfik figürinler az da olsa ipuçları verebilmiştir⁴⁴.

Troas'taki etnoarkeolojik çalışmalar sosyo-ekonomik veya kültürel sistemleri anlamaya yönelik olarak karşımıza çıkmamaktadır. Çanakkale Troia Vakfı tarafından "*Studies on the Troad*" adıyla "*Bozköy-Hanaytepe ve Çevresi Prehistorik Dönem Yüzey Araştırmaları*"⁴⁵ kitabında Rüstem Aslan ve Fecri Polat Bozköy-Hanaytepe Höyüğü'nün yakınındaki Bozköy'de etnografik çalışmalar başlatarak Bozköy-Hanaytepe Höyüğü'ne etnoarkeolojik veriler sunmayı amaçlamışlardır⁴⁶.

³⁹ Özdemir ve Bamyacı, 2019.

⁴⁰ Takaoğlu ve Özdemir, 2013a: 35

⁴¹ Takaoğlu ve Özdemir, 2013b: 24

⁴² Özdemir, 2013.

⁴³ Yavşan, 2013.

⁴⁴ Mutlu, 2017: 90-100.

⁴⁵ Aslan ve Polat, 2012.

⁴⁶ Polat vd., 2012.

Troia Tarihi Milli Parkı ve çevresindeki köy halkı ile köylerin kuruluşuna yönelik içerisinde göç, demografik yapı, ekonomi, mimari, çevre, tarih ve etnografik çalışmalara yer veren kitaplar yayınlanmıştır. Bunların ilki “*Halileli: Troia Ovası’nda Bir Köy*”⁴⁷ adlı çalışmadır. Troia antik kentinin hemen yanı başında Simois (Dümrek) nehrinin kenarında kurulmuş bir köy olan Halileli, Roma döneminden bugüne zaman zaman terk edilse de farklı grupların yerleşimine sahne olmuştur. Alüvyal dolgulu verimli tarım arazilerine sahip köyde, 1877-78 Osmanlı Rus Savaşı (93 Harbi) ile başlayıp son olarak 1950’li yıllardaki Balkan göçleri neticesinde göçmenler (muhacirler) ve manavlar (yerli halk) iskân etmektedir. İkinci çalışmada “*Tevfikiye Köyü: Son Troialılar*”⁴⁸ adlı kitapta Troia’nın parçası haline gelmiş Tevfikiye ile Troia arasında bağ kurulmuştur. Tevfikiye köyünde 93 Harbi sonrası, 1923 ile 1930 yılında ve 1950-1951 göçleriyle gelen muhacirler yaşamaktadır. Troia’nın yanı başına Hisarlık Tepesi’ne yerleşmek stratejik bir tercihtir. Bataklık olan ovadan yüksek ve sineklerden uzak rüzgâr alan konumu ile Schliemann tarafından sürdürülen Troia kazılarında işçi olarak çalışabilmek muhacirlerin Hisarlık’ı seçmelerinde belirleyici olmuştur⁴⁹. Dal örgü üzerine çamurla sıvanmış duvar ve üstü sazlardan oluşan yapılar inşa ederek yerleşen muhacirler yerli halkın (manav) yaşadığı Çıplak köyüne komşu olmuşlardır. İki komşu köy arasındaki arazi anlaşmazlıkları Çıplak köyüne bağlı Hisarlık’ın yeni bir isimle köy statüsüne bürünmesine vesile olmuştur. Padişah II. Abdulhamit’in yeğeni olan Şehzade İbrahim Tevfik Efendi, Tevfikiye köyüne ismini vermiştir. Üçüncü kitap ise “*Yeniköy: Troia’nın İlk Savunma Hattı*”⁵⁰ olan Troia temalı bir başka araştırma çalışmasıdır. Yeniköy Ege Denizi ve adalara bakan düzlüğün üzerinde Beşik Koyu, Beşik-Yassıtepe ve Beşik-Sivritepe’nin yanında 1915 yılında Rumlar tarafından terk edilmiş ve 1951 yılında Bulgaristan göçmenleri tarafından tekrar kurulmuştur.

TOPLUMSAL CİNSİYET ARKEOLOJİSİ

Toplumsal cinsiyet açısından arkeoloji, erkeklerle kadınların rollerini, faaliyetlerini, ideolojilerini, kimliklerini ve aralarındaki farkları inceleyen bir dal olarak⁵¹ 1970’li yıllarda çalışılmaya başlanmış ve 1980’li yıllar ile ivmelenerek günümüzde post-süreçsel arkeolojik yaklaşım içinde önemli bir yer edinmiştir. Toplumsal cinsiyet antropolojisine duyulan ihtiyaç dünyada gelişen kadın hareketi ile gündeme gelmesine rağmen toplumsal cinsiyet arkeolojisinin kendine yer edinmesi çok daha yavaş olmuştur. Eğitim, iş ve yükselme fırsatlarının erkek emsalleriyle eşit olmadığını gören kadın arkeologların sayıca artması bu dalın yayılmasında etkili olmuştur. Durumu anlama ve belirtilen

⁴⁷ Polat ve Yeleş, 2017.

⁴⁸ Polat, 2018a.

⁴⁹ Polat, 2018a.

⁵⁰ Polat, 2018b.

⁵¹ Nelson, 2006: 1.

konularda eşitlik arama sürecindeki kadınlar arkeoloji raporlarında geçmiş toplumlarda yaşamış kadınların neden ihmal edildiklerini ve küçümsendiklerini ya da neden özellikleri belirsiz bir kitleye topluca dahil edildiklerini soruşturmaya başlamışlardır.

Başlangıçta bütün arkeologlar tarafından ciddiye alınmasa da bazı alanlarda toplumsal cinsiyet konusu sıklıkla dile getirilir olmuştur. İlk insanlara ait fosilleri inceleyen kadınlar, insanın “avcı erkek” şeklindeki yaratılış modeline “toplayıcı kadını” modelini öne sürerek karşı çıkmışlardır. California Üniversitesi’nden Adrienne Zihlman ve Nancy Tanner bu doğrultudaki araştırmalara 1970’lerde başlamış olmalarına karşın arkeolojinin bütünü üstünde insan kalıntıları üzerinde durdukları kadar odaklanmamışlardır⁵². Tarihöncesi arkeologları tarafından yayınlanmış ilk makale Berkeley’deki California Üniversitesi’nden Margaret Conkey ile Minnesota Üniversitesi’nden Janet Spector tarafından ortak yazılmıştır⁵³. Hem Yeni Dünya hem de Eski Dünya arkeolojisini birlikte temsil eden yazarların iddiaları oldukça güçlüdür; araştırmada toplumsal cinsiyet arkeolojisinin neden önemli olduğu ortaya konmakta, tanınmış çok sayıdaki arkeolojik kazı alanıyla ilgili yayında erkek egemen bakış açısına sahip olunmadığında bir başka ifadeyle toplumsal cinsiyete önem verildiğinde ne kadar farklı sonuçlar elde edilebileceğinin örnekleri verilmektedir. Daha sonraları toplantı ve konferanslar giderek artmış, Joan Gero ve Margaret Conkey’in düzenledikleri konferans sonunda *Engendering Archaeology: Women in Prehistory* adlı eser yayımlanmıştır⁵⁴.

Toplumsal cinsiyet arkeolojisini pek çok farklı araştırma içerisinde görebilmek mümkündür. Örneğin Julia Hendon’ın Geç Klasik Dönem Maya uygarlığındaki hane halkı araştırmasıdır⁵⁵. Aynı evde yaşayan insanları türdeş bir grup olarak ele almayı cinsiyet, yaş ve statü farklarına göre değerlendiren Hendon, her bireyin farklı hedefleri olduğunu göstermiştir. Hane halkı ile devlet arasındaki ilişkiyi de ele alarak siyasi faaliyetin resmi olabileceği gibi gayri resmi de olduğunu hem erkeklerin hem de kadınların hane ile devlet arasında arabuluculuk bağlamında etkin rollere sahip olduklarını ortaya koymuştur. Janet Levy⁵⁶ ise Danimarka’nın Tunç Çağı metalleri ve simgelerini ele almış hem kullanılan metal çeşitlerinde hem de bunların buldukları yerlerde toplumsal cinsiyete göre değişen farklar olduğunu göstermiştir. Ortaya koyduğu toplumsal cinsiyet farkları karmaşık toplumlar açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de toplumsal cinsiyet arkeolojisine dair İç Anadolu Bölgesi’nde bulunan Boncuklu Höyük, Çatalhöyük, Aşıklı Höyük ve Köşk Höyük yerleşmelerinin

⁵² Tanner ve Zihlman 1976: 587

⁵³ Conkey ve Spector, 1984: 1-38.

⁵⁴ Wylie, 1997: 89.

⁵⁵ Hendon, 2000: 299-301.

⁵⁶ 1981: 179-187.

MÖ 8500-5000 yıllarına tarihli Neolitik Çağ başından İlk Kalkolitik Çağ'ın sonuna kadar toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl değiştiğini araştıran çalışma son derece önemlidir⁵⁷. Mezarlar, mezar hediyeleri, iskeletler, ölü gömme gelenekleri ile antropomorfik nesnelere gibi farklı verilerden yararlanarak oluşturulan çalışmada cinsiyet açısından eşitlik dikkat çekmektedir. İç Anadolu ile ilgili diğer araştırma Neolitik Çağ Aşıklı Höyük kişisel süs eşyalarının kullanımının toplumsal cinsiyet rollerini hangi ölçekte yansıttığını araştıran çalışmadır⁵⁸. Takı kullanımında cinsiyetler arasında farklılıklar veya benzerlikler topluluk içerisinde bireylerin sahip olduğu toplumsal cinsiyet rollerinin anlaşılmasında yardımcı olabilmektedir. Aşıklı Höyük'te bulunan kişisel süs eşyalarının yaş ve cinsiyete göre dağılım analizleri farklı yaş ve cinsiyet gruplarından bireyler arasında farklı hammadde, tip ve renkte boncuk kullanımında ayırım olmadığını ortaya koymuştur. Farklı bir bölgeden bir başka çalışmada Batı Anadolu'daki Neolitik ve Kalkolitik Çağ yerleşmelerinin antropomorfik figürinler bağlamında toplumsal cinsiyet rollerinin sembolizmle beraber tartışmaya açıldığı görülmektedir⁵⁹. İlk Tunç Çağı Ege dünyasının toplumsal cinsiyet rollerini mezarlar, antropomorfik nesnelere, tavalara, ağırşaklar ve cinsel objeler sayesinde aktaran bir diğer araştırma Batı Anadolu, Ege adaları ile Yunanistan'daki verileri değerlendirerek İlk Tunç Çağı'nda kadınlar ve erkekler arasında üretim etkinlikleri, beslenme alışkanlıkları ve sosyal statü ile toplumsal cinsiyet rolleri açısından eşitlik olduğunu saptamıştır⁶⁰.

Toplumsal cinsiyetin arkeolojik yöntem ve kuramlar üzerinde karmaşık ama giderek artan bir etkisi vardır. Post-Süreçsel arkeolojinin yöntem ve hedefleriyle oldukça uyumludur ve Batı ülkelerinde destek bulmaktadır. Süreçsel arkeoloji ise toplumsal cinsiyetle pek ilgilenmemiştir; çünkü toplumsal cinsiyet ve öteki toplumsal değişkenler gündemine uygun değildir. Süreçsel arkeoloji kültürlerin kurucu parçalarını birbirleriyle yarışan ya da birbirlerine uymayan hedefleri olan bölümler olarak okumaktan çok uyumlu olarak ele alır. Oysa toplumsal cinsiyet çok katı süreçselcilerin bile yolunu açmıştır. Amerika'nın güneybatısı üzerine çalışan arkeolog Michele Hegmon "süreçsel artılar" olarak adlandırdığı başlıklar altında toplumsal cinsiyeti de saymıştır⁶¹.

Sonuç olarak toplumsal cinsiyet, arkeolojinin bütün kollarında bakış açılarını değiştiren bir unsur olmuştur. Toplumsal cinsiyet arkeolojisi hane içindeki insan davranışlarının, düşüncelerinin ve sosyal organizasyonların oluş biçimlerinden faydalanmalıdır. Hane halkında doğumlar, ölümler, evlilikler,

⁵⁷ Arslan, 2015.

⁵⁸ Yelözer, 2016.

⁵⁹ Mutlu, 2017.

⁶⁰ Sezgin, 2019.

⁶¹ Moss, 2005: 582-586.

bölünmeler, ayrılmalar yaşanmaktadır⁶². Durağan olmayan hareketli yaşam toplumsal cinsiyet arkeolojisi için önemlidir. Toplumsal cinsiyet arkeolojisi prehistorik dönem araştırmalarında etnoarkeolojiden yararlanmaktadır. Etnoarkeolojinin üzerinde durduğu kırsal köy mimarilerinden ve tarım hayvancılık gibi geçim ekonomilerinden çokça faydalanmaktadır. Toplumsal cinsiyet arkeolojisinin ülkemizde çok az çalışılması; erkeklerle kadınlara gösterilen arkeolojik ilginin dengelenmesini, erkeklerin faaliyetlerine olduğu kadar kadınların faaliyetlerine de önem verilmesini sağlamak ve bütün kültürlerde kadının aynı olmadığını, karşılaştırmalı incelemeler yaparken kadın faaliyetlerine ayrı bir ilgi gösterilmesi gerektiğini dolayısıyla arkeolojinin yalnızca kalıntılarla deđil⁶³, insanlarla ilgili bilim olduğunu hatırlamak ve hatırlatmakta fayda vardır.

BOZKÖY-HANAYTEPE HÖYÜĞÜ

Bozköy-Hanaytepe Höyüğü, Çanakkale'nin yaklaşık 50 km güneyinde Geyikli beldesinin 5 km kuzeydoğusunda Bozköy'ün 2 km güneyinde zeytin ağaçlarının arasında yer almaktadır (Har. 1). Höyüğün batısında Ege Denizi ile Bozcaada, doğusunda Mecidiye (Aktepe) ve Fığlı Dağı, güneydoğusunda kireç ocaklarının olduğu Gökçebayır (Bergaz) bulunmaktadır⁶⁴.

2009-2011 yılları arasında Rüstem Aslan başkanlığındaki ekip tarafından gerçekleştirilen yüzey araştırmalarında Bozköy-Hanaytepe Höyüğü'nde el yapımı çanak çömleğe ait ağız kenar parçaları, açkı bezemeli çanak çömler, Troas, Doğu Ege adaları ve Batı Anadolu kıyı yerleşmelerinden bilinen *cheese-pot* kaplarına rastlanmıştır. Kazıyıcı aletler, öğütme taşları, işlenmiş kemikler, taş baltalar, baskı mühürler, deniz kabukları ile tespit edilen mermerden Kilia figürin ve İlk Tunç Çağı (İTÇ) idolleri sayesinde Troia I öncesi MÖ 4. binden başlayarak Son Kalkolitik Çağ'a tarihlendiği ve onun üstünde Troia I yerleşmesi ile Son Tunç Çağı (Troia VI) yerleşmesinin üstte yer aldığı anlaşılmıştır⁶⁵. Bozköy-Hanaytepe prehistorik dönem kıyı çizgisinde iskân görmüş, bu açıdan Ege Gübre ve Yenikapı Neolitik Dönem yerleşmeleri ile kıyı yerleşmesi bağlamında benzer özelliklere sahiptir.

Bozköy-Hanaytepe Höyüğü, Batı Anadolu, Doğu Ege adaları, Kıta Yunanistan, Kiklad adaları ve Balkanlar'daki çeşitli yerleşimlerde stratigrafik olarak ele geçmiş buluntular ile ilişkilidir⁶⁶. Troas'taki yüzey araştırmalarında hem malzeme yoğunluğu hem de yüzölçümü bakımından Troia dışında önemli bir yerleşimin Bozköy-Hanaytepe Höyüğü olabileceği düşünölmektedir.

⁶² Çevik, 2009: 39.

⁶³ Nelson, 2006: 2

⁶⁴ Aslan vd., 2011: Res. 1.

⁶⁵ Aslan vd., 2011: 294; Yılmaz, 2013.

⁶⁶ Yılmaz, 2013: 858.

BOZKÖY VE ÇEVRESİ

Bozköy köyü Çanakkale il merkezinin 50 km güneyinde Geyikli beldesinin 5 km kuzeydoğusunda yer almaktadır (Har. 1). Bozköy içinde araştırma konusunu içeren Bozköy-Hanaytepe Höyüğü ise köyün 2 km güneyinde yer almaktadır (Res. 1). Höyüğün batısında Ege Denizi ve Bozcaada, doğusunda Mecidiye (Aktepe) ve Bozköy halkı tarafından kadim dağ olarak adlandırılan Fırlı Dağı, güneydoğusunda kireç ocakları ile bilinen Gökçebayır (Bergaz) bulunmaktadır. Köyün güneybatısından Kemer Deresi akmaktadır. Açık havalarda Bozcaada ve Geyikli feribot iskelesi höyükten rahatlıkla görülebilmektedir.

Günümüzde zeytincilik Bozköy için ana geçim kaynağıdır. Bozköy'ün güneydoğusunda yer alan Darıköy, yöredeki en eski zeytin üretim fabrikasına sahiptir. Güneydoğusunda kireç ocakları ile bilinen Gökçebayır'ın (Bergaz) Kemallı köyü Bozköy'den önce, Mecidiye (Aktepe) köyü ise Bozköy ile zeytinciliğe başlamıştır. Bozköy'de zeytin hasat dönemi ekim, kasım, aralık aylarında çoğunluğu kadınlardan oluşan Bayramiç köylerinden çalışmaya gelen mevsimlik işçilerdir. Bozköy'ün batısında yer alan Çamoba köyünde karma tarım ekonomisi ve balıkçılık yapılmaktadır. Üvecik ve Mahmudiye'de ise zeytincilik Bozköy'e nazaran daha az gelişmiş, bunun yerine sulu tarım yapılmaktadır. Bölgede Yörükler, Manavlar, Türkmenler ve Muhacirler olmak üzere dört ana grup yaşamaktadır.

Bozköy'ün 25 km doğusundaki Akköy, antik dönemlerden bugüne dek çanak çömlek üretim merkezi olarak bilinmektedir. Bozköy halkı Akköy testilerini kullanmıştır⁶⁷. Akköy testileri her yıl geleneksel olarak kurulan Ezine Panayırı'ndan temin edilmekle birlikte, özellikle 1955 yılı öncesinde deve sırtlarında köy köy gezerek Bozköy'e erkek tüccarlarca getirilir ve Bozköy erkekleri tarafından satın alınmıştır. 1970'li yıllarda Gökçebayır köyünde yağlı güreşler düzenlenmiştir. Çevre köylerin bir araya gelerek büyük bir sosyal organizasyona dönüşen güreşlerin düzenlenmesinde erkekler etkin rol oynamıştır. Sosyal organizasyon aynı zamanda ekonomik faaliyetler için fırsat sunmaktadır. Erkekler tarafından kurulan yiyecek içecek tezgâhları sayesinde önemli ekonomik kazanç elde edilmiştir. Yağlı güreşler dışında Geyikli'de deve güreşleri düzenlenmiştir. Aydın'dan gelen develer ile sahipleri hafta sonları sosyal ve kültürel organizasyonda boy göstermişlerdir. Bozköy erkekleri ve kadınları izleyici olarak katılmışlardır. Güreşlerin düzenlenmesini, tezgâhlarının kurulup yiyecek içecek satılmasını, alanın toparlanmasını erkekler organize etmişlerdir.

⁶⁷ Tekkök, 2000: 100

2018 yılında Çanakkale Tarih ve Kültür Vakfı (ÇATKAV) ile Çanakkale Troia Vakfı işbirliği sayesinde hayata geçirilen Troia'dan Assos'a uzanan arkeoloji, tarih, kültürel ve doğal değerleri içeren uluslararası standartta 120 km uzunluğundaki Troya Kültür Rotası, başlangıcından itibaren 2020 yılında ortaya çıkan Covid-19 virüsünün yol açtığı salgına rağmen ilgi görmeye devam etmiştir. Zeytincilik, kırsal mimari, tarih ve arkeolojik değerlerin bir arada olduğu “yerel miras” adıyla anılan Bozköy, rotanın önemli bir yerinde durmaktadır. 1530 Osmanlı dönemi haritalarında yer alan eski bir Türk köyü ve prehistorik Bozköy-Hanaytepe Höyüğü sayesinde, Bozköy ilgi çekici hale gelmektedir. Keşfetme merakı ile yola çıkan gezginler Bozköy'ün kültürel zenginliğini bire bir yaşama şansı bulabilmektedirler.

Bozköy'ün Demografik Yapısı

2013 yılında köyde yaşayan kadın erkek sayısı, medeni durum, öğrenim durumu gibi köy muhtarı Yahya Üner tarafından resmi olmayan bilgiler şeklinde alınmıştır. 2013 yılının kasım ayında köyde (mahallede) yaklaşık 80 ev ve yaklaşık 80 kişi kayıtlıdır; ancak kayıtlı kişi sayısının yarısı kadarı daimî ikamet etmektedir. Köy yıllar içinde göç vermiştir. Yakınındaki Geyikli'ye, Çanakkale'ye ve İstanbul'a göç eden insanlar zeytin hasadında köye gelmektedirler. Ortalama ömür kadınlarda 90, erkeklerde 85 yaştır. 2020 yılı içerisinde ilköğretim veya lise çağında kimse yoktur. Köy meydanını gören yerde 1990 yılında açılan okul taşınmalı eğitim sistemi ile 2000'li yılların başında kapanmıştır. Bozköy'de doktorun olmadığı cumhuriyetin ilk yıllarından 1970'li yıllara kadar daha önce doğum görmüş, doğumda bulunmuş deneyimli yaşlı kadınlar köy ebeleri olarak gönüllü hizmet vermişlerdir. Bugün doğum oranı azalmış olsa da doğum Ezine veya Çanakkale'de gerçekleşmektedir. Günümüzde yetişkin ve yaşlı nüfus oranı yüksektir. 2020 yılındaki köy muhtarı Cavit Tuğral ve TÜİK nüfus veri tabanından alınan bilgilere göre Bozköy'de 2017-2020 yılları arasındaki nüfus dağılımı şu şekildedir (Tablo 1):

Tablo 1. Bozköy'ün 2017-2020 yılları arasındaki nüfus dağılımı (Bozköy Muhtarlığı ve TÜİK).

YIL	TOPLAM NÜFUS	KADIN NÜFUSU ve TOPLAM NÜFUSA ORANI	ERKEK NÜFUSU ve TOPLAM NÜFUSA ORANI
2020	73	39 - %53.42	34 - %46.58
2019	80	45 - %56.25	35 - %43.75
2018	89	49 - %55.05	40 - %44.95
2017	88	50 - %56.82	38 - %43.18

Bozköy'de yaşayan yerleşikler (manav) ve muhacirler (göçmenler) bulunmaktadır. Köy yerleşik (manav) köyü olmasına karşın 1934 yılında çıkarılan 2510 Sayılı İskân Kanunu sonrası köye göçmenler yerleştirilmiştir. Çevrede yaşayan Türkmenler ve Yörükler olmasına rağmen Bozköy'de sadece iki grup yaşamaktadır⁶⁸. Köye sonradan yerleşmiş olan göçmenler Türkmen ve Yörük köyelerine yerleşmemişler ya kendi köylerini kurmuşlardır ya da yerleşiklerin (manav) köyüne gelmişlerdir. İntepe ile Halileli gibi köylerin dışında Rumların evlerinde de oturmayan göçmenler mevcut ekonomik sistemi ve buna bağlı mimari yapının değişmesine neden olmuşlardır⁶⁹. Bozköy'de ilk yerleşik aileler arasında Yetimler, Kulinler, Kocamanlar, Dubacılar, Danacılar, Çolak Kadirler, Karadayılar, Hüseyin Çavuşlar ve Hacı Yahyalar bulunmaktadır. Bugün bu ailelerin çocukları veya torunlarına ait mimari öğeler köyde bulunmaktadır.

Bozköy Ekonomisi

Bozköy köyü, belirli bir ekonomik seviyeye ulaşması nedeniyle 1930'larda vergi veren bir köy haline gelmiştir⁷⁰. Bozköy 1970'li yıllara kadar kısmen, 1955'ten önce tamamen zeytincilik dışı geçim kaynaklarına sahiptir. Birincisi hayvancılık, ikincisi ise sulu tarım dışı ekip biçmeye bağlı buğday, arpa, bakla, nohut, susam, ayçiçeği, mercimek, yulaf, gibi tarım ürünleridir. Köydeki arazilerde meyve ve sebze yetiştirilmekte, ekonomik kazançtan ziyade ev içi tüketimine yöneliktir. Evlerin bahçesinde veya köyün yakınındaki bahçelerde sadece ailenin ihtiyacı kadar ıspanak, marul, domates, biber, patlıcan, nane, dereotu, maydonoz, soğan, sarımsak vb. ekilir. İhtiyaç duyulduğunda sebzeler taşıma suyu ile sulanmıştır.

1934 yılında mübadele anlaşmaları ile muhacirler köye yerleşmiştir. Muhacirlerin köye göç etmesi ile tarım ve hayvancılığa dayanan ekonomik sistemde farklılık yaşanmaya başlanmıştır. Köye ilk zeytin ağacı komşu köy Mecidiye (Aktepe)'den Yetimler sülalesine damat olarak gelen muhacir Sabri Sezgin ve bir başka muhacir Ahmet Ubay'ın katkıları ile gelmektedir. Bozköy'e yaklaşık 10 km uzaklıktaki kadim dağ Fığlı Dağı'ndan getirdikleri *delice* (anaç) zeytinin aşılınması ile köy toprakları zeytinle tanışmıştır. Muhacirlerle beraber yerleşik (manav) halktan özellikle Esat Erten, Tevfik Erten ve Ahmet Şen gibi kişiler ölmez ağaç zeytinin Bozköy'deki bugünkü verimli haline büyük emek vermişlerdir. 1960'lı yıllarda ilk fidanlar dikilerek 1970'li yıllarda ürün alınmıştır⁷¹. Zeytin sayesinde 1974 yılında ilk zeytinyağı fabrikası kurulmasına karşın, bu fabrika bugün kullanılmamaktadır (Res. 2-3). Günümüzde zeytincilik köy halkının ana geçim kaynağıdır. Hayvancılığa dayalı ekonomik sistemin

⁶⁸ Polat vd., 2012: 120.

⁶⁹ Polat vd., 2012: 125.

⁷⁰ Polat vd., 2012: 124

⁷¹ Polat vd., 2012: 124.

birdenbire yıkılıp yerine kolaylıkla zeytinciliğin tercih edildiğini nasıl söylemek mümkün değilse değişkenlik gösteren ekonomik sistemlerin benzerini Bozköy-Hanaytepe Höyüğü için de düşünmek gerekmektedir⁷².

Hayvancılığın ve zeytinciliğin dışında Bozköy'de meşe ağacının palamudu ekonomik değere sahiptir. Palamut boya sanayinde kullanılmak üzere Çanakkale'deki tüccarlara satılmıştır. Çanakkale'nin merkezinde Sarıçay'ın kenarındaki palamut depoları işlevini kaybetmiş, günümüzde kültür-sanat mekânı olarak kullanılmaktadır (Res. 4).

Hayvancılık, zeytincilik veya boya yapımında kullanılan meşe palamudu dışında 1970'li yıllarda değişik tokuş yapılmıştır. Bozköy halkı zeytinyağı, ceviz karşılığında Bayramiç köylerinden pekmez veya peynir almışlardır. Değiş tokuşa dayalı ekonomik anlayışın yakın geçmiş zamana kadar işlediği düşünüldüğünde Bozköy-Hanaytepe yerleşimi için bu sistemi göz ardı etmek mümkün değildir.

Hayvancılıktan zeytinciliğe geçiş sürecinde koşullara uyum sağlayamayan ekonomik durumu kötüleşen aileler 1960'ların sonlarında büyük şehirlere göç etmiştir. 1970'li yıllarla birlikte köyde zeytinden ekonomik kazanç sağlanması ile mevsimsel göçler görülmüştür⁷³. Zeytin toplamak için çevre ilçelerden gelip bir süre Bozköy'de kalan işçiler olduğu gibi Geyikli'ye taşınmış bir kısım Bozköylünün sabahları köylerindeki tarım arazilerine gelip akşam evlerine döndükleri bilinmektedir.

2016 yılında kurulan ve Bozköylü 35 kişiyi bünyesinde barındıran Bozköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi 2020 yılının sonbaharında komşu Çamoba köyünden salça yapmak için domates, biber satın almıştır. Köyün kadınları ve erkekleri ortak hareket ederek açık alanda, açık ateş üzerinde kazanlarda salça kaynatılmıştır. Pişirilen salçalar dinlendirilerek etiketli kavanozlara konulmuş ve salçalar köye gelen misafirlere satılmıştır. İlerleyen zamanlarda ortak sayısındaki artış ve beraberindeki kolektif üretim sayesinde köyün geçim kaynaklarında çeşitlilik ve verimlilik artması beklenmektedir.

2018 yılında hayata geçen Troya Kültür Rotası'na dahil edilen Bozköy'de gezginler için elektrik ve suyu olan çadır kamp yeri bulunmaktadır. Gezginlerin yemek ihtiyaçları köyün kadınları tarafından cüzi meblağlar karşılığında yöresel ürünlerle karşılanmaktadır. Köyün erkekleri tarafından konaklayanlar için inşa edilmiş tuvalet ve banyo vardır. Salgın sonrası hayatın normale dönmesi ile gezginlerin Bozköy'de konaklama ve yemek ihtiyaçlarını karşılayacakları mekânlar hizmete girerek köyün ana geçim kaynaklarına zeytin dışında turizmin eklenmesi beklenmektedir

⁷² Polat vd., 2012: 129.

⁷³ Polat vd., 2012: 125.

Bozköy Mimarisi

1960'lı yılların başlarında muhacirlerin sayesinde başlatılan zeytincilik faaliyetleri, hayvancılığa göre daha fazla ekonomik kazanç sağlarken kadın ve erkek arasında iş bölümleri yeniden belirlenmiştir. Artı değer düşük olduğu 1955 yılı öncesinde hayvancılık döneminde kadın ile erkeğin günlük iş paylaşımında keskin bir ayırım görülmemektedir. Yaşamın devamı için beraber çalışmak, üretmek ve tüketmek zorunda olan kadın ve erkek, artı değer büyümeye ve konut yapılarındaki gelişmeye paralel olarak iş bölümünde farklılıklara gitmişlerdir. Geçim kaynağındaki dönüşüm sayesinde kadının rolü artarken mimarideki değişiklikler kadının isteğine göre şekillenmiştir. Zeytin ve zeytinyağının depolanacağı alanlar ve ambar kadının tercihine göre belirlenmiştir. 1970'li yıllarla beraber cinsiyete dayalı iş bölümü tarım toprağında hasat öncesi başlar, hasat zamanı devam eder, mekân içi ve mekân dışında son bulmaktadır. Fidan olan zeytin mekânda son olarak salamura, çizik ve yağlık olmak üzere üç bölüme ayrılmaktadır. Salamura ve çizik zeytin sofralık, yağlık ise zeytinyağı olarak tüketime hazırlanmaktadır.

Ekonominin zeytinciliğe dönüşmesi ile 1955 yılı öncesi hayvancılık döneminde kullanılan yapıların işlevsel açıdan değiştiği görülmüştür. Özellikle avluda büyük değişimler olmuştur. Mevsimlik işçilerin kalabilecekleri odalar, zeytin ve zeytinyağının depolanacağı yerler inşa edilmiştir. Bunun dışında çatı sistemi değişmiştir. Hayvancılığın yapıldığı 1955 yılından önce ayçekirdeği sapı, çamur sıva, ereşte denilen deniz yosunu ve kil kullanarak yapılan düz dam evlerin yerine 1960 yılı sonrasında makas sistemli kiremit çatıya geçilmiştir. Artan nüfusla birlikte köye gelen misafir sayısının artması neticesinde misafir odası ihtiyacı doğmuştur. "Gizlence odası" olarak adlandırılan bu mekânlar sadece misafirlere özel odalardır ve diğer odalarla bağlantılı değildir. Geleneksel ev tiplerinin dışında açık sofalı iki odalı *İzmir tipi ev*, zenginliğin göstergesi iki katlı *hanay tarzı ev* ve alt katları kiler veya depo olarak kullanılan *karnıyarık tipi ev* planları gelişmiştir⁷⁴. Büyük evlerde iç ve dış avlu olmak üzere iki avlu bulunurken, daha küçük evlerde sadece dış avlu yer almaktadır. Avlular kapı ve yüksek dış duvar ile sınırlandırılırken, avlular sokağa açılmaktadır. Ev dışı öğelerden dış avlunun çevre duvarının yüksek olduğu düşünüldüğünde özel mülk anlayışının getirdiği mahremiyet neticesinde hane halkı ile kamusal alan birbirinden ayrılmaktadır. Hane halkından kastedilen kadının kamusal alandan uzak tutularak mahremiyet düşüncesinin nesilden nesle aktarılarak tüm köyde uygulanabilirliğini göstermektedir (Res. 6). Ailelerin büyümesi ile evler de büyümüştür. Ancak evli iki kardeşin aynı evde yaşadığı görülmemiştir. Onun yerine avlu kenarlarına başka evler inşa edilmiştir.

⁷⁴ Polat vd., 2012: 126.

1934 yılında muhacirlerin köye gelmesi ile gerek sosyal yaşamda gerekse mimaride değişimler yaşanmıştır. Muhacirlerden önce yerleşik (manav) köylülerin yaptıkları evlerde taş ve tuğla kullanımı zengin evini işaret ederken, kerpiç fakir evlerde kullanılmıştır. Su basmanı yüksek ev yapmak gücün ve zenginliğin göstergesidir. Ancak muhacirlerle beraber kerpiç kullanımında artış görülmüştür. Muhacirlerin gelmesi ile artan nüfus için meydan oluşturulmuş ve bu meydanın etrafında kamusal binalar inşa edilmiştir. Köy okulu, kahvehaneler meydanı görecektir şekilde konumlanmıştır. Kahvehanelerde ortak kullanım alanının dışında genç erkekler için "gençlik odası" denilen ayrı bir oda bulunmaktadır. Muhacirlerin köye gelişi ile sokak yapısında da değişimler görülmüştür. Daha geniş ve uzun sokaklar oluşturulmuş, bazı sokaklar herhangi bir yere bağlanmadan sona erdirilmiştir. Kamusal alandaki değişimlerin yanı sıra sivil mimaride de değişimler görülmektedir.

Bahçe içinde zeytin, zeytinyağı depoları, kilerler, sundurmalar bağımsız yapı şeklindedir. Tuvalet evin dışında ve bahçenin uzak köşesinde konumlanmıştır. Bahçede yemek pişirmek için fırın kurulmuştur. Büyük evlerin büyük bahçelerinde süslü bitkiler ve meyve ağaçları dikilmiştir.

ÖZEL VE KAMUSAL ALANDA TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ

Mekân sadece odadan veya evden ibaret değildir. İçinde yaşanan çevre, yaşam biçimi, insan davranışlarının gerek tek başına gerekse başkaları ile veya farklı canlılarla ve çeşitli nesnelere bulunduğu her türlü yer mekân şeklinde algılanabilir. Kadınların hayatlarını hangi yollarla değiştirmeye ve yeniden üretmeye giriştiklerini, ellerindeki kısıtlı imkânlarla hem kendilerini hem de ailelerini nasıl var edebildiklerini, sınırları olan ve olmayan mekânlarda kendilerini nasıl ifade ettiklerini anlama çabası önemlidir. Cinsiyet rollerine dayanan iş bölümü, farklı iktidar ve otorite ilişkileri bunlara göre oluşturulmuş alanlar yaratır. Kadın ve erkek arasında roller bakımından mekânsal ayrışma belirgindir. Mekân özel ve kamusal alan biçiminde ayrıştırılmış veya farklılaştırılmıştır. Kadınların yaşamı ev içi ile sınırlandırılmış, kamusal alanlara girişi denetim altına alınmıştır. Kimi kamusal alanlara ne zaman ve hangi kıyafetle gireceği belli kurallara bağlanmıştır⁷⁵. Erkek ise kamusal alanın hakimi konumunda olmakla birlikte iktidar ve otorite tarafından desteklenmektedir.

Özel Alanda Toplumsal Cinsiyet Rollerini

Özel alan tanımı ev içi, evin dışındaki avlu, bahçe, depolama alanları veya ahır gibi mekân içi öğeler için kullanılmaktadır. Mekân içi mimari öğeler ışığında günümüz Bozköy'de kadın ve erkeğin mekân içi bölümlerde rolleri belirgindir. Ev içlerinde kadının tüm işleri üstlendiği, erkeğinse avlu gibi açık mekânlarda depolama yerlerinde roller üstlendiği görülmektedir. Çalışmada ev içinde toplumsal

⁷⁵ Çakır, 2010: 136.

cinsiyet rolleri mutfak, hamam, oturma ve misafir odaları bağlamında değerlendirilirken, yıllık ve günlük işlerden yola çıkarak kadın ve erkeğin belirgin rolleri üzerinde durulmaya çalışılacaktır.

Ev içinde toplumsal cinsiyet rolleri

Bozköy'de her gün her öğün yemek pişiren erkek yoktur. Yemek pişirmek kadının görevi haline gelmiştir. Ev içlerinde yakın geçmişe kadar mutfakta ocaklık yer almıştır. Ocaklıkta günlük olarak kadın tarafından yemek pişirilmiştir. Anadolu'da yakın zamana kadar yemek pişirmekte kilden yapılmış toprakların kullanıldığı bilinmektedir. Bilindiği kadarıyla Bozköy kadınları yemeklerde kil topraklar kullanmamıştır. Yemek pişirilen ocaklık aynı zamanda kış mevsiminde oda içinde sıcaklık sağlayarak ısınma ihtiyacını gidermiştir. Farklı işlevsel özelliklere sahip ocaklığın potansiyel yangın sebebi olduğu ifade edilebilir. Ocağı yapan ve şekillendiren kadındır. Ocağın aile içi sosyal ilişkilerde önemi büyüktür. Günlük hayat mutfakta özellikle ocağın etrafında şekillenmiştir. Ocaklığın ateşini kadın hazırlamaktadır. Ocaklık, odun ve çalı çırpı ile yakılmaktadır. Mutfakta kadınların kullandığı çeşitli aletler bulunmaktadır. Nohut öğütmeye yarayan el değirmeni ve bulguru öğütmek için bulgur öğütme taşı ocaklığın hemen yanı başında bulunmaktadır. Yoğurt ve tereyağı gibi ikincil üretimler mutfakta kadınlar tarafından hazırlanmaktadır. Sağılan süt kadınlar tarafından büyük tencerelerde mayalanmaktadır. Elde edilen yoğurttan bez süzgülere yardımıyla tereyağı yapılmaktadır. Erkek özellikle mutfakta ihtiyaç duyulan bıçak bilemeyi elindeki biley taşı veya ege ile yapmaktadır.

Mutfakta ocaklığın aksi istikametinde abdestlik olarak adlandırılan bulaşık yıkamak, yemek sonrası ağız ve el temizliği için ufak bir bölme bulunmaktadır. Ocaklığın hemen üst taraflarında kenar kısımlarda bardak, tabak vb. ihtiyaçları karşılamaya yönelik açık raflar (sergen) bulunmaktadır. Rafların dışında niş şeklinde bölmeler de bu ihtiyacı karşılamaya yönelik kadınlar tarafından düzenlenerek kullanılmaktadır. Mutfakta erkek sadece yemek yendiği zaman bulunurken yemek sonrası erkek mutfaktan çıkmaktadır. Kadın mutfaktaki varlığını devam ettirmektedir. Bulaşık yıkamak için abdestlik kullanılır. Kadına mutfakta diğer kadınlar veya kız çocukları yardım etmektedir. Yakın geçmişe dek içme suyu veya yemeklerde kullanılacak su genç kızlar tarafından 5 litrelik testilerle köyün yaklaşık 500 metre dışındaki pınardan karşılanmıştır. Erkekler ise yemek sonrası genelde zamanlarını kamusal alan olan kahvehanelerde geçirirler.

1955 ve öncesi yıllarda mutfaklar tek katlı düz dam şeklinde hayvan damlarına ve ahırlara uzak olmayacak şekilde tasarlanmışlardır. Düz dam oluşturmak için gereken ayçiçeği sapları, deniz yosunları, kil çamur ve diğer yapı malzemeleri kadın ve erkek arasındaki iş bölümü sayesinde taşınmış ve inşa edilmiştir. Erkekler damı inşa ederlerken, kadınlar duvarların sıvasını yaparlar.

Kurban Bayramı'nda kurban edilen hayvanın etleri kadınlar tarafından genelde mutfakta doğranmaktadır. Buzdolabı olmayan dönemlerde etler kadınlar tarafından mutfak içindeki ocaklarda kavrulmaktadır. Kavru lan etler kavanozlara veya çeşitli kaplara konularak daha sonra yenmek üzere kilere kaldırılmaktadır. Bugün modern mutfaklarla ihtiyaçlar daha az zahmetle, hijyenik ortamlarda zaman kazanarak yapılıyor olsa dahi kadın günlük işlerini mutfakta yapmayı sürdürmektedir.

Köye elektrik 1982 yılında gelmiştir. Su ihtiyacı ise ilk olarak kuyulardan sağlanırken 1950'li yıllarda Bozköy-Hanaytepe Höyüğü'nün bulunduğu kaynaktan yerden geçen bir su borusu hattı imcece usulü kazılarak köye tek çeşmeden su sağlanmıştır. 1960'lı yıllarda Devlet Su İşleri (DSİ) tarafından köye üç adet çeşme yapılarak su sağlanmıştır. Ancak su hatlarında problem oluşur ve 1970'lerin sonunda çevre köylerin birleşmesi ile Pınarbaşı köyünden tüm konutlara ve bahçelere su verilmeye başlanır. Günümüzde içme suyu köydeki arıtma sisteminden karşılanırken, kullanım suyu Mahmudiye (Aktepe) köyünden sağlanmaktadır. Su 1970'lerin sonu itibari ile evin içine girmiştir. Daha öncesinde hamama (banyo) gerekli olan su kadınların omuzlarında su testileri ile evin içine getirilmiştir. Kadınlar testilerle su almaya gittiklerinde kendilerini kamusal alanda sosyal hayat içinde bulmuşlardır. Elektriğin olmadığı yıllarda ailenin tüm fertleri kadının getirdiği, ısıttığı ve kaplara taksim ettiği su ile banyoda ihtiyacını karşılamıştır. Geçmişte hamam veya banyo tek kişinin girebildiği tahta kapısı olan çok ufak bir bölmedir. Köyde doğalgaz olmadığından çoğunlukla şofben ile elektrikli ısıtıcılar vasıtasıyla, kadın tarafından oturma odasında kurulan sobada veya banyo içindeki tüplerde su ısıtılmaktadır. Banyonun gerekli temizliği kadınlar tarafından yapılmaktadır. 1970'li yıllarda zeytincilik sayesinde zeytinyağından elde edilen sabunlar kişisel temizlik için önemli hale gelmiştir. Sabunların üretimini yapan, ev içinde istifleyen ve kimi durumda ekonomik kazanca dönüştüren kadındır. Bugün modern banyolarda bulunan çamaşır makineleri kadınlar tarafından kullanılmaktadır ve erkek banyoda kişisel temizliği dışında bulunmamaktadır.

Köydeki evlerin oturma odalarında kadınlar tarafından üretilen hasır yaygılar, danteller, örtüler, yastık, yorgan kılıfları, perdeler geçmişten günümüze değin kendini açıkça göstermektedir. El işleri sayesinde kadınlar mekânın içini süsleyip güzelleştirerek renklendirebilmektedirler⁷⁶. Masalara, sehpalara, koltuklara serilen örtülerin el işçiliğini kadınlar yapmaktadır. Kadın zamanı doğrultusunda örgü örme ve ip eğirme gibi el işlerini de oturma odasında yapabilmektedir. Ailenin ihtiyaçları karşılanmakta veya örgüler odalarda süs eşyası olarak kullanılmaktadır. Perdeleri belirleyen, asan ve perdelerin temizliğini kadın yapmaktadır. Bozköy kadınlarının evlerinde görülen kilimler ve halılar çevre ilçeler Çan ve Bayramiç gibi köylerde hemcinslerinin işlemiş oldukları halı ve kilimlerdir. Oturma odasının

⁷⁶ Ertuğ, 2010: 88.

tüm temizliğini ve düzenlemesini kadın yapmaktadır. Oturma odasına kurulan sobadan, sobanın yakılmasına, bahar aylarında sobanın kaldırılmasına ve baca temizliğine kadar kadın tüm soba işlerini yapmaktadır. Soba tıpkı mutfaklardaki ocaklık gibi kırsal kesim için potansiyel yangın nedenidir.

Kadın genellikle bahar aylarında evin tümünden ziyade özellikle evin ortak kullanım alanlarında badana veya boya yapmaktadır. Oturma odası da bu yerlerden birisidir. Evin iç beğenisi kadının kontrolü altındadır. Bazı evlerde köyün dışından kadınlar tarafından getirilen kırmızı kille tavana özel sıva yapılarak komşu evlerden farklı malzeme kullanılmaktadır. Geçmiş yıllarda kerpicin kullanıldığı dönemlerde kadınlar evlerini kerpiçle sıvamışlardır. Elektriğin köye gelmesi ile evin içine televizyon girmiştir. Elektriğin köye gelmeden ev içinde mutfakta şekillenen sosyal organizasyon yavaş yavaş oturma odasına doğru kaymıştır. Erkek evin diğer bölümlerinde olduğu gibi oturma odası içinde de etkin bir role sahip değildir. Pek çok Anadolu köyünde görülen erkek ve kadına ait haremlik selamlık bölümleri Bozköy'deki evlerde görülmemektedir. Kadın doğum ve özel günleri dışında oturma odasında bulunmaktadır.

Ev içinde önemli bir yere sahip olan oturma odasının geniş olması nedeniyle mevlit, anma veya kutlama törenleri düzenlenmektedir. Ev mevlitlerinde erkekler yoktur. Kadın okuyucular tarafından ve sadece kadınlara okunur. Her mevlidin mutlaka bir ikramı olur. Şimdilerde pilav, yoğurt ve tulumba tatlısı olan bu ikram, önceleri lokma, peynir ve reçel türü veya keşkek ile çorba-sulu yemek türü ikramı kapsamaktadır.

1970'li yıllarla birlikte artan nüfusla köye gelen misafir sayısına paralel misafir odası ihtiyacı doğmuştur. "gizlence odası" olarak adlandırılan bu mekânlar sadece misafirlere özel odalardır ve diğer odalarla bağlantılı değildir. Misafirler konuk oldukları evlerde hemen misafir odasına buyur edilir, her türlü iş bırakılır, misafirlerle ilgilenilir ve günlük işler konuşulur. Misafirlerin yatacakları yerleri belirleyen, onların temiz nevresimlerini, battaniye, yorgan gibi ihtiyaçlarını kadın temin etmektedir. Kadınlar en temiz halleriyle misafirlerinin karşısına çıkmak isterler. Düşünceli ve duygusal davranış özelliklerine sahip kadın gelen misafirlere mahcup olmak istemez. Kendisine ve aile reisi olan eşine karşı sorumluluk duygusu ile hareket eder. Misafire hürmette kusur edilmez. Köydeki bazı misafir odalarında kışın kurulan sobalar bulunmaktadır. Sobanın yakacağı kadın tarafından hazırlanır. Kadın odanın temizliğinden ve düzeninden sorumludur.

Ev dışında toplumsal cinsiyet rolleri

Yukarıda ev içi öğeler kapsamında kadın ve erkeğin toplumsal rolleri üzerinde durulmuştur. Ev dışı denildiğinde iç avlu (bahçe), dış avlu, kiler (ambar), sundurmalar, eski ahırlar, samanlıklar ve

zeytincilikle beraber zeytin ve zeytinyağı depolama alanları gibi zeytine dair ev dışı ögeler bağlamında kadın ve erkeğin rolleri üzerinde durulmaya çalışılacaktır.

İç avluda pek çok türdeki iş kadın tarafından yapılırken erkek bahçedeki odunları keser. İç avluda sadece ailenin ihtiyacı kadar ıspanak, marul, domates, biber, patlıcan, nane, dereotu, maydanoz, soğan, sarımsak vb. ekilir. Kadın fidanları eker, çapa yapar, bitkileri sular, gerektiğinde bitkilere hayvan gübresi verir ve ürün olgunlaştığında toplar (Res. 5). Aile içi ekonomik değer olarak değerlendirilebilecek iç avlu faaliyetleri pek çok alanda olduğu gibi kadının emeği ile yürümektedir; iç avluda sonbahar zamanında salça yapılırken sebze ve meyve kurutması (kak) organize edilmektedir. Ayrıca tarhana, kuskus, yufka gibi hububat ağırlıklı besinler de yine sonbaharda kadınlar tarafından yapılır. Kadın aynı zamanda iç avluda süs bitkileri yetiştirir, ısınmada kullanılan ve erkekler tarafından kesilen zeytin ağacından odunları iç avluda istiflemektedir. İç avluda bahar aylarının sonuna doğru sazlardan elde edilen ve evlerin özellikle oturma odalarına serilen hasır yaygılar kadınlar tarafından gölgede örülmektedir. Bu işlem dış avlu kısmında da yapılabilir. İç avlu her evde bulunmazken dış avluya nazaran daha az yer kaplamaktadır.

Kadın ve erkeğin farklı becerileri ile ortaya çıkan el işleri arasında iç ve dış avlunun yer temizliğinde kullanılan çalı süpürgeleri başta gelmektedir. Evlerin dış avlusunda yetiştirilen ve bitkilerin kurutulması ile elde edilen bu süpürgelerin yapımında ve kullanımında kadınlar etkin rol oynamaktadır. 1970'li yıllarda ev tabanlarına serilen hasır yaygılar bugün kullanılmamaktadır. Dokuma tezgâhlarının başında kadınlar bulunurken tezgâhlar dış avluda yer almıştır. Kadınlar ayrıca avlularda yer alan büyük fırınların ihtiyacı olan kürekleri ve süpürgeleri el işçilikleri sayesinde yapabilmişlerdir.

Yukarıda iç avluda organize edilen faaliyetler arasında bahsedilen salça, sebze ve meyve kurutması (kak) gibi kışa yönelik hazırlıklar dış avlu kısmında da gerçekleşebilmektedir. Aynı şekilde tarhana, kuskus, yufka gibi hububat ağırlıklı besinler de yine sonbaharda kadınlar tarafından kış için dış avluda yapılabilmektedir.

Dış avluda yeteri kadar alan olduğu takdirde düğünler yapılabilir. Düğün organizasyonunda kadın önemli bir role sahiptir. Yemek pişirilir, misafirler ağırlanır ve ikramlarda bulunurken kadınlar birbirlerine yardımcı olmaktadır. Erkekler aynı zamanda keşkek için gerekli buğdayı dövmede yardımcı rol üstlenmektedirler.

Bozköy halkı Kurban Bayramı zamanında küçükbaş veya büyükbaş hayvan kurban ederler. Dış avluda gerçekleştirilen faaliyetlerde ilk önce hayvanın kesileceği yer belirlenir. Evin erkekleri kurbanlarının

kesimini yapabildikleri gibi gerektiğinde köy imamı tarafından köydeki ihtiyaç sahiplerinin kurbanı başından kesilerek köylüye yardımcı olunmaktadır. Kurban edilen hayvanın yüzülmesi, organların çıkarılması ve etlerin büyük parçalara ayrılması erkekler tarafından organize edilmektedir. Kadınlar kurbanın sakatatlarını ve kurbandan arta kalan pisliği temizleyerek ev içinde etleri doğrama işlemine geçerler.

Artı değerın zeytinciliğe nazaran düşük olduğu 1960 öncesindeki hayvancılıkta rollerin cinsiyete göre dağıtıldığı bir iş bölümü bulunmamaktadır. Herkesin her işi yapabildiği bir dönemdir. Hayvansal ürünlerden az da olsa ekonomik kazanç elde edilmektedir. Süt, yoğurt, peynir, tereyağı gibi ürünler ihtiyacı karşılamaya yönelik ev içinde tüketilmektedir. Elektriğin olmadığı ve buzdolabı kullanılmayan Kurban Bayramı zamanında kurban edilen hayvanın eti kadınlar tarafından mutfakta kavrulmaktadır. Kavrulmuş etler çeşitli kaplara konulup ilerleyen zamanlarda tüketilmek üzere ambara erkekler tarafından kaldırılmakta ve istiflenmektedir (Res. 7). Süt sağmak ilk başlarda kadın ve erkeğin iş bölümünde iken sonradan bu duruma kadınlar sahip çıkmıştır. Dış avluda kurulmuş genelde mutfakların yakınındaki ahırlarda sütü sağan kadın olurken, hayvanlar kadın ve erkeğin ortak iş bölümü neticesinde beslenmektedir. Hayvanların bulunduğu ahırların temizliğinde kadın ve erkek arasında belirgin bir iş bölümü anlayışı yoktur. Kim müsaitse ahırlardaki hayvan pisliğini temizler, bahçede kullanılacak gübre için de dış avluda bir köşeye hayvan pisliğini biriktirir. Zamanı geldiğinde toprağa karıştırılmak üzere kadın veya erkeğin kontrolünde gübre olduğu yerden alınır. Erkekler ağır olan saman balyalarını dış avluda genelde ahırların hemen yanında kurulmuş olan samanlıktan çıkarırlar (Res. 8).

Özellikle hayvancılık ekonomisine dayalı dönemde köyde evler sıklıkla kerpiçten yapılmıştır (Res. 9). Kadınlar ve erkekler evlerinin ihtiyaç duyduğu kerpiç tuğlaları saman ve killi toprağı karıştırarak dış avluda birlikte üretmektedirler. Birlikte üretilen kerpiç tuğlalar kurutulmak üzere dış avluya serilir. Köy halkı genelde taş temel üzerine kerpiç tuğlalar ve düz dam şeklinde mekânları inşa ederek dış avludaki yapı öğelerini oluşturmuştur. Yapının temiz ve sağlam kalmasına yönelik kadınlar iki yılda bir yapıları kerpiç ile sıvamaktadır.

Hayvancılığın ekonomik kazanç sağladığı yıllarda yük hayvanlarının kullanıldığı ve erkekler tarafından kullanılan hayvan arabaları ihtiyaç duyulmadığı vakitlerde dış avluda bekletilmiştir. Erkekler gün içinde hayvanların otlatılmasında karşımıza çıkmaktadır. Zeytinin köye gelmesi ile köy topraklarının kullanım şekli değişmiştir. Hayvan otlak alanları yerini zeytin ağaçlarına bırakmıştır. Zeytinin ekonomik kazancı ile köy zenginleşmiştir.

Zeytincilik ile önceden hayvanlar için inşa edilmiş yapılarda değişikliklere gidilmiştir. Hayvancılık için kullanılan dış avluda zeytin ve zeytinyağının depolandığı alanlar yaratılmıştır (Res. 10-11). Hasat döneminde tarladan gelen zeytinler dış avluda ve zeytin için oluşturulan yeni yapılarda kadın ve erkeğin iş bölümünde işlemden geçmektedir. Traktör kullanan kadın nadirdir. Erkek traktörle tarladan getirmiş olduğu zeytin kasalarını işleme alınacak dış avluya indirmektedir. Fiziksel güç isteyen bu iş, bereketli hasat dönemlerinde yüzlerce hatta binlerce kasanın indirilip kaldırılmasıyla erkeğin yapabildiği bir iştir. Kasalardaki zeytin, yağlık, salamura ve çizik olmak üzere ayrılacağı dış avludaki masanın başına getirilmektedir. Masa başında genelde üç kadın bulunmaktadır. Ayrım masada kadınlar tarafından kabaca gerçekleştirilmektedir (Res. 12). Erkek nadiren masa başında çalışmaktadır. Erkekler dış avluda zaman açısından karlı olan zeytin makinelerinin bulunduğu yapıda zeytinlerin boyunu ayıran makineyi çalıştırmaktadır (Res. 13). Makinedeki ayrım nihai ayrımdır. Zeytini çizik hale getiren makineler bulunmaktadır. Boylarına göre ayrılan ve çizilen zeytinler fabrikaya erkekler tarafından götürülmektedir.

Kadınlar bugün halâ zeytinyağından sabun üretmektedirler. Sabunun tüm üretim aşamalarında kadın rol almaktadır. Erkek sadece ahşap sabun kalıplarının oluşturulmasında rol almaktadır. Üretilen sabunlar ekonomik kazanç sağlamaktadır. Bu faaliyet daha çok dış avluda yapılmaktadır.

Dış avluda özellikle mimari öğelerin inşaatında erkekler önemli rol üstlenmektedir. Hayvancılık döneminde düz dam olan yapılar zeytinciliğin ekonomiye girmesi ile çatılarda kiremit kullanılmıştır. Sosyo-ekonomik değişikliklerin mimariye yansımada iş gücü rolü açısından erkek ön plandadır. Temel kazısında, duvar örmede, çatı yapmada veya çatı aktarmada erkekler görev alırken kadınlar mimari anlayışın belirleyicisi olmuşlardır. Özellikle dış avluda yapı öğelerinin inşasında, kiler, samanlık gibi depolama alanlarında fiziksel güç isteyen alanlarda erkek etkin rol oynamaktadır (Pl. 1). Kadınlar ise inşaat malzemesinin taşınmasında yardımcı rol alırlar.

Fırınlara hane halkı için büyük öneme sahip mimari öğeler arasında yer almaktadır. Dış avluda bulunan fırınlar geçmişten günümüze kullanılmış ve kullanılmaya devam edilmektedir. Kadınlar avlularda yer alan büyük fırınlardan ev içindeki *maltız* yapımına dek yemek pişirme fonksiyonuna sahip tüm öğelerin yapımında ana rolleri üstlenmektedirler (Res. 14). Kadınlar sadece aile içindeki 8-10 kişilik yemekleri hazırlayıp sunmakla kalmaz düğün, mevlit, cenaze gibi törenlerde kalabalık insan gruplarına da yemek hazırlar ve sunarlar. Büyük tören kapları (Res. 15) içinde tüm köye yetecek kadar yemeği dış avluda kurulan ocak üstünde kadınlar hazırlamakta ve dağıtımını erkeklerin yardımıyla avluda gerçekleştirmektedirler. Evin dışında avluda büyük fırınlar köyün her hanesinde bulunmaktadır.

Fırınlarda mekân içindeki ocaklarda yapılan yemekler yapılmamaktadır. Fırınlarda *piniyet*⁷⁷ (Res. 16) içinde ekmek, börek ve et pişirilmektedir. Fırınlara kurulmasında ve yemek yapımında kadınlar ana rol oynamaktadır (Res. 17). Kadının emeği ile yaratılan fırınlar kadının büyük organizasyonları yapabilmekteki becerisini ve bu bağlamda toplumsal rolü hakkında fikir verebilmektedir. Köy halkı özellikle 1970'li yıllar ve öncesinde ihtiyaç duyduğu unu, köyün ortak malı haline gelmiş tek dibek taşından erkeklerin unu dövmesi ile gidermektedir. Erkekler unu döver, çuvallara koyup mekâna kadar taşır ve sonra kadın devreye girer. Dövülmüş undan ekmek yapmak kadının görevi haline gelmiştir.

Sundurma veya veranda olarak ele alınan mekân, evle iç içe geçmiş eve girişte veya evden çıkıştaki ilk adımdır. Sundurma, bir kapı herhangi bir geçidin dış girişine çatı olacak biçimde, girişi yağmurdan güneşten korumak amacıyla arkası duvara yaslanan yapı çeşididir. Yerel mimariye göre değişkenlik gösterebilecek pek çok sundurma tipi bulunmaktadır. Yapıların dış cephelerinde bulunan sundurmalar yerle temassız olabileceği gibi parmaklık veya ince duvarlarla desteklenebilir. Sundurmaların altındaki zemin yer ile aynı hizada olabilir veya birkaç basamaklık merdiven ile çıkılabilir. En az bir kişinin rahatlıkla içinde durabileceği boyutlarda inşa edilir. Sundurmaların daha büyük boyutlarda bütün ön cepheyi kaplayan türlerine veranda denir. Bozköy'de evlerin ekonomik durumuna göre dar veya geniş ölçekte veranda boyutunda sundurmalar rastlanmaktadır (Res. 18-19). Geniş sundurmaların altında havaların güzel olduğu zamanlarda kadınların hazırladığı ve tüm hane halkının sofraya oturduğu yemekler yenmektedir.

Sundurmanın altında evin içinde kullanılmayacak derecede eskimiş, ancak sundurmada kullanılacak mobilyalar bulunabilmektedir. Mobilyaların dışarıya çıkarılmasına kadınlar karar verirken erkekler mobilyaların çıkarılmasına yardımcı olmaktadır. Sundurmanın altında ayakkabılık, çeşit çeşit saksılar ve zeytinle ilgili kaplar bulunmaktadır. Kapların nereye konacağından, boyanacak ayakkabılığa, saksılardaki çiçeklerin bakımına kadar tüm işleri kadın üstlenmiş vaziyettedir. Sundurmanın altında eğer yer varsa çeşit çeşit sebze ve meyveler kış için kurutulur. Tarhana, yufka gibi gıdalar kış için hazırlanırken, konservelerin bir bölümü sundurmanın altında hazırlanmaktadır. Ayrıca sundurmanın altında çocuklara rahatlıkla göz kulak olunmakta ve sokakla doğrudan bağlantısı olmadığı için kadınlara rahat hareket alanı sağlamaktadır.

KAMUSAL ALANDA TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ

Her insanın dünyasını öncelikle doğduğu ev, aile ve mevcut yerleşim yeri belirler. Aile ve yerleşimin gelenekleri, inançları, sosyo-ekonomik durumu mekânların belirleyicisidir. Bozköy'deki gözlemler ve

⁷⁷ Piniyet, ekmek yapımında kullanılan ahşap kaptır; bir nevi ekmek teknesidir. Ekmek hamuru dörtlü veya sekizli bölmeler halinde hazırlanmış yerlere konarak fırına sürülmektedir.

sözlü mülakatlar neticesinde sınırların cinsiyetlere göre belirlendiği anlaşılmıştır. Erkekler için sınırlar daha esnek olabilmektedir. Okula özellikle üniversite eğitimi için şehir dışına gitmek erkek çocuklar için daha mümkündür. Askere veya tek başına şehre gitmek gibi mekânın sınırlarını esnetmek erkeklere doğuştan tanınan haklardandır. Bozköy'de askerler dua ile uğurlanır. Evinden köyün çıkışına kadar duayla bütün köy halkı askere eşlik eder ve asker herkesin elini öperek helallik almaktadır. Gelenek olduğundan askere harçlık verilmektedir. Askerlik, köye gelen yabancılarla iletişim kurmak, köy dışında çalışmak ve eğitim için gidilen yerlerdeki yabancılarla iletişime geçmek erkekler için deneyim anlamına gelirken, kadınlara evleri ve köyleriyle sınırlı bir mekân geride kalmıştır. Kadınlar köylerindeki kamusal alanlardan yararlanamazlar. Bozköy kadını için ev ne kadar kendine aitse kamusal alan o kadar yabancıdır.

Şebeke suyunun henüz olmadığı ekonominin hayvancılığa bağlı olduğu 1955 öncesinde mutfağa gereken günlük su ihtiyacı 15 - 20 litre kapasiteli testilerle kadınlar tarafından 1950'li yıllarda köy meydanındaki çeşmeden taşınmıştır (Res. 20-21). Bu sayede eve bağlı hayat yaşayan kadın dışarıya çıkarak sosyalleşme şansı elde etmiştir⁷⁸. Evin bahçesi yeterli olmadığı durumlarda düğünler köy meydanında gerçekleşir. Düğünlerde kadınlar yemek pişirirken erkekler yemeklerin dağıtılmasında kadınlara yardımcı olmaktadır.

Bozköy ve çevresindeki köylerde her yıl hasadın iyi geçmesi temennisi ile "hayırlar" düzenlenmektedir. Her köy kendi hayrını köy meydanında düzenler ve masrafları karşılar. Bozköy'de düzenlenecek olan hayra köy ahalisi her türlü desteğini sunarken çevre köylerin insanları davet edilmektedir. Hayırlarda yemekler yapılır, yenilir, içilir ve bahar aylarından itibaren doğanın bereketli olması temennisinde bulunulur. Hayırlarda kadınlar çok fazla rol üstlenir. Yemeklerin yapılmasından sunumuna kadar kadın önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda Çanakkale genelindeki köy hayırlarına dair yapılan yüksek lisans tezinden bahsetmek gerekmektedir⁷⁹. Araştırma kapsamında seçilen örnek köy hayırları Çanakkale ilinin birçok kırsal yerleşmesinde düzenlenmektedir. Araştırmada köy hayırlarının dağılışı özelliklerinin coğrafi ortamla ilişkisi değerlendirilmiştir. İl ölçeğinde dağılışı gösteren çeşitli büyüklükteki köy hayırlarının, köylerin temel geçim kaynakları, sosyo-kültürel özellikleri, il ve ilçe merkezi ile var olan ulaşım bağlantıları açısından analiz edilmiştir. Coğrafi değerlendirmelerin yanı sıra köy hayırlarında kadın ve erkeğin üstlendikleri rollere dair bilgiler verilmiştir.

⁷⁸ Edgü, 2010: 79.

⁷⁹ Çavuşoğlu, 2015.

Sokakların kullanımı herkese açıktır ve sokakları en fazla çocuklar kullanmaktadır. Çocuklar hıdrellez zamanında köyün tüm sokaklarını gezerek her evin kapısını çalar. Hane halkından çeşitli hediyeler çocuklara verilerek çocuklar mutlu edilir. Sokaklar hane halkını köyün geri kalan kısmından ayıran kamusal alanlardır. Sokaklar evin dış avludaki yüksek duvarlarla mahremiyet göz önüne alınarak ayrılmıştır. Kültürümüzde erkeklere atfedilen evin direği ifadesi kadının farkında olarak veya olmadan erkeğin kadın üzerinde kurmaya çalıştığı egemenlik isteğidir⁸⁰.

Köy meydanı çocukların aynı zamanda oyun alanları arasında yer almaktadır (Res. 22). Çocukların sünnet mevlitleri de köy meydanında okutulmuş ve okutulmaya devam edilmektedir. Cami ve meydana okutulan mevlitlerde erkekler mevlit okuyan, imam veya mevlit dinleyicileri bağlamında kamusal alanın belirleyicisi konumundadır. Mevlit sırasında kadınlar mevlidi dinlemeye çekilir.

Nüfusun kalabalık olduğu 1970'li yıllarda baharın habercisi hıdrellez şenlikleri köy meydanında düzenlenmiştir. Köy meydanında ateşler yakılır ve ateşin üzerinden atlanır. Hıdrellez akşamı köyün tüm genç kız ve erkekleri köy meydanındaki kahvenin önünde toplanıp maniler söyleyerek önemli bir sosyo-kültürel aktivite gerçekleştirirler.

Köy meydanında önemli kamu yapıları arasında muhtarlık ve kahvehaneler bulunmaktadır (Res. 23). Geçmişten günümüze kahvehaneler veya kahveler genelde meydanın çevresinde kurulmuştur. Günümüzde sadece bir tane kahvehane vardır ve aile tarafından işletilmektedir. Mekânın sahibi erkek olmadığı zaman, mekân ailedeki eş olan kadın tarafından işletilmektedir. Kahveler kamusal alanlardır; ancak geçmişte erkeklerin tek başlarına veya hemcinsleri ile var oldukları yerler olmuştur. Kahvelerde genelde erkekler çalışırken, sadece erkekler kahveye girebilmiştir. Kahvelerin önünden kadınların geçmesi ayıp karşılanmıştır. Kahvelerde yaşlı erkekler akranları ile vakit geçirirken 1970'li yıllarda kahvelerde genç erkeklerin "gençlik odası" denilen kahvenin içinde tek odalı mekânda yaşlıları ile vakit geçirdikleri bilinmektedir. Kahveler zamanla siyasetin seçmenle buluştuğu yer haline gelmiştir. Seçim dönemlerinde seçmenle buluşmak isteyen siyasiler kahveleri tercih eder olmuşlardır. Siyaset kahvelerde sadece erkeklerle bir araya gelirken kadınların fikri alınmamıştır.

Kadınlar cenaze, cuma, bayram ve vakit namazlarına gidemezlerken Ramazan ayı içindeki teravih namazlarına gidebilmektedirler. Erkekler cami içinde istedikleri vakit namazlarını kılabilirler, avlusunda abdest alabilirler, sohbet edebilirler; ancak kadınlar camiye sadece Ramazan ayı içinde girebilmektedirler. Camiye gelen cemaatin başında bir din görevlisi bulunmaktadır. Cami içindeki din görevlileri erkektir. Cemaate dini bayramlarda, cenazelerde ve cuma günlerinde namazı imam

⁸⁰ Edgü, 2010: 77.

kıldırılmaktadır. Bayram günlerinde özellikle cami avlusunda erkeklerin birbirleriyle bayramlaştıkları görülmektedir. Yaşlı veya çocuk fark etmeksizin köyün tüm erkekleri bir araya gelmektedir. İmam günümüzde eğitime açık olmayan bir başka kamusal yapı olan okulun lojmanında ikamet etmektedir.

Camide sadece namaz kılınmaz, mevlit okunabilmektedir. Mevlit okunduğu sırada hayırlar dağıtılmaktadır. Namazda olduğu gibi yine burada kadınlar bulunmamaktadır. Mevlit erkek tarafından okunurken, onu cami içinde veya avluda dinleyen başka erkeklerdir. Kadınlar erkeklerden ayrı yerde mevlit dinlerler. Camiler dini inançlarını yerine getirdiği ruhani ve aynı zamanda insanların birbirleriyle sosyalleştikleri mekânlardır.

Cami avlusunda köy odası bulunmaktadır. Köy odası 1960'lı ve 1970'li yıllarda uzaklardan gelen misafirlere ayrılmış bir mekândır. Zamanla Ramazan ayı akşamları iftar sofralarının kurulduğu ve cemaatle yemeklerin yenildiği bir odaya dönüşmüştür. Bugün ilk kullanım amacını yitirmiş halde muhtarlığın deposu olarak kullanılmaktadır.

Muhtarlık kurumunun varlığından itibaren Bozköy tarihinde muhtarlık görevinde bulunmuş veya ihtiyar heyeti içinde yer almış tek bir kadın yoktur. Kadınların siyasal topluluğa tam üye olamamalarının nedeni kamusal / özel mekân ayırımından kaynaklanan ayrıştırmanın kendilerini ekonomik yaşamdan uzak tutmasıdır. Siyasetin temel belirleyicisi kamusal alan olunca özel alanın (mekânın) mahrem konuları ve burada yaşayanların sorunları gündemden ve gözden uzak tutulmuş, kadının iktidar ilişkilerinin sorgulanmasının önü kapatılmıştır. Kadınlar uzun yıllar medeni ve siyasal haklardan mahrum edilmiş, bu tür hakların sadece burjuva erkeklerine ait olduğu düşünülmüştür⁸¹.

Bozköy'de kadın evinin kadınıdır ve tüm köye idareci olarak hizmet etmesi doğru karşılanmamaktadır. Kadın biyolojik doğurganlığı sebebiyle gerek çocuk gerekse köy işlerinin üstesinden aynı anda ve oranda gelebileceğine dair yaygın inancın olmaması erkek bakış açısı ile değerlendirilmektedir. Tüm köyün idari işlerinden sorumlu olan kişinin erkek olduğu düşünüldüğünde, erkek bakış açısı köyün idari işlerine hakim konumdadır. Muhtarlar son zamanlara kadar köyde ailesi ile yaşamıştır.

Yukarıda üzerinde durulan kamusal alanlarda kadının ayrı tutulduğu gerçeği köy dışındaki kamusal alanlarda da karşımıza çıkmaktadır. Halbuki fikir üret kadın, erkekten daha becerikli iken sadece mahremiyet nedeniyle kamusal alanlarda ve dolayısıyla köyün dışında doğal yerini alamamıştır. Ancak yine de kadın hiç yoktur denilemez. Ekonominin hayvancılığa dayalı olduğu zamanlarda hayvan ürününden elde edilen çorap, eldiven, yastık, yorgan yünü kadınlar evlerinde işlemektedir. Erkekler ise o dönem terzilik zanaatı ile karşımıza çıkmaktadır. Erkekler özellikle pantolon ve ceket gibi giysiler

⁸¹ Çakır, 2010: 141.

üretmek ev ekonomilerine katkıda bulunmuşlardır. İşlenen bu ürünler yılda bir kez birkaç günlüğüne 1960'lı yıllardan beri kurulan *Geleneksel Ezine Panayırı*'nda satılmıştır.

Erkekler mevsimine uygun olarak tavşan, kuş, sığırcık avına katılırlar. Kimi zaman erkekler grup halinde Kaz Dağı'na avcılık yapmaya giderler. Avcılık herhangi bir ekonomik değer taşımamakta, tamamen erkeklerin merakına ve sosyal yaşantısına bağlıdır. Köyde ava çıkan kadın yoktur. Kamusal alanın egemeni olan erkek, ava çıkıp avladıkları hayvanları eve getirmektedir. Kadın erkeğin avladığı hayvanların mutfakta pişirilmesinden ve sunulmasından sorumludur.

TARIM ARAZİLERİNDE TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ

Bozköy insanları için zeytincilik tarım arazilerinde çalışarak paylaşımın, dayanışmanın, fikir ve bilgi alışverişlerinin gerçekleştiği, her türlü hava koşullarında aileler için ekonomik kazancın temel alındığı faaliyettir. Bozköy'de mevcut zeytin ağaçlarının arasında yeni dikilmiş fidanlar da göze çarpmaktadır. 1960'lı yıllarda ilk zeytin fidanları yabani halde yaklaşık 10 km mesafedeki Fırlı Dağı'ndan erkekler tarafından getirilip aşısı yapılarak dikilmiştir. Bu süreç uzun, zorlu ve sabır isteyen bir süreçtir. 1970'li yıllarla beraber dikilen fidanlardan ürün alınmaya başlanmıştır. Ekim, kasım, aralık aylarını içine alan hasat zamanı geldiğinde kadın ve erkeğin rolleri daha da belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Tarlada kadınlar ve erkekler birlikte çalışmaktadır. Öncelikle ağaç diplerine önceden düşmüş olan zeytinleri kadınlar toplayarak önceleri “kelatir” denilen “küfeye”, hasır ve ayıttan⁸² sepetlere veya köy dışından satın alınan sanayi tipi bez çuvalara, bugün ise plastik kasalar içine koymaktadırlar (Res. 24-26). Ağaç diplerine kadınlar “yaygı” denilen geniş bir bez veya naylon sermektedirler. Yaygının işlevi ağaçtan düşen zeytinleri direkt olarak toprakla temas etmesini engelleyerek zeytinlerin bozulmadan temiz kalmalarını sağlamaktır. Erkekler ellerine aldıkları sıriklarla ağacın tepesindeki zeytinleri dallarından ayırmaktadır. Kadınlar ise boy hizalarındaki zeytinleri “tarak” denilen aletle (Res. 27) ellerindeki küçük sepetlere (Res. 28) veya yaygı üzerine toplamaktadırlar. Kasalara toplanan zeytinleri traktörlere yükleme görevini ve zeytinin eve sevkiyatını erkekler gerçekleştirmektedir (Res. 29). Bozköy'deki gözlemler ve sözlü mülakatlar neticesinde genelde bir zeytin ağacının başında iki kadının çalıştığı anlaşılmıştır. Erkek işçi sayısı kadınlara nazaran daha azdır ve erkekler sırik yardımı ile bir ağaçtan diğerine sürekli hareket halinde çalışırlar (Res. 30). Bir günlük iş için 14 kadın 3 erkek olduğunu varsayarak, bol ürün veren 2012 yılı hasat zamanında üç dönüm arazide çalışıldığı ifade edilmiştir. Ancak, az ürün veren 2013 yılı hasat zamanında ise yukarıda bahsedilen işçi sayısı ile bir günde yaklaşık 15 dönüm arazide çalışılmıştır. Bozköy'ün yerel insanı dışında işçiler genellikle Ayvacık, Çan

⁸² Mine çiçeğigillerden, Akdeniz çevresinde yetişen, mavi, beyaz veya menekşe renginde çiçekler açan, 1-2 metre boyunda bir ağaççık, hayıt. (<https://sozluk.gov.tr/?kelime=ay%C4%B1t>; erişim tarihi: 26.08.2020).

ve Bayramiç köylerinden gelmektedir. Çalışanlar sabahın erken saatlerinde yola çıkarlar ve sabah 7:00 ile akşam 16:00 saatleri arasında evlerinden 2 saatlik uzaklıkta çalışmaktadırlar. Yakın yerlerin dışında Keşan gibi uzak yerlerden zeytin hasadında çalışmaya gelen aileler de vardır. Aileler hizmet ettikleri kişilerin yanlarında üç ay yatılı kalmaktadırlar.

Tarım arazisinde ev içinde ısınmaya yönelik zeytin ağaçları budanmaktadır. Erkek testere ile dalları keser ve budama yapar, yere düşen dalları toplamak fazlasını yakmak bazılarını evdeki fırın için ayırmak kadının görevidir. Traktöre yüklemek ve evde istifleyerek depolamak ise erkeğin görevleri arasındadır. Bu dalları alıp fırında yakacak olarak kullanmak ise kadının sorumluluğundadır. Zeytin ağacının tüm kısımları değerlendirilmektedir. Yaprakları da gübre olarak zeytin ağaçlarının dibine serilmektedir. Tarım arazilerindeki bir başka faaliyet ise ot toplamaktır. Ot yemek için toplanır. Ege kültüründe yabani otların toplanıp yemeğinin pişirildiği görülmektedir. İlkbaharda kuzugöbeği ve sonbaharda “melki” mantarı yaygın olarak toplanır. Bunların toplanması erkekler tarafından yapılırken pişirmesini kadınlar yapar. Bunun yanı sıra kadınlar tarafından bazı otlardan ilaçlar yapılır; yara merhemi, karın ağrısı için içilen şurup en bilinenleridir. Günümüzde azalan nüfus beraberinde bazı geleneklerin unutulmasına yol açmaktadır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışmada üzerine basarak vurgulandığı üzere mekân veya ev içinde cinsiyete dayalı iş bölümü yerine kadının pek çok işi üstlendiği bir anlayış geçmişten günümüze dek Bozköy’de devam etmektedir. Çocukların bakımı, ev temizliği, yemeğin hazırlanıp sofraya konması, giysilerin dikilmesi, kışlık yiyeceklerin hazırlanması ve saklanması, kadınların bilgisinde, becerisinde ve sorumluluğunda gerçekleşmektedir. Bu yaşamsal ve mekânsal bilgiler sadece bir cinse özel, saklı gizli değildir. Ancak bunları her gün tekrarlayan, uygulayan ve hayata geçiren kadınlar olduğu için onlara özgü yerler ve yaşam biçimleri haline gelmiştir⁸³. Biyolojik doğurganlık düşünüldüğünde anne olmak isteyen her kadın, üreten, besleyen, eğiten, geliştiren, koruyan konumunda olmaya devam edecek gibi görünmektedir. Ev içi kullanımda tüm el işlerini kadın yaparken, teknolojinin ve seri üretim yapan atölyelerin sonucunda bazı işler erkek işi olarak sayılmıştır. Örneğin terzilik zanaatı gibi. Ancak azalan nüfus, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, eğitim ve kültür seviyesindeki artışlar kadının emeğine dayalı yaşam biçimini değiştirmektedir. Azalabilecek kadın nüfusu karşısında tek başına kalabilecek olan erkek, mekân içinin tüm rollerini üstlenmiş kadının rollerini üstlenmemesi durumunda yaşam biçiminde radikal değişikliklere uğrayabilir.

⁸³ Ertuğ, 2010: 86.

Kadının yaşadığı coğrafya zaman içinde değişse bile yaşadığı evin iç mekânı kadının tercihlerine bağlı kalarak ayrıcalıklarla varlığını sürdürür. Mutfakta, oturma odasında, misafir odasında kısaca her yerde kadına ait ya bir el örgüsü, canlı bir çiçek, ateşi yanan soba, boyanmış duvarlar veya kadınlara ait erkeklerin aidiyet hissetmedikleri semboller vardır. Kadınlar bireysel kimliklerini ortaya koyabilecekleri düşüncesiyle erkeklerse sorumluluk duygusunun ağırlığı altında ailelerine ait bir yer sağlamak amacıyla ev sahibi olmak isterler⁸⁴. Erkekler evleriyle faydaya dönük ilişki kurarken, kadınlar kendi açılarından anlamlı, içsel ve duygusal bir ilişki içindedirler. Kadının mekânla bütünleştiği bir başka ifadeyle mekâna bakarak kadının yansımasını görebilmek mümkündür⁸⁵. Kadın mekânı istediği gibi düzenler, toparlar, dağıtır, değiştirir hatta yıkıp yeniden yapabilme gücüne sahiptir. Kadın ve mekân ilişkisi erkeğin mekânla kurduğu ilişkiden çok farklıdır. Kadın mekânına uzak değildir, mekânla iç içedir; samimi, yakın ve içinden geldiği gibi davranır. Erkek ise mekâna mesafeli bakar, ciddiyetle yaklaşır⁸⁶.

Erkekler ve çocuklar sadece kadının yarattığı mekâna şahitlik ederler⁸⁷. Belirgin şekilde erkek tüketirken kadın üretmektedir. Ancak aile içinde hiyerarşi söz konusudur ve en tepedeki erkektir. Erkek, çocuk eğitiminde ceza veya ödül kavramı ile ev içinde karşımıza çıkmaktadır. Genelde kız çocukları annelerini, erkek çocuklar ise babalarını rol modeli alırlar. Kuşaktan kuşağa aktarım söz konusudur. Ancak bugünün genç kuşağı, anne ve babalarından gerek modern hayatın her türlü olanağı yaratmış olmasından, köyde yaşanmıyor olmasından ve gerekliliğinin sorgulanması nedeniyle aktarımdan neredeyse faydalanmamaktadır. Bilgi aktarımının zayıflaması durumunda, sosyal belleğin azalması, kültürel kırılmaların yaşanması mümkün hale gelmektedir. Bu durumun bireysel kimlik üzerinde sorgulayan, taklit etmekten ziyade üreten veya farklı bakış açıları gösterebilen kişilerin gelişimine katkıları olabileceği gibi, köy hayırlarının, hıdrellez şenliklerinin, yemek çeşidinin, zeytinciliğin, renk ve cümbüşün giderek azalabileceği anlamına da gelmesi mümkündür⁸⁸.

Azalan nüfusun iş bölümü, iş paylaşımı ve roller üzerinde etkisi vardır. Erkek nüfusunun azalması ile kadınlar neredeyse tüm işleri tek başına yapmak zorunda kalabilirler. Bu işlere fiziksel güç isteyen ağır yükler de dahildir. Kadının ortalama ömrünün erkekten fazla olduğu düşünülürse varsayım gibi gözükken durumların gerçeklik kazanması uzak bir ihtimal değildir. Kadının erkekten kalan rolleri üstlenmemesi durumunda ise uzun yıllardır süregelen alışkanlıkların ortadan kalkması mümkün hale gelmektedir. Tarım yerine emekliliğin yaşanacağı dolayısıyla mekân dışı yapı öğelerin kullanılmaması

⁸⁴ Hummon, 1984: 19

⁸⁵ Edgü, 2010: 74.

⁸⁶ Gezer, 2010: 103.

⁸⁷ Gezer, 2010: 95.

⁸⁸ Ertuğ, 2010: 89.

ve yapıların atıl hale gelmesi olasılık dahilindedir. Tüm bunların dışında kadının olmadığı yerde erkeğin tek başına kaldığı durumlar da söz konusu olabilir. Değişen koşullara göre oluşan davranış biçimleri geri kalan hayatın sosyo-ekonomik, kültürel, sosyolojik ve psikolojik boyutuna yansımaları olabilir. Bir başka ifadeyle aile bireylerinden birisinin köyden ayrılıp göç etmesi, eğitim için başka şehirlerde bulunması veya vefat etmesi geri kalanlar için çok boyutlu anlamları beraberinde getirmektedir.

Mekân içinde belirgin, mekân dışında ise kadının kısmen olarak karşımıza çıktığı görülmüştür. Günlük hayatın şekillenmesinde pek çok rolü kadın üstlenirken, erkek daha az rol üstlenmiştir. Ancak kamusal alanlarda belirgin bir erkek egemenliği söz konusudur. Erkek her türlü kamusal alanda baskındır. Kadına kamusal alanda sadece köy meydanlarındaki çeşmelerde, Ramazan ayındaki teravîh namazlarında, herkesin gelip geçtiği sokaklarda, hıdrellez zamanında kahve önlerinde, 2000'li yılların başına kadar eğitim veren okullarda rastlanmaktadır. Kadın kamusal alanlarda kısıtlanmış halde görülmektedir. Kahvehane gibi bir kamusal alanın tamamen erkeklere yönelik olduğu düşünüldüğünde, kadınların bu türlü yerlere sahip olamadığı, kahvehanelerin önünden geçmesinin ayıplandığı doğal sınırların görülmediği bir mekândan bahsedilmektedir.

Toplumsal cinsiyet rolleri kendiliğinden oluşmaz; kültürel süreçlerle, aile, okul, medya, siyasal veya üretim ilişkileriyle sonradan edinilir. Cinsiyet rollerine dayanan iş bölümü, tarihsel süreçlerle farklı otoritelerle denetim ve güç ilişkileri ağında yaratılır; toplumsal cinsiyet ilişkilerinde eşitliği veya eşitsizliği belirler. Özel ve kamusal mekân anlayışı, cinsiyetçi uygulamaların karşıtlık ve hiyerarşi oluşturacak şekilde bölünmüş ve örgütlenmiştir. Kadın fedakârlık, özveri ve duygusallık üzerine kurulu bir anlayışla değerlendirilir, doğayla özdeş tutulur ve akılcı özelliğine vurgu yapılmamaktadır. Erkek ise akılcıdır. Kamusal alanlarda yaşar ve yurttaş olarak kamusal alanın tüm haklarına sahiptir⁸⁹.

Bozköy'de kadın ve erkeğin arasında yazılı olmayan belirgin bir iş bölümü vardır. Kadın ve erkeğin kendi aralarında belirledikleri bu iş bölümü bir önceki neslin günümüze uyarlanarak sürdürülmeye devam ettiğini ifade etmek mümkündür. Bozköy'de kadın anne, eş, büyük anne, teyze, hala, abla, kardeş, işçi, emekli, ev hanımı, evli, dul şeklinde karşımıza çıkabilmektedir. Erkek de baba, eş, büyük baba, dayı, amca, ağabey, kardeş, evli, dul, işçi, işveren, emekli şeklinde varlığını sürdürmektedir. Aile reisi erkektir. Ancak pek çok ev içi ve ev dışı günlük iş ve sosyal organizasyon kadının etkin rolleri ile belirlenmektedir. Yukarıda bahsedilen törenler, ev içi yemek hazırlığı ve tüketiminde büyük rol oynayan kadın, aile içi ekonomik kazançlarda kısmen rol oynamaktadır. Bozköy kadınları yaşadıkları

⁸⁹ Çakır, 2010: 137.

mekânların sosyo-ekonomik belleğidir. Onların yüzlerini ve bedenlerini bulduğumuz mekânlarda var kılmak, mekânları sadece yaşanan ev olarak değil, yaşamın sürdürüldüğü çevre ve ilişkiler ağı olarak da değerlendirmek önemlidir⁹⁰. Toplumsal cinsiyet rolleri açısından bakıldığında Bozköy erkeği kadın kadar üretken, becerikli ve yüksek organizasyon becerisine sahip değildir. Ancak kamusal alanlardaki etkinliği baskındır. Ekonomik sistemleri, örf ve adetleri asırlardır erkek yönlendirmektedir. Mevcut çalışmada cinsiyete dayalı iş bölümünü mekân içi ve mekân dışı mimari öğeler göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Hayvancılık öncesi ve zeytincilik ile birlikte oluşan yeni ekonomik sistemin mimariye yansımaları üzerinde durularak mimari değişikliklerin toplumsal cinsiyet rolleri üzerindeki etkilerine detaylı değinilmiştir.

Bozköy'de gerçekleştirilen yüzey araştırmalarına, sosyo-ekonomik, kültürel, etnografik ve mimari çalışmalara ilaveten bu çalışmada toplumsal cinsiyet arkeolojisi ve toplumsal cinsiyet bazlı etnografik bakış açıları ile geçmişin Bozköy-Hanaytepe Höyüğü'nü gelecek yıllarda çalışacak ekiplere, toplumsal cinsiyet rollerini arkeolojik veriler ışığında değerlendirmeleri önerisi sunulmaktadır. Arkeolojik buluntular belgelenirken nesnenin ardındaki kadın veya erkek rolü göz ardı edilmektedir. Kazıp çıkarılan mekânlar birilerinin inşa ettiği, yaşadığı, izler bıraktığı mimari birimlerdir; o mekânların içinde yaşamış olanları bilimsellik çerçevesinde "cinsiyetsiz" varsaymış⁹¹, gözümüzden sürekli kaçırarak hatta yeri geldiğinde sadece erkek egemen bakış açısı sergilemişizdir. Mekânlardaki buluntulara bakarak o mekânların ne işe yaramış olduğunu düşünerek işlik, avlu, ev, mutfak şeklinde adlandırıp bireyleri o mekânlara yerleştirmekten uzak durmuş, mekânları boş bırakmışızdır⁹². Toplumsal cinsiyet rollerini veya iş bölümlerini çalışmadaki amaç bugünün ve geçmişin hakim olan "ana tanrıça", "anaerkil" veya "ataerkil" anlayışların ötesinde toplumların değişen coğrafyalarda, değişen sosyo-ekonomik sistemler içinde farklı özellikleri olduğunu tekrar hatırlamaktır. Toplumlar her yerde ve zamanda aynı özellikleri sergilemez; bilakis farklı özellikleri var olmakla beraber genellemeler yoluyla her yerleşmeye aynı yargılarla varılamaz.

Kalkolitik veya İlk Tunç Çağı (İTÇ) Bozköy Hanaytepe Höyüğü'ndeki topluma, günümüz köy yaşamı özelliklerini analogi yaparak arkeolojik çalışmalara başlamak fayda sağlayabilir. Ancak bahsedildiği gibi toplumlar zamana, koşullara ve yere göre değişiklikler gösterebilir. 1960 yılına kadar ekonomisi hayvancılığa bağlı Bozköy halkının gelen muhacirlerin etkisi ile zeytinciliğe yönelmeleri Kalkolitik veya İTÇ Bozköy toplumu için de uyarlanabilir. Bozköy'de değişen ekonomik sistemle değişen sosyal yapıyı, o sosyal yapının değiştirdiği mimariyi, değişen besin ekonomisi, farklı ticaret yolları, çok

⁹⁰ Ertuğ, 2010: 93.

⁹¹ Tringham, 1991: 94.

⁹² Ertuğ, 2010: 80.

kültürlülüğü düşünerek geçmişe günümüzden benzer açılarla bakmak mümkündür. Türkiye'de akademik alanda cinsiyet dinamiklerini temel alarak mekân analizine girişen ya da cinsiyet analizlerine mekânsal süreçleri ayrılmaz bir bileşen olarak dahil eden çalışmalara ihtiyaç vardır⁹³. Cinsiyete dayalı iş bölümü veya toplumsal cinsiyet rollerini anlamaya yönelik etnoarkeolojik çalışmaların yapılması farklı disiplinlerin bir arada görünür kılınmasını sağlayacaktır.

TEŞEKKÜR

Bozköy'deki çalışmaya bizleri davet eden, ilgilenen, katkıları bulunan Mimar İsmail Erten ve değerli ailesine; ayrıca yüksek lisans dönemimde etnoarkeoloji dersini veren ve çalışmanın gerçekleşmesi için önerilerde bulunan Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Rüstem Aslan'a teşekkür ederim. Çalışma esnasında yanımda olan ve fikirleri ile yön veren Dr. Öğr. Üyesi Meral Başaran Mutlu'ya en içten duygularıyla teşekkür ederim. Farklı dönemlerde muhtarlık görevini yapan Yahya Üner'e ve Cavit Tuğral'a zaman ayırıp verdikleri değerli bilgiler için teşekkür ediyorum.

⁹³ Çakır, 2010: 135.

KAYNAKÇA

- Akgün, S. E. (2010). Troas Bölgesi İlk Tunç Çağı Konut Tipolojisinin Arkeolojik ve Etnoarkeolojik Açından Değerlendirilmesi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Alkim, H. (1983). Ein Versuch der Interpretation der Holzarchitektur von İkiztepe. Beitrage zum Altertumskunde Kleinasiens. Festschrift für Kurt Bittel, R.M. Boehmer, H. Hauptmann. (eds.) Mainz: Rudolp Habelt, 13-27.
- Angle, M.; Dottarelli, R. (1990). Ethnoarchaeology at Uslu (Elazığ): a preliminary report on contemporary pottery manufacture in eastern Anatolia. VII. Araştırma Sonuçları Toplantısı II, 467-479.
- Arsebük, G. (1983). Dünden Bugüne Arkeoloji. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 1, İstanbul: İletişim Yayınları, 66-75.
- Arslan, A. (2015). Gendered Lifeways in Central Anatolia in the Neolithic and The Early Chalcolithic Periods (8500-5000 BC). Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Aslan, R. (1997). Troia und Seine Siedlungskammer: Vom Neolithikum bis zu den Anfängen des Historischen Nationalparks, Magisterarbeit im Fach Ur- und Frühgeschichte und Archäologie des Mittelalters an der Eberhard –Karls - Universität Tübingen, Fakultät für Kultur - Wissenschaften.
- Aslan, R. (2011). Siedlung Und Gesellschaft In Der Troas: Eine Ethnoarchaologische Studie Im Bereich Des Nationalparks Troia Und Seiner Umgebung. Çanakkale: Studies On The Troad-1, Troia Vakfı Yayınları.
- Aslan, R.; Blum, S. W. E (2004). Darı Köy: Ethnoarchaeological investigations into the emergence of archaeological variability". Turan Takaoğlu (ed.), Ethnoarchaeological Investigations in Rural Anatolia Vol. I. İstanbul: Ege Yayınları, 127-149.
- Aslan, R.; Blum, S. W. E.; Kienlin, T. L.; Uysal, F. E.; Kirschner, S. (2011). 2009 Yılı Bozköy-Hanaytepe ve Çevresi Prehistorik Dönem Yüzey Araştırması. Araştırma Sonuçları Toplantısı 28 (2), 291-302.
- Aurenche, O.; Calley, S. (1984). Une expérience ethnoarchéologique: Cafer Höyük (Turquie). Paléorient 10, 122-127.
- Aurenche, O.; Bazin, M.; Dadler, S. (1997). Villages engloutis: enquête ethnoarchéologique à Cafer Höyük (Vallée de l'Euphrate). Paris: De Boccard.
- Binford, L. R. (1962). Archaeology as Anthropology. American Antiquity 28/2, 217-255.
- Blum, S. W. E. (2000). Işıklar: Ethnoarchäologische Untersuchungen zur Formation und Transformation archäologischer Siedlungskontexte. Magister Artium im Fach Ur- und Frühgeschichte an der Eberhard Karls Universität Tübingen.

- Blum, S. W. E. (2003). Işıklar: Ethnoarchäologische Untersuchungen zur Formation und Transformation archäologischer Siedlungskontexte, Studies in Ethnoarchaeology, Vol. 1, Remshalden: Verlag Bernhard Albert Greiner.
- Bordaz, J. (1965). The threshing sledge. *Natural History* 74, 26-29.
- Bordaz, J. (1969). Flint flaking in Turkey. *Natural History* 78, 73-79.
- Conkey, M.W.; Spector, J. (1984). Archaeology and the Study of Gender. *Advances in Archaeological Method and Theory* 7, 1-38.
- Crane, H. (1988). Traditional pottery making in the Sardis region of western Anatolia. *Muqarnas* 5, 9-20.
- Çakır, S. (2010). Mekânın Kadınlar Açısından Kurgulanışına Kuramsal ve Tarihsel Süreç İçinde Bakmak. *Kadın ve Mekân*, Ayşen Akpınar, Gönül Bakay, Handan Dedehayır (der.), İstanbul: Turkuvaz Kitapçılık ve Yayıncılık, 133-149.
- Çambel, H.; Braidwood, R. J.; Benedict, P.; Erinç, S.; Gordus, A. A.; Güney, D.; Jelinek, A. J.; Lawrance, B.; Özdoğan, M.; Whallon, R. J.; Wright, G. A. (1980). İstanbul ve Chicago Üniversiteleri Karma Projesi Güneydoğu Anadolu Tarihöncesi Araştırmaları. İstanbul: Edebiyat Fakültesi Basımevi.
- Çavuşoğlu, İ. (2015). Kültürel Coğrafya Açısından Bir İnceleme: Çanakkale İlinde Geleneksel Köy Hayırları. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale*.
- Çevik, A. (2009). Social meaning of household spaces, A modern material culture study in an Anatolian village. *Archaeological Dialogues* 2(1), 39-50.
- David, N.; Kramer, C. (2001). *Ethnoarchaeology in Action*. Cambridge University Press.
- Dittemore, M. R. (1983). *Zemzemiye: An Ethnoarchaeological Study of a Turkish Village*. University of Chicago, Ph.D. Dissertation.
- Edgü, E. (2010). Evin Direği, Sokağın Bekçisi. *Kadın ve Mekân*, Ayşen Akpınar, Gönül Bakay, Handan Dedehayır (der.), İstanbul: Turkuvaz Kitapçılık ve Yayıncılık, 72-79.
- Ertuğ, F. (1998). Orta Anadolu'da bir etnoarkeoloji ve etnobotani çalışması. *Karatepe'deki Işık: Halet Çambel'e Sunulan Yazılar*, G. Arsebük, M.J. Mellink, W. Schirmer (eds.), İstanbul: Ege Yayınları, 325-338.
- Ertuğ, F. (2002). Pounders and Grinders in a modern central Anatolian village. *Moudre et broyeur*. H. Procopiou, R. Treuil (eds), Paris : CTHS, 211-225.

- Ertuğ, F. (2010). Geçmişten Bugüne Anadolu Kırsalında Kadın - Mekan İlişkileri. Kadın ve Mekân, Ayşen Akpınar, Gönül Bakay, Handan Dedehayır (der.), İstanbul: Turkuvaz Kitapçılık ve Yayıncılık, 80-93.
- Filgis, M. N.; Blum, S. W. E.; Aslan, R. (2005). Traditionelle Kalkbrennerei in Gökcebayır, Nordwesttürkei. Studia Troica 15, Manfred Korfmann (ed.), Mainz: Philipp von Zabern, 222-245.
- Gezer, H. (2010). Mekânların Kadınsı Anlatımları. Kadın ve Mekân, Ayşen Akpınar, Gönül Bakay, Handan Dedehayır (der.), İstanbul: Turkuvaz Kitapçılık ve Yayıncılık, 94-109.
- Gürel, C. (2016). Antik Troas Bölgesinde Zeytincilik Etnoarkeolojik Bir Yaklaşım. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Gürsan-Salzman, A. (2011). The Women of Yassihöyük, Turkey: Changing Roles in a New Economy. Expedition 4, 26-31.
- Harlan, J. (1967). A wild wheat harvest in Turkey. Archaeology 20, 199-201.
- Hendon, J. (2000). Round Structures, Household Identity, and Public Performance in Preclassic Maya. Latin American Antiquity, 11(3): 299-301.
- Hodder, I. (1982). Symbols in action: Ethnoarchaeological studies of material culture. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hummon, D. M. (1984). House, Home&Identity: Sociological Observations on Recent Research. An International and Interdisciplinary Conference on Built Form and Culture Research, KU Press, Lawrence, Exxon Education Foundation.
- Kalkan, A. (2009). Etnoarkeolojinin Anadolu'da Uygulanabilirliği. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Koşay, H. Z. (1939). Etnografya ve Folklor Kılavuzu. Ankara: Ulusal Matbaa.
- Kosay, H. Z. (1970). Pulur-Sakyol Kazısı 1968 Ön Raporu. Keban Projesi 1968 Yaz Çalışmaları. Ankara: ODTÜ, 139-142.
- Kosay, H. Z. (1971). Pulur-Sakyol Kazısı. Keban Projesi 1969 Çalışmaları. Ankara: ODTÜ, 99-101.
- Kosay, H. Z. (1972). Pulur-Sakyol Kazısı 1970. Keban Projesi 1970 Çalışmaları. Ankara: ODTÜ, 127-132.
- Koşay, Z. K. (1974). Etnografya Folklor Dil Tarih v.d. Konularda Makaleler ve İncelemeler. Ankara: Ayyıldız Matbaası.

- Levy, E. J. (1981). Religious Ritual and Social Stratification in Prehistoric Societies: An Example from Bronze Age Denmark. *History of Religions*, 21 (2), 172-188.
- Moss, L. M. (2005). Rifts in the Theoretical Landscape of Archaeology in the United States: A Comment on Hegmon and Watkins. *American Antiquity*, 70 (3), 581-587.
- Mutlu, S. (2017). Neolitik ve Kalkolitik Dönem Batı Anadolu Antropomorfik Figürinlerinde Cinsiyet ve Sembolizm. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Naumann, R. (1998). Eski Anadolu Mimarlığı. Beral Madra (çev.), Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Nelson, S. M. (1997). *Gender in Archaeology: Analyzing Power and Prestige*. Walnut Creek, Calif.: AltaMira Press.
- Özdemir, A. (2013). Kalkolitik Smitheion (Gülpınar) Yerleşiminde Hasırcılık ve Dokumacılık. Çanakkale: Studies On The Troad-2, Troia Vakfı Yayınları.
- Özdemir, A; Bamyacı, O. (2019). Kuzeybatı Anadolu'da (Kıyı Troas Bölgesi) Kırsal Hayvancılık ve Arazi Kullanımı: Etnoarkeolojik Bir Bakış. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 29 (1), 17-25.
- Özdoğan, M. (2011). Arkeolojik Kazılar Bilimsel Çalışma mı? Toprak Hafriyatı mı?. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Polat, F. (2013). Doğu Anadolu Yayla Kültürü ve Yayla Mimarisi: Etnoarkeolojik Bir Bakış. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Polat, F. (2018a). Tevfikiye Köyü: Son Troialılar. Çanakkale: Çanakkale Kitaplığı.
- Polat, F. (2018b). Yeniköy: Troia'nın İlk Savunma Hattı. Çanakkale: Çanakkale Kitaplığı.
- Polat, F.; Aslan, R.; Erten, İ. (2012). Troas Bölgesi'nde Farklı Zamanlarda İki Yerleşim ve Etnoarkeoloji Bozköy Köyü – Bozköy Hanaytepe Höyüğü. Bozköy Hanaytepe ve Çevresi Prehistorik Dönem Araştırmaları. Rüstem Aslan, Fecri Polat (eds.), Çanakkale: Troia Vakfı Yayınları, 111-152.
- Polat, F; Yeleş, H. (2017). Halileli: Troia Ovasında Bir Köy. Çanakkale Kitaplığı: Çanakkale.
- Sezgin, E. (2019). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Erken Tunç Çağında Ege Dünyası. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Steele, C.N. (1971). The potters of Sorkun Village in Northwest Anatolia. The study of a Present day Primitive Pottery Industry and its Relevance to Archaeology. Oxford University, Unpublished Ph.D. Dissertation.

- Takaoğlu, T. (ed.) (2004). *Ethnoarchaeological Investigations in Rural Anatolia Volume I*, İstanbul: Ege Yayınları.
- Takaoğlu, T. (ed.) (2005a). *Ethnoarchaeological Investigations in Rural Anatolia Volume II*, İstanbul: Ege Yayınları.
- Takaoğlu, T. (2005b). Kuzeybatı Anadolu'da Gülpınar'dan Prehistorik Bir Yas Tutan Heykelcik. *Arkeoloji Anadolu & Avrasya Dergisi*, 6-7.
- Takaoğlu, T. (2007a). Turan Takaoğlu'na Ait 2007-2008 Güz Yarıyılı ARK 517 Etnoarkeoloji Yüksek Lisans Ders Notları (18 Sayfa, Teksir), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Ana Bilim Dalı, Çanakkale.
- Takaoğlu, T. (ed.) (2007b). *Ethnoarchaeological Investigations in Rural Anatolia Volume III*, İstanbul: Ege Yayınları.
- Takaoğlu, T. (ed.) (2008). *Ethnoarchaeological Investigations in Rural Anatolia Volume IV*, İstanbul: Ege Yayınları.
- Takaoğlu, T.; Özdemir, A. (2013a). Coşkuntepe A Neolithic Village in the Coastal Troad. *The Neolithic in Turkey Northwestern Turkey and Istanbul*, Mehmet Özdoğan, Nezih Başgelen, Peter Kuniholm (eds.), İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 35-43.
- Takaoğlu, T.; Özdemir, A. (2013b). Smitheion Öncesi: Prehistorik Yerleşim. *Smintheion Apollon Smintheus'un İzinde*, Coşkun Özgünel (ed.), İstanbul: Ege Yayınları, 15-28.
- Tanner, N.; Adrienne Z. (1976). *Women in Evolution. Part I: Innovation and Selection in Human Origins. Signs, Vol. 1 (3)*, The University of Chicago Press, 585-608.
- Tekkök, B. B. (2000). Pottery Production in the Troad: Ancient and Modern Akköy. *Near Eastern Archaeology* 63 (2), 94-101.
- Tringham, R. E. (1991). Households with Faces: The Challenge of Gender in Prehistoric Architectural Remains. *Engendering Archaeology, Women and Prehistory*, J. M. Gero, M. W. Conkey (eds.), Oxford, Cambridge: B. Blackwell, 93-131.
- Whallon, R. J.; Kantman, S. (1970). Keban Barajı Su Birikim Alanı Yüzey Araştırması, 1967. Keban Projesi 1968 Yaz Çalışmaları. Ankara: ODTU, 1-6.
- Wylie, A. (1997). The Engendering of Archaeology Refiguring Feminist Science Studies. *Osiris, Women, Gender, and Science, Vol. 12*, The University of Chicago Press, 80-99.
- Yakar, J. (2007). Anadolu'nun Etnoarkeolojisi Tunç ve Demir Çağlarında Kırsal Kesimin Sosyo-Ekonomik Yapısı. Selen Hırçın Riegel (çev.), İstanbul, Homer Kitabevi.

Yakar, J.; Garzon, J. L. (1976). The survival of ancient traditions in the popular architecture of north-central Turkey. Expedition 19: 43-47.

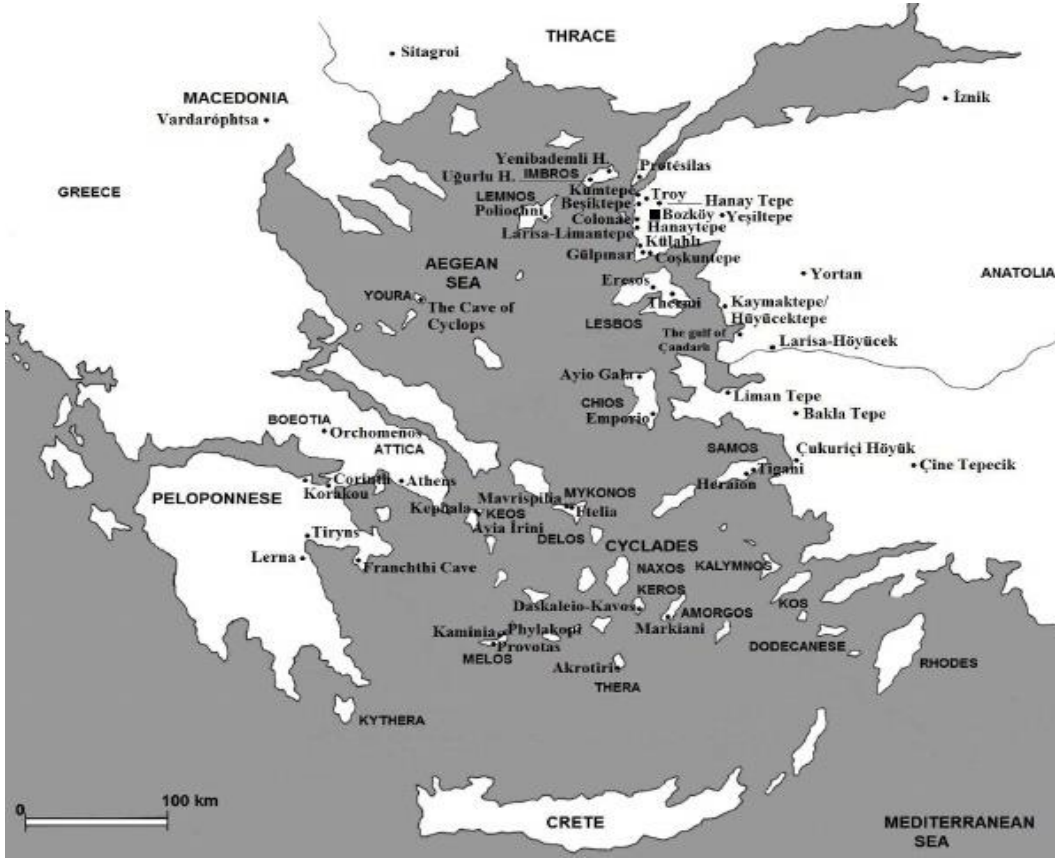
Yavşan, Ç. (2013). Kalkolitik Smintheion (Gülpınar) Kazıları Buluntusu Deniz Kabukları. Çanakkale: Troia Vakfı Yayınları.

Yelözer, S. (2016). Aşıklı Höyük Boncukları: Tipoloji, Tanım ve Sosyal Açıdan Değerlendirme. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Yılmaz, D. (2013). Doğu Ege'de Yeni Bir Erken Tunç Çağı Kenti: Troas Bölgesi'nde Bozköy-Hanaytepe Yüzey Araştırmaları. The Journal of Academic Social Science Studies, 6 (5), 857-888.

<https://sozluk.gov.tr/?kelime=ay%C4%B1t>; erişim tarihi: 26.08.2020.

Harita 1: Bozköy-Hanaytepe Höyüğü ve Çevresi (Yılmaz, 2013: Fig.2).



Resim 1: Zeytin ağaçları arasındaki Bozköy-Hanaytepe Höyüğü (Yılmaz, 2013: Fig. 1).



Resim 2: 1974 yılında kurulan zeytinyağı fabrikası terk edilmiştir.



Resim 3: Zeytinyağı fabrikasının yerinde günümüzde geniş bahçeli ev bulunmaktadır (Fotoğraf, Cavit Tuğral).



Resim 4: Geçmişin ekonomik değeri meşe palamudu depoları kültür sanat mekânı haline almıştır.



Resim 5: Bahçe işlerini yapan kadın.



Resim 6: Dış avluyu sokaktan ayıran yüksek duvarlar.



Resim 7: Yiyecek-içecek ambarı. **Resim 8:** Eski ahır ve samanlık. Bugün zeytincilikte farklı işlevlere sahiptir.



Resim 9: Hayvancılık döneminde kerpiç tuğla kullanılarak yapılmış bir ev.

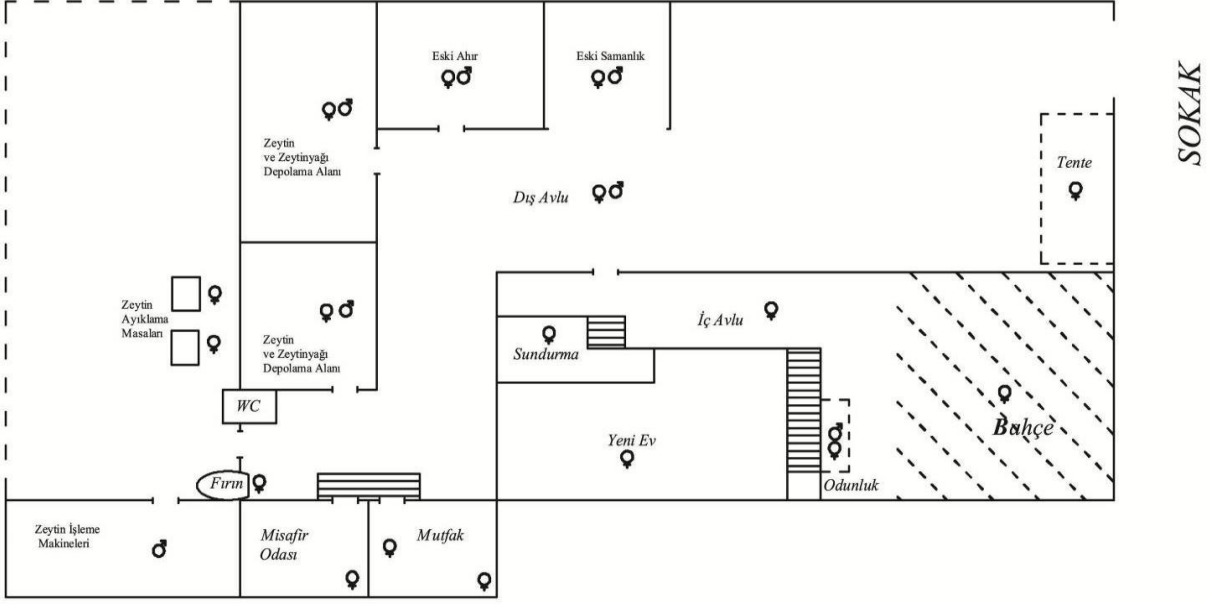


Resim 10: Zeytinyağı deposu. **Resim 11:** Avluda hasat döneminde büyük depolama kaplarında bekletilen zeytin.



Resim 12: Kadınlar avludaki masada zeytini ayırmaktadır. **Resim 13:** Erkekler makinede zeytini ayırmaktadır.





Plan 1: İsmail Erten'in baba evinde kadın ve erkeğin mekân kullanımı. Çizim: Meral BAŞARAN MUTLU.

Resim 14: Kadınların kurduğu ocaklar ve sobalar.

Resim 15: Kadınların yemekte kullandığı tören kapları.



Resim 16: İçinde ekmeğe, böreğe, et pişen piniyet kabı.

Resim 17: Avlulularda büyük fırınları kullanan kadınlar.



Resim 18: Veranda tipinde basamakla çıkılan sundurma.



Resim 19: Yürüme zemininde dar sundurma örneği.



Resim 20: Su taşınan testiler.



Resim 21: Köy meydanındaki çeşme.



Resim 22: Bozköy meydanı çocukların oyun alanı.



Resim 23: Meydandaki muhtarlık ve kahve (Fotoğraf, Cavit Tuğral).



Resim 24: Bez çuval.



Resim 25: Kelatir, hasır küfe.



Resim 26: Bugün zeytinde plastik kasa kullanılır.



Resim 27: Kadınların kullandıkları tarak.



Resim 28: Kadınların zeytinde kullandıkları sepet.



Resim 29: Erkekler kasaları traktöre taşımaktadır.



Resim 30: Kadınlar sehpa üzerinde zeytin toplamaktadır.



Üniversite Kariyer Merkezlerinin Dünyadaki Gelişimi ve Türkiye Örneği¹

Neşe GÜLMEZ* Mehmet Emin OKUR**

ÖZET

Gençlerin daha iyi bir kariyere sahip olma istekleri yükseköğretime olan ilgiyi her geçen gün önemli oranda arttırmaktadır. Gelişmiş ülke örnekleri incelendiğinde ise öğrencilerin bu talebini karşılamak üzere, istihdam edilebilirliği arttırmak ve kariyer gelişimini desteklemek amacıyla üniversitelerde Kariyer Merkezleri'nin kurulduğu görülmektedir. Bu merkezlerin, öğrenciler dışında işverenler, eğitim kurumları ve devletler için de önemli olduğu bilinmektedir. Mevcut çalışmada, çeşitli paydaş grupları için kritik önem arz eden "Kariyer Merkezlerinin" ülkemizdeki ve farklı kültürlerdeki tarihsel gelişimi sistematik bir yaklaşımla ortaya koyulmaktadır.

Araştırma Makalesi

Geliş: 19.01.2021
Kabul: 01.02.2021

Anahtar Kelimeler:

Üniversite Kariyer Merkezi,
Kariyer Hizmetleri,
Kariyer Planlama,
Yükseköğretimde İstihdam.

The Development of University Career Centers in the World and its Example in Turkey

ABSTRACT

The desire of young people to have a better career is increasing the interest in higher education every day. According to examples of developed countries, it is clearly seen that Career Centers were established in universities in order to meet this demand of students by increasing their employability and supporting their career development. It is known that these centers are important not only for students but also for employers, educational institutions and governments. Present study puts forward, the historical development of "Career Centers", which are critical for different stakeholders with a systematic approach both in Turkey and in different cultures.

Research Article

Received: 19.01.2020
Accepted: 01.02.2021

Keywords:

University Career Centers,
Career Services,
Career Planning,
Employment in Higher Education

¹ Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde hazırlanan "Üniversite Kariyer Merkezi Hizmetlerinde Dijital Platform ve Sosyal Medya Kullanımının Etkisi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, nese gulmez@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9739-6528>

** Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, mokur@marmara.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6079-8160>

GİRİŞ

Ülkemizde gençlerinin üniversite eğitimi alma talebi diğer pek çok ülkede olduğu gibi her geçen gün artmaktadır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) raporları, OECD üyesi ülkelerde 2009 ile 2019 yılları arasında üniversite eğitimi alan gençlerin sayısında ortalama %10 artış olduğunu göstermekteyken Türkiye’de bu oran %19’dur (OECD, 2020a). Araştırmalar ise yükseköğretime devam etme talebindeki bu artışın, “daha iyi kariyer fırsatlarına ulaşabilme” isteğinden kaynaklandığını göstermektedir (Bara Stolzenberg ve diğerleri., 2020; Carlson, 2017; Royal, 2020).

İşgücü piyasalarındaki insan kaynağı ihtiyacı dikkate alındığında, gençlerin bu kararı şaşırtıcı değildir. Yakın tarihli OECD raporları; teknolojik ilerleme ve küreselleşme nedeni ile birçok ülkede üniversite eğitimi almayan gençler için işgücü piyasası koşullarının kötüleştiğini, gençlerin iş bulmakta zorlandıklarını, niteliklerinin altında işlerde ya da hak ettiklerinden düşük ücrete çalışmak zorunda kaldıklarını göstermektedir (OECD, 2019).

Yükseköğretim mezunu bireyler daha düşük eğitim seviyelerine sahip olanlara göre avantajlı durumda olsa da bu durum istihdam problemi yaşamadıklarının bir göstergesi değildir. Ülkemiz de dâhil olmak üzere bugün pek çok ülke, genç işsizliği ile mücadele etmektedir ve söz konusu kitlenin önemli bir bölümünü üniversite eğitimine sahip bireyler oluşturmaktadır (OECD, 2020b).

Gelişmiş ülke örnekleri incelendiğinde, mezunların istihdam edilebilirliklerini arttırmak ve öğrencilerin kariyer gelişimlerini desteklemek amacıyla üniversitelerde Kariyer Merkezleri kurulduğu görülmektedir. Kabul gören anlayışa göre; Kariyer Merkezlerinin temel amacı; kariyer, eğitim, istihdam ve girişimcilik kararları ve planlarını desteklemek geliştirmek ve/veya uygulamak konusunda öğrencilere / mezunlara ve ilgili diğer taraflara yardımcı olmaktır (NACE, 2019). Söz konusu merkezlerin hizmetleri ise öğrencilerin kariyer gelişimlerini destekleyerek üniversiteden profesyonel hayata geçişte onlara yardımcı olmaya odaklanmıştır (Vinson, Reardon ve Bertoch, 2014) ve işverenler, eğitim kurumları ve hatta devletler için de önemli bir aracı durumundadır. (A. G. Watts, 1996).

Mevcut çalışma, çeşitli paydaş grupları için kritik önem arz eden “Kariyer Merkezlerinin” farklı kültürlerdeki tarihsel gelişimini incelemektedir. Söz konusu incelemelerin literatüre anlamlı bir katkı yapması beklenmekte ve ülkemizde bu alanda çalışan akademisyenlere kariyer merkezlerinin gelişim süreçleri hakkında kapsamlı bir tarama sunarak çalışmalarını için başlangıç noktası oluşturması amaçlanmaktadır. Ayrıca, farklı ülkelerdeki üniversite kariyer merkezlerinin gelişimindeki tetikleyici faktörlere dair çıkarımların Türkiye’deki kariyer merkezi yönetici ve uzmanları, akademisyenler ve alanda çalışan profesyoneller için yol gösterici olması beklenmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bugün farklı isimler altında anılsa da genellikle “Kariyer Merkezi” ismini taşıyan üniversite birimlerinin tarihi; İngiltere’de, Oxford Üniversitesi tarafından 1892 yılında kurulan “Appointment Committee” isimli birim ile başlamaktadır (Barbour, 2016; UNESCO, 1994). Yaklaşık 130 yıllık geçmişe sahip kariyer merkezleri günümüzde gelişmiş ülkelerdeki tüm üniversitelerde bulunan bir birim haline gelmiştir. Ülke fark etmeksizin, söz konusu birimlerin gelişim sürecinde özellikle ekonomik faktörler ortak bir etkiye sahipse de ülkenin koşullarına göre; kuruluş, yaygınlaşma ve gelişim aşamalarında değişiklik gözlenmektedir.

Bu doğrultuda mevcut çalışmada; üniversite kariyer hizmetlerinin temelini oluşturan Anglosakson ülkelerden Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri ile birlikte; aynı kültürden Avustralya ve Kanada’daki kariyer merkezlerinin tarihsel gelişimi incelenmiştir. Kıta Avrupası yaklaşımını ortaya koymak adına nüfusça ülkemize benzer Almanya ve Fransa’daki gelişmeler ele alınmıştır. Tamamen farklı kültürlerdeki örneklerine değinebilmek adına Asya-Pasifik ülkelerinden Güney Kore, Japonya ve Çin’deki üniversitelerin kariyer hizmetlerinin tarihsel gelişimleri de araştırmaya konu edilmiştir. İnceleme için seçilen ülkelerin tamamının, 25-34 yaş aralığındaki üniversite mezunlarının istihdam oranının karşılaştırıldığı “Education at a Glance 2020” raporuna göre, ülkemizden daha üst sıralarda olmasına dikkat edilmiştir (OECD, 2020a). Son olarak Kariyer Merkezlerinin ülkemizdeki gelişim seyri ve mevcut durumları ele alınmıştır.

Kariyer Merkezlerinin Doğuşu ve Anglosakson Ülke Uygulamaları

Yükseköğretimde öğrencilere kariyer hizmeti sunma kültürü, günümüzde genellikle kariyer merkezleri ismi ile anılan birimler aracılığıyla başlamıştır. Oxford Üniversitesi ise 1892 yılında kurduğu “Appointment Committee” isimli birimi ile üniversitelerde örgütlü olarak profesyonel kariyer hizmeti sunmanın dünyadaki ilk örneği oluşturmuştur (Barbour, 2016; UNESCO, 1994).

Cambridge Üniversitesi 1914 yılında kurduğu “Appointment Board” ile Oxford Üniversitesinin bu girişimini takip etmiştir (Schoenberg, 1978). Amerika’nın en eski üniversitelerin bulunduğu Ivy League’e mensup Yale Üniversitesi de “Placement Office” ile 1919 yılında Amerika kıtasında kariyer merkezi uygulamasına geçen ilk üniversite olmuştur (Gonzales, 2017).

Birleşik Krallık üniversitesinin, diğer ülkelere kıyasla öğrencilerinin bireysel gelişimleri ile daha fazla ilgilenmesi aslen İngiliz örf ve adet hukukundaki bir doktrine dayanmaktadır. Kariyer merkezleri de, bu ilginin doğal bir sonucu olarak, ilk kez İngiltere’de ve takiben de aynı doktrine kendi kanunlarda yer veren Amerika Birleşik Devletleri’nde görülmüştür. İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri’ndeki eğitim kurumlarının öğrencilerinin kariyer gelişimlerine ilişkin felsefesinin dayandığı söz konusu

doktrin, Latince “bir ebeveyn yerine” anlamına gelen *in loco parentis*’tir. (P. Lee, 2011; A. Watts, 1994; A. Watts ve Van Esbroeck, 2000). Bu doktrine göre öğrencilerin sağlığından, güvenliğinden, ahlakından ve refahından fiili ve yasal olarak vasisi sayılan üniversiteler sorumlu tutulmaktaydı (Szablewicz ve Gibbs, 1987).

Avustralya’da kariyer merkezi girişiminin temelleri ise İngiltere’deki çalışmaların etkisi ile başlamıştır. İlk örnekleri ise 1920’li yıllarda Sidney, Melbourne, Adelaide ve Queensland üniversitelerinde verilen danışmalık ve istihdam odaklı hizmetlere dayanmaktadır (Koder, 1991; Mckenzie ve Howell, 2005).

Aynı kültüre mensup, bu üç farklı ülkede birbirine yakın tarihlerde hizmet vermeye başlayan söz konusu birimler, isimlerinden de anlaşılacağı üzere; öğrencilere boş pozisyonların duyurulması, mülakatlar ayarlanması gibi “işe yerleştirmeye” odaklanmaktaydı (Koder, 1991; Mckenzie ve Howell, 2005; Teal ve Herrick, 1962; A. G. Watts ve diğerleri., 1996).

Kanada’da ise merkezlerin kurulup gelişmesi farklı bir ihtiyaçtan doğmuştur, ülke genelinde kariyer ve istihdam hizmetleri genel olarak ikinci dünya savaşından dönen askerlerin sivil hayata geçişini kolaylaştırmak, yükseköğretime devam etmelerini veya iş hayatına kazandırılmaları sağlamak amacıyla 1950’li yıllarda başlamıştır. 1960’larda yaşanan doğum hızındaki büyük artış, yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören genç sayısında ciddi bir yükselmeye sebep olarak bu hizmetlerin önemini arttırmıştır. (Bezanson, Hopkins ve Neault, 2016; Cox ve Strange, 2010; Usher, Kwong ve Mentanko, 2014). Söz konusu hizmetlerin, üniversite öğrencilerini iş piyasasındaki rekabette daha donanımlı hale getirmeyi destekleyecek şekilde gelişmesi ise hem artan işsizlik hem de Kanada Federal Devleti’nin kişilerin eğitim ve ilgi alanlarıyla uyumlu işlerde çalışmasını sağlayacak politikaları üretmeye başlaması ile 1970’lere doğru mümkün olmuştur (Bezanson, Hopkins ve Neault, 2016).

Kanada’da kariyer hizmetlerine ilişkin çalışmaların başlayıp profesyonelleşmeye yönelik ilk adımlarının atıldığı tarihlerde; İngiltere, Amerika ve Avustralya’da söz konusu hizmetlerin ikinci aşamaya geçtiği görülmektedir. İngiltere’de kariyer merkezi hizmetleri 1950’li yılların ortalarında tüm üniversitelerde yaygınlaşma sürecini tamamlamıştır. 1960’lara kadar öğrenciler üniversiteye girdiklerinde kariyerleri ile ilgili bir karara zaten varmış oldukları düşünülerek kariyer danışmanlığı geri planda kalmış, hizmetler daha çok bilgi sağlama, yerleştirmeyi desteklemeye ve çeşitli etkinlikler düzenlemeye odaklanmıştır. 1960’ların sonunda ise kariyer alternatiflerinin sayısının artması ile öğrencilerin tercih yapmasını kolaylaştırmak üzere kariyer danışmanlığının önemi artmıştır. 1973 yılında çıkarılan İstihdam ve Eğitim Kanunu ile “Genç İstihdam Hizmeti”, “Kariyer Hizmetine”

dönüştürülerek yerel eğitim makamlarının bu hizmeti sunması yasal bir zorunluluk haline getirilmiştir. İstihdam Ofislerinin isimleri de Kariyer Ofisleri olarak değişmiştir (A. G. Watts ve Kidd, 2000).

Amerika’da; 1940 ve 1960 arasında; öğrencilere kariyer danışmanlığı sunmanın önemi “İkinci Dünya Savaşı sonrasında hızla büyüyen Amerika Birleşik Devletleri ekonomisi” ve “Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin uzay çalışmaları” etkisiyle artmıştır (Onne Kraning, 1999; Pope, 2000). Bu gelişmelerin etkisi ile yürütülen hizmetler incelendiğinde 1950’lerde işe yerleştirme ve kariyer planlamanın ayrı hizmetler olarak algılandığı ve hatta yönetimleri ve ofisleri birbirinden ayrı iki birime dönüştürüldüğü görülmektedir. 1960’larda ise kariyer gelişimine ağırlık verilmiş, söz konusu iki hizmet birbirini tamamlar şekilde tek bir yapı altında birleştirilmeye başlanmıştır (Geisler, 2002). Ekonomik büyümenin 1970’lerde yavaşlaması sonucu iş gücü piyasasının istihdam imkânı azalmış, bu değişimden üniversitelerin yerleştirme merkezleri de etkilenmiştir. Bu yeni koşullar doğrultusunda “öğrenciye ebeveynlik etme” anlayışı yerini “öğrenciyi geliştirme ve kariyer planlama” anlayışına bırakmıştır. Dolayısıyla; işe yerleştirme göreviyle kurulmuş kariyer merkezlerinin yerleştirme fonksiyonu odak noktası olmaktan çıkmış ve yerleştirme kariyer planlamanın bir sonucu olarak ele alınmaya başlanmıştır. Bu yeni anlayış ise 1980’li yıllar boyunca hâkimiyetini korumuştur. (Bishops, 1966).

Kuruluş aşamasında olduğu gibi Avustralya’daki gelişmeler Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri ile paralellik göstermiştir. 1960’lı yılların başında yaşanan; üniversite sayısının ve çeşitliliğinin artması, demografik, sosyal ve ekonomik değişimler doğrultusunda kariyer hizmetlerin de sayısı ve çeşitliliği artmış, istihdam odaklı hizmet anlayışından kariyer planlama anlayışına doğru bir geçiş yaşanmıştır. Bu anlayış 1990’lara kadar sürdürülmüştür (Niles ve Harris-Bowlsbey, 2002).

Anglosakson ülkelerin kariyer hizmetleri anlayışındaki bir sonraki dönüşüm ise 1980’lerin sonunda, 1990’ların başında yaşanmıştır. Birleşik Krallıkta 1980’li yıllardan itibaren kariyer merkezleri sürekli olarak gelişen teknolojiyi yakalamak üzere çalışmıştır (Hooley, Hutchinson ve Watts, 2010). Bu çalışmaların yanı sıra 1990’larda kariyer eğitimi okullarda müfredatın zorunlu bir parçası haline getirilmiş, kariyer hizmetleri ise yerel otoritelerin zorunlu olarak verdiği bir hizmet olmaktan çıkarılıp rekabetin bir gerekliliği olarak verilmeye başlanmıştır (A. G. Watts ve Kidd, 2000).

Aynı yıllarda Amerika’da kariyer planlama modeli yerini ağ oluşturma (networking) modeline bırakmaya başlamıştır. Yerleştirme ve kariyer planlama uygulamaları o yıllarda hala devam etse de kariyer hizmetlerinde yaygın olarak ağ oluşturma modeli kullanılmıştır (Castella, 1990). 1980-1990 yılları arasında sanayi çağından bilgi çağına geçiş ve kariyer danışmanlığı ile işten çıkarma

danışmanlığının gelişimi ön plana çıkmışken, 1990'lerden itibaren danışmanlık alanında gelişen teknolojilerin kullanılması odak nokta olmuştur (Pope, 2000).

Avustralya'da da, 1990'lerden itibaren teknolojik gelişmelerin etkisi ile üniversite kariyer hizmetlerinde bir dönüşüm yaşanmış, bu durum 2000'lerde etkisini arttırmıştır (Mckenzie ve Howell, 2005). Kariyer gelişimi alanında profesyonelleşme dönüşümü de 2000'li yıllarda mümkün olmuştur. Bu dönemde, profesyonel meslek birlikleri üniversitelerde kariyer hizmeti veren çalışanlar için belirli standartların oluşturulması amacıyla çalışmalar başlatmıştır (Cox ve Strange, 2010; Domene ve Isenor, 2017; Mckenzie ve Howell, 2005).

Birleşik Krallık ve Amerika'da 1980'ler Avustralya'da ve Kanada'da ise 2000'li yıllarda yaşanan bu dönüşümler söz konusu ülkelerde kariyer merkezlerinin bugünkü haline evrilme sürecini başlatmıştır.

Günümüzde bu ülkelerde kariyer merkezlerinin sunduğu hizmetler incelendiğinde tüm ülkelerde benzer faaliyetler göze çarpmaktadır. Bunlar; kariyer danışmanlığı, özgeçmiş oluşturma, mülakat becerileri kazandırma, ağ oluşturma, kariyer fuarları, işverenlerce aranan sosyal becerileri kazandırmak ve / veya kariyer bilgisi sağlamak üzere düzenlenen etkinlikler ve iş ilanları şeklinde sıralanabilmektedir (Browne ve Russell, 2014; Cox ve Strange, 2010; Long, Hubble ve Loft, 2020; Rainey ve diğerleri., 2008; Shepard ve Mani, 2013; Usher, Kwong ve Mentanko, 2014).

Kıta Avrupa'sında Üniversite Kariyer Hizmetleri

Almanya, kariyer ve meslek danışmanlığı konusunda vatandaşlarına hayatları boyunca destek olma anlayışını benimsemiştir. Bu doğrultuda; kariyer hizmetleri sorumluluğu; federal hükümet, yerel hükümetler, belediyeler, Federal İstihdam Kurumu, ticaret ve meslek odaları, yükseköğretim kurumları ve okullar arasında paylaşılmaktadır. Gençlere / yetişkinlere kariyer hizmeti sunmak ise yasal bir zorunluluktur, kariyer eğitimi ve mesleki eğitim tüm ortaöğretim kurumlarında müfredatın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu eğitimler, kariyer yönetim becerilerini, bilgiyi arama ve kullanma ve karar verme becerilerini geliştirerek tüm öğrencileri iş hayatına hazırlamayı amaçlar (Jenschke, Schober ve Langner, 2014). Dolayısıyla Alman ortaöğretiminden geçerek üniversiteye gelen bireyler için yükseköğretim süreci, kariyer planlama aşamasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Yükseköğretim seviyesinde sunulan kariyer hizmetleri incelendiğinde; Almanya üniversitelerinde 1990'lı yıllara kadar bu hizmetlerin sunulmadığı, söz konusu yıllardaki ilk örneklerinin ise uygulamalı bilimler üniversitelerinde yer aldığı görülmektedir (Brandl, Polenova ve Savoca, 2011).

Benzer şekilde Fransa'da da üniversitelerde kariyer hizmetlerinin verilemeye başlaması 1990'larda başlamıştır. Bunun nedeni ise yükseköğretime olan talebin 1970'lerde çok hızlı şekilde artmaya başlayıp 1990'larda mezun sayısının 1970'lerdekinin 5 katına ulaşmış olmasıdır. Söz konusu artış, iş

piyasadaki rekabeti arttırdığı için, üniversiteleri öğrenci ve mezunlarının iş dünyasına geçişini kolaylaştıracak çalışmalar yapmaya yönlendirmiştir. Bu doğrultuda, 1990'ların sonuna kadar Fransa'daki üniversitelerin yarısından fazlası da söz konusu çalışmaları yapmak üzere birimler kurmuş, mezunlarının istihdam durumunu araştıran anketler düzenlemeye, danışmanlık ve iş bulmaya yönelik hizmetler sağlamaya başlamıştır (Paul ve Murdoch, 2000).

Almanya'da söz konusu hizmetlerin 1990'lı yıllarda ivme kazanması ise yükseköğretim konusunda benimsediği stratejiler ile ilişkilendirilebilir. "Avrupa Yükseköğretim Alanı" yaratmayı hedefleyen Bologna Süreci ile Alman yükseköğretim kurumlarının stratejik olarak pazarlaması yapılmaya başlanmış, buna Anglosakson ülkelere olan beyin göçünün engellenmesi hedefleri de eşlik etmiştir (Trines, 2019). Dolayısıyla marka değerini yükselterek genç yetenekleri çekmek isteyen ve ülke dışından gelen öğrencilere de hizmet veren yükseköğretim kurumlarının, kariyer merkezlerini hızla kurmalarına neden olduğu düşünülebilir.

Fransa'da 2000'lerin başında üniversitelerde verilen kariyer hizmetlerinin önemine ilişkin farkındalık ülke genelinde artmış ve söz konusu hizmetlerin verilmesi kanunlar ile garanti altına alınmıştır. İlk 2007 çıkarılan ve 2013 ve 2018'de güncellenerek güçlendirilen kanunlar aracılığıyla üniversiteler öğrencilerin kariyer gelişimlerini desteklemekten sorumlu tutulmuştur (EURYDICE, 2018). Kariyer hizmetlerinin çerçevesi ilgili kanunlarca belirlenen ulusal politikalar doğrultusunda çizilmekteyse de yükseköğretim kurumlarının özerkliği kapsamında, üniversite kararıyla öğrencilere kariyer hizmeti verme amacını taşıyan birimler kurulduğu da görülmektedir. Günümüzde bu birimler; fuarlar, atölyeler, seminerler, istihdam odaklı hizmetler sunmakta ve öğrenciler için sanal ve fiziksel kaynaklar sağlamaktadır (EUROGUDIENGE, t.y.). Bunlar ek olarak bazı üniversiteler eğitim ve kariyer anlamında dezavantajlı sayılabilecek gruplara özel hizmetler de sunmaktadır (Crosier ve diğerleri., 2015). Ancak Doğu Paris Üniversitesi'ndeki öğrencilerle yapılan bir çalışmada, öğrencilerin üniversiteye başlamadan önce ve üniversitedeki ilk yıllarında yeterli kariyer hizmeti almadığı ve bunun Fransız öğrencilerin geneli için geçerli bir durum olduğu belirtilmektedir. (Crosier ve diğerleri., 2015).

Almanya'daki öğrencileri, üniversiteden iş hayatına geçişte destekleme temel amacını taşıyan kariyer merkezleri günümüzde tüm yükseköğretim kurumlarında bulunmaktadır. Bu merkezler, yerel iş bulma bürolarındaki uzmanlar, işveren birlikleri, ticaret odaları, yerel ya da küresel şirketler ile iş birliği içinde çalışmakta, dahası, mezunların temel yetenekleri geliştirmeye yönelik çalışmaların ve lisans programlarının geliştirilmesi konularına da dâhil olmaktadır (Jenschke, Schober ve Langner, 2014). Üniversitelerdeki kariyer hizmetlerinde "rehberlik ve danışmanlık", "akademi-işgücü piyasası bağlantısı" ve "iletişim ağı" olmak üzere üç konuya dikkat çekilmekte ve bu bağlamda öğrencilerin bireysel rehberlik, danışmanlık, koçluk, iş birliği projeleri, mezunlar ile mentorluk, atölye çalışmaları

vb. hizmetler ile desteklendiği belirtilmektedir (Gillani ve Keller, 2018; Tomei, Carp ve Kröner, 2015). Ayrıca son dönemdeki kariyer hizmetleri, internet tabanlı uygulamalar ile güçlendirilmektedir. Dahası, kariyer hizmetlerinin elektronik ortamda verilmesi konusunda da Alman Rektörler Birliği ve Federal İstihdam Kurumunun iş birliği ile geliştirdiği çalışmalar da bulunmaktadır (Jenschke, Schober ve Langner, 2014).

Asya Pasifik Ülkelerinde Üniversite Kariyer Hizmetleri

Güney Kore, Japonya ve Çin'deki üniversitelerde verilen kariyer hizmetlerinin erken dönem örnekleri incelendiğinde, söz konusu üç ülke arasındaki ilk çalışmaların Çin'de 1916 yılında Tsinghua Üniversitesi'nde kariyer gelişim derslerinin verilmesiyle başladığı bilinmektedir (Jin, 2017). Japonya ve Güney Kore'de ise bu erken dönem hizmetler 1950'lerde başlamıştır (J.-K. Lee ve Goh, 2003; Watanabe-Muraoka, 1996).

Hizmetlerin görevlendirilmiş bir birim aracılığıyla, örgütlü şekilde sunulması ilk kez Japonya'da, 1953 yılında Tokyo Üniversitesinde açılan "danışmanlık merkezi" ile başlamaktadır (Watanabe-Muraoka, 1996). Japonya'yı Seul Ulusal Üniversitesinin 1962 yılında kurduğu "kariyer danışmanlığı" birimi ile Güney Kore izlemektedir (J.-K. Lee ve Goh, 2003). Üç ülke arasında kariyer hizmetlerine ilişkin çalışmalara en erken başlayan Çin'de ise ilk kariyer merkezi 1986'da Shenzhen Üniversitesi'nde kurulabilmiştir (CCLC, t.y.; Sun ve Yuen, 2012).

İlk kariyer merkezlerinin kuruluş tarihleri farklılık gösterse de, merkezlerin yaygınlaşması her üç ülkede de yükseköğretim kurumlarından mezun olan kişi sayısının ve dolayısıyla işgücü piyasasına dâhil olan nitelikli insan kaynağının hızla artması ile başlamıştır. Çünkü bu durum üniversiteleri, mezunların istihdam edilebilirliğini arttırmaları gerektiği gerçeği ile karşı karşıya bırakmıştır (J.-K. Lee ve Goh, 2003; Mimura, 2016). Söz konusu gelişmeler Güney Kore ve Japonya'da 1980'lerde yaşanmıştır. Çin'de ise 1980'li yıllara kadar yükseköğretim kurumlarından mezun olan kişi sayısının yüksek olmaması, mezun olan öğrencilerin kariyer planlamalarının, Marksist planlı ekonomik sistem içinde, katı bir şekilde devlet tarafından yapılması ve bu kişilerin yüksek rekabet olmaksızın devlet desteğiyle iş bulabilmesi, kariyer hizmetlerinin gelişmesi için ihtiyaç doğmasını engellemiştir. Bu ihtiyaç 1980'lerin sonunda ancak belirginleşmiştir. (Zhang, Hu ve Pope, 2002).

Güney Kore'de 1980 ile 1990 yılları arasında, öğrenci işleri daireleri altında kariyer gelişimi ile ilgili birimler hizmet vermeye başlamış ancak sadece iş ilanlarını öğrencilere ulaştırmaya odaklanan oldukça sınırlı hizmetler sunulmuştur. Kariyer hizmetlerini sağlayan personelin niceliği ve niteliği konusundaki eksikler ise bu dönemde öne çıkan sorunlar arasındadır (Yang, Lee ve Ahn, 2012). 1990'ların sonuna kadar artan hizmet ihtiyacına paralel olarak Güney Kore, kariyer merkezi

hizmetlerini sunmakla görevli deneyimli personel grubu yetiştirmeye odaklanmıştır. Bu gelişmelere rağmen ikinci dönemdeki hizmetler birinci dönemde olduğu gibi öğrencilerin işe yerleşmelerine odaklanmıştır. Öğrencilere işverenleri tanıtmaya, iş başvuru süreçlerinde yardımcı olma ve öneriler sunma gibi hizmetler verilmiştir (Yang, Lee ve Ahn, 2012).

Japonya’da ise söz konusu tarihler arasında kariyer merkezi kurulan üniversite sayısı hızla artış göstermiştir. Araştırmalara göre bu birimler; 1983 yılında üniversitelerin yaklaşık %35’inde, 1989 yılına gelindiğinde ise %75’inde bulunmaktadır (Watanabe-Muraoka, 1996). 1990’lar boyunca öğrencilerin istihdam edilebilirliğini desteklemek için üniversitelerde pek çok çalışma yürütülmüş ancak bu çalışmaların Amerika Birleşik Devletleri etkisi altında gerçekleştirildiğine dolayısıyla kimi kültürel uyumsuzluklar barındırdığına dair eleştiriler almıştır (Kaneko, 2014; Senzaki, 1993; Watanabe-Muraoka, 1996; Watanabe-Muraoka, Senzaki ve Herr, 2001).

Çin’de ise 1990’lı yıllardan itibaren yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrenci sayısının daha da artması ve piyasa ekonomisi temelli yaklaşımların benimsenmesiyle kariyer planlama sorumluluğu devletten bireylere doğru kaymıştır. Mezun olan öğrenciler iş bulabilmek için ciddi bir rekabete girmek zorunda kalmış ve iş bulmakta güçlük yaşamışlardır. Bu durum, üniversitelerin kariyer merkezleri çalışmalarına ağırlık verilmesine neden olmuştur (Zhang, Hu ve Pope, 2002).

2000’li yıllara gelindiğinde; Güney Kore’de Hükümetin üniversite mezunlarının işsizliğiyle mücadele kapsamında geliştirdiği politikalar doğrultusunda, tüm üniversitelerde kariyer merkezleri kurdurulmuş ve bu merkezlere mali destek sağlanmıştır (Yang, Lee ve Ahn, 2012). Söz konusu gelişmeler; kariyer merkezlerindeki kariyer danışmanlığı ve kariyer keşfi konularında yeni hizmetler verilmesini sağlasa da işe yerleştirme odaklı hizmetlerin ağırlığı devam etmiştir (Han ve Heo, 2008). Bu duruma sebep olarak ise; ilgili bakanlıkların mezun istihdam oranlarına ilişkin verileri açıklayarak üniversiteler üstünde baskı yaratması ve öğrencilerin doğrudan istihdamla ilgili hizmetleri daha fazla talep etmesi gösterilmektedir (Yang, Lee ve Ahn, 2012).

Japonya’da yapılan çalışmalar 2000’li yılların başı itibari ile üniversitelerin %92’sinde kariyer merkezlerinin bulunduğunu ve bu merkezlerin daha çok işe yerleştirme odaklı hizmetler sunduğunu göstermektedir. Çalışmalara göre bu merkezlerin %78’den fazlasında staj programları kullanılmakta ancak sistematik ve kapsamlı kariyer gelişimi hizmeti sunanlar yaklaşık %41 ile sınırlı kalmaktadır (Ishikawa, Mizuno ve Amundson, 2009).

Çin’de kariyer hizmetleri; öğrencilerin iş bulmalarını kolaylaştırmaya odaklanan “istihdam danışmanlığı” ve hayat boyu kariyer gelişimini desteklemeyi hedefleyen “kariyer planlama” olmak üzere iki başlık altında devam etmektedir. Söz konusu hizmetler; 1998-2001 arasında istihdam

danışmanlığı, 2002 ve sonrasında ise kariyer planlama kavramı ön planda olacak şekilde yürütülmüştür (Hao, Sun ve Yuen, 2015).

Son yıllarda ise; her üç ülkede de kariyer hizmetleri anlamında devlet destekli büyük iyileştirmeler gerçekleştirilmiştir.

Yükseköğretimden mezun olan insan kaynağının planlanması konusunda artan ihtiyaca binaen Çin Eğitim Bakanlığı 2007 tarihinde yayınladığı “Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Müfredatına İlişkin Gereklilikler” ile yükseköğretim kurumlarını, müfredatlarına zorunlu kariyer dersi eklemeleri ve öğrencilere kariyer danışmanlığı verecek sistemi inşa etmeleri yönünde teşvik etmiştir. 2010 yılında ise üniversitelerin mezunlara da kariyer rehberliği hizmetleri sunması yönünde görüş paylaşmıştır (Jin, 2017).

Japonya’da Merkezi Eğitim Kurulu tarafından 2011’de yayınlanan ve hükümetçe desteklenen “Okullarda Kariyer Eğitimi ve Mesleki Eğitim Hakkında Gelecek Vizyonu” raporu ile üniversitelerde kariyer eğitimi programları açılması teşvik edilmiştir (Kaneko, 2014). Günümüzde Japonya’da kariyer hizmetleri farklı bakanlıkların iş birliğiyle yürütülmektedir (Mizuno, Ozawa ve Matsumoto, 2017).

Benzer şekilde Güney Kore’de alandaki büyük gelişimlerden biri 2015 yılında çıkarılan “Kariyer Eğitimi Kanunu” ile yaşanmıştır. İlgili kanunda “yükseköğretim kurumlarının öğrencilerine kariyer eğitimi sağlayabileceği” ve “Eğitim Bakanlığının bu konuda kurumlara gerekli desteği verebileceği” hükümleri yer almıştır (KLRI-KLT, 2015). Bu doğrultuda; ilgili Bakanlık tarafından 2016’da hazırlanan 5 yıllık eğitim planında ise kariyer gelişimi ve eğitiminin, eğitim sisteminin farklı seviyelerinde planlanması yapılmıştır. Bu çalışmada; ilkokul seviyesinde “kariyer farkındalığı”, ortaokulda “kariyer keşfi”, lisede “kariyer planlama”, ve üniversitede “kariyer seçimi” süreçlerine odaklanan bir plan hazırlanmıştır (Yoon ve Pyun, 2018).

Günümüzde, Güney Kore’de kariyer merkezleri tarafından iş bulmaya yönelik kariyer fuarları, işveren toplantıları, işe yerleştirme hizmetleri, kariyer etkinlikleri (fuarlar, işveren toplantıları vb.) düzenlendiği, kariyer danışmanlığı sağlandığı ve bunların yanı sıra bazı hizmetlerin çevrimiçi de sunulduğunu görülmektedir (Han ve Heo, 2008; J.-Y. Lee, 2001; OECD, 2002).

Japonya’da kariyer merkezlerince verilen hizmetler; mezunlarla ilişkiler, iletişim yönetimi, staj programları, iş / staj ilanları, işveren işbirlikleri vb. olarak sıralanabilir (Saito ve Pham, 2020). Ayrıca birçok ülkeye benzer şekilde öncelikle 3. sınıf ve üzeri öğrenciler için başlatılan istihdam hizmetlerinin günümüzde kariyer merkezleri aracılığı ile 1. sınıftan itibaren sağlandığı bilinmektedir (Kawasaki, 2006).

Çin’de ise kariyer merkezleri; istihdam danışmanlığı kapsamında, işe alım süreçleri, özgeçmiş hazırlama, mülakat teknikleri gibi konularda hizmet vermekte, kariyer planlama kapsamında ise öğrencilere iş dünyası hakkında bilgiler sağlayıp kariyer kararları hakkında farkındalıkları arttırılmaya çalışılmaktadır (Hao, Sun ve Yuen, 2015; Sun ve Yuen, 2012; Zhang, Hu ve Pope, 2002). Ayrıca öğrencilere kariyer odaklı dersler, kariyer fuarları, birebir danışmanlık hizmetleri, kariyer web sayfaları aracılığıyla bilgi, yazılı kaynaklar, seminerler, atölye çalışmaları ve staj olanakları sunulduğu da bilinmektedir (Jin, 2017; Sun ve Yuen, 2012).

Türkiye

Ülkemizde yapılan akademik çalışmalarda Üniversite Kariyer Merkezlerinin ilk örneği olarak Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nin (ODTÜ) “İş Bulma Bürosu” isimli birimi gösterilmekte ve farklı araştırmalarda kuruluş yılı 1980 olarak ifade edilmektedir (Karaaslan, 2017; Kozak ve Dalkıranoglu, 2013; Özden, 2015; Pişkin ve Ersoy Kart, 2019). Ancak, bugünkü adı ile “Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi” web sayfasında, 1999 yılında Rektörlüğe bağlı birim olarak kurulduğu bilgisini paylaşmaktadır (ODTÜ-KPM, t.y.). Geçmiş çalışmalarda referans gösterilen 1980 tarihinin nerden geldiğine yönelik araştırmalar sırasında, 1988 yılında yayınlanmış, ODTÜ’deki gelişmelere ilişkin bilgiler içeren “Katılım” dergisine rastlanmıştır. Söz konusu kaynakta, İş Bulma Bürosunun Ocak 1987’de “mezunları uzun süre çalışabilecekleri, ruhsal ve parasal açıdan tatmin olabilecekleri bir işe yerleştirmek amacıyla” kurulduğu bilgisine ulaşılmıştır (Baltan, 1985). Bu bilgi doğrultusunda, mevcut çalışmada ülkemizde ilk kariyer merkezini kuran üniversite ODTÜ olarak kabul edilmiştir. ODTÜ’yü takiben, 1988 yılında kariyer merkezi kuran İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi bu girişimi ile vakıf üniversitelerindeki ilk kariyer merkezi örneğini oluşturmuştur (Bilkent-KM, t.y.).

Dolayısıyla; ülkemizdeki ilk üniversite kariyer merkezi örneklerinin; gelişmiş ülkelerde söz konusu merkezlerin ülke geneline yaygınlaşmansın tamamlandığı tarihte ancak kurulduğu görülmektedir. Üniversitelerde kariyer merkezleri kurulmasına öncülük eden Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri ile karşılaştırıldığında ise, kariyer merkezlerinin bu ülkeler genelinde yaygın hale gelmesinden yaklaşık 40 yıl sonra (Bishops, 1966; A. G. Watts ve diğerleri., 1996) ülkemizdeki ilk kariyer merkezinin kurulmuş olması durumu daha çarpıcı hale getirmektedir. Merkezlerin ülke genelinde yaygınlaşma süreci ise ancak, 2018 yılındaki Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığı’nın (CBİKO) kurulması ile mümkün olmuştur.

2015 yılında 32 kariyer merkezi üzerinden yürütülen çalışmada, ülkemizdeki devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin %60’ının 2012-2014 yılları arasında, %40’ının ise 2015 yılında, uygulama ve araştırma merkezi statüsünde kurulduğu ifade edilmiştir (Özden, 2015). İstanbul’daki Kariyer merkezleri üzerinden, üniversite kariyer merkezlerinin genel yapısının

incelendiği 2017 tarihli araştırmada; İstanbul'da, 5'i devlet ve 41'i vakıf olmak üzere toplam 46 üniversite kariyer merkezi bulunduğu belirtilmiştir (Zeren ve diğerleri., 2017). Pişkin ve Kart tarafından yürütölen çalışmada ise 2010 yılından önce sadece 6 devlet üniversitesinde kariyer merkezi bulunduğu, 2010 itibari ile bu sayının 20'ye yükseldiği ancak bunların 3'ünde yönetici olarak atanan akademisyen dışında hiç personelin olmadığı ve merkezlerin yarısından fazlasının 2013 yılından sonra açıldığı bilgisi paylaşılmıştır (Pişkin ve Ersoy Kart, 2019).

Göröldüğu üzere, üniversite kariyer merkezleri hakkında yapılan sınırlı sayıdaki akademik araştırma, söz konusu merkezlerin sayısına ilişkin dahi farklı sonuçlara işaret etmektedir. Çalışmalardaki veriler tarihleri itibari ile karşılaştırılmal olarak değerlendirildiğinde dikkat çekici farklılıklar göze çarpmaktadır. Örneğin; yukarıda da atıfta bulunulan araştırmada, 2015-2016 yıllarında İstanbul'da 5 devlet üniversitesinde kariyer merkezi bulunduğu bilgisi (Zeren ve diğerleri., 2017) paylaşılırken bundan yaklaşık 4 yıl sonra yapılan araştırmada, İstanbul'da aktif faaliyet gösteren üniversite kariyer merkezi sayısını 4 olarak belirtilmektedir (Pişkin ve Ersoy Kart, 2019).

Yapılan araştırmalar, farklı nicel verilere işaret etse de kariyer merkezi bulunan üniversitelerin verdiği hizmetler ve bu hizmetlerin niteliği hakkında genel bir fikir sahibi olmamıza yardımcı olmaktadır. Mevcut çalışmada; söz konusu merkezlerin sayısal anlamda ne kadar yaygın olduğu bir kenara bırakılarak bu merkezlerin verdiği hizmetlere ilişkin bir değerleme yapabilmek amacı ile araştırmaların sonuçları bir araya getirilmiştir.

Anadolu üniversitesindeki 2901 son sınıf öğrencisi ile 2011 yılında gerçekeştirilen araştırmada; öğrencilerin kariyer kararlarında yeterli desteği alamadıkları tespit edilmiştir (Kozak ve Dalkıranöğlü, 2013).

İstanbul'daki üniversitelerde 2017 yılında gerçekeştirilen çalışmada; üniversite kariyer merkezlerinde verilen hizmetlerin günümüz koşulları için oldukça yetersiz olduğu ifade edilmiştir (Zeren ve diğerleri., 2017). Aynı yıl, Ankara'daki üniversitelerin kariyer merkezlerinin incelendiği çalışmada, görevlendirilen uzman personel sayısının öğrenci sayılarına göre son derece yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmış, verilen danışmanlık hizmetlerinde ve yapılan etkinliklerde değişikliğe gidilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir (Karaaslan, 2017).

Son olarak; merkez yöneticilerinin liderlik vasfını üstlendiği, dolayısıyla kariyer merkezlerinin faaliyetlerini ne derece ciddiyetle yerine getireceği konusunda önemli rol oynadığı ve hizmet kalitesinde personel niteliğinin belirleyici olduğu düşünölerek bu yönde bulgular içeren çalışma sonuçlarının paylaşılması uygun görölmüştür. Söz konusu çalışmada (Pişkin ve Ersoy Kart, 2019): merkez yöneticilerinin çoğunlukla kariyer ile ilgili olmayan konulardan seçildiği, bazı yöneticilerin

merkeze 6 ayda ya da ayda bir uğradığı, merkezde personel olarak görevlendirilmek için belirli bir uzmanlık aranmadığı gibi personele bir eğitim de verilmediği tespit edilmiştir. Ayrıca; sekreter, idari hizmetler gibi kariyer rehberliği ve danışmanlığı hizmetleriyle doğrudan ilgili olmayanlar da dâhil olmak üzere 20 üniversitede toplam 37 personel olduğu, dolayısıyla yaklaşık her 26.000 öğrenciye bir personel düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadaki çarpıcı sonuçlardan biri ise merkeze yönetici olarak atanan kişinin, kariyer planlama etkinliklerini ve bunların önemini bilen, alanda uzman kişiler olması halinde merkezlerin fark edilir biçimde daha aktif olduğunun tespit edilmesidir.

Türkiye’de üniversite kariyer merkezleri; rektörlüğe bağlı birimler, rektörlüğe bağlı birimlerin alt birimi ya da üniversite senatosunca kararlaştırılıp YÖK onayı ile resmileşen Uygulama ve Araştırma Merkezi statüsünde kurulabilmektedir. Dolayısıyla, 2019 yılına kadar bu yapılara ilişkin bilgilere tek bir merkezden ulaşmak mümkün değildir. Nitelikli, araştırmaların çok az sayıda olması ve mevcut araştırmaların kısıtları nedeniyle çalışmalardan sadece, ülkemizdeki kariyer merkezlerine ilişkin genel geçer bilgiler edinilebilmektedir. Söz konusu bilgiler ise, kariyer merkezi sayısının, mevcuttaki personel sayısının ve niteliğinin yetersiz olduğunu ve merkezlerde uygulama birliği bulunmadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla da, eğitilmiş gençlerimizin kariyer gelişimlerinde büyük fark yaratma potansiyeli olan kariyer merkezlerinden sayıca ve nitelikçe beklenen faydanın sağlanamadığına işaret etmektedir.

Ancak 2018 yılında; kariyer merkezlerinin yapı ve uygulamalarında gerçekleştirilecek köklü değişikliklere ilişkin ilk sinyaller, doğrudan Cumhurbaşkanlığına verilmiş, 2018-2019 Yükseköğretim Akademik Yılı Açılış Töreninde, üniversitelerin tamamında kariyer merkezleri kurulması ve etkin hizmet üretmeleri için koordine edilmeleri görevinin CBİKO tarafından yürütüleceği duyurulmuştur. Kariyer merkezleri ise; öğrencilere ilk yılından itibaren kariyer konusunda rehberlik edecek, reel sektör ile işbirliği içinde faaliyet gösteren, kamu ve özel sektördeki istihdam imkânlarını öğrencilere tanıtan aktif birimler olarak tanımlanmıştır (TCCB, 2018).

Görevin tevdi edilmesinin ardından CBİKO tarafından gerçekleştirilen mevcut durum analiziyle; ülkemizde faaliyet gösteren kariyer merkezi sayısının Ocak 2019’da 53 olduğu, bunların yarısından fazlasında gerekli personel görevlendirmelerinin yapılmadığı, faaliyetlerini yürütmek için ofislerinin bulunmadığı dolayısıyla pek çoğunun kâğıt üzerinde varlığını sürdüren kurumlar olduğunu tespit etmiştir (CBİKO, 2020).

CBİKO, kariyer merkezlerinin görevlerini, süreçlerini ve kariyer merkezi personelinin rol sorumluluk ve görevlerini ortaya koymak ve ayrıca kariyer merkezleri arasında eşgüdüm sağlamak amacı ile Kariyer Merkezleri Kitabını hazırlayarak üniversite yönetimleri ve kariyer merkezleri ile paylaşmıştır

(Atay, Çırakoğlu Tanrıverdi ve Gülmez, 2019). Ek olarak, öğrenci, işveren ve kariyer merkezlerinin çevrimiçi buluşabildiği ve hizmetlerden yararlanabildiği yerli bir yazılım hazırlayarak tüm kariyer merkezlerinin hizmetine sunmuştur (AA, 2020). 2020 yılı tarihi itibari ile CBİKO çalışmaları sayesinde, devlet ve vakıf olmak üzere tüm üniversitelerde kariyer merkezleri kurulmuş ve çalışmaya başlamaları sağlanmıştır. Söz konusu kariyer merkezleri Bölgesel Kariyer Fuarları, staj programları gibi faaliyetlerle desteklenmeye devam edilmektedir.

SONUÇ

Özellikle yükseköğretimdeki gençler ve farklı paydaşlar için kritik role sahip kariyer merkezlerinin hayata geçirilmesinde ilk adımı atan Birleşik Krallıkta tetikleyici faktör, üniversiteleri öğrencilerin refahından sorumlu tutan, kanuni bir doktrindir. Bu doktrin doğrultusunda, üniversiteler öğrencilerinin kariyerlerine destek vermek amacı ile söz konusu birimleri kurmuşlardır. Uygulamada İngiltere’yi takip eden Amerika Birleşik Devletleri kanunlarında da aynı doktrinin yer aldığı ve üniversitelerin bu doğrultuda harekete geçtiği görülmektedir. Avustralya ve Kanada örneklerinin gelişim evreleri incelendiğinde ise, bu evrelerde ortak kültürel dokuya sahip oldukları Birleşik Krallık etkisi olduğu düşünülmektedir.

Kıta Avrupası’nda, kariyer merkezlerinin kurulmasında Bologna Sürecinin etkili olduğunu düşünülmektedir. Özellikle Almanya gibi kariyer planlamayı, erken öğrencilik dönemlerine kadar indirgeyebilmiş ülkeler yükseköğretimde Birleşik Krallık örneğinde görülen kariyer merkezi uygulamasına ihtiyaç duymamıştır. Ancak Almanya üniversiteleri, Bologna Süreci ile etkinleşen Avrupa Birliği üyesi / aday ülkeleri arasındaki öğrenci hareketliliği nedeni ile, böyle bir kariyer planlamasına sahip olmayan ülkelere gelen öğrencilere kariyer planlama hizmeti verme ihtiyacı duymuştur. Fransa’da ise bu ihtiyacı, daralan ekonomi ve artan öğrenci sayısı ile paralel artış gösteren yükseköğretim mezunlarının işsizliği belirgin hale getirmiştir. Aynı zamanda Kıta Avrupası üniversitelerinde, hem yetenekli öğrencileri kendilerine çekme hem de beyin göçünü engelleme ihtiyacı doğrultusunda kariyer merkezleri önem kazanmıştır.

Asya Pasifik ülkelerindeki örnekler ise, söz konusu ülkelerdeki kariyer merkezlerinin kurulmasında ekonomik temelli faktörlerin rol oynadığını göstermektedir. Yükseköğretimdeki öğrenci sayının artması ve iş piyasasındaki imkânların daralması, üniversiteleri öğrencilerinin istihdam edilebilirliklerini arttırmaları gerektiği gerçeği ile karşı karşıya bırakmıştır.

Türkiye’de ise; diğer ülkeler için geçerli koşullar oluşmasına rağmen, kariyer merkezleri üniversitelerde çok geç kurulmaya başlanmış ve uzun süre boyunca az sayıda üniversite tarafından hayata geçilen münferit birimler olarak kalmışlardır. Dahası, mevcut olanların da bir amaç

doğrultusunda planlı şekilde hareket etmediği ve kendilerinden beklenen etkiyi yaratamadıkları görülmektedir. Kariyer Merkezleri, 2018 yılı itibari ile Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi tarafından yönlendirilmekte, koordine edilmekte ve gerekli araçlar temin edilerek etki alanları geliştirilmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda, kısa zamanda kat edilen; üniversitelerin tamamında kariyer merkezlerinin açılması, nasıl çalışması gerektiği ile ilgili teorik altyapının oluşturulması ve etkin hizmet sunabilmek için dijital araçların temin edilmesi gibi çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda, ülkemizdeki ve gelişmiş ekonomilerdeki kariyer merkezi hizmetleri arasındaki nitelik ve nicelik farkının hızla kapanması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- AA. (2020). Çevrim içi kariyer platformu 'Yetenek Kapısı' tarafların kullanımına açıldı. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cevrim-ici-kariyer-platformu-yetenek-kapisi-taraflarin-kullanimina-acildi/1847537>
- Atay, S., Çırakoğlu Tanrıverdi, B., & Gülmez, N. (2019). Üniversite Kariyer Merkezleri. Ankara: Salmat Basım Yay. Amb. San.Tic.Ltd. Şti.
- Baltan, N. (1985, Ocak 1985). Mezunlara İş Bulma Bürosu. Katılım Dergisi, 3, 1-23. Retrieved from http://tustav.org/yayinlar/sureli_yayinlar/katilim/katilim_3.pdf
- Bara Stolzenberg, E., Aragon, M. C., Romo, E., Couch, V., McLennan, D., Eagan, M. K., & Kang, N. (2020). The American Freshman: National Norms Fall 2019. Los Angeles, California
- Barbour, K. L. (2016). Exploring the impact of change on university Careers Services: death of a service or surviving and thriving? University of Glasgow.
- Bezanson, L., Hopkins, S., & Neault, R. A. (2016). Career guidance and counselling in Canada: Still changing after all these years. Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy, 50(3).
- Bilkent-KM. (t.y.). Hakkımızda. Retrieved from <http://kariyer.bilkent.edu.tr/hakkimizda/#>
- Bishops, J. (1966). Portents in college placement. College student.
- Brandl, K., Polenova, E., & Savoca, M. (2011). American vs. German Tradition: Different Approaches in Career Counseling and Career Services. In Anzeige Berufsstart (pp. 55-60): Career Service Netzwerk Deutschland e. V.
- Browne, J., & Russell, L. (2014). The practice of postsecondary career development. Career development practice in Canada: Perspectives, principles, and professionalism, 361-382.
- Carlson, S. (2017). How colleges prepare students for the work force. The Chronicle of Higher Education, 63(34), A30.
- Castella, D. A. (1990). Career Networking: The Newest Career Center Paradigm. Journal of Career Planning and Employment, 50(4), 32-39.
- CBİKO. (2020). Kariyer Merkezleri ile İlgili Yürütülen Çalışmalar - Bilgi Notu. T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığı.
- CCLC. (t.y.). History. Retrieved from <https://snucounsel.snu.ac.kr/en/enintro/introHistory.do>
- Cox, D. H., & Strange, C. C. (2010). Achieving student success: Effective student services in Canadian higher education: McGill-Queen's Press-MQUP.

- Crosier, D., Horvath, A., Kerpanova, V., Kocanova, D., & Riihelainen, J. (2015). *Modernisation of Higher Education in Europe: Access, Retention and Employability*. Eurydice Brief. Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, European Commission.
- Domene, J. F., & Isenor, J. (2017). Career service provision in Canada: Deep roots and diverse practices. *International practices of career services, credentials, and training*, 1-9.
- Euroguidance. (t.y.). *Guidance System in France*. Retrieved from <https://www.euroguidance.eu/guidance-system-in-france>
- Eurydice. (2018). *Guidance and Counselling in Higher Education - France*. Retrieved from https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/france/guidance-and-counselling-higher-education_en
- Geisler, B. (2002). *A brief history of vocational guidance & college career services*. Retrieved from <https://www.newfoundations.com/History/GeislerHist.html>
- Gillani, S. A., & Keller, S. (2018). Career Services: A Best-Practice example from Germany. In M. Boachie-Mensah, Scheuer (Ed.), *Handbook of Applied Market Research and Personnel Services at Universities* (pp. 43-47): Hochschule Bonn-Rhein-Sieg.
- Gonzales, M. (2017). *Examining institutional career preparation: Student perceptions of their workplace readiness and the role of the university in student career development*. (PhD). Pepperdine University, (10258395)
- Han, S., & Heo, J. (2008). Career counseling on campus in South Korea. *Career Planning & Adult Development Journal*, 24(4), 57-64.
- Hao, D., Sun, V. J., & Yuen, M. (2015). Towards a model of career guidance and counseling for university students in China. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 37(2), 155-167.
- Hooley, T., Hutchinson, J., & Watts, A. G. (2010). *Careering through the web. The potential of Web 2.0 and 3.0 technologies for career development and career support services. An Expert Paper prepared for UKCES*. University of Derby: International Centre for Guidance Studies.
- Ishikawa, Y., Mizuno, M., & Amundson, N. E. (2009). Career awareness of new graduates and recruiting activities by companies in Japan. *Journal of employment counseling*, 46(2), 62-72.
- Jenschke, B., Schober, K., & Langner, J. (2014). *Career guidance in the life course: Structures and services in Germany*. Retrieved from Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.
- Jin, L. (2017). The current status of career services and professionals in mainland China's educational settings. *International practices of career services, credentialing, and*

- training. Retrieved from
https://ncda.org/aws/NCDA/asset_manager/get_file/156398
- Kaneko, M. (2014). Higher Education and Work in Japan: Characteristics and Challenges. *Japan Labor Review*, 11(2), 5-22.
- Karaaslan, S. (2017). Ankara'daki Üniversitelerin Kariyer Merkezleri Üzerine Bir Değerlendirme. Retrieved from
<https://www.researchgate.net/publication/313051152>
- Kawasaki, T. (2006). Problems in career services at Japanese universities: A case study of initiatives at Kansai University. *Japan Labor Review*, 3(2), 43.
- KLRI-KLT. (2015). Career Education Act. Retrieved from
https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=38018&lang=ENG
- Koder, M. (1991). Careers advisory services in higher education institutions: Report of the National Board of Employment, education and training and the Department of Employment, education and training. In: Canberra, Australia: Australian Government Publishing Service.
- Kozak, M. A., & Dalkıranoğlu, T. (2013). Mezun Öğrencilerin Kariyer Algılamaları: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 13(1).
- Lee, J.-K., & Goh, M. (2003). Career counseling centers in higher education: A study of cross-cultural applications from the United States to Korea. *Asia Pacific Education Review*, 4(1), 84-96.
- Lee, J.-Y. (2001). Career guidance at higher education level in Korea. Seoul, Korea: Korea Research Institute for Vocational Education & Training.
- Lee, P. (2011). The curious life of in loco parentis at American universities. *Higher Education in Review*, 8, 65-90.
- Long, R., Hubble, S., & Loft, P. (2020). Careers guidance in schools, colleges and universities. Retrieved from <https://dera.ioe.ac.uk/34933/1/CBP-7236%20%281%29.pdf>
- Mckenzie, M., & Howell, J. (2005). A snapshot of Australian university career services. *Australian Journal of Career Development*, 14(2), 6-14.
- Mimura, T. (2016). Vocational Guidance, Career Guidance, and Career Education phases in Japan. *早稲田大学大学院教職研究科紀要*(8), 19-34.
- Mizuno, S., Ozawa, Y., & Matsumoto, K. (2017). Career Services and Professionals in Japan. *International practices of career services, credentials, and training.*, 1-7. Retrieved from
http://careerconvergence.com/aws/NCDA/asset_manager/get_file/156345?ver=408

- NACE. (2019). The Professional Standards For College & University Career Services. National Association of Colleges and Employers (NACE). <https://www.nacweb.org/career-development/standards-competencies/professional-standards-for-career-services/>.
- Niles, S. G., & Harris-Bowlsbey, J. (2002). Career development interventions in the 21st Century. Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall.
- ODTÜ-KPM. (t.y.). Hakkımızda. Retrieved from <https://kpm.metu.edu.tr/hakkimizda/>
- OECD. (2002). Review of Career Guidance Policies. South Korea: Country Note. OECD. <http://www.oecd.org/oecd/pages/home/displaygeneral/0,3380,EN-document-592-17-no-21-17182-592-no-no,FF.html>.
- OECD. (2019). OECD Employment Outlook 2019: The future of work: OECD Publishing.
- OECD. (2020a). Education at a Glance 2020.
- OECD. (2020b). Unemployment Rates by Education Level. Retrieved from <https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rates-by-education-level.htm#indicator-chart>
- Onne Kraning, J. (1999). Career centers: Changing needs require changing paradigms. Colorado State University Journal of Student Affairs Volume VIII, 1999, 8, 77.
- Özden, M. C. (2015). Üniversite Yönetmelikleri Çerçevesinde Kariyer Merkezlerinin Organları Ve Görevleri. Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1(2), 111-136.
- Paul, J.-J., & Murdoch, J. (2000). Higher education and graduate employment in France. European Journal of Education, 35(2), 179-187.
- Pişkin, M., & Ersoy Kart, M. (2019). Üniversite Kariyer Merkezlerinin Örgüt Yapısı ve Personel Profiline İncelenmesi: Kimler Yönetiyor? Kimler Yürütüyor? SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi, 9(2), 275-298.
- Pope, M. (2000). A brief history of career counseling in the United States. The Career Development Quarterly, 48(3), 194-211.
- Rainey, L., Simons, M., Pudney, V., & Hughes, E. (2008). What choice? An evaluation of career development services for young people: National Centre for Vocational Education Research.
- Royal, D. (2020). Impacts and Perceptions of Career-Focused Education.
- Saito, E., & Pham, T. (2020). A comparative institutional analysis on strategies deployed by Australian and Japanese universities to prepare students for employment. Higher Education Research & Development, 1-15.

- Schoenberg, B. M. (1978). *A handbook and guide for the college and university counseling center*: Greenwood.
- Senzaki, T. (1993). Career education in Japan: Its current status and condition. *The Career Development Quarterly*, 41(4), 291-296.
- Shepard, B. C., & Mani, P. S. (2013). *Career development practice in Canada: Perspectives, principles, and professionalism*: Canadian Education and Research Institute for Counselling.
- Sun, V. J., & Yuen, M. (2012). Career guidance and counseling for university students in China. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 34(3), 202-210.
- Szablewicz, J. J., & Gibbs, A. (1987). Colleges' increasing exposure to liability: The new *In Loco Parentis*. *JL & Educ.*, 16, 453.
- TCCB. (2018). Yükseköğretim Akademik Yılı Açılış Töreninde Yaptıkları Konuşma. Retrieved from <https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/99365/yuksekokretim-akademik-yili-acilis-torende-yaptiklari-konusma>
- Teal, E., & Herrick, R. (1962). *The fundamentals of college placement*. Bethlehem, PA.
- Tomei, N., Carp, B., & Kröner, S. (2015). Guidance and counselling in higher education: A comparison between the career services in Germany and Italy. *Adult Education and Lifelong Learning in Europe and Beyond*, 195.
- Trines, S. T. (2019). How Germany Became an International Study Destination of Global Scale. *World Education News + Reviews*.
- UNESCO. (1994). *Counselling and Orientation of Students in Higher Education* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000155712>.
- Usher, A., Kwong, A., & Mentanko, J. (2014). *Career Services Offices: A Look at Universities and Colleges across Canada*. Toronto: Higher Education Strategy Associates.
- Vinson, B. M., Reardon, R. C., & Bertoch, S. C. (2014). Career services at colleges and universities: A 30-year replication study. *Journal of College Student Development*, 55(2), 203-207.
- Watanabe-Muraoka, A. M. (1996). The national system of university counselling in Japan. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 19(1), 15-27.
- Watanabe-Muraoka, A. M., Senzaki, T.-A. T., & Herr, E. L. (2001). Donald Super's contribution to career guidance and counselling in Japan. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 1(1-2), 99-106.
- Watts, A. (1994). The Changing Role Of Careers Services In Higher Education In The United Kingdom. *Higher Education in Europe*, 19(3), 73-83.

- Watts, A., & Van Esbroeck, R. (2000). New skills for new futures: a comparative review of higher education guidance and counselling services in the European Union. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 22(3), 173-187.
- Watts, A. G. (1996). The changing place of careers guidance in schools. *European Education*, 28(2), 21-34.
- Watts, A. G., Hawthorn, R., Law, B., Killeen, J., & Kidd, J. M. (1996). *Rethinking careers education and guidance: theory, policy and practice*: Psychology Press.
- Watts, A. G., & Kidd, J. M. (2000). Guidance in the United Kingdom: Past, present and future. *British Journal of Guidance & Counselling*, 28(4), 485-502.
- Yang, E., Lee, S. M., & Ahn, S.-S. (2012). Career centers in higher education in South Korea: Past, present, and future. *Asian journal of Counselling*, 19(1), 2-53.
- Yoon, H. J., & Pyun, C.-H. (2018). The status of career development in South Korea: Qualifications for career professionals. 2018). *International practices of career services, credentials, and training*, 137-159.
- Zeren, Ş. G., Amanvermez, Y., Buyruk Genç, A., Ermumcu, E., Kalay, T., Satıcı, B., & Yılmaz, A. S. (2017). Yükseköğretimde Kariyer Merkezlerinin İncelenmesi: İstanbul İli Örneği. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3).
- Zhang, W., Hu, X., & Pope, M. (2002). The evolution of career guidance and counseling in the People's Republic of China. *The Career Development Quarterly*, 50(3), 226-236.

Bizans Dönemi Taş Eserlerinde Refrigerium Sahneleri¹

Tuğçe KARADEMİR*

ÖZET

Roma döneminde yemek sahneleri olarak tasvir edilen refrigerium sahneleri, Bizans sanatında freskolarda, mozaiklerde ve taş eserlerde, çoğunlukla bir kantharostan su için tavus kuşu sahnelerine dönüşmüştür. Ancak, sahnenin merkezinde yer alan kantharos yerine kimi zaman bir çeşme veya hayat ağacı kimi zaman da haç ya da christogram geldiği görülür. Refrigerium teriminin Türkçe’de tam bir karşılığı yoktur. Hıristiyanlığın erken döneminde, hem ölen kişinin anısına mezarlığın yakınında kutlanan ziyafet hem de ölünün manevi rahatlığını ifade eden ferahlık anlamında kullanıldığı söylenebilir. Bizans dönemi taş eserleri üzerinde görülen refrigerium sahneleri incelenirken bu sahnelerin Hıristiyan ikonografisi içerisindeki yerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik çalışmalarımızda, refrigerium sahnesi içeren, Erken ve Orta Bizans dönemine ait farklı eser türlerinde toplam 32 tane taş eser tespit edilmiştir. Refrigerium sahnelerini incelerken, yaygın bir şekilde tavus kuşlarıyla gösterilen bu sahnelerin, ayrıca saflığı ve masumiyeti sembolize eden güvercin figürü, “kanatlı ruhun” sembolü olarak kullanılan kuş figürü, yenilenme ve vaftizle ilişkili olan geyik figürü ile de kullanılmış olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma Makalesi

Geliş: 24.07.2020

Kabul: 02.01.2021

Anahtar Kelimeler:

Refrigerium,
Tavus kuşu,
Taş eser,
Erken Hıristiyan sanatı

Refrigerium Scenes in Byzantine Stone Works

ABSTRACT

The representations of refrigerium, depicted as portrayal of food during the Roman period, were transformed into portrayal of peacocks drinking water from a kantharos in frescoes, mosaics and stone artifacts in Byzantine art. However, instead of the kantharos in the center of the representation, sometimes a fountain or a tree of life, and sometimes a cross or christogram can also appear. The term refrigerium is not an exact term in Turkish. It can be said that in the early period of Christianity, it was used both in the sense of the feast celebrated near the cemetery in memory of the deceased and the relief of the spiritual comfort of the dead. While examining the refrigerium scenes seen on Byzantine stone works, it is aimed to determine the significance of these representations in Christian iconography. For this purpose, a total of 32 stone artifacts with refrigerium portrayal, belonging to the early and middle Byzantine period, were identified. With examination of the representations, it was found that the refrigerium portrayal, which were commonly shown with peacocks, were also used with the pigeon figure symbolizing purity and innocence, the bird figure used as the symbol of “winged soul” and the deer figure associated with renewal and baptism.

Research Article

Received: 24.07.2020

Accepted: 02.01.2021

Keywords:

Refrigerium,
Peacocks,
Stone works,
Early christian art

¹ Bu çalışma, 2019 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalında yapılan Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı, tugcekrdmr246@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7135-6878>

GİRİŞ

Bizans sanatında freskolarda, mozaiklerde ve taş eserlerde bazen hayat ağacının ya da haç motifinin iki yanında duran bazen de bir çeşmeden ya da *kantharostan* su içen tavus kuşlarının bulunduğu sahnelere sıklıkla rastlanır. Tavus kuşu, etinin geç çürümesinden dolayı Antik çağlarda ölümsüzlüğün simgesi olarak görülmüştür². Bu ölümsüzlük simgesinin yanı sıra Klasik Yunan mitolojisinde, Tanrıça Hera'nın simgesi olarak geçmektedir³. Romalılarda ise, ölen İmparatoriçelerin ruhlarını tanrılara taşıyan kutsal kuş olarak kabul edilir ayrıca Roma villalarının bahçelerinde bulunması ve mezar anıtlarının duvarlarına tavus kuşları resimlerinin yapılması soyluluk belirtisi olarak karşımıza çıkar⁴. Erken Hıristiyan sanatında ise, tavus kuşu ruhun ölümsüzlüğünü simgeleyen dinsel bir içeriğe dönüşerek cennet bahçesinde karşılıklı olarak bir su kaynağından su içen tavus kuşu kompozisyonları olarak görülür ve çeşitlemeleriyle kullanılır⁵.

Refrigerium olarak adlandırılan bu sahneler, aynı zamanda güzellik, iyi ruhlar, günahlardan arınma ve yeniden doğuş gibi sembolik anlamları da içerir⁶. Çalışmamızda, ulaşılabilen yayınlar yoluyla elde ettiğimiz Bizans dönemi taş eserleri üzerinde görülen *refrigerium* sahnelerinin kompozisyon özellikleri ile değerlendirilmesi ve Hıristiyan ikonografisi içerisindeki yerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Seçilen örnekler iyi durumda korunmuş, kompozisyonların tam olarak izlenebildiği ve farklı taş eser türlerine göre belirlenmiş olup, kompozisyonun merkezinde bulunan motifler temel alınarak gruplandırılmıştır.

Bizans Dönemi Taş Eserlerinde Refrigerium Sahneleri

Bizans taş eserlerinde bu kompozisyonu üç farklı biçimde görmek mümkündür⁷. Birinci gruptaki örneklerde kompozisyonun merkezinde yer alan ve *kantharos* olarak tanımlanan bir kabin iki yanına yerleştirilmiş tavus kuşları yer alır. Ravenna St. Appolinare Nuovo Bazilikası'nda bulunan 6. yüzyıla tarihlenen altar levhasında⁸ simetrik olarak yerleştirilmiş tavus kuşları, arka planı dolduran asma dallarına basmaktadır (Resim 1). Berlin Bode Müzesi'nde bulunan 6. yüzyıla ait korkuluk levhasında⁹

² Ebru Parman, "Bizans Sanatında Tavus kuşu İkonografisi", Sanat Tarihinde İkonografik Araştırmalar Güner İnal'a Armağan, Ankara, 1993, s.387.

³ Azra Erhat, Mitoloji Sözlüğü, İstanbul, 2003, s.54. Ayrıca bkz: Stephen P. Kershaw, Yunan Mitolojisi Rehber Kitabı, çev. Şefik Turan, İstanbul, 2018, s.163.

⁴ Ebru Parman, a.g.m. s.387.

⁵ a.g.m. s.388.

⁶ a.g.m. s.391.

⁷ Bu amaca yönelik çalışmamızda yayınlar yoluyla ulaşılan otuz iki taş eser değerlendirmeye alınmıştır.

⁸ a.g.m. s.397.

⁹ a.g.m. s.398.

ve Venedik, St. Maria Assunta Kilisesi 11. yüzyıla ait ikonostasis levhasında¹⁰ da bu kompozisyonun benzer örnekleri görülür (Resim 2-3).

Bu gruba ait olan eserlerden Ravenna St. Appolinare Nuovo Bazilikası'nın 6. yüzyıla tarihlenen lahit kapağında¹¹ simetrik düzende yerleştirilen tavus kuşları zemine basmaktadır ve *kantharostan* çıkan üzüm salkımlarını gagalar şekilde tasvir edilmişlerdir (Resim 4). İzmir Arkeoloji Müze bahçesinde bulunan 6-7. yüzyıllara tarihlenen levhada¹² simetrik olan tavus kuşlarının ayakları havada duruyor izlenimi verir (Resim 5). Konya Arkeoloji Müzesi'nde yer alan 5-6. yüzyıllara ait kemer¹³, üzerindeki simetrik düzendeki tavus kuşları ise, zemine parmak uçlarıyla dokunurlar (Resim 6). Bu kompozisyonun benzer örneklerini Sakarya Arkeoloji Müzesi'nde bulunan Erken Bizans dönemine ait levhada, İtalya Pavia Müzesi'nde yer alan ve 8. yüzyıla tarihlenen lahit teknesinde¹⁴, Konya Ilgın, Beykonak Köyü, Dediği Mahmut Sultan Mescidi'nin giriş kısmında 11. yüzyıla tarihlenen levhada¹⁵ ve Çanakkale, Ayvacık, Tuzla Hüdavendigâr Cami duvarında devşirme malzeme olarak kullanılan Orta Bizans dönemine ait arşitravda¹⁶ görmek mümkündür (Resim 7-10). Kuşadası Kadikalesi kazısında bulunan levhada¹⁷ simetrik düzendeki tavus kuşları kompozisyon alanına sığdırılabilmek için kuyrukları gövdelerine doğru kıvrılmış şekilde gösterilmiştir (Resim 11). Diğerlerinden farklı olarak ayakları, merkezde yer alan kabın kaidesinde yer alır. Konya Arkeoloji Müzesi'nde bulunan 5-6. yüzyıllara ait levhadaki¹⁸ simetrik bir düzende yerleştirilmeyen tavus kuşları merkezdeki *kantharosu* kavramak üzere ayaklarını uzatırlar (Resim 12). Afyonkarahisar Müzesi'nde bulunan 6. yüzyıla tarihlenen sütun başlığında¹⁹ *kantharosa* tünemiş olan tavus kuşları simetrik bir düzende görülmez. Sağdaki tavus kuşu, kaba doğru eğilmişken soldaki diğerinin başına doğru uzanmış olarak tasvir edilmiştir (Resim 13).

¹⁰ a.g.m. s.400.

¹¹ Alessandro Ruggieri, "Sculture di Ravenna fra V e VI secolo", *ArcheoArte*, Rivista elettronica di Archeologia e Arte, Supplemento 2012 al numero 1, Cagliari, s.586.

¹² Birsen Bülbüloğlu, Bizans Sanatında Tavus kuşu Motifleri, (Yayınlanmamış Lisans Tezi), 1972, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, s.12; Ayşegül Andıç, İzmir Arkeoloji Müzesi'ndeki Bizans Dönemi Taş Eserleri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale, 2012.

¹³ Çiğdem Temple, Konya/Ikonion ve Çevresinde Bulunan Bizans Dönemi Taş Eserleri, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2013, s.182.

¹⁴ Ebru Parman, a.g.m. s.399.

¹⁵ a.g.e.

¹⁶ Ayşe Çaylak Türker, Byzantine Architectural Sculpture in Çanakkale, Ankara, 2018, s.105, fig.189-190.

¹⁷ Muhsine Eda Armağan, Kuşadası Kadikalesi'ndeki Bizans Dönemi Taş Eserleri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, İzmir, 2010, s.83.

¹⁸ a.g.e., s.144-145.

¹⁹ Federico Guidobaldi; Claudia- Barsanti; Alessandra Guiglia Guidobaldi; San Clemente La Scultura Del VI Secolo, Roma, 1992, s.150. Stube, Polyektoskirche und Hagia Sophia. Umbildung und Auflösung antiker. Formen, Entstehen des Kämpferkapitells, München 1984, s.57, fig.52-53.

İkinci grubu oluşturan örneklerde merkezde bir çeşme ve onun her iki yanına yerleştirilmiş tavus kuşlarından oluşan bir düzenleme vardır. Bandırma Arkeoloji Müzesi'nde bulunan ve 7. yüzyıla tarihlenen kiborium kemerinde²⁰ simetrik bir düzende görülen tavus kuşlarının ayakları zemine basmaktadır ve arka planlarının asma dallarıyla doldurulmuş olduğu görülür (Resim 14). İznik Müzesi'nde yer alan 8. yüzyıla ait korkuluk levhasında²¹ simetrik düzende yerleştirilmiş tavus kuşları ayaklarıyla merkezdeki çeşmeyi kavramaktadır (Resim 15). Aynı kompozisyon düzeni, Sofya Arkeoloji Müzesi'nde bulunan 11. yüzyıla ait levha²² üzerinde de görülür. Tavus kuşları ayaklarıyla merkezdeki çeşmeyi kavramaktadır. Sağdaki karşıya bakmakta iken soldaki tavus kuşu su içerken görülür (Resim 16).

Üçüncü grubu, merkeze yerleştirilmiş bir haç motifi ve iki yanına yerleştirilmiş tavus kuşları oluşturur. Bodrum Arkeoloji Müzesi'nde bulunan 11. yüzyıla ait levha²³ üzerinde bir madalyon içerisinde yer alan sahnenin merkezinde bir Latin haçı bulunur. Haçın kollarından birer yaprak uzanır. Haçın alt kolları arasına yerleştirilmiş tavus kuşları simetrik değildir ve ayaklarıyla haçı kavrar şekilde gösterilmiştir (Resim 17). Ravenna St. Apollinare in Classe Bazilikası'nda bulunan lahit teknesinde²⁴ iki sütun arasına yerleştirilmiş sahnenin merkezinde bir haç motifi yer alır. Haçın iki yanında farklı boyutlarda tavus kuşları görülmektedir. Tavus kuşları olasılıkla cennetin dört ırmağını simgeleyen bir zemine basmaktadır. Sağdaki tavus kuşu karşıya bakarken soldaki yukarıya doğru bakmaktadır. Haçın hemen altında üsluplaştırılmış bir bitki motifi bulunur (Resim 18).

Sıklıkla tavus kuşlarıyla gösterilen bu tür kompozisyonların inançlı insanı sembolize eden güvercin, geyik ya da kuş figürleri gibi cennete ait hayvan figürleriyle de kullanılmış olduğu görülür. Bu kompozisyonu iki grupta toplayabiliriz. Bunlardan birinci grubu, bir kabın iki yanına yerleştirilen kuş figürleri oluşturur. Bu kompozisyon düzenini görebildiğimiz İstanbul Arkeoloji Müzesi'nde bulunan sütun kaidesi²⁵ örneğinde simetrik bir düzende görülmeyen kuşlar merkeze yerleştirilmiş bir kabın iki yanında tasvir edilmiştir. Tek ayaklarını kaba doğru uzatan kuşlardan sağdaki başını geriye doğru

²⁰ "Kalanlar":12. Ve 13. Yüzyıllarda Türkiye'de Bizans, (ed.Ayla Ödekan), İstanbul,2007; Ebru Parman, a.g.m. s.401, Başak Çoraklı, "Çini ve Seramiklerde Tavus kuşu Figürü", Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.6, İstanbul, 2012, s.13.

²¹ Tarih Boyunca İznik (ed. Işıl Akbaygil, Halil İnalçık, Oktay Aslanapa), İstanbul, 2004, s.283.; Ancak "Kalanlar" 12. ve 13. Yüzyıllarda Türkiye'de Bizans (ed. Ayla Ödekan),İstanbul, 2007,s.240. yayınında 11-13. yüzyıllara tarihlenmektedir.

²² Bulgaria in the Byzantine World: Exhibition at 22nd International Congress of Byzantine Studies, (work of cat. Snezhana Goryanova) Sofia, 24th August - 30th September 2011, s.45.; 105Andre Grabar, Sculptures Byzantines Du Moyen Age II, Paris, 1976, s.72.

²³ Hatice Özcan Özyurt. "Examples of Architectural Sculpture with Figurative and Floral Decaration of the Byzantine period at Muğla,Bodrum and Milas Archaeological Museum", *OLBA XIX*,2011, s.401.

²⁴ Ebru Parman, 1993, a.g.m., s.398.

²⁵ Nezih Fıratlı, La Sculpture byzantine figurée au Musée archéologique d'Istanbul, Paris, 1990, s.100; Gustave Mendel, Catalogue des Sculptures Grecques, Romaines et Byzantines, c.II, Constantinople, 1914, s.535, no:738 (1641).

çevirirken soldaki kaba doğru yönelmiştir (Resim 19). Benzeri 6. yüzyıla ait Kuyumcu Symeonios'un mezar taşında²⁶ görülür. Ancak burada kuşlar havada duruyor izlenimi verir (Resim 20).

Diğer grubu, merkezdeki bir kabın iki yanına yerleştirilmiş geyik figürleri oluşturur²⁷. Bu gruba giren eser, Ravenna Quadrarco di Braccioforte, Eliseo Profeta'nın 5-6. yüzyıllara tarihlenen lahit teknesinde²⁸ görülür (Resim 21). Geyikler, içi su dolu kantharosun iki yanına simetrik bir düzende yerleştirilmiş ve ayakları zemine basmaktadır.

Bizans taş eserlerinde tek başına tasvir edilen tavus kuşu ve geyik figürleri de liturjik işleve sahip eserler üzerinde sıklıkla görülmektedir. Geyik ve tavus kuşunun çeşitli sembolik anlamlarının yanı sıra tek başlarına tasvir edilmeleri, karşılıklı yerleştirilmiş bir düzende görülmelerinden dolayı refrigeriuma atıf yapıldığını gösterebilir. Bu tür örneklerden Koyunoğlu Müzesi'nde sergilenen ambon yan levhasındaki²⁹ figür, bir ayağı havada ve hareket halinde görülür. Başı sağa doğru dönük bir şekilde tasvir edilmiştir (Resim 22). Benzer kompozisyondaki örnekler, Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde bulunan levhada³⁰, Afyon Müzesi'nde bulunan ambon yan levhalarında³¹, Milas Müzesi ambon yan levhasında³² ve San Salvatore Müzesi'nde bulunan ambon veya kiborium frizinde³³ görülür (Resim 23-26). Ancak burada farklı olarak arka plan asma yaprakları ve üzüm salkımları ile tamamen doldurulmuştur. Aynı kompozisyon düzenindeki Afyon Arkeoloji Müzesi'nde bulunan ambon yan levhasında³⁴ tavus kuşu yerine geyik figürü, sağ tarafa dönmüş şekilde tasvir edilmiştir (Resim 27). Benzer örneği, Kütahya Müzesi'nde bulunan 5-6. yüzyıllara tarihlendirilen ambon yan levhasında görülür³⁵. Sağ tarafa dönmüş şekilde ve hareket halinde tasvir edilen geyik

²⁶ Demetra Papanikola-Bakirtzi, *Everyday Life in Byzantium*, Athens, 2002, s.100.

²⁷ Bu geyik figürlerinin yerine kuzu geçebilir. Bkz: Ravenna, Galla Placidia Mozolesi, III. Valentinianus Lahiti, lahit kapağın sağ ucu. (<https://www.christianiconography.info/Edited%20in%202013/Italy/sarcValentine3.lidRightEnd.html>) Erişim Tarihi: 08.02.2020)

²⁸ Ruggieri, Alessandro, "Sculture di Ravenna fra V e VI secolo", *ArcheoArte*, Rivista elettronica di Archeologia e Arte, Supplemento 2012 al numero 1, Cagliari, 2012, s.589.

²⁹ Çiğdem Temple, Konya/Ikonion ve Çevresinde Bulunan Bizans Dönemi Taş Eserleri, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2013, Ankara, s.181; Mükerrerrem Usman Anabolu, "Batı Anadolu'da Bulunmuş Olan Yayınlanmamış Tavus kuşu Motifli Mimarlık Elemanları", *Türk Arkeoloji Dergisi*, Sayı: XXVII, 1988, Ankara, s.103.

³⁰ a.g.m.,s.50.

³¹ Ebru Parman, Ortaçağda Bizans Dönemi'nde Frigya (Phrygia) ve Bölge Müzelerindeki Bizans Taş Eserleri, Eskişehir, 2002, s.135.

³² Tavus kuşu burada arka kısmına doğru uzanan asma dalına basmaktadır. Zeynep Mercangöz, "Milas Müzesi'ndeki Bizans Ambon Elemanları" *Sanat Tarihi Dergisi*, S.8,1996, s.84.

³³ Neil, Christei, *From Constantine to Charlemagne An Archaeology of Italy AD 300-800*, Cornwall, 2008, s.47; Crown and Veil : Female Monasticism From the Fifth to the Fifteenth Centuries (ed. Jeffrey F. Hamburger-Susan Marti), New York 2008, s.18.

³⁴ Ebru Parman, a.g.e., 2002, s.136.

³⁵ Philipp Niewöhner, "Phrygian marble and stonemasonry as markers of regional distinctiveness in Late Antiquity", in P. Thonemann (Ed.), *Roman Phrygia: Culture and Society (Greek Culture in the Roman World*, Cambridge: Cambridge University Press, 2013, s.242.

figürünün ön ayaklarından biri havadadır. Hemen önünde yer alan asma dallarına uzanır şekilde tasvir edilmiştir (Resim 28).

Çanakkale Arkeoloji Müzesi'nde bulunan friz veya söve olduğu düşünülen eserde³⁶ tavus kuşu sola bakar şekilde tasvir edilmiştir (Resim 29). Yatay olarak uzanan dala parmak uçlarıyla dokunan tavus kuşunun hemen önünde küçük boyutlu bir kap görülür. İzmir Arkeoloji Müzesi'nde bulunan levhada³⁷ tavus kuşunun gövdesi sola doğru dönükken başını sağa doğru çevirmiştir (Resim 30). Argos Müzesi'nde bulunan levhada³⁸ figür sağa dönük bir şekilde üzüm galamakta ve bir ayağı havada kıvrılan asma dalına değmekte diğer ayağı ise dala basmaktadır (Resim 31). Golemo Gradište yapılan kazı sonucu bulunan ve daha sonra Üsküp Arkeoloji Müzesi'ne taşınan ambon yan levhasında³⁹ ise ayakları zemine basan tavus kuşu sağa doğru bakarken tasvir edilmiştir. Arka planda stilize bitki motifi kıvrılarak tüm alanı kaplamaktadır (Resim 32).

Refrigerium Kavramı ve İkonografisi

Literatürde refrigerium olarak yer alan bu sahneler 4. yüzyıldan 13. yüzyıla kadar sıkça tekrarlanarak kullanılmışlardır. Refrigerium kelimesinin Türkçede tam bir karşılığı yoktur. Refrigerium, pagan ve erken Hıristiyan inancında ölen kişiyi anma amaçlı mezarlığın yakınında kutlanan ziyafet aynı zamanda manevi rahatlığı ifade etmek için kullanılan Yunanca ἀνάψυξις (ferahlaticı) sözcüğünün Latince karşılığıdır⁴⁰.

Roma'da İskenderiye tanrılarının taraftarlarının mezar taşlarında Mısır ölüm kültürüyle ilişkili olan “*Osiris sana taze su versin*” ifadesi tipik bir dua olur ve çok geçmeden bu su sembolik bir anlamda, susuzluk çeken ruhlara ölümsüzlük saçıyan bir yaşam pınarı haline gelir⁴¹. İlk uygulama nedeni ruhsal rahatlığın sağlanması için yeterli yiyecek ve içecek yoluyla ölümleri beslemek olan bu inanç, pagan inancında başkalaşıma uğrayarak ölümden sonra ruhun geçici olarak kaldığı yer veya ölen kişinin affi için düzenlenen cenaze yemekleri vasıtasıyla Tanrı'ya dua etmesine dönüşür⁴². Bu terimin nadiren

³⁶ Ayşe Çaylak Türker, “Byzantine Liturgical Stone Works in Çanakkale Archaeology Museum: Marble Slabs”, ASMOSIA X, ITALYA, 21-26 May 2012, s.388-389; Mükerrrem Usman Anabolu, “Batı Anadolu'da Bulunmuş Olan Yayınlanmamış Tavus kuşu Motifli Mimarlık Elemanları”, *Türk Arkeoloji Dergisi*, Sayı: XXVII, Ankara, 1988, s.103.

³⁷ Ayşe Aydın, “Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ndeki Bir Kiliseye Ait Mimari Parçalar”, *Bellekten*, LXVI, 245, 2002, s.53.

³⁸ Andre Grabar, *Sculptures Byzantines Du Moyen Age II*, 1976, Paris, s.110.

³⁹ Snively, Carolyn S. "Golemo Gradište at Konjuh: An Unidentified Late Antique City and Its Churches." *Acta XV Congressus Internationalis Archaeologiae Christianae* 2008, 2013, s.403-414.

⁴⁰ Terim için bkz: Gerardus van der Leeuw, “Refrigerium”, *Mnemosyne*, C.3, S.3, Fasi.2, Brill Yayınevi, 1936, s.125.; André Parrot, “Le « Refrigerium » dans l'au-delà: Chapitre IV. — Rome, Afrique du Nord et Gaule”, *Revue de l'histoire des religions*, Vol.115, Paris, 1937, s.56.

⁴¹ Franz Cumont, *The Oriental Religions in Roman Paganism*, Chicago, 1911, s.102.

⁴² *Encountering the Sacred The Debate on Christian Pilgrimage in Late Antiquity* (ed. Peter Brown), İngiltere, 2005, s.136.

mezar taşlarında da geçtiği görülür (Resim 33)⁴³. Pagan geleneğinde, ölmüş kişilerin aile üyeleri ve arkadaşları onları ferahlatmak için düzenli aralıklarla mezarlarına gelirler. Ölen kişinin ruhuna teselli vermek için yemek ziyafeti verilir⁴⁴. Böylece, üst ve alt dünyalar arasında sosyal bağlantı kurulur. Bu cenaze töreninde, ölmüş kişi *kline* üzerine uzanmış olarak gösterilirken, ölen kişinin adına içmek için elinde bardak tutan kişiler görülür. Bu tasvirler Yunan heykelleri ve Roma freskolarında sıklıkla kullanılmıştır⁴⁵. Doğrudan bir köken çizgisi belirlenememesine rağmen bu terim, Yunan mitolojisinde Tantalos hikayesine benzetilebilir⁴⁶.

Afrikalı ilk teologlardan olan Tertullian *refrigerium*'un yaratılan cennetle cehennem arasındaki başka bir seviyeyi tanımlayan bir yer olduğundan bahseder⁴⁷. Tertullian'a göre ölümler dirilişi beklerken cennet ve cehennem arasında bulunan ve *refrigerium* denilen üçüncü bir yerde beklerler. Daha sonraki Hıristiyan yazarlar arasında, *refrigerium*, iyi ruhlarla Tanrı tarafından vaad edilen mezarın ötesindeki dünyanın keyiflerini göstermek için genel bir şekilde kullanılır⁴⁸. Christine Mohrmann ise bir çalışmada, bu oldukça belirsiz ve değişen tanımların yanısıra *refrigerium*'un İbrahim'in kucağında Mesih'in dönüşünü bekleyen ruhların geçici mutluluğunu ifade ettiğinden bahseder⁴⁹. Le Goff, *refrigerium*'un Tertullian'ın kişisel düşüncesi gibi geçici bir yer olmadığını, Mohrmann'ın bahsettiği gibi yarı cennete benzer bir mutluluk halini ifade ettiğinden söz eder⁵⁰. Bu bağlamda *refrigerium* araf olarak düşünülebilir. Ancak Tertullian'a göre ikisinin arasında ince bir ayrım vardır. Ruhlar son yargıya kadar *refrigerium*'da huzurlu bir bekleyiştir. Araf ise, cezalandırıcı ve kefaret ödeme türünden bir yer olduğu için günahlarının acısını çekmek amacıyla bir süre ruhların kaldıkları yerdir⁵¹.

Tertullian'ın düşüncelerinin yanı sıra elimizdeki en eski belge ile *refrigerium*'un belirtisini yakalamak mümkün olacaktır. *The Passion of Perpetua and Felicitas* başlıklı M.S. 3. yüzyılın başından kalma bir metin, şehit olan birkaç Hıristiyanın öyküsünü anlatır. Hikayede, inancı için Romalılar tarafından

⁴³ Ayrıntılı bilgi için bkz: Ennabli Liliane. "Les inscriptions funéraires chrétiennes de Carthage", *III. Carthage intra et extra muros Rome* : École Française de Rome, 1991, s.3-397. James Spencer, *Epitaphs of the Catacombs; or, Christian inscriptions in Rome during the first four centuries*, İngiltere, 1878; Orazio Marucchi, *Christian Epigraphy; an Elementary Treatise, with a Collection of Ancient Christian Inscriptions Mainly of Roman Origin* (çev. J. Armine Willis), Cambridge, 1912, s.141,150,163,325.

⁴⁴ Robin M. Jensen, *Dining with the Dead: From the Mensa to the Altar in Christian Late Antiquity*, *Commemorating the Dead Texts and Artifacts in Context* (ed. Laurie Brink, O.P, Deborah Green), New York, 2008, s.122.

⁴⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz: Robin M. Jensen, *Dining with the Dead: From the Mensa to the Altar in Christian Late Antiquity*, *Commemorating the Dead Texts and Artifacts in Context* (ed. Laurie Brink, O.P, Deborah Green), New York, 2008, s.108-116.

⁴⁶ Hikaye için bkz: Robert Graves (çev. Uğur Akpur), *Yunan Mitleri Tanrılar, Kahramanlar, Söylenceler*, İstanbul, 2010, s.527.

⁴⁷ Jacques Le Goff, *The Birth of Purgatory* (çev. Arthur Goldhammer), İngiltere, 1984, s.47.

⁴⁸ a.g.e., s.46.

⁴⁹ Christine Mohrmann, "Locus refrigerii, lucis et pacis" *Questions liturgiques et paroissiales*, 39, Paris, 1958, s.196-214.

⁵⁰ Jacques Le Goff, a.g.e., s.46.

⁵¹ a.g.e., s.47-48.

tutuklanan Perpetua, rüyasında ölümlerin acı çektiği bir yerde onbir yaşında hastalıktan ölen erkek kardeşi Dinocratus'u görür. Genç çocuk pis, paçavralar içinde yanmakta ve susuzluktan kavrulmaktadır. Perpetua, kardeşinin küçük bedeni için çok yüksek olan bir havuza uzanmaya çalıştığını görür. İnançlı olan Perpetua şehit olmak üzere olduğundan kardeşine müdahale edebileceğini düşünür ve gece gündüz ağlayarak kardeşi için dualar eder. Birkaç gün sonra ikinci rüyasında, kardeşinin temiz giyimli ve en önemlisi uzanmaya çalıştığı havuzun alçalmış olduğunu görür. Kardeşi, havuz kenarında duran su dolu altın kaptan su içmekte ve su hiçbir şekilde azalmamaktadır. Eskiden olduğu gibi kardeşinin mutlu bir şekilde su ile oynadığını gören Perpetua onun ferahlamış (refrigerantem) olduğunu düşünür ve cezasının kalktığını anlar⁵². Burada önemli olan kelime açıkça refrigerium kavramı ile ilgili olan refrigerantem'dir. St. Augustine döneminden itibaren, bu metin araf olduğu düşüncesi barındıran eserlerde kullanılmıştır⁵³. Susuzluk çekmeleri diğer dünyada cezalandırılanların tipik bir ıstırapı olarak görülmüş ve bağışlanması için dua edilerek susuzluğun giderilebilecek olduğunu göstermiştir. Ayrıca Eski Ahit'te Mezmurlar 66:1254 ve Yeremya 6:16'da⁵⁵ Yeni Ahit'te Tim2.1:16⁵⁶ ve Luka 16:24'da⁵⁷ bu kavramdan söz edildiği düşünülebilir.

Ölüm kültürle ilişkili olan refrigerium, pagan katakomp freskolarında cenaze yemeği olarak sahnelenirken, Bizans sanatında sıklıkla kantharosun iki yanına yerleştirilmiş tavus kuşları olarak karşımıza çıkar (Resim 34-35). Bunun yanı sıra yukarıda bahsettiğimiz motifler kantharosun yerine kullanıldığı gibi kuş, güvercin ve geyik figürleri de tavus kuşları yerine kullanılabilir. Erken Hıristiyan sanatında kuşlar "kanatlı ruhun" sembolü olarak kullanılmıştır⁵⁸. Güvercin figürü ise, saflığın ve barışın sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır⁵⁹.

Protohistorik dönemde Çin'den Batı Avrupa'ya kadar uzanan bir alanda, geyik boynuzlarının dönemselsel yenilenmesi yüzünden, sürekli yaratılış ve renovatio (yenilenme) simgelerinden biri olduğu

⁵² Hikaye için bkz: a.g.e, s.49.

⁵³ a.g.e, s.50.

⁵⁴ "İnsanı başımıza bindirdin; ateşe ve suya girdi; fakat bizi bolluğa çıkardın."

⁵⁵ "Yollar üzerinde durun ve bakın, eski yolları sorun, iyi yol nerededir, öğrenin; ve onda yürüyün ve canlarınıza rahat bulursunuz, fakat o yolda yürümeyiz dediler."

⁵⁶ "Onisiforos'un evine merhamet ihsan etsin; çünkü çok defalar beni ferahlandırdı, ve benim zincirimden utanmadı."

⁵⁷ "Ey babamız İbrahim, acı bana! Lazar'ı gönder de parmağının ucunu suya batırıp dilimi serinletsin. Bu alevlerin içinde azap çekiyorum."

⁵⁸ George Ferguson, Signs & Symbols in Christian Art, New York,1961, s.12.

⁵⁹ a.g.e., s.15. Aynı zamanda bazı araştırmacılar bir kaptan su içen güvercinleri refrigerium sahnesi olarak tanımlamıştır; Bkz: Ertuğrul Özkan, "Bizans'ın Kültür Hayatı Üzerine" Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi, C.3, S.8, İstanbul, 1990,s.28-38; Graydon F. Snyder, Ante Pacem: Archaeological Evidence of Church Life Before Constantine, s.39-41.

görülür⁶⁰. Yeni Ahit Mezmurlarda geçen “Rab, beni yemyeşil çayırlarda yatırır, sakin suların kıyısına götürür. İçimi tazeler.”⁶¹ ayetinden yola çıkarak geyik figürü Hıristiyanlık inancında her ne kadar vaftiz ile ilişkilendirilse de “İçimi tazeler” ifadesi ile refrigeriuma da atıf yapabileceğini düşünebiliriz.

Yenilenme temasıyla yakından bağlantılı olan kantharosun tasviri refrigerium sahnelerinin en önemli figürüdür. Aynı zamanda kantharosların ağız kısımlarından filizlenen asma dalları, üzüm salkımları ve akantus yaprakları sıklıkla refrigerium konulu taş eserlerde kullanılmıştır. Görüldüğü üzere cennette sonsuz yaşamın ve yenilenen bir hayatın simgesi olan kantharoslar refrigerium ile yakından ilişkilidir. Bu kantharosların saf kutsal yaşam suyu fikrini yansıttığını düşünmekteyiz. Kantharosun içerisindeki suyun dalgalar şeklinde verilmesi erken Bizans örneklerinde görülür⁶².

SONUÇ

Sonuç olarak, ölüm kültürüyle ilişkili olan refrigerium, Roma katakomb freskolarında cenaze yemeği olarak sahnelenirken Bizans sanatında değişime uğrayarak, sıklıkla kantharosun iki yanına yerleştirilmiş tavus kuşları olarak görülür. Cennette sonsuz yaşamın ve yenilenen bir hayatın simgesi olan kantharosların refrigerium ile yakından ilişkili olmasının yanı sıra bu sahnelerin hayat ağacı, çeşme, haç ve christogram ile de kullanıldığı görülür. Ayrıca sıklıkla tavus kuşlarıyla gösterilen bu sahnelerde, tavus kuşlarının yerine kuş, güvercin ve geyik figürleri gibi saflığın sembolü olan ve cennetle ilişkili hayvanlara da yer verildiği görülür.

Ele aldığımız taş eserlerin tümünde tavus kuşları profilden gösterilmiştir. Ancak cepheden gösterilen örnekler de bulunmaktadır⁶³.

Arka planlarında stilize kıvrık dallar, akantus yaprakları, asma yaprakları ve üzüm salkımları görülür. Ancak üslup ve kompozisyon düzeni açısından incelendiklerinde herhangi dönemsel farklılığa rastlanmamıştır. Aynı sembolik işlev nedeniyle genellikle tek bir kompozisyon içinde birleştirildikleri düşünülebilir⁶⁴.

⁶⁰ Mircea Eliade, *Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi*, Gotama Budha’dan Hıristiyanlığın Doğuşuna, C.2, İstanbul, 2003, s.169.

⁶¹ Mezmur 23:3.

⁶² İncelenen eserler arasından Ravenna Sant'Apollinare in Classe Bazilikası’nda bulunan lahit teknesinde ve Berlin Bode Müzesi’nde bulunan korkuluk levhasında tespit edilmiştir.

⁶³ İstanbul Arkeoloji Müzesi’nde bulunan 2655 envanter numaralı 6. yüzyıla tarihlenen İon-impost sütun başlığı. Bkz: Nezh Fıratlı, *La Sculpture Byzantine Figuree au Musee Archeologique D’Istanbul*, Paris, 1990, s.116; İstanbul, Studios Manastırı kazılarında bulunan ve 1910 yılında İstanbul Arkeoloji Müzesi’ne taşınan 6. yüzyıla tarihlenen korkuluk levhasının parçası. (Bkz: Gustave Mendel, *Catalogue des Sculptures Grecques, Romaines et Byzantines*, c.II, Constantinople, 1914, s.518, no:721 (2434).

⁶⁴ Sembolik anlamları için Bkz: George Ferguson, *Signs & Symbols in Christian Art*, New York, 1961.

Tek başına görülen tavus kuşu ve geyik figürleri genellikle dik üçgen veya dik yamuk içerisine yerleştirilmiştir. 6. yüzyıldan sonra İzmir Arkeoloji Müzesi'nde bulunan levhada olduğu gibi profillerin incelendiği görülür.

Erken Hıristiyan Sanatı süsleme programında yer alan üzüm gagalayan tavus kuşu motifli eserler genel olarak 5.-6.yüzyıllara tarihlenmiştir⁶⁵. Ravenna St. Apollinare Classe Bazilikası'nda bulunan lahit kapağındaki sahne bu tespiti doğrular niteliktedir. Ancak, Argos Müzesi'nde bulunan levha A. Grabar tarafından 12. yüzyıla tarihlenerek bu tespiti uymamaktadır⁶⁶.

Bizans sanatında, 4. yüzyıldan 13. yüzyıla kadar sıklıkla kullanılan refrigerium sahneleri, mezar odalarında, minyatür ve el yazmalarında görülürken taş eserler grubu içerisinde daha çok litürjik işleve sahip eserlerde kullanılır. Ayrıca daha çok, karşılıklı yerleştirilen ambon levhalarında tespit edilen, tek başlarına tasvir edilmiş tavus kuşu ve geyik figürlerinin de olasılıkla refrigeriuma atıf yaptığı düşünülebilir.

⁶⁵ O. Feld, *Christliche Denkmäler aus Milet und seiner Umgebung*, *İstMitt* 25, Deutsches Archäologisches Institut, Abteilung Istanbul, 1975, s.202'den aktaran Ayşe Aydın, a.g.m., s.56.

⁶⁶ Andre Grabar, a.g.e., s.110.

KAYNAKÇA

- Altunay, E. (2015). Paganizm: Mezopotamya- Mısır, C.2, İstanbul.
- Andıç, A. (2012). İzmir Arkeoloji Müzesi'ndeki Bizans Dönemi Taş Eserleri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Armağan, M. E. (2010). Kuşadası Kadıkalesi'ndeki Bizans Dönemi Taş Eserleri, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Arslan, A. (2014). Konya Çevresi Bizans Dönemi Mimari Plastığı, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.
- Aydın, A. (2002). "Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ndeki Bir Kiliseye Ait Mimari Parçalar", *Belleten*, LXVI, 245, 50-66.
- Bulgaria in the Byzantine World (2011). Exhibition at 22nd International Congress of Byzantine Studies, (katalog çalışması: Snezhana Goryanova) Sofia, 24th Ağustos-30th Eylül 2011.
- Bülbüloğlu, B. (1972). Bizans Sanatında Tavus kuşu Motifleri, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınlanmamış Lisans Tezi, İstanbul.
- Christei, N. (2008). From Constantine to Charlemagne An Archaeology of Italy AD 300-800, Cornwall.
- Cumont, F. (1911). The Oriental Religions in Roman Paganism, Chicago.
- Crown and Veil (2008).: Female Monasticism From the Fifth to the Fifteenth Centuries (ed. Jeffrey F. Hamburger- Susan Marti), New York.
- Çoraklı, B. (2012). "Çini ve Seramiklerde Tavus kuşu Figürü" Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:6, İstanbul, 7-16.
- Encountering the Sacred The Debate on Christian Pilgrimage in Late Antiquity (2005). (ed. Peter Brown), İngiltere.
- Feld, O. (1975) Christliche Denkmäler aus Milet und seiner Umgebung, *IstMitt* 25, Deutsches Archäologisches Institut, Abteilung Istanbul.
- Ferguson, G. (1961). Signs & Symbols in Christian Art, New York.
- Fıratlı, N. (1990). La Sculpture byzantine figurée au Musée archéologique d'Istanbul, Paris.
- Goff, J. L. (1984). The Birth of Purgatory (çev. Arthur Goldhammer), ABD.

- Gonzales, E. (2014). The Fate of the Dead in Early Third Century North African Christianity: The Passion of Perpetua and Felicitas and Tertullian (*Studien und Texte zu Antike und Christentum 83*), Tübingen: Mohr Siebeck.
- Grabar, A. (1963). *Sculptures Byzantines de Constantinople IVe-Xe*, Paris.
- Grabar, A. (1976). *Sculptures Byzantines Du Moyen Age II*, Paris.
- Graves, R. (2010). Yunan Mitleri Tanrılar, Kahramanlar, Söylenceler, (çev. Uğur Akpur), İstanbul.
- Guidobaldi, F. B.; Guidobaldi, C.; Guiglia, A. (1992). *San Clemente La Scultura Del VI Secolo*, Roma.
- Hippolyte, D. (1926). “Refrigerare, Refrigerium”, *Journal des savants*, Kasım 1926. s. 385-390.
- Jensen, R. M. (2008). Dining with the Dead: From the Mensa to the Altar in Christian Late Antiquity, *Commemorating the Dead Texts and Artifacts in Context* (ed. Laurie Brink, O.P, Deborah Green), New York.
- “Kalanlar” (2007). 12. ve 13. Yüzyıllarda Türkiye’de Bizans (ed. Ayla Ödekan), İstanbul.
- Karademir, T. (2019) Bizans Resim Sanatında Refrigerium Sahneleri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Laurie, B.; O.P; Green, D. (2008). *Commemorating the Dead: Texts and Artifacts in Context*, Berlin.
- Leeuw, G. van der (1936). “Refrigerium”, *Mnemosyne*, Third Series, Vol.3,Fasc.2, 125-148.
- Liliane, E. (1991). “Les inscriptions funéraires chrétiennes de Carthage”. *III. Carthage intra et extra muros Rome : École Française de Rome*, 3-397.
- Marucchi, O. (1912) *Christian Epigraphy; an Elementary Treatise, with a Collection of Ancient Christian Inscriptions Mainly of Roman Origin* (çev. J. Armine Willis), Cambridge.
- Mendel, G. (1914). *Catalogue des Sculptures Grecques, Romaines et Byzantines*, c.II.
- Mercangöz, Z. (1996). “Milas Müzesi’ndeki Bizans Ambon Elemanları” *Sanat Tarihi Dergisi*, S.8, 81-98.
- Milburn, R. (1988). *Early Christian Art and Architecture*, İngiltere.
- Mohrmann, C. (1958). “Locus refrigerii, lucis et pacis” *Questions liturgiques et paroissiales*, 39, Paris, 196-214.

- Niewöhner, P. (2013). Phrygian marble and stonemasonry as markers of regional distinctiveness in Late Antiquity. In P. Thonemann (Ed.), *Roman Phrygia: Culture and Society*, Cambridge: Cambridge University Press, s.215-248.
- Özkan, E. (1990). "Bizans'ın Kültür Hayatı Üzerine" *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi*, C.3, S.8, İstanbul, 28-38.
- Özyurt, H. Ö. (2011). "Examples of Architectural Sculpture with figurative and floral Decaration of the Byzantine period at Muğla, Bodrum and Milas Archaeological Museum", *OLBA XIX*, 390-418.
- Papanikola- Bakirtzi, Demetra; (2002). *Everyday Life in Byzantium*, Athens.
- Parman, E. (1993). "Bizans Sanatında Tavus kuşu İkonografisi" *Sanat Tarihinde İkonografik Araştırmalar*, Güner İnal'a Armağan, Ankara, 387-412.
- Parman, E. (2002). *Ortaçağda Bizan Dönemi'nde Frigya (Phrygia) ve Bölge Müzelerindeki Bizans Taş Eserleri*, Eskişehir.
- Parrot, A. (1937). *Le "Refrigerium" dans l'au- delâ*, Paris.
- Ruggieri, A. (2012) "Sculpture di Ravenna fra V e VI secolo", *ArcheoArte*, Rivista elettronica di Archeologia e Arte, Supplemento 2012 al numero 1, Cagliari, 577-590.
- Snively, C. S. (2013) "Golemo Gradište at Konjuh: An Unidentified Late Antique City and Its Churches." *Acta XV Congressus Internationalis Archaeologiae Christiana 2008*, ss. 403-414.
- Spencer, J. (1878). *Epitaphs of the Catacombs; or, Christian inscriptions in Rome during the first four centuries*. İngiltere.
- Tarih Boyunca İznik (2004). (ed. Işıl Akbaygil, Halil İnacık, Oktay Aslanapa), İstanbul.
- Temple, Ç. (2013). *Konya/Ikonion ve Çevresinde Bulunan Bizans Dönemi Taş Eserleri*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Türker Çaylak, A. (2009). "Byzantine Architectural Sculpture from Akköy on the Middle Scamander Valley in Hellespontus" *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, C.26, S.1, Ankara, 206-207.
- Türker Çaylak, A. (2012). "Byzantine Liturgical Stone Works In Çanakkale Archaeology Museum: Marble Slabs", *ASMOSIA X, ITALYA*, 21-26 May 2012, 385-392.
- Türker Çaylak, A. (2018). *Byzantine Architectural Sculpture in Çanakkale*, Ankara.

Usman Anabolu, M. (1988). “Batı Anadolu’da Bulunmuş Olan Yayınlanmamış Tavus kuşu Motifli Mimarlık Elemanları”, *Türk Arkeoloji Dergisi*, Sayı: XXVII, Ankara, 101-112.

Resim 1: Ravenna St. Appolinare Nuovo Bazilikası, Altar levhası⁶⁷



Resim 2: Berlin Bode Müzesi, Korkuluk Levhası⁶⁸



Resim 3: St. Maria Assunta Kilisesi, Levha⁶⁹



⁶⁷ <https://www.flickr.com/photos/darkframe/316538638/in/gallery-adfinem-72157631422968702> Erişim Tarihi: (04.01.2020)

⁶⁸ <https://www.flickr.com/photos/28433765@N07/6264024392/in/photostream/> Erişim Tarihi: (04.01.2020)

⁶⁹ <http://www.lancaster.ac.uk/users/ruskinlib/eSoV/images/photos/veniceIB/142.jpg> Erişim Tarihi: (04.01.2020)

Resim 4: Ravenna St. Appolinare Nuovo Bazilikası, Lahit (Ruggieri, 2012)



Resim 5: İzmir Arkeoloji Müzesi, Levha⁷⁰



Resim 6: Konya Arkeoloji Müzesi, Kemer (Foto: Emel Karademir Balkır)



⁷⁰ https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g298006-d302534-Reviews-Archaeological_Museum_of_Izmir-Izmir_Izmir_Province_Turkish_Aegean_Coast.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=98457525
Erişim Tarihi: (04.01.2020)

Resim 7: Sakarya Arkeoloji Müze bahçesi, Levha¹



Resim 8: İtalya Pavia Müzesi, Lahit (Gannon, 2010)



Resim 9: Konya Iğın, Beykonak Köyü, Levha (Arslan, 2014)



Resim 10: Çanakkale, Ayvacık, Tuzla Murat Hüdavendigâr Cami, Arşitrav (Türker, 2018)



Resim 11: Kuşadası Kadıkalesi, Levha (Armağan, 2010)



Resim 12: Konya Arkeoloji Müzesi, Levha (Temple, 2013)



Resim 13: Afyonkarahisar Müzesi, Sütun Başlığı (Guidobaldi; Barsanti,1992)



Resim 14: Bandırma Arkeoloji Müzesi, Kiborium Kemerli



Resim 15: İznik, Korkuluk Levhası (Tarih Boyunca İznik, 2004)⁷¹



⁷¹ <https://goo.gl/maps/TmBKERTFi5Vn4epx7> Erişim Tarihi: (04.01.2020)

Resim 16: Sofya Arkeoloji Müzesi, Levha (Snezhana Goryanova,2011)



Resim 17: Bodrum Arkeoloji Müzesi, Levha (Özyurt,2011)



Resim 18: Ravenna St. Apollinare in Classe Bazilikası, Lahit teknesi⁷²



Resim 19: İstanbul Arkeoloji Müzesi, Kolon (Fıratlı,1990)

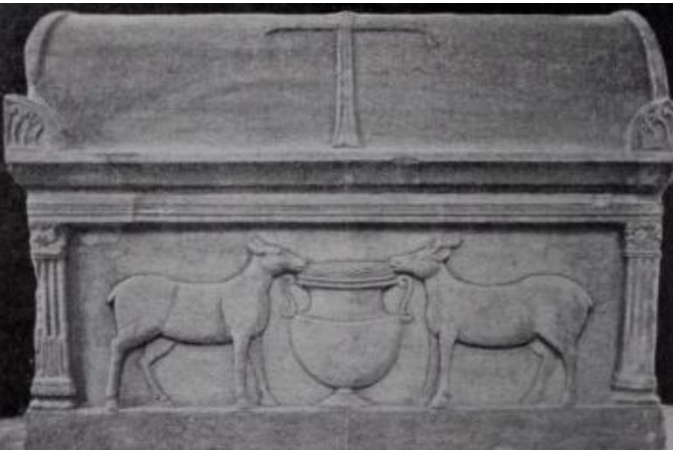


⁷² <https://i.pinimg.com/originals/93/82/83/938283e21d2485626e897b6888bbd01e.jpg> Erişim Tarihi: (20.09.2017)

Resim 20: Kuyumcu Symeonios'un Mezar Taşı (Bakirtzi, 2002)



Resim 21: Ravenna Quadrarco di Braccioforte, Eliseo Profeta'nın Lahdi⁷³



⁷³ <https://i.pinimg.com/474x/51/05/af/5105af0f7eb805a85a64c89d3777df.jpg> Erişim Adresi: 06.01.2020

Resim 22: Koyunoğlu Müzesi, Ambon Merdiven Yan Levhası (Temple, 2013)



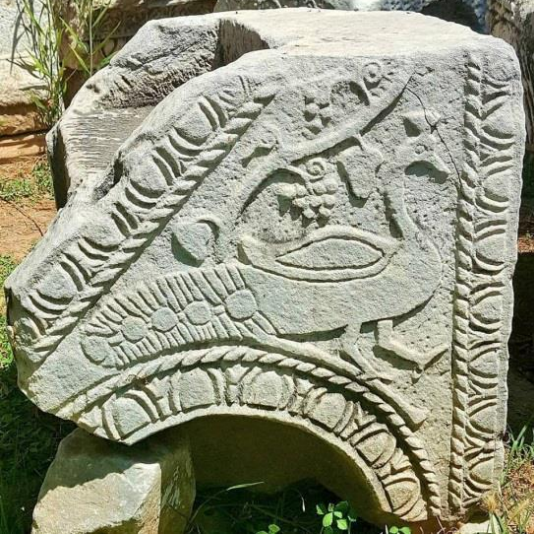
Resim 23: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Levha (Aydın, 2002)



Resim 24: Afyon Arkeoloji Müzesi, Ambon Yan Levhaları (Parman, 2002)



Resim 25: Milas Müzesi, Ambon Yan Levhası A Yüzü⁷⁴



Resim 26: Brescia S. Salvatore Müzesi, Ambon veya Kiborium frizi⁷⁵



⁷⁴<https://tr.pinterest.com/pin/582653270513934157/> Erişim Tarihi: (20.12.2017)

⁷⁵https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTePf390S__i8hbgwefCNHhgG6KSPGKmsacVimF1n9ITyIHKAC9 Erişim Tarihi: (20.12.2017)

Resim 27: Afyon Arkeoloji Müzesi, Ambon Yan Levhası⁷⁶



Resim 28: Kütahya Müzesi, Ambon Yan Levhası⁷⁷



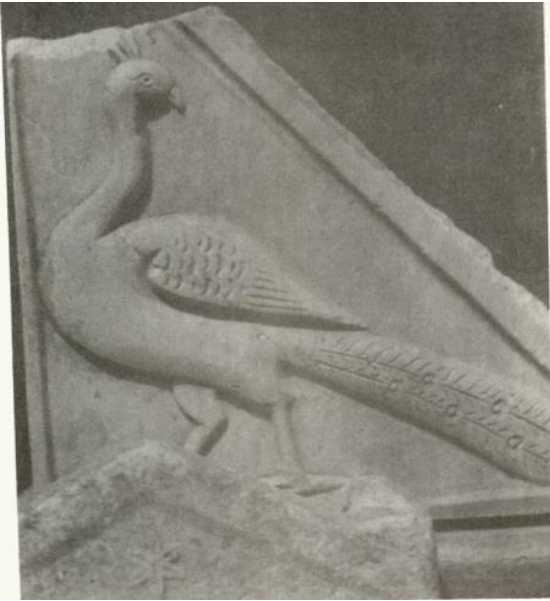
⁷⁶ https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g609051-d3601286-Reviews-Afyonkarahisar_Museum-Afyonkarahisar_Afyonkarahisar_District_Afyonkarahisar_Provi.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=221542189 Erişim Tarihi: (06.01.2020)

⁷⁷ Philipp Niewöhner, "Phrygian marble and stonemasonry as markers of regional distinctiveness in Late Antiquity" in P. Thonemann (Ed.), Roman Phrygia: Culture and Society (Greek Culture in the Roman World, Cambridge: Cambridge University Press, 2013, s.244, fig.10.23.

Resim 29: Çanakkale Arkeoloji Müzesi, Levha⁷⁸



Resim 30: İzmir Arkeoloji Müzesi, Levha (Anadolu, 1988)



⁷⁸ Fotoğraf tarafımca çekilmiştir.

Resim 31: Argos Müzesi, Levha (Grabar, 1976)



Resim 32: Üsküp Arkeoloji Müzesi, Ambon Levhası⁷⁹



⁷⁹http://www.doaks.org/research/support-for-research/project-grants/reports/2009-2010/images/Konjuh%2009%20rpt_Page_16_Image_0002.jpg/view Erişim Tarihi: (06.01.2020)

Resim 33: St. Domitilla Katakompu, mezar taşı⁸⁰



Resim 34: Roma St. Calixto Katakompu, Fresko⁸¹



⁸⁰<https://avvenimentiestoria.forumfree.it/?t=75685128> Erişim Tarihi: (03.01.2020)

⁸¹ https://www.myartprints.com/kunst/paleo_christian/woman_presiding_refrigerium_hi.jpg Erişim Tarihi: (03.01.2020)

Resim 35: Roma Priscilla Katakombu, Fresko⁸²



⁸² <https://repository.westernsem.edu/xmlui/handle/1866/689> Erişim Tarihi: (03.01.2020)

1960'lardan 2000'lere Hukuki ve Toplumsal Yönleriyle Türkiye'de Vatandaşlık ve Kimlik Düzenlemelerinin Ana Eksenleri

Funda Çoban*

ÖZET

Bu çalışma, 1960'lardan 2000'li yıllara Türkiye'de vatandaşlık ve kimlik meselelerini özellikle 1961 ve 1982 anayasaları, temsil edici kanun metinleri ve düzenlemeler etrafında ele alarak, bunları her bir dönemin toplumsal tartışmaları ile ilişkisi içinde değerlendirmektedir. Bu minvalde çalışma, ilgili milliyetçilik literatürü ve Erözden'in ulus-devletlerin kurgusal ve olgusal boyutları olarak nitelediği soyutlama yardımıyla, vatandaşlık ve kimlik tartışmalarının bir panoramasını sunmaktadır. Çizilen bu panorama etrafında da Türkiye'de demokrasinin derinleştirilmesi çabalarına katkı sağlamak üzere öneriler getirmektedir. Bu çerçevede de özellikle "ulus-sonrası yapılanmalar ve vatandaşlığın ulus-devletten arındırılması" seçenekleri arasında ikincisinin Türkiye'de demokrasinin derinleşmesi için alternatif bir politika izleği olabileceğini öne sürmektedir. Çalışma bu suretle karşılaştırmalı analiz yöntemiyle literatür çalışması kullanarak kimlik ve vatandaşlık sorunsalı çerçevesinde Türkiye'nin hukuki prosedürleri kapsamında, demokrasi çalışmalarına katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Araştırma Makalesi

Geliş: 24.07.2020

Kabul: 05.01.2021

Anahtar Kelimeler:

Kimlik,
Türk milliyetçiliği,
Vatandaşlık,
Ulus-devlet

The Main Axes of Citizenship and Identity Regulations in Turkey from 1960s to 2000s In Respect to The Legal and Social Aspects

ABSTRACT

The study at hand assesses the issues regarding Turkish citizenship and related identity politics by addressing to the constitutions of 1961 and 1982, some other representative legal procedures and, thus it evaluates those legislative processes around the public debates which has risen in the respective period. Hence it respectively presents a general panorama of the debates regarding citizenship and identity by following nations-nationalism literature and Erözden's contribution which assumes there is a gap between the construction of the nation-states and their factual elements. By following this panorama, it makes some proposal to contribute to the efforts for deepening the democratic process in Turkey. In this context, while the "post-national construction" and the "denationalization of citizenship" are the featured options, it suggests the second one can be an alternative political path for deepening democracy in Turkey. Hence the article aims to contribute to the studies about democracy around the problematic of identity and citizenship in the scope of lawful procedures in Turkey by using literature review around comparative analysis.

Research Article

Received: 24.07.2020

Accepted: 05.01.2021

Keywords:

Identity,
Turkish nationalism,
Citizenship,
Nation-state

* Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, fundacoban50@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5852-9386>

GİRİŞ

Ulus-devletler, iki temel yüklemden oluşan (ulus ve devlet) özel siyasal örgütlenmeler olarak siyasal arenanın en önemli aktörleri olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Ne var ki ulus-devletlerin tarihine bakıldığında, bu tarihin hiç de savaşımsız olmadığı görülür. Zira bu yapının bünyesini meydana getiren unsurlardan biri olan ulus, milli devletlerin arzuladığı ya da varsaydıkları gibi bütünüyle pürüzsüz bir yapı değildir. İlgili literatürdeki milletler ve milliyetçilik araştırmaları içinde milletleri doğal ya da eski çağlardan beri var olan bütünlükler olarak kabul ederek etnik kimliklerin ve bunu teşkil eden din, dil, kan bağı gibi aidiyetlerin “verili” olduğunu öne süren ilkçi yaklaşım (Özkırımlı, 2019) hariç geriye kalan tüm yaklaşımlar (modernistler ve etno-sembolistler) milletleri ya bir takım iktisadi, siyasi ve toplumsal süreçlerin çakışma uğrağında inşa edilmiş (Hobsbawn 2006; Gellner, 2008) ya hayal edilmiş (Anderson, 2007) ya da etnik bir çekirdek çerçevesinde kümelenen bünyesini siyasi kimlikle donatarak politik bir kategori haline gelmiş entiteler (Smith, 1989) olarak ele almaktadır. Bu yaklaşımların ortak özelliği ise millet tanımında yer alan dil, din, soy ve tarih gibi ortaklıklar üzerinden kurulan bağların ilkçi yaklaşımların iddia ettikleri gibi ezeli olmadığı, bunların bir tarihinin olduğudur. Bu çerçeveden ulus-devletlere düşen de ulusu oluşturan öğelerin olgusal tarihini olabildiğince tek bir aidiyet altında birleştirerek siyasal egemenliklerini hâkim ve meşru kılmaya çalışmak olmuştur.

Öte yandan, ulus-devletlerin diğer yüklemine oluşturan devlet kurumuna hukuki aidiyeti belirten vatandaşlık nosyonunun 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren çatallanmaya başlayan kimlik tartışmalarıyla sorunsal hale gelmesi, tek ve bütünsel bir milli aidiyet ile kendini tanımlayan bütüncül yurttaş tasarımının altını oymaya başlamıştır. 1960’lar sonrası meydana gelen yeni toplumsal hareketlerin cinsi ve etnik aidiyetleri ön plana koyan mücadeleleri (Offe, 1985) 1990’lardan sonra keskinleşen küreselleşme süreciyle birlikte (Robertson, 1999) farklı aidiyet ve kimliklere dair bireysel ve kolektif hak kazanımlarına ilişkin talepler soyut bir hukuki statü olan vatandaşlık ile somut bir toplumsal olgu olan kimlik arasında süren çatışmaların derecesini oldukça artırmıştır. Tam da bunun bir neticesi olarak kimlik siyasetine ilişkin literatürün bugün oldukça kabarık olduğu bir veriyken, artık sabit kimlikler yerine “akışkan kimliklerden,” (Bauman, 2005); melez desenlerden (Göle, 2000), dolayısıyla çok-kimlilikten bahsedildiği görülmektedir. Bu çok-kimliliklik konusu ise, demokratikleşme süreçleri ile oldukça bağlantılıdır (Anand, 2003). Zira hukuki düzenlemelerin sınırlarını çizdiği hak manzumelerinin bireyin kimlik talepleriyle çatıştığı noktada, bireylere daha fazla alan tanıyacak şekilde haklar verilmesi siyasal ve kamusal özgürlükler ve katılım adına anlam ifade etmektedir. Özellikle küreselleşme süreciyle yaşanan emek ve meta dolaşımının yarattığı kültürel etkileşimler, beraberlikler ve ayrılıklar bireysel bazda yaşanan kimlik akışlarını genel toplum düzeyinde çok-kültürlülük, çok-kültürcülük ve entegrasyon gibi tartışma alanlarına çekmektedir. Her

iki surette de birey ile devlet, ulus ile ulusal olmayan bir pota içinde çekişmektedir. Çekişme, devletin baskı gücünü artırdığı noktada anti-demokratik geriletği noktada ise demokratik karakter kazanmaktadır.

Tüm bu tartışmalar, Türkiye ölçeğinde de anlam ifade etmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun I. Dünya Savaşı sonrasında fiilen ortadan kalkışının ardından onun yerine; fakat ondan farklı bir devlet örgütlenmesi ve rejim biçimiyle kurulan Türkiye Cumhuriyeti hem ulusal hem uluslararası konjonktürde meydana gelen dönüşümler neticesinde farklı dönemlerde farklı vatandaşlık ve kimlik siyasaları izlemek durumunda kalmıştır. Bu minvalde Türkiye Cumhuriyeti ulus-devleti de hemen her ulus-devlet gibi yüklemelerini oluşturan siyasal ve toplumsal ögeler arasında tam bir bütünlük ve etkileşim varsayarken, olgusal alanda var olan gerçekliklerin politik ve sosyal arenayı çeşitli vasıtalarla dönüştürmesi nedeniyle varsaydığı bütünlüğü gözden geçirmek ve realitelerle uyumlu hale getirmeye çalışmak durumunda kalmıştır. Zira ulus-devlet, ilk etapta *kurgusal bir fenomen* olarak karşımıza çıkar ve bu kurgusallık teorik ve olgusal iki boyuta sahiptir (Erözden, 2008:3). Kurgusal boyut, ulus-devletin ideal olarak varsayılan bütünlüğünü tarif eder. Bu tasarı içinde, ulus-devleti oluşturan iki temel bileşke ulus ve devletin kendi içinde tüm unsurlarıyla birlikte mükemmel bir türdeşliğe sahip olduğu savlanır (Erözden, 2008:3). Ulus-devletin ikinci boyutu olgusallık ise, mevcut ulus-devletin var olan temel ve yapısal yüklemelerini ifade eder (Erözden, 2008). Bu bağlamda temel yapısal yüklemeler içsel olarak dil, kültür, tarih, soy ve din gibi toplumsal örüntüler, dışsal olarak ise düşman imgesi olarak sınıflandırılabilir. Olgusal boyutun yapısal tarafında ise, ülkesel ve siyasal bütünlük mevcuttur. Temel unsurlar ulus olma yüklemiyle, yapısal unsurlar ise devlet olma yüklemiyle birlikte düşünülebilir. Bir bütün olarak bakıldığında kuramsal boyutta idealize edilen özelliklerin var olan durumla uyumlaştırılmaya çalışıldığı görülür. Erözden'e göre, özellikle temel unsurlar ayağında yer alan ögeler siyasi iktidarların ya da devlet yapılanmalarının *bütünleşme kurgusundan* dolayı bir takım toplumsal gerilimleri beslemektedir. Söz konusu gerilimler, ülkedeki karar alıcıların ne türden siyasalar izlediğine bağı olarak artabilir de azalabilir de.

İşte bu makale, teorik *çerçeve itibariyle* Erözden'in bahsettiği *kurgu-olgu* gerilimini esas alarak, bunun Türkiye'de bulunduğu karşılıkları, 1960'lardan 2000'lere dek geçen sürede temel siyasi ve toplumsal dönemeçler itibariyle ele almakta, bu vesileyle bahsedilen tarihsel dönemde vatandaşlık ve kimlik ile ilgili ana eksen tartışmaları demokratik taleplerin varsayımları doğrultusunda sunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, *olgu-kurgu* geriliminin söz konusu dönemlerde nasıl karşılık bulunduğunu aramaktadır. Zira kimlik ve vatandaşlık konularının doğrudan temas ettiği temel meselelerden biri devlet-birey karşılaşmasında hak ve görev nosyonlarının bu öznelerden hangisine doğru genişletildiği, dolayısıyla demokratik açılımlara ne ölçüde yaklaşıldığı ya da buradan ne ölçüde uzaklaşıldığıdır.

Makalenin özellikle 1960'lardan başlatılmasının nedeni, 1961 Anayasası'ndan sonra çoğullaşmaya başlayan siyasi ve toplumsal angajmanın vatandaşlık ve kimlik tartışmalarını ele almak üzere verimli bir alan sunmasıdır. Zira erken Cumhuriyet dönemi Türkiye'si, yeni bir ulus-devletin kuruluş sancıları içinde oldukça dar bir vatandaşlık ve kimlik tanımı gerçekleştirmiştir. Bahsettiğimiz olgu-kurgu geriliminin ilk taşlarının döşendiği bu dönem, Türk etnisitesi¹ çekirdeğinde bir millet tanımlamış ve farklı etnik grupları baskı altına almaktan çok onları yok sayan bir siyasa izlenmiştir. Örneğin Atatürk "Türk milleti siyasi ve içtimai camiası içinde kendilerine Kürtlük fikri, Çerkezlik fikri ve hatta Lazlık fikri veya Boşnaklık fikri propaganda edilmek istenmiş vatandaş ve millettaşlarımız vardır ve mazinin istibdat devirleri mahsulü olan bu yanlış tevsimler..." diyerek devam ettiği konuşmasında, açıkça bu etnik unsurların var olmadığını belirtmiş olmaktadır (Akt. İnan, 1969:351). Nitekim Bora'nın da belirttiği gibi bu dönemin genel siyaseti içinde "millet-öncesi ham oluşum olarak tanımlanan Kürtler, Çerkezler, Arnavutlar, Boşnaklar vd. rahatlıkla Türk yapılabilecek ama bu yapılmazsa gayri Türk, hatta düşman bir kimlik inşasına 'yem olabilecek' bir *tabula rasa* gibi telakki edilmiş, gayrimüslim azınlıkların da Türkiye Cumhuriyeti'ne sadakatle kalmayıp Türk harsını benimseyecekleri umulmuştur" (Bora,1995:36). Kuşkusuz bu politikaların özellikle kuruluş yıllarında başarılması gereken iç ve dış siyasal öncelikler açısından anlamı vardır. Bilhassa çok-dinli, çok-dilli, çok-kültürlü Osmanlı İmparatorluğu'nun bakiyesini *devleti ve milleti ile bir olmuş* bütünlük içinde eritmek, tebaa ve kul anlayışından ulus ve yurttaş anlayışına geçebilmek, bu suretle Batı medeniyetinin üzerine çıkarken, bunu yekvücut bir millet olarak gerçekleştirmek önemli bir hedeftir.

Ne var ki, daha önce ifade edildiği gibi hedefi gerçekleştirmeye çalışırken *kurgu-olgu gerilimini* besleyecek her türden siyasa ve uygulama, bir başka dönemin içinde zuhur etmekte ve başka kılıklarla yeniden ortaya çıkmaktadır. Bu başka kılıkları teşhis etmek ve bunların farklı görünümelerini toplumsal yansımalarıyla anlamak içinse 1960'lardan itibaren vatandaşlık ve kimlik politikalarını genel bir panorama sunacak şekilde hukuki ve toplumsal boyutlarıyla ele almak gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle bu makalenin çerçevesi zaten her biri ayrı bir araştırma konusu olan Türkiye çatışan ve uzlaşan farklı etnik aidiyetlerin arzu ve talepleri ile devletin bunlara verdiği yanıtları her yönü ve ayrıntısıyla incelemek değil, Türkiye tarihinin önemli dönüm noktalarında özellikle resmi politika hatlarını belirgin kılmaktır.

Bu çerçevede çalışma metodolojik olarak karşılaştırmalı analizi esas alan üç bölüme ayrılmıştır. Bölümler, vatandaşlık ve kimlik konularını Türkiye toplumsal tarihinin siyasi ve iktisadi olarak

¹Burada etnisite kavramı, Antony Smith'in kullandığı anlamda kullanılmaktadır. Buna göre etnisite, "kolektif bir özel ad, ortak bir soy miti, paylaşılan tarihi anılar, ortak kültürü diğerlerinden farklı kılan bir ya da daha fazla unsur, özel bir yurtla bağ ve nüfusun önemli kesimleri arasında dayanışma duygusu" olarak tanımlanmaktadır (Smith, 2007:42).

geçirdiği ana dönüşümlerin yörüngesinde ele aldığı için, her bir bölüm de bu içeriğe uygun kronolojik bir sınıflandırmayla belirlenmiştir. Buna binaen çalışmanın 1961-1980 yıllarını kapsayan birinci bölümünde 1961 Anayasası başta olmak üzere dönemin temsil edici hukuki ve siyasi uygulamaları ele alınmakta ve bunlara dönük toplumsal karşılıklar irdelenmektedir. 1980-1990 yıllarını kapsayan ikinci bölümde Türkiye'nin liberalleşme siyasetinin kimlik bahsine yansımaları genel hatlarıyla değerlendirilmektedir. 1990-2010 yıllarını kapsayan üçüncü ve son bölümde ise, 1990'lardan kalan bakiye ile Ak Parti döneminin ilk on yıllık iktidarında izlenen vatandaşlık ve kimlik siyaseti özellikle Türkiye'nin AB siyaseti ekseninde mercek altına alınmaktadır. En nihayetinde çalışma incelediği konu itibariyle geçmişten geleceğe retrospektif bakışın daha demokratik bir toplumsallığın inşasında önemli olduğu kabulüyle, gelecek siyasalara bir projeksiyon sunmayı hedefleyerek sonuç kısmında, probleme ilişkin öneriler sunmaktadır.

1961-1980: Hukuki ve Toplumsal Açından Vatandaşlık ve Kimlik

On yıllık Demokrat Parti iktidarının bir 27 Mayıs 1960'ta yapılan bir darbeyle son bulması ve yaklaşık bir yıl süren cunta dönemi Türkiye siyasal ve toplumsal tarihinde önemli dönemeçlerden biridir. Hatta Türkiye toplumsal tarihini darbe öncesi ve sonrası olarak ayırmak mümkündür. Bunun en önemli nedeni 9 Temmuz 1961 tarihinde halk oylamasına sunulan yeni anayasanın günün getirdiği iktisadi ve sosyal tartışmalara cevap verecek hukuki düzenlemeleri kısmi olarak içermesinin yanında, Türkiye'de emek-sermaye çelişkisinin artması nedeniyle güçlenmeye başlayan *sokak hareketleri* ile bunlara tekabül eden ideolojik ayrışmalardır.

Bu çerçevede 1960'ların dünyasında sokağın ve ideolojik ayrışmanın kimlikle ilgili tartışmalarına girmeden önce vatandaşlık bahsinin bizatihi yer aldığı 1961 Anayasası'nı genel hatlarıyla incelemek ve böylece Kanun'un ruhunda yer alan ana dokunun, Erözden'in bahsettiği anlamda *ulus-devletin kurgusal boyutu* olarak ifade ettiğimiz yönle ilişkisini açmamız gerekmektedir.

Nitekim 1961 Anayasası'nın başlangıç metnine bakıldığında, tam da bu *kurgusal ulus-devlet* anlayışını işaret edecek şekilde “bütün fertlerini, kaderde, kıvançta ve tasada ortak, bölünmez bir bütün halinde, millî şuur ve ülküler etrafında toplayan” bir topluluk olarak Türk milletinden bahsedildiği görülmektedir. Devamen de ulus-devletin yapısal unsurlarına atıfla değerlendirebileceğimiz 3. maddede, devletin “ülkesi ve milletiyle bölünmez bir bütün” olduğu ifade edilmektedir. Bu iki bölümden anlaşılana, Türk milletinin Fransız milliyetçiliğinden beslenen bir şiarla tanımlanışdır. Devlet =Millet=Vatan denkleminin kurulduğu anlatımda, Rousseau'nun bireylerin tek tek iradelerinin toplamından oluşan ancak birleştiğinde tek ve bölünmez bir iradeyi temsil eden *genel irade* anlayışının (Rousseau, 2006) ulusa tercüme edilmiş biçimi okunmaktadır. Türk kimliği etrafında kurulan Türk

milleti böylece içinde bulundurduğu kimlik farklılıkları ne olursa olsun, yekvücut bir beden olarak resmedilmektedir. Anayasa'nın ilk maddelerinde dikkat çeken bir başka husus resmi dilin Türkçe olarak belirtilişidir (madde 3). Bunun anlamı, Türkçe dışında da anadillerin bulunduğu kabul edilmesidir. Böylece, üstü kapalı da olsa Türk etnisinden farklı etnilerin varlığı resmen tanınmıştır. Ne var ki bu, Türk kimliğinin birleştirici ve tanımlayıcı öge olarak milleti temsil etmesi anlayışını değiştirmemektedir. Etno-sembolcü terimlerle ifade edersek milleti kuran kök öge (Smith, 1989) Erken Cumhuriyet döneminin ulus inşası ve milliyetçilik politikalarının bir uzantısı niteliğinde Türklük olarak konumlandırılmaya devam etmiştir.

Yine 1961 Anayasası'nın 54. maddesine göre “Türk Devletine vatandaşlık bağı ile bağlı olan herkes Türk” olarak tanımlanmaktadır. 1924 Anayasası'nda ve 1937 değişikliğinde yurttaşlıkla ilgili olarak yer alan *din ve ırk ayrımı olmaksızın* ifadeleri böylece ortadan kalkmıştır.² Bunun anlamı, 3. maddede yer alan “Resmi dil Türkçe'dir,” ifadesiyle birlikte düşünüldüğünde artık dilin vatandaşlık tanımını aşar şekilde birleştirici öge olarak düşünülmediğidir. Diğer bir ifadeyle kurucu anayasalarda ve dönemin ilgili diğer kanunlarında anadil ve resmi dil farklılıklarının üzerinden atlayarak, farklı dillerin yok sayılması üzerine bina edilen vatandaşlık anlayışı 1961'de teknik olarak yumuşatılmıştır. Öte yandan, “Türk babanın veya Türk ananın çocuğu Türk'tür. Yabancı babadan ve Türk anadan olan çocuğun vatandaşlık durumu kanunla düzenlenir” ifadeleriyle devam eden madde, vatandaşlığın kazanımını birincil olarak kan esasına bağlarken, yabancı babadan-Türk anadan doğan çocuğun vatandaşlık durumunu kanuna havale ederek açıkça cinsiyet ayrımcılığı yapmaktadır. Burada vatandaşlığın kazanımında, dil gibi diğer aidiyetlerin yanında soya öncelik veren Doğu tipi milliyetçilik (Kohn, 1994) zımni olarak açığa çıkıyor görünmektedir; ancak yasanın özünde kastedilen etnisite değil, vatandaşlığın hukuki tanımıdır.

Vatandaşlığın milli eğitim kitaplarında ele alınışı ise, vatandaş olmanın devlete karşı görevler ve millete karşı sorumluluk anlamına geldiğini göstermektedir. Anglo-Saxon bireyci merkezli yurttaşlık nosyonundan oldukça farklı olan bu anlayışta, devletin vatandaşa tanıdığı haklar aslında vatandaşın devlete yüklediği vazifeler olarak düşünülmektedir. “Devletin yapmaya mecbur olduğu vazifeler, vatandaşın devletten istediği haklardan başka bir şey değildir” diyen Hasan Ali Yücel ve Ragıp Çalapala'nın *Yurttaşlık Bilgisi* adlı kitabı, açıkça vatandaşlık hakkı diye ayrı bir şey olmadığını ifade etmektedir (Caymaz, 2007:46). Bu çerçevede, hürriyetlerin varlığı vatanın bağımsızlığına endekslenmekte, bu bağımsızlığın da milli beraberlik ve ordu kuvvetiyle korunacağı söylenerek, ordu

² Maddenin tam ifadesi şöyledir: “Türkiye ahalisine din ve ırk farkı olmaksızın vatandaşlık itibariyle Türk ıtlak olunur.” 1924 Anayasası, 88. madde.

milletin varlığının sigortası olarak resmedilmektedir (Caymaz, 2007:46). Ordu olmazsa, ulusun bekası da adeta tehlikeye düşecektir.

Milliyetçi ideoloji devlet katında böyle kurulurken, 1960'lı yıllarda sokak başka türlü söylemektedir. 1961 Anayasası'nın getirdiği hak ve özgürlükler ortamında, Türkiye'nin değişen toplumsal yapısında filizlenmiş farklı ideoloji ve görüşler seslerini duyurmaya başlamıştır. Türkiye'de sol düşüncenin yayılımı, sınıf farklılıklarını reddeden ve milletin çalışanıyla yöneteniyle bir bütün olduğunu vazedenden ve özellikle 1939-1945 yıllarında doruğuna ulaşan solidarist (dayanışmacı) ulus anlayışının (Beriş, 2015:80-92) toplum katında tartışmaya açıldığını göstermektedir. Bu dönemde sol cenah içinde bir kesim *Tam Bağımsız Türkiye* sloganıyla *emperyalizme karşı* çeşitli platformlarda -sokakta, üniversitede, köylerde- mücadele verirken, bir başka kesim olarak Yön Dergisi etrafında kümelenen asker, aydın ve bürokratlar Kemalist³ milliyetçi söylemi devam ettirmiştir (Aydınoglu, 2011:88-89). Dönemin bilinen ifade biçimlerinden *II. Kurtuluş Savaşı, emperyalist işgale karşı mücadele ve millî demokratik devrim* sokak hareketlerindeki yerli-milliyetçi dozu gösterir örneklerdir. Öte yandan 60'lı yılların sağ cenahı da aynı sembolik söylemin içinden konuşmaktadır. Sağ ideolojinin devlete, dine, soya ve milletin homojen bütünlüğüne yaptığı vurgu her ne kadar sol ideolojininkiyle kıyaslanamayacak denli fazla olsa da iki farklı duruşun değişik yöntemleri esas alarak ama aynı amaç için mücadele ettikleri *-tam bağımsız Türkiye-* söylenebilir. Bu ideolojik ayrışmaların kimlikle ilintili ayağının tam göbeğinde Kürtlerse sol fikriyatın düşünce çizgisi içinde kendini konumlandırmaktadır. Diğer bir ifadeyle henüz ayrı bir etnik kimlik siyaseti güden Kürt mobilizasyonu sahneye çıkmamıştır. Millî Demokratik Devrim çizgisinden ayrı, müstakil bir Kürt kimliği ve hareketinin oluşması 1970'li yılların sonunda gerçekleşmiştir. (Aydınoglu, 2011:388). Yine bu dönemde, Aleviler siyasallaşmış ayağında o zamana kadar ideolojik olarak yanında yer aldıkları sağ çizgiden koparak sol cenahla eklemlenmişlerdir (Yaman, 2010:123). Toplumsal düzlemdeki görece özgürlük ortamı, Alevilerin kendi düsturlarını gözden geçirerek, politik taleplerle örgütlenmelerinin motivasyonu olmuştur. Yaşamı kısa da olsa 1966'da kurulan Alevi partisi, Türkiye Birlik Partisi bu örgütlenmelere verilebilecek örneklerden biridir.

Ne var ki 12 Eylül 1971 Muhtırası ülke çapında yükselen şiddet olaylarını kontrole almak gerekçesiyle sivil iktidarı yerinden etmiş, böylece *ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünü* tehlikeye attığı ileri

³Kemalizm kavramı burada, Kurtuluş Savaşı yıllarında şekillenmeye başlayan ideolojinin adı olarak kullanılmaktadır. Bu ideoloji, 1935 CHP Kurultayı'nda parti programına girmiş, ilkeleri ise "altı ok" ışığında belirlenmiştir. İdeolojinin bu ismi alması ise Kurtuluş Savaşı yıllarına dayanmaktadır. Bu dönemde Mustafa Kemal'in etrafında toplanarak işgale karşı direnen milliyetçiler özellikle yabancı basın tarafından böyle adlandırılmıştır. Sözcüğün Türkiye'de ilk kullanımı ise 1930'da Ahmet Cevat Emre tarafından "Kemalizm doktrin olarak bütün siyasi prensipleri malum bir demokrasi mektebidir" ifadesinde yer almıştır (Uyar, 2007:53).

sürülen siyasal ayrışmalar sistemli bir tasfiyeye tabi tutulmuştur. Muhtıra metninde, “Parlamento ve hükümet, süregelen tutum, görüş ve icraatıyla yurdumuzu anarşi, kardeş kavgası, sosyal ve ekonomik huzursuzluklar içine sokmuş, Atatürk'ün bize hedef verdiği çağdaş uygarlık seviyesine ulaşmak ümidini kamuoyunda yitirmiş ve anayasasının öngördüğü reformları tahakkuk ettirememiş olup, Türkiye Cumhuriyeti'nin geleceği ağır bir tehlike içine düşürülmüştür” (AA, Muhtıra metni) denilerek, ülkeye nizam getirme görevi ordunun eline teslim edilmiştir. Muhtıra sonrası başbakan olarak atanan Nihat Erim hükümeti ile başlayan dönemde ise, bir uzmanlar ve mühendisler kadrosu kurularak ülkenin içinde bulunduğu yapısal krizin üstesinden gelecek reform paketlerinin uygulamasına öncelik verilmiş, seçimlerin yapıldığı 1973'ten 1980'e kurulan istikrarsız hükümetler de vatandaşlık ve kimlik meselelerini kapsayan boyutlarıyla sol jargon içinden yurtseverliğin sağ jargon içinden üç hilalin politik dili içine sıkışmıştır.

Tüm bunlar bir arada düşünüldüğünde 1960'tan 1980'e dek geçen 20 yıllık süredeki toplumsal ve siyasal dönüşümleri tek bir dinamik ışığında açıklamak zordur. Zira bu dönem farklı seslerin duyulmaya başlandığı, görece demokratik açılımların toplumsal hayatta yankısını bulduğu bir süreçtir. Diğer bir ifadeyle her hareketin kendine özgü ideolojik ve kimliksel tutunumu, açıklaması ve stratejisi bulunmaktadır. Yine de genel hatlarıyla söylenirse söz konusu 20 yıllık süreç, bireylerin kamusal alanda birer özne olarak belirmeye başladıkları, grupsal rol ve kimliklerini tanımladıkları, politik düzlemde ideolojik ayrışmaların vücut bulduğu bir dönem olarak tarifienebilir. Bu kapsamda, milli kimliğin teşekkülünde teorik çerçeve itibariyle söylediğimiz *olgularla kurgu arasında var olan mesafe* de gün yüzüne çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle, milletin varsayıldığı gibi tek bir kimlikten oluşmadığı, farklılıkları içinde barındırdığı açık hale gelmiştir. Farklılıkların yok sayılarak, görmezden gelinerek ya da bastırılarak yok edilemeyeceğinin aksine marjinalleşeceğinin -ki yok edilip edilmemesi gerektiği ayrı bir tartışmadır- görülmesi içinse 1980'leri beklemek gerekecektir.

1982-1990: Darbeden Liberalleşme Dönemine Vatandaşlık ve Kimlik

12 Eylül 1980 darbesi ile başlayan dönemin vatandaşlık ve kimlik anlayışının en önemli hukuki ayağını 1982 Anayasası temsil etmektedir. Bu çerçevede 1982 Anayasası egemenliğin kaynağı ve kullanımı ile ilgili olarak temel noktaları 1961 Anayasası'nda olduğu haliyle tekrarlamaktadır. Madde 6/1'de “Türk Milleti, egemenliğini, Anayasa'nın koyduğu esaslara göre, yetkili organları eliyle kullanır” denilirken, madde 7'de “Yasama yetkisi Türk Milleti adına Türkiye Büyük Millet Meclisindedir”, madde 8'de ise “Yürütme yetkisi ve görevi, Cumhurbaşkanı ve Bakanlar Kurulu tarafından, Anayasaya ve kanunlara uygun olarak kullanılır ve yerine getirilir” denilmiştir. Ne var ki burada dikkat çeken yetki ve görev sözcükleri arasındaki ayrımdır. 1982 Anayasası'nda yasama bir yetki olarak tanımlanırken, yürütme hem bir yetki hem bir görev olarak belirtilmiştir. Böylece yeni anayasa,

yürütmeyi güçlendirici, otoriteye öncelik bir verici ilkeler ışığında şekillendirilmiştir. Sözgelimi yürütmeye Kanun Hükmünde Kararname çıkarma yetkisi tanınmıştır. Böylece Bakanlar Kurulu kanunun olmadığı yerde kararname çıkararak yürütme yapma erkini elde etmiştir. Nitekim temel haklar, kişi hakları ve ödevleri ile siyasi haklar ve ödevler sıkıyönetim ve olağanüstü hallerde Cumhurbaşkanının başkanlığında toplanan Bakanlar Kurulu'nca çıkarılacak Kanun Hükmünde Kararnamelerle sınırlandırılabilir (1982 Anayasası, madde 13). Ayrıca 1982 anayasasıyla yargısal denetimin alanı hem yasamaya hem de yürütme organına karşı daraltılmıştır. Cumhurbaşkanının tek başına yapacağı işlemler ile Yüksek Askerî Şûra Kararları, Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulu Kararları yargısal denetimin dışında tutulmuştur.

Tüm bu noktalardan çıkan sonuç, 1982 Anayasası'nın egemenliğin kullanımı konusunda yürütme organlarına yasama karşısında öncelik tanınmış olmasıdır. Bu da ulus-devlet yapılanması içerisinde 60'lı yıllara göre devlet otoritesine daha fazla ağırlık verilmiş olduğunu, dolayısıyla ulus-devletlerin *kurgusal boyutundaki* temel içsel unsurların korunup kollanmasında yürütme erkine ayrıca görev verildiğini göstermektedir. Bu çerçevede 1982 Anayasa'nın Başlangıç metninin bazı bölümleri ve bazı maddeleri bu noktaları görmek bakımından örnekleyicidir. Buna göre,

“Türk Vatanı ve Milletinin ebedî varlığını ve Yüce Türk Devletinin bölünmez bütünlüğünü belirleyen bu Anayasa, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu, ölümsüz önder ve eşsiz kahraman Atatürk'ün belirlediği milliyetçilik anlayışı ve O'nun inkılâp ve ilkeleri doğrultusunda;

Hiçbir faaliyetin Türk millî menfaatlerinin, Türk varlığının, Devleti ve ülkesiyle bölünmezliği esasının, Türklüğün tarihî ve manevî değerlerinin, Atatürk milliyetçiliği, ilke ve inkılâpları ve medeniyetçiliğinin karşısında korunma göremeyeceği ve lâiklik ilkesinin gereği olarak kutsal din duygularının, Devlet işlerine ve politikaya kesinlikle karıştırılmayacağı;

Topluca Türk vatandaşlarının millî gurur ve iftiharlarda, millî sevinç ve kederlerde, millî varlığa karşı hak ve ödevlerde, nimet ve külfetlerde ve millet hayatının her türlü tecellisinde ortak olduğu, birbirinin hak ve hürriyetlerine kesin saygı, karşılıklı içten sevgi ve kardeşlik duygularıyla ve ‘Yurtta sulh, cihanda sulh’ arzu ve inancı içinde, huzurlu bir hayat talebine hakları bulunduğu...”

Burada dikkat çeken ilk husus, devletin anayasa metninde “Yüce” sıfatıyla anılmasına rağmen, Türk vatanı ve milleti sözcüklerinin önünde benzer bir sıfatın bulunmamasına binaen devletin milletten söylemsel olarak üstün bir konuma oturtulmasıdır. Dikkat çeken bir başka husus, hiçbir faaliyetin diğer sayılanlarla birlikte Türklüğün tarihi ve manevi değerlerinin karşısında korunma göremeyeceğinin belirtilmesidir. Böylece Türklüğün tarihi ve manevi değerleri, milletin kurucu

ilkelerden biri haline getirilmektedir. Böylece millet ve milliyetçilik kuramları içinde ulusları, ezelden getirilen dilsel, irksal, tarihsel ve kültürel ortaklıklar üzerinden düşünen ve bu suretle onları kadim ve doğal yapılar olarak gören ilkçi (primordialist) yaklaşımla (Özkırımlı, 2019: 189-192) belli oranlarda çakışma gerçekleşmektedir. Burada en göze çarpan, “Türklüğün tarihi ve manevi değerleri” ifadesidir. Zira bir Türk vatandaşı -ki, Anayasa’ya göre bu bir Türk’tür- Türklüğün tarihine ve manevi değerlerine karşı herhangi bir faaliyette bulunursa korunma göremeyecektir. Paragrafın bağlamı içinde düşünüldüğünde, milletin ve devletin bölünmez bütünlüğünün yanında, ayrıca bir Türklük tarihi ve maneviyatının belirtilmesi, Anayasa’da Türk etnisine söylemsel düzeyde verilen bir ayrıcalığı imlemektedir. Zira ifade “Türk vatandaşlarının tarihine ve manevi değerlerine...” şeklinde kurulmamıştır. Öte yandan Türk vatandaşlarının milli iftihar, gurur, keder ya da görevlerde ortak bir kader birliği içinde olduğunun belirtilmesiyle *her Türk vatandaşının* kişisel özellikleri ne olursa olsun, bu bütünlüğün bir parçası olduğu kabul edilmektedir.

1982 Anayasası’nda dikkat çeken bir başka nokta, 3. maddenin “TC’nin dili Türkçe’dir” şeklinde değiştirilmiş olmasıdır. Daha önce belirtildiği gibi 1961 Anayasası’nda “TC’nin resmi dili Türkçe’dir” ifadesi yer almaktaydı. Bu itibarla, yeni dönemde Türkçeden başka bir dilin anadil olarak devlet katında tanınmadığı söylenebilir.

Türklük, bundan önceki anayasalarda olduğu gibi hukuki olarak belirlenmiş bir statüdür. Anayasa’nın 66. maddesinde “Türk Devletine vatandaşlık bağı ile bağlı olan herkes Türk’tür. Türk babanın çocuğu Türk’tür” ifadeleri yer almaktadır. Öte yandan 403 sayılı Türk vatandaşlığı kanununa göre, “Türkiye içinde veya dışında Türk babadan olan ya da Türk anadan doğan çocuklar doğumlarından başlayarak Türk vatandaşlarıdır.” Böylece 1961 Anayasası’nda vatandaşlığın kazanımına ilişkin tespit edilen cinsiyet ayrımcılığı ortadan kalkmıştır. Bunun haricinde Türk vatandaşlığını doğum yeri esasına göre kazanma yolları da ilgili kanunda sıralanmıştır. Bunun anlamı Türk vatandaşlığını kazanımda hem kan esasının hem de doğum yeri esasının gözetilmesi, bu suretle de hem Doğu hem Batı tipi milliyetçiliğin esaslarından yararlanılışıdır.

Bu dönemde okutulan vatandaşlık kitaplarına bakıldığında Türk milletinin devletin varlık unsurlarından biri olarak nitelendiği görülür. (Dal vd., 1985:78). Milletse, maddi ve manevi unsurlarla fertlerin birbirine bağlı olduğu bir insan grubu olarak tanımlanmaktadır. Buna göre göre, maddi unsurlar dil, din ve ırk; manevi unsurlar ise tarihi, psikolojik faktörler ile kültür birliğidir. Bu tanım, 80’li yıllarda resmî ideolojinin milleti tanımlarken hukuki belirlenimin dışına çıktığını göstermektedir. Zira millet burada vatandaşlık bağıyla değil, ilkçi (primordial) bir anlayışla tanımlanmaktadır. Önceki dönemlerden farklı olarak artık millet tanımının içine din de birliğinin sokulması da burada dikkat edilmesi gereken bir başka husustur.

Anayasa metni ve bunu takip eden milli eğitim politikaları düzeyinde bunlar yaşanırken, toplumsal düzlemde devletin ve milletin bölünmez bütünlüğü anlayışına karşı çeşitli itirazlar artmaya başlamıştır. Bunlar arasında, en önemli mesele ise, *Kürt sorununun* ifadesini bulmaktadır.⁴ Aktürk'ün de ifade ettiği gibi (2010:104) 1980'lerden sonra kamusal alanda şiddet eylemleriyle özdeşleştirilen kesim artık Aleviler değil, Kürtlerdir.

Aslında *Kürt sorunu*, yekvücut bir ulus-devlet inşa etme projesinin bir uzantısı olarak cumhuriyet tarihi boyunca farklı politikalarla aşılmaya çalışılmıştır. Bu bapta, mesele önce Şark sorunu (aşiretler ve şeyhlerin Doğu ve Güneydoğu'daki hâkimiyetinden kaynaklı olarak modernizasyon araçlarının bölgeye girememesinden kaynaklı); sonra kalkınmamışlık ve az-gelişmişlik sorunu olarak ele alınmıştır (Heper, 2010). Bir bütün olarak bakıldığında ise, bir etnik kimlik olarak Kürtlerin varlığı asimilasyondan ziyade *görmezden gelici* bir siyasetle Türk aidiyeti içinde şekillendirilmek istenmiştir (Heper, 2010). Kürtleri çeşitli iktisadi, sosyal ve kültürel araçlarla milli devletin çekirdek kimliğine dâhil etmeye çalışmıştır. Ne var ki milli ideolojinin Türkiye'ye aitliği oluşturmada, etnik sınırları (dilsel, tarihi, kültürel) tüm farklı etnik kimlikleri kapsayacak şekilde genişletmesi Kürtlerin eğilimlerini marjinalleştirmiştir. 1970'li yıllarda siyasal düzlemde kendilerini duyurmaya çalışan Kürt grupların sesleri 1980'li yılların başında tamamen kısılmıştır. Özellikle askeri yönetim döneminde Diyarbakır Cezaevi'nde Kürtlere yapılan işkenceler 1979'da kurulmuş terör örgütü PKK'nın örgütle alakasız kişileri bile kendisine çekmesine yaramış, 1983 yılında çıkarılan 2932 sayılı "Kürtçe konuşmayı ve şarkı söylemeyi yasaklayan" kanun da Kürtlere karşı ülke çapında yürütülen baskıcı politikaların bir örneği olmuştur. Öte yandan bu dönemde PKK'nın şiddet eylemlerini önlemeye dönük bölgesel tedbir ve harekâtlar da hız kazanmıştır. Zira 80'li yılların ikinci yarısından itibaren Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde mekân tutan PKK, ülke çapındaki eylemleriyle devletin baş etmesi gereken bir terör sorunu haline gelmiştir. Bu bapta artık Kürtlerin etnik kimliklerini sürdürme çabaları ile PKK'nın Türkiye Kürdistan'ı kurma mücadelesi zaman zaman üst üste bindirilmiş, böylece ayrılıkçı olsun olmasın Kürtler toplumsal ve hukuki olarak zorluklarla karşılaşmıştır. Bunun en ilginç örneklerinden biri 1986'da İsveç'te verdiği bir konserde söylediği bir Kürtçe türkü yüzünden hakkında soruşturma başlatılan İbrahim Tatlıses'in 1988'deki bir başka konserde "Ben bir Kürtüm ama yasalar Kürtçe şarkı söylememi yasaklıyor" diyerek Kürtçe şarkı söylemeyi reddetmesidir.

Kürtlerin ulus-devletin mevcut unsurları içinde bir *sorun* haline gelmesi, aslında ulus-devlet inşa süreçlerinin teorik ve tarihsel iç çelişkilerinden beslenmektedir. Zira ideal bir düzen tesis etme hedefindeki kurgusal yönüyle ulus-devlet nosyonu, tabiatı gereği homojenliğin maksimizasyonundan

⁴ Kürt sorunu, burada tüm yönleriyle analiz edilemeyecek kadar müstakil ve geniş bir konudur. Bu nedenle meseleye, sadece genel bir panorama sunacak şekilde yaklaşmaktadır.

yanadır. Oysa söz konusu homojenliğin ülke sathına yayılabilmesi son derece zordur. Zira demokratik olma iddiasında bulunan siyasal yapılarda farklı unsurlar, kendi farklılıklarının tanınması, bunlara duyulması hakkına sahiptirler. Bu bapta olgu ile kurgu arasında var olan gerilimin giderilmesi adına demokratik çözüm arayışları benimsenebileceği gibi, baskıcı yöntemler de uygulamaya konulabilir. Türkiye’de özellikle erken cumhuriyet döneminde etnik meseleleri kaşımamak adına farklılıklar olabildiğince görmezden gelinmiş, bunu başaramadığı yerde özellikle 1980 darbesi sürecinde temel insan haklarını ihlal edecek şekilde sert tedbirlere başvurulmuştur (Ahmad, 2008:218; Zürcher, 2016:404).

1980’li yıllarda hak talepleriyle gündemde yeniden olan bir diğer grup Alevilerdir. Türkiye Cumhuriyeti’nin ana kurucu ilkelerinden biri her ne kadar laiklik olsa da Türk milletinin dininin toplumsal olarak sırasıyla Müslümanlık-Sünni-Hanefi olarak düşünülmesi dini düzenlemelerin bu inanın gereklerine göre yapılmasına neden olmuştur. Cem evlerine düzenlenen baskınlar, milli eğitim müfredatına konulan zorunlu din dersleri bunun çeşitli görünümüdür (Massicard, 2017). Bu gibi politikalar zaman içerisinde Aleviliğin siyasal yönünün güçlenmesine sebep olmuştur. Nitekim 1970’li yıllardan kalma politik bagajla Aleviler, 1980’li yılların sonlarına doğru Aleviler derlenip toparlanmış ve örgütlenmeye başlamıştır. Bu yıllarda Alevilik konulu yayınlarda adeta bir patlama yaşanmış, birçok yayın organı çıkarılmaya başlanmıştır. Devletin Alevi siyaseti ise son derece pragmatist bir düzlemde seyretmiştir. Siyasal İslam’ın yükseldiği zamanlarda Alevilik, *Kemalist kimliğinden* dolayı denge unsuru olarak kullanılmıştır. Aleviliği milliyetçilikle eklemlenmeye veya devlet adına kazanmaya dönük teşebbüsler, laikliğe açık karakteriyle ilgi gösterdiği Aleviliği İran-Arap etkilerinden arınmış, Türk halkı kültürüne özgü milli bir Müslümanlık hüviyetiyle tanımlayarak milliyetçi damarı işlemişlerdir” (Bora, 2007:120).

1990-2010 Yıllarında Vatandaşlık ve Kimlik

1990’lar hem dünya hem Türkiye tarihi açısından dönüşüm yılları olarak nitelendirilebilir. Sovyetler Birliği ve Yugoslavya’nın dağılması, ABD’nin hegemonyasını ilanı, buna paralel Avrupa Topluluğu’nun Avrupa Birliği’ni oluşturma yönünde attığı adımlar ve en nihayetinde sermayenin küreselleşmesi bu dönüşümün belli başlı köşe taşlarıdır. Tarihi boyunca yüzünü Batı’ya dönmüş olan Türkiye de söz konusu dönüşümden etkilenmiş, bir yandan ulusal ekonomiyi küresel sermayeye eklemlenmek için ekonomi politikalarında değişikliğe giderken, bir yandan da ulus-devletin geleceğinin tartışılmaya başladığı Avrupa konjonktüründe, önüne koyduğu Avrupa Birliği hedefinin gereklerini yerine getirme yolunda reformlara hız vermiştir. Bu gerek ise, 1980’lerden itibaren giderek artan dozlarda uygulanmaya başlayan liberal ekonomi politikalarından beslenmektedir. Zira Türkiye uluslararası ekonomi ve siyasete eklemlendiği ölçüde, uluslararası konjonktürün zorlamalarına -

olumlu ya da olumsuz- daha açık hale gelmiştir. Bu açıklığın kimlik ve vatandaşlık konularını ilgilendirdiği ölçüde de ulus-devletin şimdiye kadar tarif edilen anlayışının sorgulanmasına ve kısmen dönüştürülmesine imkân verdiği söylenebilir. Öte yandan tam da bu uluslararası gelişmelerin iç siyasal hayata yansımaları olarak değerlendirebileceğimiz şekilde özel televizyon kanallarının yayına başlaması, farklı görüşlerin kamusal alanda daha fazla yer bulması, sivil toplum örgütlerinin sayısında yaşanan artış ve o döneme dek benimsenen politikaların revize edilmesi süreci etkileyen önemli iç siyasal faktörler olarak bu dönüşüm döneminin parçası haline gelmektedir.

Nitekim Turgut Özal'ın başbakanlığıyla başlayan süreçle birlikte Türk milletinin bir parçası olarak diğer etnik aidiyetlerin varlığını kamusal alanda da tanıyacak düzenlemeler ve raporlar ardı ardına gelmiştir. 2932 sayılı kanunda düzenlenen Kürtçe konuşma yasağının, 1991'de kaldırılması; dönemin başbakanı Süleyman Demirel'in 1992'de "Kürt realitesini tanıyoruz" açıklaması; "Kürtlerin kendilerini ifade edebilecekleri düzenlemelere gidilmeli" diyen 1992 ANAP raporu; "Anadil yasağı kaldırılmalı, Kürtler kendilerini hayatın her alanında özgürce ifade edebilmeli" diyen 1993 SHP raporu; "Kürt sorunu Türkiye'nin iç meselesidir ve etnik duyarlılıklara demokratik yaklaşımla çözülür" diyen 1995 CHP raporu; "Kürt realitesi hukuken tescil edilmeli" diyen Doğu Ergil raporu; "Anayasa'daki dil yasakları ve mevzuattaki öteki sınırlamalar kaldırılmalı" diyen 2001 TÜSİAD raporu bunlardan bazılarıdır (Heper, 2010) Ne var ki demokratik tartışmalara giden yolun çok da pürüzsüz olmadığını vurgulamak gerekir. Zira önerileri yapanlar ya vatan hainliğiyle suçlanmış ya da hukuki kovuşturmayla tabi tutulmuşlardır. Bu arada 1990'ların ortalarında PKK, ayrı, bağımsız bir devlet kurma arzusunu bıraktığını ilan etmiş, örgütün konjonktürel gücüne göre de *Kürt sorununu* kâh Türkiye'deki kısmıyla sınırlı, kâh bütün bir Ortadoğu'nun sorunu -dolayısıyla o çapta bir çözüm gerektiren- olarak gören bir anlayışla iki kurucu ögeli Türkiye Cumhuriyeti, federasyon, Ortadoğu'nun tamamını kapsayan konfederalizm, vs. gibi değişik *çözüm önerileri* ortaya atmıştır (Laçiner, 2008: 3-6).

Türkiye 2000'li yıllara doğru giderken bu mesele etrafında PKK'nın eylemlerine son verdiğini açıklaması -sonradan bunun geçici olduğu anlaşılacaktır- ile etnik aidiyetler bahsinde siyasi hava ılımanlaşmaya başlamıştır. Üstelik sadece Kürtleri değil, Lazları, Çerkezleri, Alevileri, Boşnakları, Süryanileri ve bir bütün olarak gayrimüslim Türk vatandaşlarını ilgilendiren sorun bu ılımanlaşmış iklimin şemsiye konusu haline gelmiştir.

Nitekim Türkiye'de etnik aidiyetlerin tanınmasına yönelik yumuşayan siyaset en verimli ürünlerini 2001-2004 yılları arasında yapılan anayasa reform paketleri çerçevesinde vermiştir. Yapılan düzenlemeler, her ne kadar AB adaylığı sürecinde bir yol haritası niteliği taşıyan Katılım Ortaklığı

Belgesi'nin gerektirdiği *ödevler* niteliğinde olsalar da yine de farklı kimliklerin ifade edilmesine oluşturdıkları yasal dayanak bakımından hayli önemlidirler (Oran, 2008:116-124).

Söz konusu reform paketlerinden ilki 3 Ekim 2001'de kabul edilen anayasal değişiklikleri kapsamaktadır. Ulus-devleti tanımlayan Anayasa maddelerini ilgilendiren bölümleriyle bu pakette, 1982 Anayasası'nın 28. maddesi değiştirilerek "kanunla yasaklanmış olan herhangi bir dilde yayım yapılamaz" hükmü metinden çıkarılmıştır. Anayasa'nın vatandaşlığı düzenleyen 66. maddesinden "yabancı babadan ve Türk anadan olan çocuğun vatandaşlığı kanunla düzenlenir" hükmü atılmıştır. Siyasi parti kapatma esasları zorlaştırılmış, bunun için "laikliğe ya da devletin ve milletin bölünmez bütünlüğüne aykırı eylemlerin odak noktası haline gelmek" kriteri getirilmiştir. MGK kararlarının sadece tavsiye niteliğinde olduğu hükmü pekiştirilmiştir. İkinci paket (7 Mayıs 2004) Anayasa'da 10 maddelik bir değişikliği içermektedir. Değişikliklerde ulus-devleti ilgilendiren en önemli ifade farklılığı ise, basın araçlarının müsadere konusunda "milli güvenlik tehdidi, devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne tehdit" gibi muğlak hallerin, istisnai gerekçe olmaktan çıkarılmasıdır.

Anayasal değişikliklerle başlayan kanuni değişim süreci, AB Uyum paketleri ile devam ettirilmiştir. 6 Şubat 2002 tarihli pakette, TCK 216. madde ile, "Halkın sosyal sınıf, ırk, din, mezhep veya bölge bakımından farklı özelliklere sahip bir kesimini, diğer bir kesimi aleyhine kin ve düşmanlığa alenen tahrik eden kimse, bu nedenle kamu güvenliği açısından açık ve yakın bir tehlikenin ortaya çıkması halinde, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. Halkın bir kesimini, sosyal sınıf, ırk, din, mezhep, cinsiyet veya bölge farklılığına dayanarak alenen aşağılayan kişi, altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. Halkın bir kesiminin benimsediği dini değerleri alenen aşağılayan kişi, fiilin kamu barışını bozmaya elverişli olması halinde, altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır" hükümlerine yer verilmiştir. 26 Mart 2002 tarihli pakette, Dernekler Kanunu değiştirilerek "...azınlıklar bulunduğunu ileri sürmek veya Türk dilinden ve kültüründen ayrı dil ve kültürleri korumak, geliştirmek veya yaymak amacıyla dernek kurulması" yasak kapsamından çıkarılmıştır (Oran, 2008:122). 3 Ağustos 2002 tarihli pakette, yabancı dilde eğitim ve öğretim yasasında yapılan değişikliklerle, Türk vatandaşlarınca geleneksel olarak kullanılan farklı dil ve diyalektlerin öğrenilmesindeki, farklı dil ve diyalektlerde yayın yapmadaki sınırlamalar kaldırılmıştır. TCK madde 159 (yeni 301)'da yer alan "Türklüğü, Cumhuriyeti, Büyük Millet Meclisini, Hükümetin manevi şahsiyetini, Bakanlıkları, Devletin askeri veya emniyet muhafaza kuvvetlerini veya Adliyenin manevi şahsiyetini alenen tahkir ve tezyif etmek ve Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarına veya Büyük Millet Meclisi Kararlarına alenen sövmek" suçlarının kapsamı daraltılarak "Türklüğü, Cumhuriyeti veya Türkiye Büyük Millet Meclisini alenen aşağılamak, Türkiye Cumhuriyeti Hükümetini, Devletin

yargı organlarını, askerî veya emniyet teşkilatını alenen aşağılamak” şekline dönüştürülmüştür. 23 Ocak 2003 tarihli pakette Terörle Mücadele Kanunu’nun 8. maddesi kaldırılarak ifade özgürlüğü genişletilmiştir. Terör, şiddet ve zor kullanma unsurları ile tanımlanmıştır. Ayrıca, özel radyo ve TV kanallarının da çeşitli dil ve lehçelerde yayın yapmaları mümkün kılınmıştır. İmar Yasası’nda *cami* ibaresi *ibadet yeri* olarak değiştirilmiş, her din ve inanış için ibadet yeri yapılmasına olanak tanınmıştır. 30 Temmuz 2003 tarihli pakette ise 301. maddede yer alan Türklüğü aşağılamak fiiline ilişkin cezalar indirilmiş, ayrıca terörist örgütlere yardım konusu daraltılmıştır. 08.10.1996 gün, 27781 sayılı Resmî Gazete’de çıkan “Özel Kreş ve Gündüz Bakımevleri ile Özel Çocuk Kulüpleri Kuruluş ve İşleyiş Esasları Hakkında Hakkında Yönetmelik,” söz konusu mekânların kurucuları için aranan şartları arasında yer alan Türk olmak şartı ise, 30 Nisan 2015’te Resmî Gazete’de yayımlanan karar ile Türkiye Cumhuriyeti uyruklu olmak olarak değiştirilmiştir.

Bu değişikliklerin genel niteliklerine bakıldığında ilk göze çarpan bunların iddialı yanıdır. Diğer etnik aidiyetleri yok sayan yaklaşık yetmiş yıllık bir anlayışın ardından uygulamaya konulmak istenen değişiklikler hayli köktenci olmuştur. Ne var ki bu kanunların uygulanışında da zaman zaman teknik ve siyasal sorunlar yaşanmıştır. Örneğin gayrimüslim vakıflar, ellerindeki malların tapuya tesciline ilişkin- yasaya rağmen- yasal işlemleri yaptırmakta zorluklar çekmiş, Kürtçe dil kurslarının açılması için yürütülen prosedürlerde bürokratik engeller çıkarılmıştır (Oran, 2008:128). Türk milli kimliğinin formu niteliğindeki vatandaşlığın ise, bireylerin etken birer özne olmalarını destekleyecek haklar zemininde konumlandırılması zaman zaman akamete uğramış, vatandaşlığın görev yüklemine hak yüklemine göre daha fazla vurgu yapılmıştır. Bu çerçevede “ulusal birliğin tesis edilmesi, Türkiye’de vatandaşlık olgusunun varlık sebebi olarak belirlemektedir” (Kadıoğlu, 2008:34). Bu durum bireylerin vatandaşlığı negatif bir statü olarak algılamalarına, söz konusu statüden doğan karşılaşmaların ise genelde olumsuz olarak düşünülen zorunluluklardan (hastane, vergi dairesi, elektrik idaresi, karakol, belediye gibi kurumlardaki kötü muameleler) beslenmesine sebep olmuştur (Caymaz, 2007:159).

Öte yandan vatandaşlığı kazanma ya da kaybetme ile ilgili davalara bakıldığında da devletin çok geniş yetkilerle bu alanları düzenlemiş olduğu ifade edilebilir. Sözelimi vatandaşlık kazanımı için başvuran Ürdünlü Bay X’in başvurusu devletin genel güvenliği ve siyasi çıkarları dikkate alınarak reddedilmiş, vatandaşlığın kazanımı için gereken şartlar o kişi tarafından taşınsa da taşınmasa da son karar -o dönemki- Bakanlar Kurulunun takdirine bırakılmıştır (Ekşi, 2006:120-122). Öte yandan yetkili makamlardan izin almadan ve kendi isteğiyle başka bir ülke vatandaşlığına geçen kişilerin Türk vatandaşlığından çıkarılmaları, devlet ile birey arasındaki hiyerarşik ilişkinin bir uzantısı olarak okunabilir (Ekşi, 2006:148-149). Benzer şekilde yurtdışında bulunan ve askerlikle ilgili yasal işlemleri yaptırmayan bir kişinin ilgili uyruklu kanununa göre vatandaşlıktan çıkarılması (Ekşi, 2006:148)

Türkiye devletinin parçası olabilme şartının askerlikle ne kadar bağlantılı olduğunu göstermektedir. Devletin egemenlik alanının ve takdir yetkisinin genişliğini imleyen bir diğer örneğe eski bir Dev-Yol üyesine “halen geçerli bir iş yapmaması, eski siyasi faaliyetlerini sürdürmeye meyilli olması, eski örgüt mensuplarıyla çok ilişkiler içinde olması ve fırsat bulduğunda ideolojik faaliyetler içerisinde bulunacağını anlaşılması” gerekçesiyle pasaport verilmemesidir (Ekşi, 2006:207). Kararın dayanağı olarak Pasaport Kanunu’nun 9. maddesi (genel güvenliğe aykırı faaliyette bulunan kişiye pasaport verilmemesi) gösterilmektedir. Burada dikkat çeken nokta bir kişinin geçmişine bakılarak geleceği hakkında karar vermeye “genel güvenliğe tehdit” gibi muğlak ifadelerle yetki tanıyan iradedir. Benzer bir davada da Pasaport Kanunu’nun 8. maddesinde yer alan “TC’nin emniyetini ve umumi nizamını bozmak gayesiyle geldiği *sezilenler*” ifadesi bir Amerikan vatandaşının ikamet tezkeresinin uzatılması talebinin reddi için yeterli olmuştur. Zira örnek olayda söz konusu şahıs, Best Otel’de yapılan ayinlere rahip sıfatıyla başkanlık ediyor olmakla itham edilmektedir. Başka bir örnek davada ise, arkadaşına Hristiyanlıkla ilgili kitap ve broşür götürdüğünü iddia eden bir Amerikan vatandaşının oturma izni, Hristiyanlık propagandası yapıyor olduğu gerekçesiyle iptal edilmiştir (Ekşi, 2006:212-215). Polis Okulları Yönetmeliği 8. maddesi j bendinde ise polis okullarına giriş şartlarından biri olarak yabancı ile evli veya yaşar bulunmamak sayılmaktadır.

Örnekleri çoğaltmak mümkündür. Ne var ki tüm bu söylenenler göz önüne alındığında ulusal kimliğin farklı kimlikleri dışlamayacak ilkeler etrafında belirlenmesi ve kanun metinlerinin yoruma daha az açık bir dille yazılması yoluna gidilmesi toplumsal bir ihtiyaç olarak varlığını hissettirmektedir.

Kuşkusuz 90’lı ve özellikle 2000’li yıllar tüm aksaklıklara rağmen Türkiye’de demokratikleşme yönünde bulunulan yasal ve sivil girişimlerin hız kazandığı bir dönemi işaret eder. Medyanın da bu süreçte etkisi büyüktür. Örneğin Hürriyet gazetesinin 1997’den 2008’e dek çıkan sayılarında Kürtlerle ilgili olarak çıkan yazıların sayısındaki büyük artış medyanın konuyla ilgili temasının açık bir göstergesidir.⁵ Ne var ki bu olumlu gelişmeler, mevcut ulus-devlet anlayışının daha da demokratik hale gelmesi gerekliliğini ortadan kaldırmaz. Zira Cumhuriyet tarihi boyunca milli kimlik inşasının temel unsuru olarak alınan Türklük tözselleşmiş, devlet ve toplumla ilgili hemen her konunun “onun için, onun üzerinden, onunla ya da ona rağmen” içinin doldurulduğu bir öz haline gelmiştir. Bora’nın ifadesiyle “Türk milleti neredeyse insanlık tarihinin başlangıcından beri, üstelik milli şuuruyla –hiç değilse onun ilkel ön-biçimleriyle- var olan bir antite olarak tarihdışılaştırılmıştır (Bora, 2007:34). İşte, bu tarihdışılaşmış millet anlayışını temel insan haklarına ve hukuk devletinin üstünlüğü ilkelerine

⁵ Hürriyet gazetesinde Kürtlerle ilgili 1997 yılında 133, 98’de 652, 99’da 730, 2000’de 404, 2001’de 241, 2002’de 722, 2003’te 1304, 2004’te 954, 2005’te 1533, 2006’da 1157, 2007’de 2579, 2008’de 1555 adet haber çıkmıştır. Hürriyet arşiv sayfası, <http://arama.hurriyet.com.tr/kurt/kurt.aspx?keyword=k%fcrt>

saygılı laik hukuk devletinin tüm toplumsal bileşenleriyle daha demokratik bir tabanda ele alınması gerekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Millet olgusuna modernist yaklaşımların bakışı çerçevesinde ulus-devletlerin, ulusu oluşturan ögelerin olgusal tarihini olabildiğince tek bir aidiyet altında birleştirerek siyasal egemenliklerini hâkim ve meşru kılmaya çalışmaları Erözden'in ifade ettiği üzere *kurgu* ile *olgu* arasında az ya da çok bir makasa sebep olur. Bu makasın daraltılmasında siyasal iktidarların benimseyeceği politikaların sertliği ya da yumuşaklığı da o ülkenin demokratikleşme yolundaki performansının notu olarak düşünülebilir. Bu nedenle, ulus-devletler içinde vatandaşlık ve kimlik uygulamaları demokratik süreçlerle doğrudan bağlantılıdır. Nitekim yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren genel olarak kimlik tartışmalarının çatalanmaya başlaması ile farklı ve çoğul kimlikler benimseyen birey ve gruplara verilen ulusal ve kolektif hakların sınırlarının genişlemesi, vatandaşlık nosyonuna dahil olan haklar manzumesinin zaman içinde gelişmesine sebep olmuştur.

Tüm bu süreçlerin Türkiye'deki karşılıkları 1960'lardan 2000'lere kadar gelen süreç etrafında incelendiğinde, ülkede vatandaşlık ve kimlik anlayışının olgu-kurgu gerilimini yansıtacak şekilde Türk etnik çekirdeği etrafında örgütlenmiş ulusal aidiyet çerçevesinde biçimlendirildiği tespit edilebilir. Diğer bir ifadeyle Türkiye'de vatandaşlık ve kimlik meseleleri bir yandan Batı tipi yurttaşlık anlayışının, bir yandan da Doğu tipi milliyetçiliğin çeşitli görünümleri arasında salınmaktadır. Burada hem 1961 Anayasası'na hem 1982 Anayasası'na bakıldığında Türk olmanın, Türkiye Cumhuriyeti'ne vatandaşlık bağı ile bağlı olmak olarak anlaşıldığı görülmekle birlikte, Türk milletine aidiyetin özellikle Türk harsına dâhil olma politikalarıyla desteklenmesi iki tip milliyetçiliğin Cumhuriyet tarihinde sentezlendiğine işaret etmektedir. Hem 1960'lardan 1980'lere, hem 1980'lerden 1990'lara devlet katında farklı etnik kimliklerin tanınmasına farklı düzey ve araçlarla direnç gösterilmiş, özellikle darbe dönemlerinde baskı politikaları artmıştır. 1990'lardan 2010'lara ise hem uluslararası hem de ulusal konjonktürde yaşanan gelişmelerin bir neticesi olarak vatandaşlık ve kimlik politikalarında bir yumuşamaya gidildiği ifade edilebilir. Öncelikle *Kürt sorunu* ile ilgili atılan adımlar, daha sonra daha geniş kimlik taleplerini karşılayacak şekilde AB Uyum Paketleri ile ilgili olarak yapılan düzenlemeler bu yoldaki aşamalardır. Yine de uygulamada aksaklıklar da yaşanmaktadır. Söz konusu aksaklıkların kökeni ise, *olgu-kurgu* gerilimini besleyen anlayışta ısrar etmektir.

Nitekim hem dünyada hem Türkiye'de birtakım aksaklıklara sebep olan, her şeyden önce katı ve çağın gereklerine uyum sağlayamayan bir yönetim anlayışında dönüşümlere gitmemektir. Kadioğlu, ortaya çıkış motivasyonu ve gelişim çizgisi düşünüldüğünde -Fransız Devrimi'nin özgürlük, eşitlik ve kardeşlik ilkelerini hatırlamak yeter- demokratik açılımları olan ulus-devletin, yaklaşık iki yüzyıllık

tarihinde evrildiğini, değiştiğini ve demokratik içeriğinden arınarak, tutucu- dışlayıcı bir siyasal model haline geldiğini ifade etmektedir (2008:31). Buna karşılık özellikle 1990 sonrasında uluslararası arenanın yapısında meydana gelen gelişmeler ve küreselleşme ve ulus-devletin anlamsal sınırlarının sorgulanmaya başlaması ile ulus-devletin homojenleştirici paradigması açmaza girmiştir. “Artık tekil çıkarılardan bir ortak çıkar oluşturma kapasitesi azalmakta, tekil kimlikleri bildik modern siyasal alan çerçevesinde bir araya getirmek giderek zorlaşmaktadır” (Özkazanç, 2009:263). Bu çerçevede ulus-devlet türdeşleştirici, bütüncül ve mutlak otoriter yapıdan daha esnek, farklı toplumsallıkları kapsayan, küresel düzenin parçası durumunda bulunan bir modele evrilmektedir (Beriş, 2008:77). Buna binaen de ulus-devlet ve vatandaşlığın dönüşümünü amaçlayan öneriler ortaya atılmaktadır. Bu önerilerden bir tanesi ulus-sonrası yapılanmalar, bir diğeri ulustan arındırma (Sassen, 2003: 286-287). Ulus-sonrası yapılanmalar, ulusal alanın dışında konumlanan Avrupa Birliği vatandaşlığı ya da *kent vatandaşlığı* gibi yeni vatandaşlık biçimleri esasında tartışılmaktadır. Türkiye’de bu tartışmaların yürütülebileceği yapısal bir dönüşüm sürecine girilmediğinden -Türkiye hala AB adaylığı sürecindedir- Türkiye’yi *ulustan arındırma* önerisi içinde düşünmek (Kadıoğlu, 2008:33), *olgu-kurgu* gerilimini azaltarak demokratik taleplere yer açmak bakımından daha ufuk açıcı görünmektedir

Ulustan arındırma, ulus-sonrasından farklı olarak küresel olguları ulusal olanın dâhilinde ve ulusal kurumlar yoluyla mümkün kılarak, ulusal alan içinde ve ulus-sonrasına geçmeden demokratikleşmeyi gündeme getirmektedir. Gruplara azınlık statüsü vererek hakların genişletilmesi yerine negatif hakların derinleştirilerek uygulanması yoluyla huzursuzluğun giderilmesini esas aldığı için de Türkiye örneği için elverişli bir öneri olduğu söylenebilir. Zira negatif hakların derinleştirilmesi, yasakların kaldırılması, statüsü insan olmakla ilişkilendirilmiş hakların tam anlamıyla uygulanması anlamına gelmektedir. Örneğin kişinin kendini anadilinde ifade edebilmesi, temel bir insan hakkı olan düşünce özgürlüğünün bir uzantısı sayılabilir. Anadilin kullanıl(a)madığı durumlarda düşünce özgürlüğünün de kısıtlandığı aşikârdır. Nitekim Oran’ın da ifade ettiği gibi (2008), kimliklerin marjinalleşme nedeni hakların tanınması değil tanınmamasıdır. Onlara kendini ifade şansı verilmemesidir. Haklar konusunda gündeme gelen, yöneticilerin çoğunluğu gözeten eşitlikçi söylemi ve pratikteki ayrımcı uygulamalarının karşısında bazı grupların etnik, kültürel, dinsel farklılıklarını çeşitli şekillerde vurgulamaları tepkisel bir çıkıştır (Caymaz, 2007:160). Diğer bir ifadeyle bireyler farklılıkları tanınmadığı, özgürlükleri kısıtlandığında şiddete başvurabilmektedirler. Kaldı ki, öyle bir Türklük anlayışından böyle bir *Türk olmamak* neticesini, farklılığının bilincinde olanlar kadar bunu sübjektif bir şuur haline getirmese de hafıza kaydında *nötr* bir bilgi barındıran başka herhangi bir kişi de rahatlıkla çıkarabilir (Çalık, 2008:93).

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (2008), Modern Türkiye'nin Oluşumu, İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Aktürk, Ş. (2010) Türkiye'de Kürt Kimliğinin Siyasallaşma Süreci: 1918-2008, Türkiye'de *Kesişen Çatışan Dinsel ve Etnik Kimlikler* (Eds. R.Ö. Dönmez, P. Enneli, N. Altuntaş), İstanbul: Say Yayınları, 83-114.
- Anand R. M. (2003) Multicultural Democracy: Toward a better democracy, *Intercultural Education*, 14 (3), 263-277.
- Anderson, B. (2007), Hayali Cemaatler, (Çev. İskender Savaşır), İstanbul: Metis Yayınları.
- Aydınoglu, E. (2011), Türkiye Solu (1960-1980), İstanbul: Versus Yayınları.
- Bauman, Z. (2005), Bireyselleşmiş Toplum, (Çev: Yavuz Alogan), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beriş, H. E. (2008), Egemenlik Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Geleceği Üzerine Bir Değerlendirme, *SBF Dergisi*, 63(1), 55-80.
- Beriş, H. E. (2015), Tek Parti Döneminde Devletçilik (Türkiye'de Otoritarizmin Siyasal ve Ekonomik Temelleri), İstanbul: Tezkire Yayınları.
- Bora, T. (2007), Türk Sağının Üç Hali, İstanbul: Birikim Yayınları.
- Caymaz, B. (2007), Türkiye'de Vatandaşlık (Resmi İdeoloji ve Yansımaları), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çalık, M. (2008), Hangi Milliyetçilikle Nereye Kadar?, (Ed. Huzeyfe Süleyman Aslan), *Milliyetçilik Ufku*, Ankara: Binyıl Yayıncılık.
- Dal, K., Çakıroğlu, O. ve Özyazgan A. İ. (1985) Vatandaşlık Bilgisi, MEB Yayınları, Ankara.
- Ekşi, N. (2006), Kanunlar İhtilafı Kurallarına, Milletlerarası Usul Hukukuna, Vatandaşlık ve Yabancılar Hukuku'na İlişkin Seçilmiş Mahkeme Kararları, İstanbul: Beta Yayınları.
- Erözden, O. (2008), Ulus-Devlet, İstanbul: XII Levha Yayınları.
- Gellner, E. (2008), Uluslar ve Ulusçuluk, (Çev. B. Ersanlı), İstanbul: Hil Yayınları.
- Göle, N. (2000), İslam ve Modernlik Üzerine Temel Tezler, İstanbul: Metis Yayınları.
- Heper, M. (2010), Devlet ve Kürtler, İstanbul: Doğan Kitap.
- Hobsbawn, E. (2006), Milletler ve Milliyetçilik, (Çev. O. Akınhay), İstanbul: İletişim Yayınları.

- Kadioğlu, A. (2008) Vatandaşlığın Ulustan Arındırılması: Türkiye Örneği, (Ed. Ayşe Kadioğlu), Vatandaşlığın Dönüşümü, Metis Yayınları, İstanbul.
- Kohn, H. (1994) Western and Eastern Nationalism, (Eds. J. Hutchinson, A. Smith), Nationalism, Oxford: Oxford University Press, 162-165.
- Laçiner, Ö. (2008), Kürt Sorunu: Çözumsuzlüğün Taraf (tar)ları, Birikim Dergisi, 234, 3-6.
- Massicard, E. (2017), Alevi Hareketinin Siyasallaşması, (Çev. Ali Berktaş), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Offe, C. (1985), New Social Movements: Challenging the Boundaries of Institutional Politics, Social Research, 52 (4), 817-68.
- Oran, B. (2008), Türkiye’de Azınlıklar, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özkazanç, A. (2009), Toplumsal Vatandaşlık ve Neo-liberalizm Sorunu, SBF Dergisi, 64(1), 247-274.
- Özkırımlı, U. (2019) Milliyetçilik Kuramları (Eleştirel Bir Bakış), İstanbul: Doğu-Batı Yayınları.
- Robertson, R. (1999), Küreselleşme, Toplum Kuramı ve Küresel Kültür, Çeviri: Ü. H. Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Rousseau J. J. (2006), Toplum Sözleşmesi, (Çev. Vedat Günyol), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Sassen, S. (2003), Towards Post-National and Denationalized Cizenship, (Eds. E.F. Işın, Byran Turner), Handbook of Citizenship Studies, Londra: Sage Publications, 277-291
- Smith, A. (1984) Review Article: Ethnic Persistence and National Transformation, British Journal of Sociology, 35(3), 452-461.
- (1989), The Origins of Nations, Ethnic and Racial Studies, 12 (12), 340-367.
- Uyar, H. (2007), “Atatürk Dönemi İç Politikası,” (Ed. S. İnan ve E. Haytoğlu), Yakın Dönem Türk Politik Tarihi, Ankara: Anı Yayınları, 43-76,
- Yaman, A. (2010), Türk Siyasi Tarihinde Alevilik, Türkiye’de Kesişen Çatışan Dinsel ve Etnik Kimlikler (Eds. R.Ö. Dönmez, P. Enneli, N. Altuntaş), İstanbul: Say Yayınları, 115-144.
- Zürcher, E. (2016) Modernleşen Türkiye’nin Tarihi, (Çev. Yasemin Saner), İstanbul: İletişim Yayınları.
- 1924 Anayasası,

<https://www.anayasa.gov.tr/tr/mevzuat/onceki-anayasalar/1924-anayasasi/>

1961 Anayasası,

<https://www.anayasa.gov.tr/tr/mevzuat/onceki-anayasalar/1961-anayasasi/>

1971 Muhtıra Metni,

<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/12-mart-muhtirasinin-uzerinden-48-yil-gecti/1414573>

1982 Anayasası,

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf>

<http://arama.hurriyet.com.tr/kurt/kurt.aspx?keyword=k%fcrt>

Yerli ve Yabancı Turistlerin Her Şey Dahil Sistemini Tercih Nedenleri ve Memnuniyet Düzeyleri: Antalya Örneği¹

Mustafa BOZ* Buket BULUK EŞİTTİ**

ÖZET

Özellikle Antalya ilinde yer alan konaklama işletmelerinde yaygın olarak kullanılan her şey dahil sistemi, yerli ve yabancı turistlerin bu bölgeyi tercih etmelerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu anlamda bu çalışmanın temel amacı, Antalya'yı ziyaret eden ve her şey dahil sistemi ile konaklayan yerli ve yabancı turistlerin her şey dahil sistemini tercih nedenlerini, her şey dahil sistemini tercih ederken önem verdikleri konuları ve bu sistemden memnuniyet düzeylerini tespit edebilmektir. Bu amaçla çalışmanın saha araştırması, tatillerini her şey dahil paket tur satın alarak Antalya'da geçiren yerli ve yabancı turistler ile 1 Nisan-30 Mayıs 2018 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemi ile yüz yüze anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, her şey dahil paket tur alırken turistler için en önem verdikleri konulardan "otelin sosyal medyadaki genel değerlendirmesi", "aile ve arkadaş tavsiyeleri" ve "tatilin güvenli olması" unsurlarının ilk üç sırada yer aldığı görülmüştür. Turistlerin memnun kaldıkları konular arasında ise ilk üç sırada "fiyat", "yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği" ve "yiyecek ve içeceklerin kalitesi" unsurlarının yer aldığı tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, her şey dahil sistemde yer alan konaklama işletmeleri yöneticilerine stratejik fikirler sağlayabileceği düşüncesinden hareketle birtakım önerilerde bulunulmuştur.

Araştırma Makalesi

Geliş: 05.12.2020

Kabul: 26.12.2020

Anahtar Kelimeler:

Her Şey Dahil Sistemi,
Konaklama İşletmeleri,
Paket Tur,
Turist Memnuniyeti,
Turist Tercihleri.

Reasons of Domestic and Foreign Tourists' Preferences of All-Inclusive System and Satisfaction Levels: Antalya Case

ABSTRACT

All-inclusive system, which is widely used especially in the accommodation businesses in Antalya province, has an important effect on the local and foreign tourists preferring this region. In this sense, the main purpose of this study is to determine the reasons why local and foreign tourists who visit Antalya and stay with the all-inclusive system prefer this system, the issues they care about when choosing the all-inclusive system, and their satisfaction level with this system. For this purpose, the field research of the study was carried out by applying a face-to-face questionnaire with the easy sampling method between April 1 and May 30, 2018 with local and foreign tourists who spend their holidays in Antalya by purchasing an all-inclusive package tour. The data obtained showed that "the general evaluation of the hotel on social media", "family and friend recommendations" and "the safety of the holiday", which are among the most important issues for tourists while taking an all-inclusive package tour, are in the top three. It was seen that among the top three issues that tourists are satisfied with are "price", "variety of food and beverages" and "quality of food and beverages". As a result of the study, some suggestions were made based on the idea that it can provide strategic ideas to the managers of the accommodation businesses in the all-inclusive system.

Research Article

Received: 05.12.2020

Accepted: 26.12.2020

Keywords:

All Inclusive System,
Accommodation
Businesses,
Package Tour,
Tourist Satisfaction,
Tourist Preferences.

¹ Bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje No:1240.

* Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı, m.b.istanbul@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9823-4117>

** Arş. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı, bulukbuket@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5646-6166>

GİRİŞ

Turizm sektörü, en hızlı gelişme gösteren ve sosyo-ekonomik olgu olma özelliğini sürdüren bir sektördür. Günümüzde turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke için en önemli sektörlerden birisi haline gelmiştir. Zira turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyal alanlarda kendini hissettirmektedir. Gelişen turizm sektörü, bir ülkenin ödemeler dengesinin düzelmesinde, gelir yaratılmasında dolayısıyla ülke döviz gelirlerinin artırılmasında, bağlantılı olduğu diğer birçok sektörün (inşaat, yeme-içme, eğlence, taşımacılık vb.) hareketlenmesinin sağlanmasında, altyapı ve üstyapı yatırımlarının artırılmasında ve en önemlisi istihdam olanaklarının yaratılarak işsizlik probleminin yükünün azaltılmasında önemli etkilere sahiptir. Türkiye için de turizm sektörü ekonomik kalkınmada kilit bir rol oynamakta olup, döviz kaynağı ve istihdam yaratmada ulusal bir önceliğe sahiptir.

İkinci dünya savaşının ardından 1950'lerde ivme kazanmaya başlayan uluslararası turizm hareketleri, 1970 ve 1980'li yıllarda deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı, insanların kitle halinde hareket ettiği, turist davranışlarının pasif olduğu, standartlaştırılmış paket turlarla geleneksel kitle turizmi olarak gelişme göstermiştir (Cojocariu, 2015: 960). 1970'li yıllar itibariyle turizm endüstrisine yönelik yaşanan büyük çaplı gelişmelerdeki en önemli faktör paket turlardır. Paket turlar, ortaya ilk çıktığı dönemlerde belirli toplulukların belirli amaçlar kapsamında yararlandıkları seyahatlerden oluşmaktayken, sonraki dönemlerde "hızlı" ve "ucuz" seyahatler gerçekleştirmek isteyen gruplara ulaşmasıyla birlikte "yaygınlık" kazanmıştır (Gürkan, 2002: 52). Kitle turizminin yaygınlaştığı 1990'lı yıllarda paket turların içerisine uçak biletlerinin, konaklamanın (oda-kahvaltı, yarım ya da tam pansiyon), rehberlik hizmetlerinin ve havaalanı transferlerinin dâhil edilmesiyle yerel seyahat acenteleri veya aracı ve dağıtıcı kuruluşlarla satışlarını yapan tur operatörleri, zamanla paket programlarına değişik bir boyut kazandırmışlardır. Bu boyut da, konaklama işletmelerinin sundukları oda-kahvaltı, yarım veya tam pansiyon uygulaması yerine her şey dahil konaklamalara ağırlık vermeleridir (Gökdeniz, vd., 2000: 290). Paket tur içerisinde yer alan "her şey dahil sistemi"nin ilk uygulaması, çevre koşullarının yetersizliği ve aktivite eksiklikleri sebebiyle, Karayipler'de çevresi yüksek duvar ve teller aracılığıyla koruma altında olan geniş çaplı otellerde, lüks şato ve saraylarda gerçekleşmiştir. Daha çok İngiliz tur operatörleri tarafından gelir seviyesi yüksek kişilere yönelik paket olarak hazırlanan bu turlar, daha sonra hızla yayılmış ve Akdeniz'e kıyı ülkelerle birlikte Türkiye'de de uygulanmaya başlanmıştır (Yürük, 2002: 292).

Türkiye gerek tarihi, kültürel, doğal güzellikleri ile gerekse de gelişmiş üst ve altyapı yatırımları ve yetişmiş insan kaynağı ile büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Geçmiş yıllarda Türkiye, daha çok

turist sayısını hedefleyerek, deniz-kum-güneş olarak da adlandırılan kitle turizmine odaklanmıştır. Bunun sonucunda Türkiye’de, paket turlar ve paket turların ileri aşaması olarak her şey dahil paket tur sistemi gittikçe yaygınlaşmıştır.

Her şey dahil sistem; daha önce uygulamadaki “oda-kahvaltı”, “yarım pansiyon” ve “tam pansiyon” konaklama türlerinden ziyade; kahvaltı, öğle-akşam yemekleri, ara öğünlerde verilen yemekler, gece yemekleri, yerli-yabancı içkiler, sıcak soğuk içecekler, animasyonlar, spor aktiviteleri ve müşterilerin ihtiyaç duyabilecekleri diğer tüm aktivite ve hizmetlerin fiyata dahil olduğu bir sistemdir (Otar, 2008). Müşteriler bu sistemde, tatil ücretlerini peşin ödemekte ve bu sayede tatilleri esnasında ödeme yapma kaygısı taşımadan, ekstra harcamalardan uzak bir tatil geçirme imkânı bulmaktadır. Bu anlamda bu çalışmanın amacı, Antalya’yı ziyaret eden ve her şey dahil sistemi ile konaklayan yerli ve yabancı turistlerin her şey dahil sistemini tercih nedenlerini, her şey dahil sistemini tercih ederken önem verdikleri konuları ve bu sistemden memnuniyet düzeylerini tespit edebilmektir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Her Şey Dahil Sistemi Kavramı

“Her şey dahil sistemi”, “paket tur” çeşitleri arasında yer almaktadır. “Paket tur”, bir seyahatin ayrı ayrı parçaları olan “ulaştırma”, “konaklama”, “yeme-içme”, “eğlence” gibi tamamının veya bir kısmının birleştirilmesiyle turistik tüketicilere “tek bir ürün” ve “fiyat” şeklinde satılması olayını kapsayan faaliyetler bütünüdür (Çevirgen ve Üngüren, 2009). “Her şey dahil tatil” kavramı ise; “uçak bileti”, “havaalanı transferleri”, “konaklama”, “yiyecek ve içecekler”, “tüm tesis ve donanımların kullanımı” unsurlarını kapsayan ve ücretinin önceden ödenmesini gerektiren tatilleri belirtmektedir (Özdemir, 2001). Her şey dahil sistemi, günümüzde yerli içecekler dahil her şey dahil, içeceklerin belirli saatler arasında ve belirli yerlerde servis edildiği her şey dahil, ekstra her şey dahil, ultra her şey dahil, maksimum her şey dahil gibi farklı uygulamaları içermektedir.

Paket turların ilk uygulamalarına, 1930’lu yılların başında İngiltere’deki tatil kamplarında rastlanmaktadır. Ancak, bu dönemde uygulamada olan sistem kapsamında içecekler ve diğer hizmetler için ödeme yapıldığından paket turlar, “her şey dahil” şeklinde ifade edilmemektedir. 1950’lerde Fransız bir yatırımcının İspanyol adası Mayorka sahilinde bir tatil kampı kurduğu ve yatırımcının, İspanyol devleti tarafından “yiyecek”, “konaklama” ve “diğer faaliyetler”e yönelik önceden belirlenmiş tek bir fiyatı uygulamakla yükümlü tutulduğu belirtilmiştir. Yine, 1950’lerle birlikte Club Mediterranean’ın “Club Tatil” adı altında her şey dahil sistemini dünya genelinde yer alan diğer tatil köylerinde uygulamaya başladığı ve her şey dahil sisteminin yayılmasını sağladığı ifade edilmiştir. Club Mediterranean tarafından yaygınlaşmasının sağlanmaya başlandığı her şey dahil sistemi, bütün

konaklama hizmetleri için önceden belirlenmiş tek bir fiyat sisteminin uygulamaya konması, etrafının yüksek duvarlarla ve teller aracılığıyla koruma altına alındığı, doğal çekiciliklerinin haricinde tarihi ve kültürel çekicilikleri olmayan Karayipler destinasyonunda “lüks şato” ve “saray”larda bütün ihtiyaçları karşılanmış bir şekilde tatil yapmayı arzulayan varlıklı turistik tüketicilerin sayılarının artış göstermesiyle büyük gelişmeler kaydetmiştir (Üner vd., 2006).

Zengin turistlere yönelik olarak başlayan her şey dahil tatil konsepti zaman içerisinde şekil değiştirmiştir. Tur operatörleri tarafından bir tatilin, turistlerin kendilerinin düzenleyebileceklerinden “çok daha ekonomik” bir fiyata mal edilmesi ve bunu bir paket şeklinde satmaları (Gürkan, 2002) ile tatile gidemeyen “orta” ve “az gelirli” turistik tüketicilerin kitle turizminin ucuz tatil imkanlarından yararlanmalarına fırsat vermiş, yıllar içerisinde paket turlara yönelik taleplerinin artmasını sağlamıştır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007).

Her Şey Dahil Sistemini Tercih Nedenleri

Turistik tüketicilerin paket turları tercih etme nedenleri arasında “güvence sunması”, “garantili düzenlemeler”, “faaliyetlere katılma garantisi”, “acentaların deneyim ve bilgisine olan güven”, “tur giderlerinin önceden bilinmesi”, “daha uygun fiyatlı tatil olanakları”, “zaman tasarrufu sağlaması” gibi gerekçeler yer almaktadır (Gürkan, 2002). Her şey dahil sistemin çıkış düşüncesi, turistik tüketicilerin tatilleri boyunca parasal işlemlerini minimuma indirgeyerek parasal konularda karar almak zorunda kalmamaları, para harcamaının ortaya çıkarabileceği sıkıntı ve sorunları ortadan kaldırma düşüncesinden kaynaklanmaktadır (Issa ve Jayawardena, 2003).

Her şey dahil sistemin, gün içindeki çeşitli harcamaları nedeniyle özellikle çocuklu aileler tarafından “ekstra ödemelerden kurtulmak” amacıyla tercih edildiği belirtilmektedir. Demir (2002) yapmış olduğu araştırmada, her şey dahil sisteminin “peşin ödeme rahatlığı” sebebiyle özellikle kalabalık aileler tarafından tercih edildiği tespit edilmiştir. Buna ek olarak, “günlük harcamaları takip etme zorunluluğunun olmaması” ve “istenildiği kadar tüketim yapabilme kolaylığı”nın her şey dahil sisteminin çekiciliğini arttırdığını belirtmiştir. “Her türlü yiyecek ve içeceğin”, “rekreasyonel faaliyetlerin”, “sportif aktivitelerin” ve buna benzer “diğer maliyetlerin” bütünü kapsayan “sabit ücret”, tatile katılan turistik tüketicileri “detaylarla uğraşmaktan” kurtarmaktadır (Çifçi vd., 2007).

Heung ve Chu'nun 2000 yılında Hong Konglu turistlerle yaptıkları araştırmada, turistlerin her şey dahil sistemini tercih etme nedenleri arasında ilk üç sırada “acentenin ünü” “sözlü iletişim” ve “personel davranışları” olduğu görülmüştür.

Üngüren ve Cengiz'in 2009 yılında yapmış oldukları çalışmada, ABD'li turistik tüketicilerin %52'sinin her şey dahil sistemini tercih ettikleri görülmüştür. ABD'li turistlerin bu sistemi seçme nedenleri arasında “sabit ücretin her şeyi içermesinin kolaylık sağlaması” ve “beklenmedik tatil maliyetlerini ortadan kaldırması” olduğu belirlenmiştir. Özetle, her şey dahil sistemin ana fikrinin, “tatil süresince parasal işlemleri en aza indirmek”, “para ile ilgili bazı kararları almamak”, “para harcamanın oluşturabileceği sıkıntı veya sorunları ortadan kaldırmak” olduğu ifade edilmiştir (Issa ve Jayawardena, 2003: 168).

Her şey dahil sisteminin, seyahat acentaları ve tur operatörleri açısından da pazarlamaya yönelik birtakım kolaylıklar sağlaması nedeniyle talep gördüğü belirtilmektedir (Gürkan, 2002). Konaklama işletmeleri tarafından “her şey dahil sistemi”ne yönelmelerine yönelik en önem arz eden unsur olarak, her şey dahil sisteminin “doluluk oranlarını arttırması” işaret edilmektedir. Her şey dahil sisteminin konaklama ve ulaştırma işletmeleri açısından tercih edilmesinin diğer nedenleri arasında ise konaklama ve ulaştırma işletmelerinin doluluk oranlarını arttırması, bu işletmelere yeni potansiyel pazarlar oluşturması, bu işletmelerin reklam ve tanıtım giderlerini azaltması, bu işletmelerin tanıtımını sağlaması ve bu işletmelerin verimliliğini ve karlılığını arttırması gibi faktörler yer almaktadır (Tuncer, 1997: 38). Demir ve Demir'in 2001 yılında gerçekleştirdikleri çalışmada, konaklama işletmeleri tarafından her şey dahil sistemine geçişin doluluk oranlarını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Yürük (2002), konaklama işletmelerinin her şey dahil sistemine yönelmelerinin temel nedeninin “ürün ve hizmetlerini daha rahat pazarlayarak doluluk oranlarını arttırmak” olduğunu ifade etmiş ve bu sistemin, “her şeyi hazır bulmak isteyen”, “bunun kolay yolunu tercih eden”, “teknoloji dünyasında var olmaya çalışan” turistik tüketiciler tarafından da “kolay bir şekilde kabullenilmiş bir pazarlama sistemi” olduğu belirtilmiştir.

Her Şey Dahil Sisteminin Yaygınlığı

Dünya genelinde ve Türkiye’de özellikle deniz–kum–güneş turizmine dayalı kıyı bölgelerde her şey dahil paket turlar gittikçe yaygınlaşmaktadır. Yapılan araştırmalarda Kenya’ya giden turistlerin %87’sinin, İspanya’nın Balear ve Mayorka adalarına giden turistlerin %85’inin (tourismconcern.org.uk, 2012); ABD’li turistlerin ise %52’sinin her şey dahil sistemini tercih ettikleri (Üngüren ve Cengiz, 2009) görülmüştür. Ayrıca, Türkiye’ye ve Tunus’a satılan tur paketlerinde her şey dahil turların oranı %90 iken, Tayland’da bu oran %28, Yunanistan’da %62, Kıbrıs’ta %43, Birleşik Arap Emirlikleri’nde ve İspanya’da %34, Vietnam’da %23 olarak kaydedilmiştir (Çelik, 2017). Her şey dahil talep ve arz gittikçe artmaktadır (Anderson, 2012: 318). Dominik Cumhuriyeti, dünyanın en büyük her şey dahil tatil endüstrisiyle Karayipler’in en popüler destinasyonudur (responsibletravel.com, 2013).

Antalya'ya gelen yabancı turistlerin ise %85'i paket turları, bunların da %82'si her şey dahil paket turları kullanmaktadır (Aksu vd., 2008). Ekin Yazım Merkezi Araştırma Birimi'nin 2004'te yaptığı çalışma, her şey dahil sistemin yurtdışı pazarını takiben yurtiçi pazarında da yayıldığını göstermiştir. Her şey dahil sistemi uygulayan tesislerin arzı, artan talebe bağlı olarak büyümektedir. 2011 yılı verilerine göre uluslararası tur operatörü Thomas Cook, sadece Türkiye broşürlerinde 135 her şey dahil tesise yer vermiştir (Johnson, 2011). "Alltours", %85 oranla en fazla "her şey dahil tur" satan tur operatörüken TUI ise %50 oranla en düşük "her şey dahil tur" satan şirket olmuştur. Çalışmanın gerçekleştirildiği altı adet tur operatörünün ortalamasının ise %69 şeklinde saptandığı görülmüştür. Bu tespit, her şey dahil sisteminin Türkiye turizminin geleceğine yönelik olarak ele alınmasını ve incelenmesini gerektiren bir konuya dönüşmesine yol açmıştır (Resort Turizm ve Seyahat Dergisi, 2004: 16).

Her Şey Dahil Sisteminin Olumlu ve Olumsuz Tarafları

Her şey dahil sisteminin olumlu ve olumsuz tarafları sıklıkla tartışılan konular arasında yer almaktadır. Bu tartışmaların çoğunlukla "turistler", "konaklama işletmeleri", "seyahat acentaları", "yöre esnafı" ve "bölge ya da bölge ekonomisine ve topluma katkısı" bağlamlarında değerlendirildiği görülmektedir (Özdemir, 2001).

Her şey dahil sistemi, en başta uygulayıcılar konumundaki konaklama işletmeleri açısından oldukça avantajlı bir pazarlama yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Barak, 2006). Her şey dahil sisteminin uygulanması ile birlikte geçmiş yıllardaki turizm sezonlarına göre daha uzun sezonlar yaşanmaktadır. Yapılan araştırmalar her şey dahil sisteminin, turizm sezonunun 15 ile 30 günlük bir uzamaya sebep olduğunu göstermiştir (Menekşe, 2005). Ayrıca, yıl içerisindeki bayram tatilleri, yıllık izin vb. gibi zamanların turistik amaçlı olarak kullanıldığı düşünüldüğünde, yıl içerisinde 7-8 aylık bir turizm sezonundan bahsedilebilir. Her şey dahil sistemini uygulayan konaklama işletmelerine, hizmetleri karşılığında seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından ödenen kısa vadeli yüksek miktartlı ödemeler, konaklama işletmelerinin mali yapılarının geliştirilmesi açısından önemlidir (Üner vd., 2006).

Konaklama işletmelerini tercih edecek konuk sayılarının daha önceden bilinmesi sonucu, özellikle malzeme alımlarında toplu alımları tercih eden konaklama işletmelerinin maliyetleri düşürme anlamında başarılı olmaları da her şey dahil sisteminin işletmeler açısından olumlu katkıları arasındadır. Her şey dahil sisteminin konaklama işletmelerinin maliyetlerini düşürmesi açısından avantajlı olan bir başka olumlu etkisi ise, nitelikli işgören sayılarının azalması ve konaklama işletmeleri için büyük bir maliyet yükü olan işçilik giderlerinin azalmasıdır (Otar, 2008).

Öte yandan, Türkiye destinasyonunda her şey dahil sistemini uygulamakta olan otellerin toplam cirolarının binde 5-10'unun "reklamasyon" olarak adlandırılan faturalara ödendiği belirtilmektedir. Söz konusu "reklamasyon" ödemeleri irdelendiğinde şikayetlerin çoğunlukla "yiyecek ve içeceklerin nitelik ve niceliğinden", "yiyecek ve içecek servisinin iyi organize olmamasından" ve "hijyenik konulardan" kaynaklı olduğu dikkat çekmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere birtakım "standart"ların oluşturulması zorunludur. "Yıldızlama" ve "belgelendirme" işlemlerinde asıl olan "turizm tesisleri yönetmeliği" ve "konaklama tesisleri genel nitelikleri" göz önüne alındığında, otel işletmeleri açısından birtakım standartların oluşturulduğu ve söz konusu standartların bir bölümünün her şey dahil sistemini "dolaylı" bir şekilde ilgilendiren "yiyecek-içecek", "servis" ve "hijyen kuralları"na kapsadığı anlaşılmaktadır (Yurtseven, 2004).

Her şey dahil paket turların büyük bölümünde, turist harcamalarının %80 kadarı, yerel işletmelere ve çalışanlara değil, merkezleri genellikle turist gönderen ülkelerde bulunan hava yollarına, konaklama tesislerine, tur operatörlerine ve diğer uluslararası şirketlere gitmektedir. Buna ilave olarak, yörede kalan gelirin önemli bir bölümü de sızıntı yoluyla tekrar yöreden dışarı çıkmaktadır (UNEPTIE, 2007). Her şey dahil sistem nedeniyle azalan gelirler ve artan sızıntı, bu durumu açıklamaya yardımcı olabilir. Çünkü yabancı turistlere yönelik paket turlar, yabancı tur operatörleri tarafından pazarlanmakta, elde edilen gelirlerin önemli bir bölümü ya ülkeye hiç girmemekte ya da yeniden yurtdışına çıkmaktadır.

Bunun yanında; her şey dahil paket turların yaygınlaşması, Türkiye'ye gelen turist profilini de olumsuz olarak etkilemektedir. Özdemir ve diğerleri (2011: 504) yaptıkları çalışmada her şey dahil sistem ile konaklayan müşteri profilinin genel olarak düşük ve orta gelirli kesimlerden oluştuğunu vurgulayarak önemli bir noktaya dikkat çekmektedirler. Benzer çalışmalar da bu argümanı desteklemektedir. Boz (2004) araştırmasında Antalya'yı ziyaret eden turistlerin %33'ünün düşük gelir grubundan, %45'inin orta gelir grubundan oluştuğunu tespit etmiştir. Aksu ve diğerlerinin (2008) araştırmasına göre de Antalya'yı ziyaret eden turistlerin %34,8'inin yıllık gelirleri 6.000 avrodan az, %20,1'inin yıllık gelirleri 6.000-12.000 avro arasında ve %11,4'ünün yıllık gelirleri 12.000-18.000 avro arasındadır.

Kitle turizmini büyük oranda yönlendiren uluslararası tur operatörleri TUI ve Thomas Cook, müşterilerini turlara katılmaları ve her şey dahil tesislerin dışında da zaman harcamaları konusunda teşvik ettiklerini belirtmektedirler. Ancak yine de turistlerin kaldıkları otellerde yiyip içmeleri ve böylece yerel ekonomiye katkılarının son derece kısıtlı kalması nedeniyle, farklı tatil yörelerinde birçok bar ve restoran iş yapamaz duruma düşüp kapanmak zorunda kalmaktadır (Johnson, 2011).

Bunun yanında, turizm kısa dönemli para kazanmak için ekonomik bir fırsat olarak görülmekte, bu anlayış da hizmet kalitesinde bir düşüşe yol açmaktadır. Bu sebeple, yanlış uygulamalar uzun dönemli sürdürülebilir turizm kalkınması için ve ayrıca doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasına yönelik tehdit oluşturmaktadır. Buna ilave olarak, hatalı uygulamaların yerel toplum üzerinde de birçok olumsuz etkiye yol açtığı bilinmektedir. Büyük oranda turizme bağımlı olmak, yerel işletmeler ve halk ile uluslararası tur operatörleri arasındaki ilişkilerde büyük bir eşitsizlik anlamına gelmektedir. Tourism Concern Topluluğu (2012), Türkiye’deki otelciler birliklerinden ve belediye başkanlarından, İngiliz tur operatörleri tarafından otellerini her şey dahil sisteme çevirmek için baskıya maruz kaldıklarını belirten öfke, hayal kırıklığı ve sıkıntı taşıyan raporlar aldıklarını belirtmektedir. Fethiye’de her şey dahil sistemini uygulayan bir otelde yapılan analizde, turist harcamasının sadece %10’unun bölge ekonomisine ulaştığı, komşu Sarıgerme köyünde bu oranın daha da az olduğu ortaya çıkmıştır. Örneğin, ortalama bir turist köy dükkânlarında bir günde harcadığı para 1 avro civarındadır (Datar, 2012).

Daha çok belirli müşteri kitlelerine hitap eden her şey dahil tur sistemi; denizi, güneşi, tarihi ve kültürel mekânları ile adeta “dünyanın açık hava müzesi” olan Türkiye bağlamında uygun olmadığına yönelik görüşlerin yoğun olduğu görülmektedir (Barak, 2006). Buna ek olarak, gerçekleştirilen yanlış uygulamaların neticesinde her şey dahil sistemi, Türkiye destinasyonunu ucuz bir pazara dönüştürmektedir. Her şey dahil tur fiyatları azaldıkça sunulan hizmetin kalitesi de azalmakta ve “ucuz hizmet” için gelen tüketici kitlesi de “kalitesiz” olmaktadır. Bu durumun, tesisleri bağlamında belirli bir kaliteye ulaşmış olan Türkiye destinasyonunun marka imajını zedelediği ve ülkeye döviz girdisini engellediği belirtilmektedir (Barak, 2006).

Her Şey Dahil Sisteminin Dünyadaki ve Türkiye’deki Gelişimi

Her şey dahil paket tur sistemine yönelik uygulamalar tarihi gelişimleri açısından ele alındığında, 1950’lerin ortasında bir Fransız olimpiik yüzücünün İspanya’nın Mayorka sahilinde kurmuş olduğu çadır kapsamında “konaklama”, “yeme-içme” ve “diğer hizmetleri” tek bir fiyat üzerinden sunması ile başlayan “her şey dahil” fikrinin oldukça ilgi topladığı görülmüştür (Aktaş vd., 2002). Çevre koşullarının yetersizliğinden ve aktivite eksikliğinden her şey dahil paket tur sistemine yönelik ilk uygulamaların, çevresi “yüksek duvarlar” ve “teller”le korumaya alınmış büyük otel ve saraylarda başladığı belirtilmektedir (Yürük, 2002). II. Dünya Savaşı’ndan hemen sonra kurulan Fransız Club Mediterranee, 1960 ve 1970’li yıllar boyunca “Club Tatil” adıyla her şey dahil uygulamasının uluslararası piyasalara taşınmasını sağlamıştır. Club Mediterranee’nin öncülüğünde uygulamaya konan tüm tatiller için tek fiyat olgusunun, özellikle Karayipler destinasyonunda büyük gelişmeler kaydettiği görülmüştür. Karayipler’de yer alan adalarda onlarca her şey dahil faaliyet gösteren tesisler

kurulmuş, bazı önemli zincir işletmelerin yeni tesisler inşa ettikleri veya eski tesislerini yeniledikleri görülmüştür. Yalnızca tesis sayılarında değil, sunulan hizmetlerde de gelişmeler olmuş, ilk dönemlerde kamp hizmetlerinin sadece bekâr kişilere yönelik verildiği görülürken günümüzde çiftlere, çocuklu kişilere ve lüks arayışındaki tatilcilere de hizmet verebilen tesislerin kurulduğu görülmektedir.

2000’li yıllara gelindiğinde Karayipler destinasyonundaki 1500 tesisin 200’ünün bütünüyle her şey dahil çalışmaya başladığı ve her şey dahil paket tur satışı yapan tesisler arasında yer aldıkları görülmüştür. Her şey dahil fikrinin Avrupa’ya, Asya’ya ve Afrika’ya taşınmasında ise Alman ve İtalyan turizm işletmelerinin etkili olduğu görülmüştür (Aktaş vd., 2002). Her şey dahil uygulamaları incelendiğinde her şey dahil turların, Hong-Kong’lu turistlerin en popüler seyahat şekli olduğu görülmektedir. Hong-Kong’lu turistlerin, her şey dahil paket turlarına katılımlarından önce seyahate yönelik bilgi edinmek amacıyla genellikle seyahat acentalarına başvurdukları belirtilmektedir. Hong-Kong’da yer alan seyahat acentalarının da boş zamanlarını değerlendirmek için kısa veya uzun mesafelerdeki destinasyonlara gitmeyi arzulayan turistik tüketicilere “her şey dahil” paket turları sundukları belirtilmektedir. Paket tur tercihlerine yönelik yapılan araştırmalar; hizmet verilen programların, fiyatların, eş-dost tavsiyelerinin ve seyahat günlerinin uygunluğunun paket turları tercih sebepleri arasında yer aldığı sonucuna ulaşırken; turların konforunun, uygun bir atmosfer içerisinde geçme durumunun, görülmesi gereken yerlerinin ve deneyimli tur rehberlerinin hazır bir şekilde bulundurulmasının da tur tercihlerinde önem arz eden unsurlar arasında yer aldığını ortaya koymuştur. Buna ek olarak, “her şey dahil” paket turlara yönelik büyük miktarlarda ödeme yapan turistlerin, “iyi vakit geçirme”, “tecrübe edinme” ve “yüksek kalitede ürün beklentisi” içerisinde oldukları belirtilmiştir.

Avrupa Birliği’nde yer alan ülkeler içerisinde ise İngilizler’in diğer ülkelerle kıyaslandığında “kapsamlı” tur taleplerinin çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Burada, İngiltere’deki tur operatörlerinin, her şey dahil tur seyahatlerinin gelişmesine yönelik rolünün büyük olduğu belirtilmektedir. Avrupa Birliği’nde seyahat harcamalarının en fazla olduğu ülkenin ise Almanya olduğu ifade edilmektedir. Nüfus artış hızının diğer Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında daha yüksek olduğu görülen Fransa’nın, her şey dahil tur seyahatlerini İngiltere ve Almanya pazarlarına oranla daha az tercih ettikleri, İspanya’da ise her şey dahil tur seyahatlerini tercih eden turistik tüketicilerin sayılarının hızla arttığı görülmektedir (Clewer vd., 1992).

Her şey dahil sistemi, Türkiye destinasyonunda ise ilk defa 1990’lı yılların başlarında “Marco Polo” tatil köyünün, sonrasında da “Magic Life”ın uygulamaya koymasıyla hızlı bir şekilde gelişim göstererek diğer destinasyonlarda da yaygınlaşmaya başlamıştır (Çifçi vd., 2007). Ancak, her şey dahil

sistemine yönelik uygulamalar incelendiğinde ve Türkiye bu sistemi uygulayan diğer ülkeler ile kıyaslandığında, Türkiye’deki her şey dahil sistem uygulamalarının birtakım farklılıklar gösterdiği dikkat çekmektedir. Bunun nedeni ise, 1990-1991’deki “Körfez Krizi”, 1993-1994’teki terör faaliyetlerinin turizm destinasyonlarını hedefe koyması, 1999’de yaşanan “Gölcük depremi” gibi nedenlerle Türk turizm endüstrisi, 1990’lı yıllarda arka arkaya zor dönemler geçirmiştir. Yaşanan bu krizlerle birlikte, aynı dönemlerde Yunanistan tarafından turizmde KDV indirimine gidilmesi de Türk turizm sektörünü negatif yönlü etkilemiştir. Yaşanan bütün bu gelişmeler neticesinde, gerçekleşmesi mümkün olan her türlü olumsuz gelişmenin gerçekleşme ihtimaline karşı, ülkede özellikle turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği güney ve güneybatı kıyı şeridinde yer alan “beş yıldızlı oteller” ve “birinci sınıf tatil köyleri”nin, bahsi geçen dönemlerde yaşadıkları “maddi kayıpları tekrar yaşamamak” ve “kendilerini güvence altına alarak doluluk oranlarını arttırabilmek” gibi amaçlarla tur operatörleriyle düşük fiyatlar üzerinden anlaşmalar yaparak her şey dahil sistemi uygulamaya başladıkları görülmüştür. Buna ek olarak, “beş yıldızlı” otellerin ve “tatil köyleri”nin yanında, pazardaki paylarını kayba uğratmak istemeyen üç ve dört yıldızlı otellerin, apart otellerin ve pansiyonların da “kendi güçleri nispetinde” her şey dahil sistemi uygulamaya başladıkları görülmüştür (Menekşe, 2005).

Her Şey Dahil Sistem Konusuna İlişkin Yapılmış Çalışmalar

Her şey dahil sistemi konusunda yapılan saha çalışmalarının bir kısmı ve varılan sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Brown ve diğerleri tarafından 2000 yılında her şey dahil sisteme ilişkin olarak yapılan çalışmada, her şey dahil sistemin sürekli bir biçimde gelişim ve yenilik unsurlarına dayalı olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte her şey dahil sistemin “başarılı” ilerleyebilme durumunun, “nitelikli insan kaynağı” ve “bölgesel yönetim ve tedarikçilerle kuvvetli bir işbirliği” unsurlarına dayalı olduğu belirtilmiştir.

Gülbahar tarafından 2002 yılında yapılan çalışmada, bölge esnafının kazancının düşmesinin esas nedeninin “her şey dahil sistem” olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Demir tarafından 2002 yılında yapılan “Turizm işletmelerinde “her şey dahil” fiyat sisteminin maliyet ve karlılık üzerine etkilerinin analizi” adlı çalışmada, her şey dahil sisteminin “kârlı bir uygulama” olduğunun ifade edilmesine karşılık, sisteme yönelik ortaya çıkan tepkilerin de her geçen gün arttığı belirtilmiştir. Çalışmada her şey dahil sisteminde “minimum sayıda çalışan ile maksimum düzeyde iş yapılması” prensibi ile hareket edildiği ve bu sistemde konaklayan turistlerin tesisten dışarıya çıkmak istememeleri sonucunda o destinasyonda yer alan esnafın da turistlerden kazanacağı gelirlerin önünde engel oluşturduğu ve dolayısıyla yörede yer alan esnafın her şey dahil sisteminden memnun olmadıkları tespit edilmiştir.

Issa ve Jayawardena tarafından 2003 yılında yapılan çalışmanın neticesinde araştırmacılar tarafından, Karayipler destinasyonunda uygulanmakta olan her şey dahil sisteminin çoğunlukla eleştiri almasına karşılık sistemin hızlı bir şekilde büyüme göstermeyi sürdürdüğü, sistemin konaklama sektörü içerisinde yer alan “müşteri hizmetleri” üzerinde büyük etkilerinin olduğu, sunulan hizmetin kalite bağlamında geliştirilmesine yönelik büyük rolünün olduğu ve sistemin Karayipler destinasyonunda uzun süreli olarak uygulamasını sürdüreceği ve bölge turizminin gelişimine önemli katkılar sunacağı belirtilmiştir.

Süklüm tarafından 2006 yılında “her şey dahil sisteminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi”nin belirlenmesine ilişkin olarak gerçekleştirilen araştırmada, turistik tüketicilerin her şey dahil sistemine yönelik tercihlerinin arasında “ekstra harcamaların az olması” ve “harcamaları takip etme zorunluluğu olmaması” unsurlarının yer aldığı tespit edilmiştir. Öger Tur’un 2007 yılında Türkiye’yi ziyaret eden Alman turistlerle yaptığı anket çalışmasında, turistlerin %85’inin her şey dahil sistem sebebiyle Türkiye’ye seyahat gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Türkiye destinasyonunda uygulanmakta olan her şey dahil sistemin, diğer ülkelerin her şey dahil sistemi uygulamalarına kıyasla “çocuklara yönelik imkanların daha fazla olması” unsurunun Türkiye’de uygulanan her şey dahil sisteminin çekiciliğini artırdığı belirtilmiştir (Üngüren vd., 2009).

Çifçi ve diğerlerinin 2007 yılında yaptıkları ve her şey dahil sisteminin Türkiye turizmini nasıl etkilediğini ele aldıkları çalışmalarında, her şey dahil sisteminin bu sistemi uygulayan işletmelerin “doluluk” ve “gelir” oranlarını arttırmasına karşılık, Türkiye turizmini olumlu yönde etkilemediğini tespit etmişlerdir. Çalışma kapsamında, konaklama işletmelerinde yer alan “oda-kahvaltı” ve “yarım pansiyon” uygulamalarının Türkiye turizmine olumlu yönde katkı sağlayan uygulamalar arasında yer aldığı belirtilmiştir.

Çevirgen ve Üngüren tarafından 2009 yılında yapılan çalışmada, Alanya destinasyonunda yer alan esnafın her şey dahil sisteme ilişkin tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcılar her şey dahil sisteminin Türkiye turizmine negatif etkilerinin olduğunu ve bu sistemin turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bütün destinasyonlarda uygulanmaması gerektiğini ifade ettikleri görülmüştür. Katılımcılar ayrıca, her şey dahil sisteminin varlıklı turistleri Türkiye destinasyonundan uzaklaştırdığını, dolayısıyla kârlı bir sistem olmadığını ve hizmet kalitesinde düşüşe yol açtığını belirtmişlerdir.

Yaylı ve Yayla (2012) tarafından yapılan çalışmada, turistik tüketicilerin her şey dahil sistemine yönelik tercihlerinde en önem verdikleri unsurlardan “turun iptal edilmeme garantisi”, “fiyat” ve

“fiyata dahil olanlar” unsurlarının ilk üçte yer aldığı tespit edilmiştir. Buna ek olarak, gerçekleştirilen faktör analizi neticesinde on adet faktörün belirlendiği ve bu faktörlerden “yenilikler”, “fiyat” ve “seyahatin özellikleri” unsurlarının ilk üçte yer aldığı saptanmıştır.

Terzioğlu ve Gökövalı (2016), Marmaris’te 4 ve 5 yıldızlı otellerde yaptıkları araştırmada, otellerin %82’sinin her şey dahil sistemi uyguladıklarını, turistlerin %82,8’inin yabancı tur operatörleri kanalıyla Türkiye’ye geldiklerini, kendi haftalık tur paketlerini pazarlayan yabancı tur operatörlerinin fiyatları belirlediğini ortaya koymuşlardır. Bunun yanında araştırmalarında, paket turlardan elde edilen gelirlerin %55’inin Türkiye’de kaldığını, Türkiye İstatistik Enstitüsü’nün 2012 yılında gerçekleştirdiği tur operatörleri araştırmasında da bu payın %54 olarak bulunduğunu belirtmektedirler.

Söz konusu araştırmalar değerlendirilecek olursa, çalışmalarda genel anlamda “her şey dahil sisteminin olumlu ve olumsuz yönleri”nin ele alındığı ve “Türkiye destinasyonu bağlamında turistlerin her şey dahil sistemini neden tercih ettikleri” konularına yönelik araştırmaların yeterli sayıda olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada “her şey dahil sistemi ile konaklayan yerli ve yabancı turistlerin her şey dahil sistemini tercih nedenleri”, “her şey dahil sistemini tercih ederken önem verdikleri konular” ve “her şey dahil sisteminden memnuniyet düzeyleri” araştırılmıştır.

GEREÇ ve YÖNTEM

Çalışma, temel olarak iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; literatür kaynakları incelenerek her şey dahil sistemin konsepti araştırılmış, ekonomik açıdan olumlu ve olumsuz yönleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, Antalya ilini ziyaret ederek her şey dahil sistemi ile konaklayan yerli ve yabancı turistlerin perspektiften değerlendirilerek saha çalışması yapılmıştır. Saha çalışmasının kapsamı, ülkemizde en fazla turist kabul eden ve her şey dahil sistemin en fazla uygulandığı Antalya ili ile sınırlandırılmıştır. Zaman ve bütçe kısıtları nedeni ile Türkiye’nin farklı yöreleri araştırmaya dahil edilememiştir. Elde edilen veriler, uygun analiz teknikleri kullanılarak değerlendirilmiş, bulgular elde edilmiştir. Çalışmada son olarak elde edilen bulgular ışığında değerlendirmeler yapılmış, sonuçlar daha önce yapılan çalışmalarla karşılaştırılarak, öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Saha Çalışmasının Araştırma Yöntemi: Turistler ile Anket Çalışması

Araştırmanın saha çalışması, yerli ve yabancı turistlerin her şey dahil sistemi tercih nedenlerini, bu sisteme yönelik önem verdikleri konuları ve bu sistemden memnuniyet düzeylerini öğrenebilmek amacıyla 1 Nisan-30 Mayıs 2018 tarihleri arasında, tatillerini Antalya ilinde her şey dahil paket tur satın alarak gerçekleştiren yerli ve yabancı turistlerle yapılmıştır. Bu çalışma, yapılandırılmış anket formu aracılığıyla ve yüz yüze görüşme tekniğiyle, nicel analiz yöntemlerine uygun olarak

gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında bütçe ve zaman kısıtlılığı, ana kütlenin tam olarak tespit edilememesi gibi nedenlerle, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. 530 görüşme yapılmış, uygun olmadığı düşünülen anket formları araştırmadan çıkartılarak 516 anket formu analizlere tabi tutulmuştur. Veriler paket program ile analiz edilerek güvenilirliği test edilmiş, araştırmanın amacı doğrultusunda frekans dağılımları bulunmuş ve betimleyici analizler yapılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde araştırma bulgularına yer verilmiştir.

Saha Çalışmasının Bulguları: Turistler ile Anket Çalışması

Üç bölümde 40 ifadeden oluşan ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) ,728 olarak tespit edilmiştir. Bu değer, ankette yer alan ifadeler için elde edilen güvenilirliğin, istatistiksel anlamda oldukça iyi düzeyde olduğunu, ölçeğin tutarlı ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

Turistlerle yapılan anket çalışmasında 516 anket değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmaya katılanlar ile ilgili demografik veriler Tablo 1'deki gibidir. Ankete cevap veren katılımcıların %51,2'sinin kadın, %48,8'inin erkek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %50,2'sinin üniversite, %30,3'ünün lise, %7,4'ünün ilköğretim mezunu olduğu ve %3,1'inin lisansüstü derecesine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcılar yaş dağılımlarına göre incelendiklerinde %38,2'sinin 30-45 yaş aralığında, %22,3'ünün 46-59 yaş aralığında, %25,6'sının 18-29 yaş aralığında, %14,0'ının ise 60 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcılar iş durumlarına göre incelendiklerinde, %67,6'sının çalıştığı, %13,6'sının emekli olduğu, %11,0'ının çalışmadığı, %7,8'inin de öğrenci olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar yıllık gelir durumları açısından incelendiğinde, %55,2'sinin 20.000 avro altında, %17,8'inin 30.001-40.000 avro arasında, %15,5'inin 40.001-50.000 avro arasında iken sadece %3,5'inin yıllık gelir durumlarının 50.000 avronun üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, diğer çalışmalarda da teyit edildiği gibi, Antalya'da özellikle yabancı turistler için ucuz fiyatlarla her şey dahil tatil yapma imkanının olduğu ve her şey dahil paket tur konseptinde tatil yapan turistlerin genellikle düşük ve orta gelirlilerden oluştuğu söylenebilir.

Tablo 1. Turistlerin Demografik Özellikleri

	Frekans (n)	Oran (%)		Frekans (n)	Oran (%)
Yaş					
18-29	132	25,6	46-59	115	22,3
30-45	197	38,2	60 ve üstü	72	14,0
Cinsiyet					
Kadın	264	51,2	Erkek	252	48,8
Eğitim Durumu					
İlköğretim	38	7,4	Üniversite	259	50,2
Lise	203	39,3	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,1
İş Durumu					
Çalışan	349	67,6	Öğrenci	40	7,8
Emekli	70	13,6	Çalışmayan	57	11,0
Yıllık Gelir Durumu					
20.000 avro altı	285	55,2	40.001-50.000 arası	80	15,5
20.000-30.000 avro arası	41	7,9	50.001 avro ve üstü	18	3,5
30.001-40.000 avro arası	92	17,8			
Araştırmaya Katılan Turistlerin Urukları					
Türk	86	16,7	Ukraynalı	94	18,2
Alman	90	17,4	İngiliz	60	11,6
Rus	156	30,2	Hollandalı	30	5,8

Katılımcılar seyahat biçimleri doğrultusunda incelendiği zaman, Tablo 2'deki veriler elde edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların %63,6'sının tatile aileleri ile birlikte, %22,5'inin arkadaşı veya arkadaşları ile birlikte, %14,0'ının ise yalnız geldikleri görülmektedir. Bu bulgular da her şey dahil sistemin genellikle aile ve arkadaş grupları tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Katılımcıların hangi tür konaklama tesisinde konakladıkları incelendiğinde, %64,1'inin 4 yıldızlı otelde, %26,7'sinin 5 yıldızlı otelde, %9,1'inin ise 3 yıldızlı otelde konakladıkları anlaşılmaktadır. Katılımcılar konaklama türlerine göre incelendiğinde bütün katılımcıların paket turu tercih ettiği; bunların %79,5'inin her şey dahil, %12,2'sinin tam pansiyon, %8,3'ünün ultra her şey dahil paket turda konakladıkları görülmektedir. Katılımcılar otelde kalınan geceleme sürelerine göre incelendiğinde, büyük oranda haftalık turları tercih ettikleri dikkat çekmektedir. Katılımcıların otelde geceleme süreleri incelendiğinde %36,8'inin 5 gece, %26,9'unun 6 gece ve %16,3'ünün 7 gece ve üstü konakladıkları belirlenmiştir. Elde edilen bu veriler de paket turların genellikle haftalık olarak düzenlendiğini göstermektedir. Katılımcıların %66,9'u tatil paketini tur operatöründen aldığı, %22,5'i online (çevrimiçi) tatil sitelerinden aldığı, 10,7'si ise tatili bireysel olarak organize ettiklerini belirtmişlerdir. Elde edilen sonuçlar, tur operatörlerinin her şey dahil paket tur tatillerindeki önemli rolünü ortaya koymaktadır.

Katılımcıların %81'i tatil süresince otel dışındaki aktivitelere katılmadığını belirtirken, %19,0'ı otel dışında da bazı etkinliklere katıldıklarını belirtmiştir. Bu bulgular, konu ile ilgili yapılan diğer araştırmaları da destekler niteliktedir. Her şey dahil sistemin en olumsuz yönlerinden birisi, tatil yapan

turistlerin zamanlarını konaklama tesisi içerisinde geçirmesidir. Bu durumda yerel işletmeler, müze ve öğren yerleri gibi oluşumlar, turizm faaliyetinden yeterli payı alamamaktadır. Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre de katılımcıların sadece %6,0'ı müze ziyaretinde bulunmuş, %7,0'ı çevre gezine katılmış, %3,9'u alışveriş yapmış, %1,6'sı tarihi alanları ziyaret etmiş ve 0,6'sı bir konsere gitmiştir. Tatil için yapılan kişi başı harcamalar incelendiğinde, katılımcıların %17,7'sinin 200 avrodan az harcama yaptığı, %37,9'unun 200-299 avro arasında harcama yaptığı, %27,5'inin 300-399 avro arasında ve %15,9'unun 400-499 avro arasında harcama yaptığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların sadece %1,0'ı 500 ve üzeri avro harcama yaptığını belirtmiştir. Bu bulgular da benzer çalışmaları doğrulamaktadır. Her şey dahil paket tura katılanlar, tur operatörlerin pazarlama gücü sayesinde özellikle kriz dönemlerinde çok uygun fiyatlara tatil yapabilmektedirler. Çalışmanın yapıldığı dönem olan 1 Nisan-30 Mayıs 2018 tarihleri göz önüne alındığında çalışmanın saha araştırması, Türkiye ile Rusya arasındaki krizin yeni yeni geçtiği, AB ülkeleri ile krizin yaşandığı bir dönemde gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Turistlerin Seyahat Şekilleri ile İlgili Bulgular

	Frekans (n)	Oran (%)		Frekans (n)	Oran (%)
Kimlerle Seyahat Ediliyor					
Yalnız	72	14,0	Arkadaşım/ arkadaşlarım ile	116	22,5
Ailem ile	328	63,6			
Konaklama tesisi					
3 yıldız otel	47	9,1	5 yıldızlı otel	138	26,7
4 yıldız otel	331	64,1			
Otelde konaklama türü					
Tam pansiyon	63	12,2	Ultra her şey dahil	43	8,3
Her şey dahil	410	79,5			
Otelde geceleme süresi					
2 gece ve altı	11	2,1	5 gece	190	36,8
3 gece	30	5,8	6 gece	139	26,9
4 gece	62	12,0	7 gece ve üstü	84	16,3
Tatilin organize şekli					
Bireysel	55	10,7	Online (Çevrimiçi)	116	22,5
Tur operatörü ile	345	66,9			
Tatil süresince otel dışındaki aktivitelere katılma durumu					
Evet, katıldım.	98	19,0	Hayır, katılmadım.	418	81,0
Otel dışında katılman aktivite					
Müze	31	6,0	Çevre gezisi	36	7,0
Konser	3	0,6	Tarihi alanları ziyaret	8	1,6
Alışveriş	20	3,9			
Bu tatil için kişi başı ortalama yapılan harcama (avro)					
100 - 199 avro arası	91	17,7	400 - 499 avro arası	82	15,9
200 - 299 avro arası	195	37,9	500 ve üzeri avro	5	1,0
300 - 399 avro arası	142	27,5			

Katılımcıların Antalya'yı daha önceden ziyaret edip etmedikleri, Antalya'yı tekrar ziyaret edip etmeyecekleri ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3'teki gibidir. Katılımcıların %40,7'si Antalya'ya ilk defa geldiklerini, %29,1'i daha önce bir defa geldiklerini, %18,2'si iki defa geldiklerini, %12,0'ı ise Antalya'ya daha önce üç ve üstü defa geldiklerini belirtmiştir. Katılımcılara daha önce Antalya'da her şey dahil sistem tatil yapıp yapmadıkları sorulduğunda, katılımcıların %47,3'ü Antalya'da ilk defa her şey dahil sistem tatil yaptığını, %44,8'i daha önce bir defa Antalya'da her şey dahil sistem tatil yaptığını, %7,9'u ise daha önce iki defa Antalya'da her şey dahil sistem tatil yaptığını belirtmiştir. Katılımcılara Antalya'yı tekrar ziyaret etme niyetleri sorulduğunda %78,5'i "Evet, düşünüyorum", %21,5'i ise "Emin değilim" cevabını vermiştir. Benzer oranlarda katılımcıların %80,2'si Antalya'da tekrar her şey dahil tatil sistem tatil yapmayı düşündüklerini, %19,8'i ise emin olmadıklarını belirtmiştir. Tablo 3'e göre "Antalya'yı tekrar ziyaret etmek istemiyorum" ve "Antalya'da tekrar her şey dahil tatil yapma düşüncem yok" cevabını veren hiçbir katılımcının olmadığı dikkat çekmektedir.

Tablo 3. Turistlerin Antalya Seyahati ile İlgili Bulgular

	Frekans (n)	Oran (%)		Frekans (n)	Oran (%)
Antalya'yı daha önceden ziyaret etme durumu					
Hiç etmedim	210	40,7	2 defa	94	18,2
1 defa	150	29,1	3 ve üstü defa	62	12,0
Antalya'da daha önceden her şey dâhil tatil yapma durumu					
Hiç yapmadım	244	47,3	2 defa	41	7,9
1 defa	231	44,8			
Antalya'yı tekrar ziyaret etme düşüncesi					
Evet düşünüyorum	405	78,5	Emin değilim	111	21,5
Antalya'da tekrar her şey dâhil tatil yapma düşüncesi					
Evet düşünüyorum	414	80,2	Emin değilim	102	19,8

Araştırmada kullanılan beşli likert ölçeği, kişilerin verilen önermelerle ilgili görüşlerini belirlemesi için çok olumsuzdan, çok olumluya doğru sıralanmıştır. Buna göre önermelere, ifadelere uygun olacak biçimde; (1) "Hiç katılmıyorum", (2) "Katılmıyorum", (3) "Kısmen katılıyorum", (4) "Katılıyorum", (5) "Tamamen katılıyorum" gibi Tablo 4'te belirtilen şekilde puan verilmiştir. İfadelerin değerlendirilmesinde Tablo 4'teki puan aralığına göre değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 4. Beşli Likert Ölçeği Değerlendirme Tablosu

Değerlendirme	"Hiç katılmıyorum"	"Katılmıyorum"	"Kısmen katılıyorum"	"Katılıyorum"	"Tamamen katılıyorum"
	"Hiç önemli değil"	"Önemli değil"	"Biraz önemli"	"Önemli"	"Çok önemli"
	"Hiç memnun değilim"	"Memnun değilim"	"Biraz memnunum"	"Memnunum"	"Çok memnunum"
Puan	1,00-1,79	1,80-2,59	2,60-3,39	3,40-4,19	4,20-5,00

Kaynak: http://www.istatistikanaliz.com/faktor_analizi.asp

Ölçeğin ilk bölümünde katılımcıların her şey dahil paket tur satın almalarının nedeni ile ilgili ifadelere verdikleri cevaplar Tablo 5’te yer almaktadır. Tablodan da anlaşılacağı gibi katılımcıların katılmadıkları bir ifade bulunmamaktadır. Katılımcıların katılım derecesine göre ulaşılan bulgular Tablo 5’te sıralandığı gibidir. Tamamen katılınan ifadeler, “çocuk bakım hizmetlerinin (özel çocuk oyun alanlarının, çocuk havuzunun, çocuk parkının, çocukların görevliler tarafından gözetlenmesi gibi) otel tarafından sağlanması”, “otel programının (günün farklı zamanlarında farklı mekanlarda yiyecek içecek imkanları, eğlence imkanları gibi) esnek olması”dır. “Ödenen paranın karşılığının alınması”, “daha az harcama ile daha fazla hizmet alınması”, “kısıtlı bir zaman periyodu içerisinde daha fazla spor etkinliğine katılma imkânı sağlanması” gibi ifadelere katılım ortalaması daha sonra sıralanmaktadır.

Tablo 5. Turistlerin Tatillerini Her Şey Dahil Paket Tur ile Satın Alma Nedenleri

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Turistlerin tamamen katıldıklarını belirttikleri ifadeler (Ortalama 4,20 ve üstü)				
“Çocuk bakım hizmetlerinin sağlanması”	4,00	5,00	4,9535	,21079
“Otel programının esnek olması”	4,00	5,00	4,9535	,21079
“Ödenen paranın karşılığının alınması”	4,00	5,00	4,7209	,44898
“Daha az harcama ile daha fazla hizmet almayı sağlaması”	4,00	5,00	4,7209	,44898
“Kısıtlı bir süre zarfı içerisinde daha fazla spor etkinliğine katılma imkânı sağlanması”	4,00	5,00	4,7209	,44898
“Güvenli ulaşım sağlanması”	3,00	5,00	4,4671	,65425
“Seyahati organize etmeye gerek bırakmaması”	4,00	5,00	4,3837	,48676
“Dinlenmek için daha fazla zaman sağlanması”	4,00	5,00	4,3837	,48676
“Sosyal ilişkilerin kurulmasına imkân sağlanması”	3,00	5,00	4,3140	,66703
“Hijyen standartlarında endişeye yer vermemesi”	3,00	5,00	4,2888	,65947
“Ekstra harcama yapılmasını önlemesi”	4,00	5,00	4,2791	,44898
“Yiyeceklerin kaliteli olması”	3,00	5,00	4,2791	,68523
Turistlerin katıldıklarını belirttikleri ifadeler (Ortalama 3,40-4,19 arası)				
“Ailem için daha uygun olması”	4,00	5,00	4,0465	,21079
“Ziyaret edilen destinasyonda güvende hissettirmesi”	2,00	5,00	4,0194	,97921
“Ziyaret edilen yörede farklı dillerin konuşulması endişesi yaşatmaması”	2,00	5,00	3,4729	1,01696
“Yabancı kültür endişesi yaşatmaması”	2,00	5,00	3,4496	1,03313

Katılımcılara sorulan “tatillerini her şey dahil paket tur ile satın alırken konuların önem derecesi” ifadelerine verdikleri cevaplar Tablo 6’da yer almaktadır. Tablodan da anlaşılacağı üzere, katılımcıların katılmadıkları bir ifade bulunmamaktadır. Katılımcıların katılım derecesine göre ulaşılan bulgular Tablo 6’da sıralandığı gibidir. Her şey dahil paket tur alırken katılımcıların en önem verdikleri konuların “otelin sosyal medyadaki genel değerlendirmesi” ve “aile ve arkadaş tavsiyeleri” olduğu görülmektedir. “Turun güvenliği”, “turun içerdiği yemek sayısı”, “tur operatörünün bilinirliği” ve diğer konular, Tablo 6’da verildiği gibi daha sonra sıralanmaktadır.

Tablo 6. Turistlerin Tatillerini Her Şey Dahil Satın Alırken Konuların Önem Derecesi

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Her şey dahil paket tur ile satın alırken turistlerin çok önemli olduğunu belirttikleri ifadeler (Ortalama 4,20 ve üstü)				
“Otelin sosyal medyadaki genel değerlendirmesi”	4,00	5,00	4,6860	,46455
“Aile ve arkadaş tavsiyeleri”	4,00	5,00	4,6860	,46455
“Turun güvenliği”	4,00	5,00	4,6163	,48676
“Turun içerdiği yemek sayısı”	4,00	5,00	4,6163	,48676
“Tur operatörünün bilinirliği”	4,00	5,00	4,6047	,48940
“Turun iptal edilmeme garantisi”	4,00	5,00	4,3953	,48940
“Tur fiyatına dahil olan hizmetler”	4,00	5,00	4,3837	,48676
“Çocuk indirimini sağlanması”	4,00	5,00	4,3837	,48676
“Seyahatin gün sayısı”	4,00	5,00	4,3837	,48676
“Kişisel ilgi alanları”	4,00	5,00	4,3837	,48676
“Turun fiyatı”	4,00	5,00	4,3372	,47322
“Oda veya yatak için özel isteklere açık olması”	4,00	5,00	4,3372	,47322
“Destinasyonun bilinirliği”	4,00	5,00	4,3372	,47322
Her şey dahil paket tur ile satın alırken turistlerin önemli olduğunu belirttikleri ifadeler (Ortalama 3,40-4,19 arası)				
“Kullanılan havayolları şirketi”	3,00	5,00	4,1318	,89338
“Otelin kalitesi ve yıldız derecesi”	4,00	5,00	4,0349	,18366
“Alkollü içeceklerin ücretsiz olması”	2,00	5,00	3,5988	1,09363
“Uçuş programı”	2,00	5,00	3,5872	1,25030

Katılımcıların her şey dahil Antalya tatillerini değerlendirmeleri amacıyla sorulan ifadelere verdikleri cevaplar Tablo 7’deki gibidir. Tablodan görüleceği üzere katılımcıların çok memnun kaldıkları, memnun kalmadıkları veya hiç memnun kaldıkları bir konu yoktur. Memnun kaldıkları ve kısmen memnun kaldıkları konular, memnuniyet derecesine göre Tablo 7’de sıralanmaktadır. Bu bulgulara göre “fiyat”, “yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği”, “yiyecek ve içeceklerin kalitesi” ve “rekreasyonel aktivitelerin çeşitliliği” memnun kalınan konular arasındadır. “Konaklama işletmesinin kalitesi”, “rekreasyonel aktivitelerin kalitesi” ve “temizlik ve hijyen” konuları ise kısmen memnun kalınan konular arasında yer almaktadır.

Tablo 7. Turistlerin Antalya Tatilinde Konakladıkları Otellerin Değerlendirilmesi

İfadeler	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Turistlerin Antalya’da her şey dahil tatillerinde memnun kaldıkları konular (Ortalama 3,40-4,19 arası)				
“Fiyat”	2,00	5,00	3,7810	,81521
“Yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği”	3,00	4,00	3,6860	,46455
“Yiyecek ve içeceklerin kalitesi”	3,00	4,00	3,6860	,46455
“Rekreasyonel aktivitelerin çeşitliliği”	2,00	5,00	3,4438	,79972
Turistlerin Antalya’da her şey dahil tatillerinde kısmen memnun kaldıkları konular (Ortalama 2,60-3,39 arası)				
“Konaklama işletmesinin kalitesi”	3,00	5,00	3,3798	,52796
“Rekreasyonel aktivitelerin kalitesi”	3,00	4,00	3,3469	,47645
“Temizlik ve hijyen”	2,00	4,00	3,3101	,53678

SONUÇ ve TARTIŞMA

Her şey dahil sisteme yönelik yapılmış çalışmalar incelediğinde (Brown vd., 2000; Gülbahar, 2002; Süklüm, 2006; Çifçi vd., 2007; Çevirgen ve Üngüren, 2009; Yaylı ve Yayla, 2012; Terzioğlu ve Gökova, 2016), söz konusu çalışmaların genellikle “her şey dahil sisteminin olumlu ve olumsuz yönlerinden” bahsettiği ve turistlerin Türkiye destinasyonunda “her şey dahil sistemini neden tercih ettikleri ve bu sistemden memnuniyet düzeyleri” konuları doğrultusunda gerçekleştirilmiş araştırmaların yeterli sayıda olmadığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, Antalya’yı ziyaret eden ve her şey dahil sistemi ile konaklayan yerli ve yabancı turistlerin her şey dahil sistemini tercih nedenleri, her şey dahil sisteme yönelik tercihlerinde önemli buldukları konular ve her şey dahil sistemden memnuniyet düzeyleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Çalışmaya katılan 516 turistin %51,2’sinin kadın, %50,2’sinin üniversite mezunu, %38,2’sinin 30-45 yaş aralığında, %67,6’sının çalıştığı, %55,2’sinin 20.000 avro altında yıllık gelire sahip oldukları ve %63,6’sının tatile aileleri ile birlikte geldikleri tespit edilmiştir. Bu bulgular da her şey dahil sistemin genellikle aile ve arkadaş grupları tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Katılımcıların %64,1’inin 4 yıldızlı otelde konakladıkları, %79,5’inin her şey dahil paket tur satın aldıkları ve büyük oranda haftalık turları tercih ettikleri dikkat çekmektedir. Katılımcıların %81’inin tatil süresince otel dışındaki aktivitelere katılmadığını belirttikleri görülmüştür. Katılımcıların sadece %6,0’sının müze ziyaretinde buldukları, %7,0’inin çevre gezine katıldıkları, %3,9’unun alışveriş yaptıkları, %1,6’sının tarihi alanları ziyaret ettikleri ve 0,6’sının bir konsere katıldıkları saptanmıştır. Bu bulgular, konu ile ilgili yapılan diğer çalışmaları da destekler niteliktedir. Her şey dahil sistemin en olumsuz yönlerinden birisi, tatil yapan turistlerin zamanlarını konaklama tesisi içerisinde geçirmesidir. Bu durumda yerel işletmeler, müze ve öğrenim yerleri gibi oluşumlar, turizm faaliyetinden yeterli payı alamamaktadır. Katılımcıların tatil için yaptıkları kişi başı harcamalar incelendiğinde, %17,7’sinin 200 avrodan az harcama yaptıkları, %37,9’unun 200-299 avro arasında harcama yaptıkları, %27,5’inin 300-399 avro arasında ve %15,9’unun 400-499 avro arasında harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların sadece %1,0’inin 500 ve üzeri avro harcama yaptığı belirlenmiştir. Ulaşılan bu sonuçlar, daha önce konu ile ilgili yapılan çalışmaları da doğrular niteliktedir. Her şey dahil paket turlara katılanlar, genellikle düşük ve orta gelir seviyesindeki kişilerden oluşmaktadır. Her şey dahil paket tur sistemi, daha çok aileler ve gruplar tarafından tercih edilmektedir. Her şey dahil tatil yapanlar, genellikle otel dışına çıkmamakta; dolayısıyla yerel ekonomiye ve yerel işletmelere katkıları çok az olmaktadır.

Katılımcıların %40,7'sinin Antalya'ya ilk defa geldikleri; %47,3'ünün Antalya'da ilk defa her şey dahil sistem tatil yaptıkları, %44,8'inin ise daha önce bir defa Antalya'da her şey dahil sistem tatil yaptıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların %78,5 oranında Antalya'yı tekrar ziyaret etme düşüncelerinin olduğu; %80,2'sinin Antalya'da tekrar her şey dahil tatil sistem tatil yapmayı düşündükleri görülmüştür. Ulaşılan sonuçlar arasında “Antalya'yı tekrar ziyaret etmek istemiyorum” ve “Antalya'da tekrar her şey dahil tatil yapma düşüncem yok” cevabını veren hiçbir katılımcının olmadığı dikkat çekmektedir. Buradan hareketle Antalya ilini ziyaret eden ve her şey dahil paket tur tatili yapan yerli ve yabancı turistlerin Antalya ilinden ve her şey dahil paket tur tatil sisteminden memnun oldukları söylenebilir. Dolayısıyla her şey dahil paket tur sistemini uygulayan konaklama işletmelerine ve Antalya yerel yönetimine hizmet kalitesini aynı ölçüde devam ettirmeleri önerilebilir.

Katılımcıların her şey dahil paket tur satın almalarının nedeni ile ilgili ifadelerle verdikleri cevaplarda “çocuk bakım hizmetlerinin (özel çocuk oyun alanlarının, çocuk havuzunun, çocuk parkının, çocukların görevliler tarafından gözetilmesi gibi) otel tarafından sağlanması”, “otel programının (günün farklı zamanlarında farklı mekanlarda yiyecek içecek imkanları, eğlence imkanları gibi) esnek olması” konularının, katılımcılar tarafından tamamen katılınan ifadeler arasında yer aldığı görülmektedir. “Ödenen paranın karşılığının alınması”, “daha az harcama ile daha fazla hizmet alınması”, “kısıtlı bir zaman periyodu içerisinde daha fazla spor etkinliğine katılma imkânı sağlanması” gibi ifadelerle katılım ortalamalarının ise daha sonra sıralandığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte her şey dahil paket tur alırken katılımcıların en önem verdikleri konuların “otelin sosyal medyadaki genel değerlendirmesi” ve “aile ve arkadaş tavsiyeleri” konuları olduğu görülmüştür. “Turun güvenliği”, “turun içerdiği yemek sayısı” ve “tur operatörünün bilinirliği” konularının ise daha sonra sıralandığı görülmektedir. Her şey dahil paket tur alırken katılımcıların en önem verdikleri konuların “otelin sosyal medyadaki genel değerlendirmesi” ve “aile ve arkadaş tavsiyeleri” olması, tüketiciler tarafından sosyal medyada oluşturulan çeşitli mesajların farkındalık, bilgi, kanı, tutum kazanma, satın alma, satın alma sonrası iletişim ve değerlendirme gibi tüketici davranışlarını önemli ölçüde etkilediğine işaret etmektedir. Buradan hareketle her şey dahil paket tur sistemini uygulayan konaklama işletmelerine etkili bir sosyal medya yönetimi yapmaları önerilmektedir. Böylece söz konusu konaklama işletmeleri sosyal medya ortamında aktif bir şekilde var olarak haklarında çıkan kötü haber ve yorumları krize dönüşmeden çözüme kavuşturacak ve müşterilerinin şikâyet ve önerilerini dinleyerek onlarla diyaloglarını geliştirecek ve sadık müşteriler yaratacaklardır.

Katılımcıların her şey dahil Antalya tatillerini değerlendirmeleri amacıyla sorulan ifadelerden memnun kaldıkları ve kısmen memnun kaldıkları konular arasında “fiyat”, “yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği”, “yiyecek ve içeceklerin kalitesi” ve “rekreasyonel aktivitelerin çeşitliliği” konularının memnun kalınan konular arasında yer aldığı görülmüştür. “Konaklama işletmesinin kalitesi”, “rekreasyonel aktivitelerin kalitesi” ve “temizlik ve hijyen” konularının ise kısmen memnun kalınan konular arasında yer aldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla her şey dahil paket tur uygulayan otel işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otelin tüm bölümlerinde sunulan hizmetlerden memnuniyet düzeylerinin yüksek olmasının söz konusu işletmelere sağlayacağı sadakat artışı ve bu doğrultuda işletmenin yeniden tercih edilecek olması, kârlılıkta sağlayacağı artış vb. gibi birçok fayda göz önüne alındığında, kısmen memnun kalınan konular olan “konaklama işletmesinin kalitesi”, “rekreasyonel aktivitelerin kalitesi” ve “temizlik ve hijyen” konularının söz konusu otel işletmeleri tarafından tekrar ele alınması ve çözüm odaklı bakış açısıyla değerlendirilmesi önerilebilir.

Bu araştırma, yerli ve yabancı turistlere yönelik bu turistlerin “her şey dahil sistemi”ni tercih nedenlerini, “her şey dahil sistemi”ni tercih süreçlerinde önemli gördükleri konuları ve “her şey dahil sistem”den memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik olarak Antalya ilinde gerçekleştirilmiştir. Saha araştırmasının sadece Antalya ilinde yapılması, çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Gelecek çalışmalar için araştırmacılara diğer illeri de çalışma kapsamına dahil etmeleri ve daha fazla katılımcıyla konuyu daha ayrıntılı bir şekilde ele almaları önerilmektedir. Böylece, turistlerin her şey dahil sistemi tercih nedenlerine, bu sistemi tercih ederken önem verdikleri konulara ve her şey dahil sisteminden memnuniyet düzeylerine yönelik daha genellenebilir ve kıyaslanabilir sonuçlara ulaşmanın; yorum ve önerilerin de bu doğrultuda yapılmasının daha mümkün kılınabilir olacağı ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Aksu, A., Özdemir, B., Bato Çizel, R., Tarcan İçigen, E., Çizel, B., & Ehtiyar, R. (2008). Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) ve ICF Airports.
- Aktaş, A., Özdemir, B., Tarcan, E., & Atılgan, E. (2002). Türkiye Genelinde Her Şey Dahil Uygulamasının Turistler, İşletme Yöneticileri ve Yöre Esnafı Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma, Akdeniz Ülkeleri Turizm Kongresi, Antalya: 621-648.
- Alaeddinoğlu, F., & Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 50-66.
- Anderson, W. (2012). Analysis of “All-Inclusive” Tourism Mode in the Balearic Islands. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7 (1), 309-323.
- Barak, H. (2006). Turizm Sektöründe Uygulanan Herşey Dahil Tatil Sisteminin Bölgedeki İşletmeler Üzerindeki Etkisi ve Bodrum Örneği. Doktora Tezi, DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Boz, M. (2004). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Brown, D., Elmes, L., & Medina, G. Y. (2000). A Study of the All-inclusive Sector in the Caribbean with Emphasis on Dominican Republic and Jamaica, Graduate Paper, The University of the West Indies, Jamaica.
- Clewer, A., Pack, A., & Sinclair, M. T. (1992). Price Competitiveness and Inclusive Tour Holidays in European Cities. *Price Competitiveness and Inclusive Tour Holidays in European Cities.*, 123-143.
- Cojocariu, S. (2015). The Development of Cultural Routes: A Valuable Asset for Romania. *Procedia Economics and Finance*, 32, 959-967.
- Çelik, Y. (2017). Gözde ürün Türkiye, “en ucuz tatil destinasyonu” haline geldi. <https://www.turizmgunlugu.com/2017/05/11/gozde-urun-turkiye-en-ucuz-tatil-destinasyonu-haline-geldi/>, (24.10.2020).
- Çevirgen, A., & Üngüren, E. (2009). Yöre Esnafının Herşey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9(2), 637-658.
- Çifçi, H., Düzakın, E., & Önal, Y. B. (2007). All Inclusive System and Effects on the Turkish Tourism Sector. *Problems and Perspectives in Management*, 5(3), 269-275.
- Datar, R. (2012). Are All-Inclusive Holidays Creating Ghost Towns? http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/fast_track/9567917.stm. (30.01.2018).

- Demir, F. Ö. (2002). Turizm İşletmelerinde Herşey Dahil Fiyat Sisteminin Maliyet Ve Karlılık Üzerine Etkisinin Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Demir, M., & Demir, Ş. Ş. (2001). Her Şey Dahil (All-Inclusive) Pansiyon Türü Uygulamasının Konaklama İşletmeleri, Personel, Müşteriler, Seyahat Acentaları ve Bölgedeki Diğer İşletmeler Açısından Olumlu ve Olumsuz Yönlerinin Analizi. Maltepe Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(1), 67-100.
- Gökdeniz, A., Oya, A. S., & Tamer, B. (2000). Her Şey Dahil Pansiyon Türünün (All Inclusive) Turizm Sektöründeki İşletmeler Açısından Analizi ve Örnek Bir Uygulama, 1. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğ Kitapçığı, İzmir: Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü, ss. 290-301.
- Gülbahar, M. O. (2002). Turizmde Her Şey Dahil (All-Inclusive) Tur Satış Uygulamalarının Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürkan, T. A. (2002). Her Şey Dahil (All Inclusive) Sisteminin Türk Turizmi Açısından İncelenmesi (Antalya-Kemer Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Heung, V. C. S., & Chu, R. (2000). Important Factors Affecting Hong Kong Consumers Choice of a Travel Agency for All-Inclusive Package Tours. Journal of Travel Research, 39, 52-59.
- Issa, J. J., & Jayawardena, C. (2003). The All-Inclusive Concept in the Caribbean. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15(3), 167-171.
- Johnson, K. (2011). Is the Increase in All Inclusive Really A Blow to Sustainable Tourism? <http://blog.beatthebrochure.com/is-the-increase-in-all-inclusive-really-a-blow-to-sustainable-tourism/120>. (30.10.2018).
- Menekşe, R. (2005). Her Şey Dahil Sisteminin ve Sistemden Faydalananlar Açısından Etkilerinin Otel Yöneticilerinin Gözünden Değerlendirilmesi (Marmaris Örneği). Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1, 97-124.
- Otar, H. (2008). Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Her Şey Dahil Sisteminin İşgörenlerin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özdemir, B. (2001). Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi ve Her Şey Dahil (All-Inclusive) Uygulamasının Mutfak Yönetimine Etkileri Üzerine Sektörel Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özdemir, A., Işık, S., Çizel, R. B., & Aykın, S. M. (2011). Effects of the All-Inclusive System (AIS) on the Financial Structure of Accommodation Enterprises in Antalya. European Journal of Social Sciences, 24 (4), 503-515.

- Responsible Travel (2013). 2013 World Responsible Tourism Awards. <https://www.responsibletravel.com/holidays/responsible-tourism/travel-guide/2013-awards-winners>. (05.06.2018)
- Resort Turizm ve Seyahat Dergisi (2004). Herşey Dahil, Yurtiçi Pazarda da Hakim Konaklama Biçimi Oldu, 16.
- Süklüm, N. (2006). Türkiye'de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan “Herşey Dahil” Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçümlenmesi ve Bir Alan Araştırması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Terzioğlu, M., & Gökovali, U. (2016). Economic Linkages and Leakages in the Hotel Industry: The First Empirical Evidence from Turkey. *Tourism Economics*, 22 (4), 715-728.
- Tourism Concern (2012). All-Inclusive Holidays-Excluding Local People in Tourist Destinations. <http://www.tourismconcern.org.uk/all-inclusive-holidays---excluding-local-people.html>. (30.10.2018).
- Tuncer, A. (1997). Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmeleri ile Entegrasyonunun Paket Tur Satışlarına Etkisi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- UNEPTIE (2007). Economic Impacts of Tourism. <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm>. (27.09. 2018).
- Üner, M. M., Sökmen, A., & Birkan, İ. (2006). Her Şey Dahil Uygulamasının Konaklama işletmeleri Üzerine Etkisi: Antalya Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 35-50.
- Üngüren, E., Algür, S., & Doğan, H. (2009). Konaklama ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları: Antalya Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 95-112.
- Üngüren, E., & Cengiz, F. (2009). Her Şey Dahil Sisteminin Pazarlama Karması Unsurları Kapsamında Değerlendirilmesi. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 17-18 Nisan 2009, Antalya.
- Yaylı, A., & Yayla, İ. (2012). Reasons of Tourists' Preference of All-Inclusive System. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 143-167.
- Yurtseven, İ. (2004). Herşey Dahil Sistemi için Standart Oluşturulması, <http://www.turizm gazetes i.com/articles/article.aspx?id=3>, (05.06.2018).
- Yürük, E. Ö. (2002). Herşey Dahil (All Inclusive) Sistemin Türk Turizm Sektörüne Etkileri, T.C. Turizm Bakanlığı, II. Turizm Şurası Bildirileri, Cilt: 1, 12-14 Nisan, Ankara.

Profesyonel Turist Rehberlerinin Kaçak Rehberlik Faaliyetlerini Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma

Büşra ŞAHİN* Sena KAYA** Sevilay CESUR*** Emrah ÖZKUL**** Selda UCA*****

ÖZET

Günümüzde turist rehberliği, turizm endüstrisinin vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Özellikle turizm faaliyetlerinin artış gösterdiği son yıllarda Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayılarındaki artışın sürdürülebilirliğinin sağlanmasında turist rehberlerinin önemli rolleri bulunmaktadır. Yapılan çalışmada, "Turist Rehberliği Birliği" bünyesinde görev yapmakta olan profesyonel turist rehberlerinin kaçak rehberlik faaliyetlerine karşı düşüncelerinin ve algılamalarının ne yönde olduğu tespit edilerek çözüm önerileri geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yarı yapılandırılmış görüşme tekniği yirmi üç turist rehberinden e-posta yolu ile veriler elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, profesyonel turist rehberlerinin, mesleki açıdan (işsizlik, mesleki itibar) ve destinasyon açısından (yanlış tanıtım) olumsuz etkilendikleri tespit edilmiştir. Kaçak rehberlik faaliyetlerinin son bulmamasının sebebi olarak denetimlerin azlığı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Çalışma sonunda ayrıca kaçak rehberlik faaliyetlerinin önüne geçilmesi adına çözüm önerilerine yer verilmiştir.

Araştırma Makalesi

Geliş: 08.11.2020

Kabul: 02.01.2021

Anahtar Kelimeler:

Kaçak Rehberlik,
Profesyonel Turist
Rehberi,
Turizm,

A Survey of Professional Tourist Guides to Perceive Illegal Guidance Activities

ABSTRACT

Today, tourist guiding has become one of the indispensable dynamics of the tourism industry. Tourist guides have an important role in ensuring the sustainability of the increase in the number of visitors to our country, especially in recent years, when tourism activities have increased. In this study, it was aimed to develop solutions by determining the thoughts and perceptions of professional tourist guides working within the "Tourist Guiding Association" against illegal guidance activities. For this purpose, by using semi-structured interview technique, the data were obtained from twenty-three professional tourist guides via e-mail. As a result of the study, it was determined that professional tourist guides were negatively affected in terms of professional (unemployment, professional reputation) and destination (misrepresentation). The lack of inspections was emphasized by the participants as the reason why illegal guidance activities did not end. At the end of the study, solution suggestions were also included to prevent illegal guidance activities.

Research Article

Received: 08.11.2020

Accepted: 02.01.2021

Keywords:

Illegal Guidance,
Professional Tourist
Guide,
Tourism.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, sahinbusra06@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2486-7154>

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, senakayaa67@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8995-7938>

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, sevilaycesur14@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1722-4601>

**** Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, emrahozkul@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7938-6916>

***** Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, seldauca@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9308-9184>

GİRİŞ

Turizm endüstrisi temel olarak konaklama, ulaşım, yardımcı hizmetler ve satış olmak üzere dört ana bileşenden oluşan bir yapıya sahiptir (Camilleri, 2017: 6). Turizm işletmelerinin faaliyetlerini sürdürmesindeki temel amaç yerli ve yabancı turistler başta olmak üzere yerel halkın ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olmaktır. (Timur ve Bardakoğlu, 2015: 32). Turizm endüstrisinin belki de insanla, çevresel, toplumsal ve kültürel ihtiyaçlarla en ilişkili ayağını rehberler temsil etmektedirler. Rehberlerin turistlerle olan ilişkileri ve etkileşimleri turistlerin yerel halk ile olan ilişkilerini ve turist memnuniyetini de doğrudan etkilemektedir (Avcıkurt, 2009: 76).

Turist rehberi, genel olarak kültürel/tarihi alanlarda mesleğini yerine getirmesi ile birlikte sahip olduğu özel dilbilgisi sayesinde ilham veren bir yapıda bulunarak eğlenceli bir şekilde çevresini yorumlama özelliğine sahip olan kişi olarak tanımlanabilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 551).

Ülke tanıtımı açısından stratejik önem taşıyan rehberlik mesleğinin birçok kronik, yasal, endüstriyel ve kişisel sorunları olduğu söylenebilmektedir. Bu mesleki sorunların tespit edilip çözüme kavuşturulması gerektiği ve böylece turizm işletmelerinden turistlere kadar uzanan süreçte turist rehberlerinden daha etkin ve verimli yararlanılabileceğini söylemek mümkündür (Genç, 2018: 1).

Rehberler ülkelerin kültür elçileri olarak algılanmaktadır. Rehberlerin daha verimli ve aktif bir şekilde mesleklerini yerine getirebilmelerine engel olan nedenler arasında kaçak rehberlik, düşük ücret, çalışma saatleri, sosyal güvenlik ve eğitim yetersizliği gibi pek çok sorun yer almaktadır. Rehberleri birçok yönden etkileyen ve bir sorun olarak belirlenen kaçak rehberlik faaliyetlerinin önlenmesine yönelik olarak çözümler geliştirilerek bunların uygulanması gerekmektedir. Buradan hareketle bu çalışma, “Turist Rehberliği Birliği” bünyesinde görev yapmakta olan profesyonel turist rehberlerinin kaçak rehberlik faaliyetlerine karşı düşüncelerinin ve algılamalarının ne yönde olduğunu tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

TURİST REHBERLİĞİ KAVRAMI

Dünya Turist Rehberleri Federasyonu (WFTGA) turist rehberliğini “Ziyaretçilere kendi tercihleri doğrultusundaki dillerde kılavuzluk eden ve ziyaret edilen bölgeye özgü kültürel ve doğal mirası aktaran kişi” olarak tanımlamaktadır (WFTGA, 2003).

Türkiye’de 7 Haziran 2012 tarihinde kabul edilmiş olan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre turist rehberliği hizmeti “Seyahat acentelerinin faaliyet kapsamı dışında yerli veya yabancı turistlerin tur planlaması esnasında seçtikleri dilin kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzer değer ve varlıklarının kültür ve turizm politikaları çerçevesinde

tanıtılıp gezdirilmesi; acenteler tarafından programlanmış olan turların tüketicinin satın aldığı şekilde sürdürülüp acentenin temsilinin sağlanmasıdır” şeklinde ifade edilmektedir (TUREB, 2013).

Literatürde ise turist rehberi ile ilgili farklı tanımlamalar yapılmıştır. Turist rehberleri, yalnızca birkaç cümle ile çeviri yapan kişiler değil aynı zamanda turistlerin başka kültürlerle tecrübe kazanmasını, turistlerin başka kültürleri, görmeyi, duymayı ve hissetmesini sağlayan kişilerdir (Dahles, 2002: 786). Turist rehberleri turistlere sundukları hizmetler ile ziyaret edilen destinasyon hakkında genel izlenim ve memnuiyeti oluşturmaktadırlar. Bundan dolayı da hizmetin sunulmasında başlıca öneme sahiptirler (Ap ve Wong, 2001: 551). Turist rehberinin birçok rolü bulunmaktadır. Cohen (1985) çalışmasında turist rehberinin lider, ara bulucu ve yol gösterici rolleri üzerinde durmuştur.

Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi

İlk insanlar göçebe olarak devam ettirdikleri hayattan yerleşik düzene geçmeleri ve neolitik çağ ile birlikte bir bakıma endüstriyel sayılabilecek üretime başlamaları ile bütün gereksinimlerini yalnız başlarına karşılayamayacak hale gelmişlerdir. Bu durumda ilk olarak komşularıyla, ardından şehirlerde yaşayan yöneticilerle alışverişe başlamışlardır. Bu alışverişler ile birlikte ilk seyahatler, şehir dışı ulaşım ve tam bir kanıt olmaması ile beraber ilk turizm faaliyetleri başlamıştır (Ahipaşaoğlu, 2006: 4-5).

Turizm faaliyetlerinin başlamasıyla beraber çeşitli turizm meslek kolları da doğmuştur. Bu meslek kollarından biri de turizm hizmetinin sunulmasında çok önemli rol oynayan turist rehberliği mesleğidir (Çokal, 2019: 43). Dünya tarihinde yazılı kaynaklara geçmiş ilk turist rehberleri Mısırlı rahipler olarak bilinmektedir. Ancak, M.Ö. 776 ‘da olimpiyat oyunlarının başlaması ile organize seyahatler başlamış ve ardından turist rehberliği mesleği ortaya çıkmıştır. Her yıl Mısırlı, Mezopotamyalı, Finikeli insanlar oyunları izlemek üzere Yunanistan’a gitmişlerdir. Yunanlılar da, o gezilerden kaynaklanan talebe cevap verebilmek amacıyla, konaklama ve eğlence yerleri inşa etmişlerdir. Bununla birlikte, ziyaretçileri karşılayıp konaklama yerlerine ya da etkinliklere yönlendiren özel görevliler ortaya çıkmıştır. Bu görevlerle “proxenos” denen kişiler, yani “ilk tur rehberleri” olarak da bilinen kişiler tarih sahnesinde yer almaya başlamıştır (Toker, 2011: 25).

Anadolu’da doğup yetişen ünlü tarihçi ve coğrafyacı Herodot, gezip gördüğü yerleri ve oraların geleneklerini aktaran ilk rehberlerden olmuştur. Bununla birlikte kültür turizmini başlatan kişi olarak da sayılabilmektedir. Sanayi Devrimi’ni takip eden yıllar ile birlikte de turizm ve turist rehberliği günümüzdeki şekline ulaşmıştır. 1930’lu yıllardan itibaren ise bölgesel olarak rehberlerin eğitimi ve örgütlenme çalışmaları başlamış olup turizmin gelişmesi ve kitle turizminin başlaması ile profesyonel turist rehberliği hizmeti zorunluluk haline gelmiştir (İRO, 2017).

Türkiye’de rehberliğin gerektirdiği çağdaş yasal düzenlemeleri içeren bir yasa önerisi “6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu” 07.06.2012 tarihinde TBMM’de kabul edilmiş, 22.06.2012 tarihli Resmi Gazete ‘de yayımlanmıştır (TUREB, 2013). 23 Şubat 2013 tarihli resmi gazetede yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde bazı değişikliklere gidilmiştir. Yönetmelikte yapılan değişikliklerden biri ise (madde 3) aktif ve pasif rehberlik kavramı yerine “eylemli” ve “eylemsiz” kavramlarının getirilmesi olmuştur (Eker vd., 2017: 144).

Kaçak Rehberlik Faaliyeti

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununa göre herhangi bir rehberlik odasına üyeliği olmaması ve/veya bir turist rehberi olmak için gereken özellikleri taşımasına rağmen bir acente ya da bağımsız olarak oluşturduğu tur vasıtasıyla rehberlik faaliyeti yapan kişiler “kaçak rehber” olarak ifade edilmektedir (Çakmak, 2019: 32).

Profesyonel turist rehberlerinin mesleklerinin icra etmelerinde kaçak rehberlik faaliyeti büyük sorun teşkil etmektedir. Bu bağlamda rehberlik alanında yapılan çalışmalar içerisinde de fazlaca incelenmektedir. Chowdhary ve Prakash (2008), turist rehberliğinin zorluklarını Hindistan örneği üzerinde incelemiştir. Çalışmada, Hindistan’daki turistlerin karşılaştığı sorunların çoğunun eğitimsiz ve kaçak rehberlerden kaynaklandığını ortaya koymuşlardır.

Güzel ve arkadaşları (2014), profesyonel turist rehberlerinin mesleki engellerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmadan elde ettikleri bulgular ile katılımcıların mesleklerini gerçekleştirmeleri karşısında engel olarak gördükleri en önemli problemin kaçak rehberlik olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yenipınar ve arkadaşları (2017) turizmin yoğun olduğu dönemlerde, turistik destinasyonlarda yeni acentelerin varlığının artması ve kaçak rehberler ile çalışmaları durumunun turist rehberlerine büyük bir sorun oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Eker ve Zengin (2017) turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberleri tarafından değerlendirilmesi üzerine yaptıkları çalışmalarında mesleğin kanun ile yasal bir statüye ulaştığını ancak kaçak rehberlik sorununa çözüm getirmede yetersiz olduğu ve rehberlerin kaçak rehberlik sorunu ile çok sık karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

Karacaoğlu ve Sert (2018), Kapadokya örneği üzerinden turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine yaptıkları çalışmada katılımcıların tamamının mesleklerini gerçekleştirmede önlerinde en önemli engelin kaçak rehberlik faaliyetleri olduğunu vurgulamışlardır. Saatçi ve Demirbulat (2018), 2017 yılı Turist Rehberleri Birliği Denetim raporlarını incelemiş ve denetimlerin yetersizliği ile kaçak rehberlik faaliyetlerinin günümüzde büyük bir sorun olarak varlığını devam ettirdiğini ifade etmişlerdir. Brito (2020), turist rehberlerinin statüsü ve eğitimi için rehberlik mesleğinin serbest bırakılmasının

sonuçlarını Portekiz ülkesine genel bir bakış açısı ile incelemiştir. Çalışma sonucunda lisanslı rehberlerin lisanssız rehberlere göre daha tematik turlar düzenledikleri, lisanssız rehberlerin yol gösterici teknikler hakkında bilgi sahibi olmadığı, lisanslı rehber ile çalışmanın kalite anlamına geldiği ve ticaret imajını geliştirdiğine ulaşmıştır.

YÖNTEM

Çalışmada profesyonel turist rehberlerinin kaçak rehberlik faaliyetlerine karşı düşüncelerinin tespit edilmesi ve kaçak rehberlik faaliyetlerinin önlenmesine ilişkin çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışmada, açıklayıcı araştırma modelinden yararlanılmıştır. Açıklayıcı araştırma modeli, araştırmacıların karşılaştıkları sorun durumlarını tanımlamaya yardımcı olan ya da tüketici motivasyonları, algılamaları, tutumları ve davranışlarının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olan bir araştırma modelidir (Hair vd., 2017: 36).

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak profesyonel turist rehberlerinden veriler elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, nitel uygulamalı araştırmalarda en yaygın kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri olarak tanımlanmaktadır (King, 2004: 11). Araştırmacıların ele aldığı konuya ilişkin katılımcılara yönelttiği bir takım açık uçlu soruların sorulduğu bu teknikle yanıtlayıcılardan alınan cevaplar karşılığında başka yeni soruların da sorulmasına imkân tanınmaktadır (Mathers vd., 2002: 2). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde öğrenilmek istenilen konu katılımcılara yöneltilir, verilen cevaplar doğrultusunda katılımcılara bağlı olarak elde edilen veriler farklılık gösterebilmektedir (Fylan, 2005: 65).

Araştırmanın evrenini “Turist Rehberleri Birliği” bünyesinde görev yapmakta olan profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Evren içerisinde yer alan profesyonel turist rehberlerinin hepsine ulaşılmasının güç olması nedeniyle yargısal örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu örnekleme yöntemi araştırmanın amacına uygun katılımcıların herhangi bir olasılığa dayanmadan seçilmesine imkân tanımaktadır (Kavak, 2017: 225). Örneklem grubu içerisinde yer alan katılımcılar araştırma içerisindeki sorulara en uygun cevabı verebilecek kişilerden seçilmektedir (Coşkun vd., 2017: 149).

Nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmalarda seçilen örneklemin büyüklüğünün 15 ve üzeri olması yeterli olarak görülmektedir (Mason, 2010). Bu örnekleme yönteminden hareketle, araştırma kapsamında 23 profesyonel turist rehberine e-posta yolu ile ulaşılmıştır. Rehberler ile paylaşılan görüşme formundan elde edilen veriler MAXQDA.20 analiz programında düzenlenerek içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, yazılı ve görsel verilerin analizinde sıklıkla kullanılan nitel yöntemlerden biridir (Silverman, 2001: 60). Görüşme formunda yer alan sorular ilgili literatür

taraması sonucu elde edilen bilgiler ve uzman görüşü alınarak çalışmaya eklenmiştir. Yapılan görüşmelerde aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- 1) Mesleki deneyiminiz hakkında bilgi verir misiniz?
- 2) Profesyonel turist rehberliğinin olumlu ve olumsuz özellikleri nelerdir?
- 3) Mesleği icra ettiğiniz bölgedeki kaçak rehberlik faaliyetlerinin yoğunluğu ile ilgili bilgi verebilir misiniz?
- 4) Kaçak rehberlik faaliyetlerine şahit olduğunuzda ne gibi tepkiler verirsiniz?
- 5) Kaçak rehberlik faaliyetlerinin turist rehberliği mesleğine ne gibi etkileri vardır?
- 6) Kaçak rehberlik faaliyetlerini önlemek adına paydaşlara düşen görevler nelerdir?

BULGULAR

Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulguları gösteren tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Veriler

Değişkenler	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)
Cinsiyet		
Kadın	4	17,39
Erkek	19	82,61
Mesleki Tecrübe		
Bir yıldan az	3	13,04
1-3 yıl arası	14	60,87
4-6 yıl arası	2	8,70
7-9 yıl arası	3	13,04
10 ve üzeri	1	4,35

Demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar; katılımcılardan 19'u erkek, 4 tanesi ise kadındır. "Kaç yıldır profesyonel rehberlik mesleğini icra ediyorsunuz?" sorusuna ise; bir yıldan az (3), 1-3 yıl arası (14), 4-6 yıl arası (2), 7-9 yıl arası (3), 10 yıl ve üzeri (1) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2. Rehberlerin Çalışma Bölgeleri/ Çalışma Kartlarında Yazılı Olan Dil/ler

Değişkenler	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)	Değişkenler	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)
Çalışma Bölgeleri			Çalışma Kartında Yazılı Dil/ler		
İç Anadolu	17	42,50	İngilizce	23	95,83
Marmara	7	17,50	Almanca	1	4,17
Karadeniz	5	12,50			
Ege	3	7,50			
Akdeniz	3	7,50			
Doğu Anadolu	2	5,00			
Belirtilmemiş	3	7,50			

Katılımcılara çalışma kartlarında yazılan dil veya diller sorulmuştur. Turist rehberliği meslek yönetmeliğine göre mesleği gerçekleştiren rehberlerin en az bir dili iyi seviyede bilmeleri gerekmektedir. Rehberlerin çalışma kartlarında yazılı olan dil birden fazlada olabilmektedir (Sert & Karacaoğlu, 2018: 87). Çalışmada yer alan 23 katılımcının çalışma kartlarında İngilizce dilinde hizmet verdiği belirlenmiştir. İkinci bir dil olarak ise 1 katılımcının Almanca dilinde hizmet verdiği tespit edilmiştir.

Katılımcılara çalışma bölgeleri ve kaç yıldır bu mesleği icra ettikleri sorulmuştur. Bu soruya katılımcılar birden fazla bölgede turist rehberliği yaptıklarını ifade etmiştir. Yanıtlara bakıldığında; İç Anadolu bölgesi (17), Marmara bölgesi (7), Karadeniz bölgesi (5), Ege bölgesi (3), Akdeniz bölgesi (3) ve son olarak Doğu Anadolu bölgesi (2) cevapları elde edilmiştir. Katılımcılardan 3 tanesi ise çalışma bölgelerini belirtmemiştir.

Strauss ve Corbin (1990) üç tür kodlama biçiminden söz etmektedir. Çalışma içerisinde kullanılan kodların isimlendirilmesinde literatürde bulunan bu üç türden biri olan “verilerden çıkarılan kavramlara göre kodlama” kullanılmıştır. Bu tür kodlama, kavramsal yapıların olmadığı durumlarda tümevarımcı bir bakış açısı ile araştırmacı tarafından ortaya çıkarılır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 233).

Görüşme sorularından elde edilen veriler analiz edilerek en fazla değinilen konular belirlenmiştir. Toplanan metinler içinde geçen kelimelerin sıklığından (denetim, cezai işlem, turisti bilgilendirme) üç kod, yanıtlayıcıların bahsettiği konuların benzer içerik çağrışımlarından (yoğunluk, sahip çıkma, mesleki imaj, destinasyon imajı, sessizlik, acente fırsatçılığı) altı kod oluşturulmuştur.

Görüşme sorularına verilen cevapların içerik analizinde iki kodlayıcı kullanılmıştır. Kodlayıcıların gerçekleştirdikleri kodlar karşılaştırılarak, fikir birliğine varılamayan maddeler üzerinde gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Tablo 3. Kod Listesi

Sorular	Kodlar	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)
Mesleği icra ettiğiniz bölgedeki kaçak rehberlik faaliyetlerinin yoğunluğu ile ilgili bilgi verebilir misiniz?	Yoğunluk	18	78,3
Kaçak rehberlik faaliyetine şahit olduğunuzda ne gibi tepkiler verirsiniz?	Sahip Çıkma	22	95,7
	Sessizlik	5	21,7
Kaçak rehberlik faaliyetlerinin turist rehberliği mesleğine ne gibi etkileri vardır?	Mesleki İmaj	17	73,9
	Destinasyon İmajı	11	42,8
Kaçak rehberlik faaliyetlerini önlemek adına paydaşlara düşen görevler nelerdir?	Denetim	17	73,9
	Acente Fırsatçılığı	15	65,2
	Cezai İşlem	12	52,2
	Turisti Bilgilendirme	12	52,2

Tablo 3’de yer alan bulgular doğrultusunda, “Mesleği icra ettiğiniz bölgedeki kaçak rehberlik faaliyetlerinin yoğunluğu ile ilgili bilgi verir misiniz?” sorusu katılımcılar çalıştıkları bölgede sık sık kaçak rehberlik faaliyetleri ile karşılaştıklarını dile getirmişlerdir. Rehberler yaşanan bu olumsuz durum için; kaçak rehberler olduğu sürece profesyonel rehberlik yapan kişilerin işlerinden olduğunu maddi ve manevi olarak etkilendiklerini ifade etmişlerdir:

“Açıkkasası Eskişehir ve Ankara’yı kaçak rehberlik faaliyetlerinin ana bölgesi olarak görmek mümkün. Özellikle kış sezonlarında bazı meslektaşlarımız evinde otururken bu kaçak rehberlerle turlarda karşılaşmak mümkün ve oldukça can sıkıcı bir durum.” (K2, Erkek).

“Ben çalıştığım dönemde haftada 6 gün tura çıkıyordum. İstanbul’da karşılaştığım kaçak rehberlik faaliyetleri oldu tabi ki hatta neredeyse her hafta karşıma bir kaçak rehber çıkıyordu maalesef.” (K4, Erkek).

“Balıkesir’in Ayvalık Bölgesine düzenlenen turlarda Profesyonel Turist Rehberi görebilmek için şanslı olmak zorundasınız.” (K7, Erkek).

Katılımcıların neredeyse tamamı rehberlik meslekleri boyunca kaçak rehberlik faaliyetleri ile karşılaştıklarını yaşanan bu durumun motivasyonlarını etkilediğini ve işsiz kalmalarına sebep olduğuna değinmişlerdir. Katılımcılardan elde edilen veriler MAXQDA.20 programı ile düzenlenmiş ardından benzer yanıtlar “yoğunluk” kodu altında toplanmıştır. 78,3’lük bir değer ile yoğunluk kodu için kaçak rehberlik faaliyetlerinin fazla olduğuna dair yorum yapılabilir.

“Kaçak rehberlik faaliyetine şahit olduğunuzda ne gibi tepkiler verirsiniz?” sorusuna katılımcıların çoğunluğu o an yapılabilecek faaliyet olarak kaçak rehberlik yapan kişinin fotoğrafını çekerek ya da araç plakasını alarak ilgili mercilere gönderebileceklerini ifade etmişlerdir. Fotoğraflama haricinde TUREB’i bilgilendireceklerini ayrıca kendi rehberlik gruplarından diğer rehber arkadaşlarını bu durumdan haberdar edeceklerini dile getirmişlerdir. Bunun dışında o an kaçak rehberlik yapılan turun huzurunu kaçırmamak adına sessiz kaldıklarını, kendi turlarında ki misafirlere yalnızca bilgilendirme yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Kaçak rehberlik faaliyeti profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarının başında gelmektedir (Sert, Karacaoğlu, 2018: 92). Günümüzde hala devamlılığını sürdüren ve önüne geçilemeyen kaçak rehberlik faaliyeti profesyonel turist rehberlerinin de mesleklerini olumsuz etkilediği görülmektedir. Yaşanan bu durum karşısında profesyonel turist rehberleri mesleklerine sahip çıkmak adına birlik ve beraberlik sağlayarak kaçak rehberlik faaliyetlerinin önüne geçilebileceğini ifade etmektedirler:

“Şahısların fotoğraflarını çekip haklarında edinebildiğim kadar bilgi edinmeye çalışırım. Bunun bir suç olduğunu farkında olmalarına rağmen yaptıklarını iletirim birlikte kuvvet doğar bu yüzden rehber platformlarında paylaşımı ile şirket ve şahsın bilgilerini paylaşırım takiben de TÜRSAB ve TUREB’e şikâyet iletilir.” (K8, Erkek).

“Böyle bir duruma sahip olduğumda öncelikle meslektaşlarım ile iletişime geçerek bu durumun farkında olmalarını sağlıyorum. Daha sonra meslektaşlarımın da bulunduğu sosyal ağlarda (Whatsapp vb) faaliyeti yapan kişinin fotoğrafını paylaşıyorum. Zaten bu ağlardaki deneyimli ve kaçak rehberlik ile ilgili denetimlerde daha önce bulunmuş veya bu denetimleri sağlayacak kişilere ulaşabilen meslektaşlarım sayesinde bu faaliyetin denetlenmesinde aracı oluyorum.” (K16, Erkek).

“Rehber meslektaşlarımız da kaçak rehberlik faaliyetleri ile karşılaştığında mutlaka tepki göstermelidir.” (K14, Kadın).

Katılımcıların cevaplarına bakıldığında birçoğu benzer yanıtları vermiştir. Kaçak rehberlik faaliyetinin önüne geçilmesi için profesyonel turist rehberleri mesleklerine sahip çıkmaları gerektiğini. Bununla birlikte rehberler arası örgüt ve dayanışma ile azaltılabileceğini düşünmüşlerdir. Katılımcılardan elde edilen veriler “sahip çıkma” kodu ile bir başlık altında toplanmıştır.

Profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunların biri olan kaçak rehberlik faaliyetleri ile karşılaşma sonrası verdikleri tepkiler “Sahip çıkma” ile en yüksek değere sahip olan kod 22 cümle içerisinde %95,7’lik bir değer ile oldukça fazla vurgulanmıştır.

Katılımcılar “kaçak rehberlik faaliyetleri ile karşılaştığımızda ne gibi tepkiler verirsiniz?” sorusuna her ne kadar mesleklerine sahip çıkmaları gerektiğini vurgulasalar da o an sessiz kalmaları gerektiğini belirten rehberler de bulunmaktadır. Rehberler kendi turlarının huzurunu kaçırmamak ve karşı turu rahatsız etmemek için müdahale etmediklerini ifade etmişlerdir:

“Tabi ki hiçbir tepki veremiyoruz çünkü tur sırasında gurubu bir kenara bırakıp kaçak rehberlik yapan kişilerle polemige girmek mümkün değil. Daha önce şahit olduğum bazı olaylar tepki vermenin pek işe yaradığını düşünmeme neden oldu.” (K4, Erkek).

“Herhangi bir tepki vermenin benim sorumluluğumda olmadığı ortadadır. Bu faaliyetin muhatabı denetmenler ve kolluk kuvvetleridir.” (K7, Erkek).

“Hiçbir tepki vermiyorum. Verdiğimde karşı tarafla sorun yaşamaktan çekiniyorum. Çünkü o anda bende bir gruba rehberlik yapıyor oluyorum. Hem benim grubunun hem de kaçak rehberin grubunun huzuru kaçsın istemiyorum. Çünkü karşı tarafın ne kadar hırsız olduğunu düşünsem de onun grubundaki insanların hiçbir suçu yok.” (K12, Erkek).

Görüşme sorularından toplanan verilere bakıldığında ne kadar az bir oran da olsa rehberlerin yaşadığı olumsuz durum karşısında belirttikleri sessiz kalma düşüncesi “sessizlik” kodu altında yer verilmiştir. Toplamda benzer 5 cümle “sessizlik” kodu altında 21,7’lik bir orana sahiptir.

Katılımcılara beşinci soru olan, “Kaçak rehberlik faaliyetlerinin turist rehberliği mesleğine ne gibi etkileri vardır?” sorusuna rehberlerin çoğunluğu yanlış kişiler tarafından, yanlış şekilde temsil edilmesi sebebi ile mesleklerinin itibarını kaybettiğini, insanların gözünde mesleki imajlarının zedelendiğini dile getirmişlerdir. Bunun dışında kaçak rehberlik yapan kişilerin taban ücretinin altında çalışmalarını profesyonel turistlerinin tura çıkamamalarına sebebiyet vermektedir. Katılımcılar görüşme sorularına verilen yanıtlarda, haksız kazanç elde ettiklerini ve maddi anlamda kayıp yaşadıklarını ifade etmişlerdir:

“Ayrıca yasalarla belirlenen ücretlerimiz mevcut kaçak rehberlik yapanların ne kadar ucuz fiyatlara çıktığını biliyoruz. Özellikle boş sezonlarda rehberlerimiz evlerinde yatarken bu insanlar 100 TL, 200 TL gibi komik rakamlara turlara çıkmakta ve bizim işimize engel olmakta.” (K2, Erkek).

“Turist rehberliği mesleğinin güvenilirliği, küçük etkiler ile çok kolay bir şekilde sarsılabilmektedir. Kelebek etkisi örneği gibi bir bireyin gerçekleştirdi olumsuz bir etki insanların genel olarak tüm turist rehberlerine bakış açısını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu da dolayısıyla turist rehberine olan talebi düşürmekte ve mesleğin sürekliliğini tehlikeye atmaktadır.” (K18, Erkek).

Katılımcılar kaçak rehberlik faaliyetlerinin diğer bir olumsuz etkisi olarak destinasyonun yanlış kişiler tarafından doğru olmayan bilgiler ile tanıtılması sonucu hem kamunun hem yerel kültürün hem de rehberlerin etkilendiğini dile getirmişlerdir. Gerçek anlamda destinasyonların tanıtılmadığını sadece kazanç odaklı olarak bilgiden ziyade alışverişin ön planda tutulduğuna değinilmiştir.

“En başta rehberlik faaliyetinin niteliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Rehberlik mesleği gerek yerli gerek yabancı turistlerin gezdikleri turistik bölgeyi algulamalarını, memnuniyetlerini, tekrar ziyaret etmeleri ciddi oranda etkilemektedir. Bu nedenle kaçak rehberlik faaliyetine katılan bu turistler kötü deneyim sahibi olabilmekte ve destinasyona karşı olumsuz düşüncelere sahip olabilmektedir. Turistlerin gezdikleri yerlerden memnun olmadan ayrılmalarını ve ağızdan ağıza pazarlama yoluyla çevresindeki potansiyel turistlerin de gezilen yere gitmemesine yol açabilmektedir.” (K16, Erkek).

“Her şeyden önce o kişi, sizin kazanabileceğiniz bir parayı, hem yasal hem de etik olarak hak etmediği halde kendisi almaktadır. Kaldı ki yaptığı şey yasal değildir. Çok sayıda lisanslı rehber evinde iş beklerken, bu kişi ya da kişilerin sizin hakkınızı gasp ettiği açıktır. İşin maddi boyutu bir yana, bu kişiler yalan yanlış bilgilerle gruplara ülke/bölge hakkında doğru olmayan sunumlar yapmaktadırlar.” (K23, Erkek).

Katılımcıların, kaçak rehberlik faaliyetlerinden mesleki açıdan olumsuz etkilerini, yanlış tanıtım, maddi kayıp, mesleki itibarsızlık, haksız kazanç olarak belirtmişlerdir. Elde edilen mesleki etki verileri ikiye ayrılarak “mesleki imaj” ve “destinasyon imajı” kodları altında toplanmıştır. “Mesleki imaj” kodu benzer içerikler ile 17 cümle içerisinde 73,9’lük bir değere sahipken diğer bir kod olan “Destinasyon imajı” ise 11 benzer cümle içerisinde geçerek 42,8’lik bir değere sahip olmuştur.

“Kaçak rehberlik faaliyetlerini önlemek adına paydaşlara düşen görevler nelerdir?” sorusuna katılımcılar sırayla; denetimlerin arttırılması (17), kaçak rehberlik faaliyetlerine sırf ucuz işgücü olduğu için müsaade eden acentelerin bilinçlenmesi (15), caydırıcı cezaların uygulanması (12) ve son olarak turistlerin bu konu hakkında bilgilendirilmesi (12) olarak önerilerde bulunulmuştur.

Katılımcılar denetimlerin yeterli derecede olmadığını bu sebeple kaçak rehberlerin rahat bir şekilde tur yaptıklarını, acentelerin uygun fiyatlı kaçak rehber çalıştırdıkları için profesyonel turist rehberlerinin iş bulamadığını, cezaların kaçak rehberlik faaliyetlerinden vazgeçirecek kadar caydırıcı olmadığını bununla birlikte cezaların uygulanmadığını belirtmişlerdir. Katılımcılar tura katılan turistlerin ise bu konuda bilinçlenerek tur rehberlerine kokartlarını göstermelerini istemelerini dile getirmişlerdir. Kaçak rehberli bir turda iseler acentelerden ücretlerini iade etmeleri noktasında öneride bulunmuşlardır. Rehberler en büyük önlemin kolluk kuvvetlerinde olduğunu ifade etmişlerdir:

“Denetimlerin arttırılması gerektiğini düşünüyorum. Yoğun sezonlarda denetim eksikliğinden bu insanlar gözümüzün içine baka baka tur yapabiliyorlar ve bu konuda rehberlere yetki verilmesi gerektiğini düşünüyorum.” (K2, Erkek).

“TUREB’in bu konuda özellikle denetimleri korkulacak derecede yüksek tutması gerek bahsettiğim bu konulara dikkat edilmesi halinde kaçak rehber çıkaracak acente bulunamaz.” (K4, Erkek).

“Kaçak rehberlik faaliyetlerini önlemenin tek yolu sıkı denetim yapmak. Bu konuda sorumluluk TUREB, TÜRSAB ve odaların.” (K6, Erkek).

“Dışarıdan bakınca ne yazık ki bazı acenteler ve insanlar Eskişehir de ne var rehberlik deyip daha ucuz olduğu için kacak rehber tercih ediyorlar.” (K19, Erkek).

“Özellikle belli turizm merkezlerinde, acenteler maliyet düşürmek için kaçak rehber çalıştırıyorlar, denetimlere rağmen.” (K23, Erkek).

“Denetimler sıklaştırılıp cezaların caydırıcılığı artırılmalıdır. Bunun için ise bürokratik zorluklar ortadan kaldırılmalı. Bir kaçak rehber denetleme olacağını 10 gün öncesinden biliyor. Denetimin hızlı bir kararla hayata geçirilip gerçekleştirilmesi gerekli.” (K12, Erkek).

“Turistler kültür turlarında mutlaka çalışma kartlı profesyonel turist rehberi olduğunu teyit etmeli. Rehberler her daim birlik ve beraberliklerini korumalı. Resmi sayfalarda, toplumsal alanlarda ve turistik noktalarda reklam panoları vb. Unsurları kültür turlarında profesyonel turist rehberi önemi vurgulanabilir. Olmamasının suç olduğu ve şikâyet hattı oluşturup turistlerin bilgisine sunula bilinir.” (K8, Erkek).

Katılımcıların sık sık dile getirdikleri, denetimlerin arttırılması “denetim” kodu altında, acentelerin müsaade etmesi “acente fırsatçılığı” kodu altında, caydırıcı cezaların uygulanması gerektiği “cezai işlem” kodu altında ve son olarak turistlerin bilgilendirilmesi gerektiği “turisti bilgilendirme” kodu altında benzer yanıtlar toplanmıştır. Toplanan bu dört kodun frekansları alındığında, “denetim” kodu 17 benzer cümle içerisinde geçerek 73,9’luk bir değer ile en çok değinilen unsur olmuştur. “Acente Fırsatçılığı” kodu 15 benzer cümle ile 65,2’lik bir değer iken “cezai işlem” ve “turisti bilgilendirme” kodu 12 benzer cümle içerisinde geçerek 52,2’lik bir değere sahip olmuştur.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm endüstrisinde önemli bir konuma sahip olan turist rehberleri mesleklerini icra ederken birçok sorunla karşılaşmaktadır. İncelenen çalışmalar doğrultusunda turist rehberlerinin karşılaştıkları mevcut sorunlar içerisinde kaçak rehberlik faaliyetinin de büyük bir sorun olarak işlendiği gözlemlenmiştir. Bu çalışmada “Turist Rehberliği Birliği” bünyesinde görev yapmakta olan profesyonel turist rehberlerinin kaçak rehberlik faaliyetlerine karşı düşüncelerinin belirlenmesi ve bu sorunun önlenmesine yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular, profesyonel turist rehberlerinin kaçak rehberlik faaliyetlerini önemli bir sorun olarak algıladıklarını göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre, yarıdan fazlası erkek olan profesyonel turist rehberine kaçak rehberlik faaliyetleri konusunda yarı yapılandırılmış görüşme soruları iletilmiştir. Bulgulara göre; kaçak rehberlik faaliyetinin yoğun olarak varlığının profesyonel turist rehberleri üzerinde maliyet kaygısı oluşturduğu ve bunun yanında manevi olarak etkilediği sonucuna ulaşılabilmektedir. Benzer şekilde, Yenipınar ve arkadaşları (2017), turist rehberliği mesleği ile ilgili güncel sorunların tespiti ile birlikte belirlen sorunlara önerileri geliştirilmesini amaçlayan bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada, turist rehberlerinin, genellikle kriz gibi dış faktörlerin etkisi ile acentelerin maliyetini düşürmek için kaçak eleman çalıştırdıkları, taban ücretin altında ödeme teklifi vb. nitelikli işlerin azalması sonucunda işsizlik-geçim sıkıntısı yaşadıkları bulgulanmıştır.

Turistler, profesyonel turist rehberleri sayesinde ziyaret edilen destinasyonu doğru olarak tanımakta ve iyi bir tur deneyimi yaşamaktadırlar. Ancak geçmişten beri var olan kaçak rehberlik sorunundan

dolayı ziyaret edilen destinasyonun yanlış tanıtıldığı ve turistlerin kötü bir tur deneyimi yaşayarak turist rehberlerine karşı önyargılı oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda kaçak rehberlik faaliyetinin meslek imajını ve destinasyon imajını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Bu bakış açısıyla, hangi tür rehberlik hizmetinde kaçak rehberlik faaliyetinin daha çok görüldüğünün tespit edilmesi önem taşımaktadır. Bununla ilgili olarak Çakmak (2019), yasa dışı rehberlik faaliyetlerinin kimler tarafından, hangi ülke grupları merkezli gerçekleştirildiğinin tespit edilerek bu turlarda hangi tür rehberlik hizmetinin talep edildiği ve nerelerde yoğunlaştığının belirlenmesini amaçlayan bir çalışma yürütmüştür. Çalışmadan elde edilen sonuçlar; kaçak rehberliğin, yasa dışı rehberlik faaliyetlerinin büyük çoğunluğunu oluşturduğu, kaçak rehber kullanımının olduğu turlarda yabancı grupların ağırlıklı olarak günübirlik turlarda, yerli grupların ise paket turlarda kaçak rehber kullanma eğiliminin yüksek olduğu şeklindedir.

Çalışmanın bir diğer önemli çıktısı, seyahat acentelerinin maliyetlerini azaltmak adı altında kaçak rehberleri çalıştırdıkları ve bu durumun yasal olarak mesleğin icra edilmesinin önündeki önemli bir engel olarak yer aldığı gözlenmektedir. Kaçak rehberlik faaliyeti ile karşı karşıya kalan turist rehberlerinin kendi tur içerisindeki huzurunu bozmamak ve yapacağı müdahalenin işe yaramayacağını düşünerek sessiz kaldığı görülmektedir. Yoğun olarak kaçak rehberlik faaliyeti ile karşılaşılmasının önündeki temel nedenlerin de denetimlerin ve cezai işlemlerin yetersiz kalmasından dolayı olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca turistlerin yeteri kadar bilinçli olmadığı sonucuna ulaşılabilmektedir. Karacaoğlu ve Sert (2018) de çalışmalarında, kaçak rehberlik faaliyetleri ve seyahat acentelerinin taban ücretin altında turist rehberi çalıştırmak istemelerinin birbirleriyle bağlantılı konular olduğunu ifade etmişlerdir.

Çalışma sonuçlarına dayanarak, katılımcıların görüşleri doğrultusunda birtakım öneriler geliştirilmiştir. Kaçak olarak gerçekleştirilen rehberlik faaliyetleri için yasalarda yer alan cezaların arttırılması, denetimlerin sıklaştırılması ve cezai işlemlerin caydırıcı şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Bu düzenlemeler kaçak rehberlik faaliyetini yapan rehber ve buna müsaade eden seyahat acentesine eş zamanlı uygulanmalıdır. TUREB, TÜRSAB gibi kuruluşlar iş birliği yapmalı ve bu konu kapsamında daha çözüm odaklı farklı öneriler getirmelidirler. Şehirlerde reklam panolarına, şehir tanıtım broşürlerine profesyonel turist rehberliği mesleğinin yasal olarak gerçekleştirilmesi gerektiğini ve bir turda rehberin kaçak olup olmadığının nasıl anlaşılması gerektiğini anlatan görsel ve yazılı sunumlar hazırlanabilir.

Kaçak rehberlik faaliyeti sorunun çözüme kavuşması için rehberlerin birbirleriyle iletişim halinde olmaları ve mesleklerine sahip çıkmaları gerekmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak gelişen teknoloji imkânları göz önüne alındığında her şehir için bir iletişim platformu kurularak (örn: web sitesi ya da

mobil uygulamalar) o şehirde rehberlik yapan kişilerin bilgileri, düzenlenen turlar hakkında bilgilerin bulunması ve sürekli iletişim gerçekleştirdikleri bu platform sayesinde kaçak rehberlik faaliyetlerinin önüne geçilmesi hedeflenebilir.

Bu çalışmanın birtakım kısıtları bulunmaktadır. Bunlardan ilki çalışmanın Covid-19 pandemi sürecinden dolayı yüz yüze gerçekleştirilemeyip, katılımcılara yalnızca e-mail yolu ile ulaştırılmasıdır. Diğer kısıtlama ise çalışmanın verilerinin belirli bir zaman diliminde elde edilmesinden dolayı kısıtlı sayıda rehber ile iletişime geçilmesidir. Gelecek araştırmalar için, Türkiye genelinde, örneklem sayısı daha fazla, farklı veri toplama tekniklerini kapsayan çalışmalar önerilebilir. Bu kapsamda Türkiye'deki günlük ve paket turların en sık yapıldığı destinasyonlar seçilebilir. Bunun yanı sıra profesyonel turist rehberleri yerine kaçak rehberler ile görüşülüp mevcut soruna farklı bir bakış açısı ile bakılabilir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ap, J., Wong, K. K.F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Journal of Tourism Management*, (22), 551-563.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Brito, L. M. (2020). The Consequences of Guiding Profession Deregulation for the Status and Training of Tourist Guides: a Portuguese Overview. *International Journal of Tour Guiding Research*, 1(1), 34-44.
- Camilleri, M. (2017). The Tourism Industry: An Overview. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (Chapter 1, pp. 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Chowdhary, N., Prakash, M. (2008). Challenges of Tourist Guiding-An Assessment of Situation in India. Part VII – Tourism Infrastructure, Technology & Operations: 287-302.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Coskun, R. Altunışık, R., Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı: İstanbul: Sakarya Yayıncılık*.
- Çakmak, T. F. (2019). Yasa Dışı Rehberlik Faaliyetlerinin İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: İstanbul Rehberler Odası Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, (2), 31-40.
- Çokal, Z. (2019). *Turist Rehberlerinin Performansının Destinasyon İmajına Etkisinde Etik Davranışlarının Düzenleyici Rolü: Nevşehir Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Eker, N., Zengin, B., Bayram, G. (2017). Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 142-156.
- Fylan, F. (2005). *A Handbook of Research Methods Clinical & Health Psychology*. Jeremy, M. & Paul, G. (Ed.) *Semi-structured interviewing* (Chapter 6, pp. 65-78). New York: Oxford University Press.
- Genç, E. (2018). *Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Zorlukların Kariyer Bağlılığına Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

- Güzel, Ö., Türker, A., Şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, (2), 173-190.
- Hair, J. F., Celsi, M. Ortinau D. J., Bush, R. P. (2017). Essentials of Marketing Research. (4. Baskı). New York: McGraw-Hill Education.
- İstanbul Rehberler Odası (İRO), (2017). Rehberliğin Tarihçesi. <https://iro.org.tr/tr/53-page-rehberligin-tarihcesi.aspx>, Erişim Tarihi: 11.09.2020
- Karacaoğlu, S., Sert, A. N. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma: Kapadokya Örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 81-99.
- Kavak, B. (2017). Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Tasarım ve Analiz. Ankara: Detay Yayıncılık.
- King, N. (2004). Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research. Catherine, C. & Gillian, S. (Ed.) Using interviews in qualitative research. London: SAGE Puplication.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in phd studies using qualitative interviews, Forum: Qualitative Social Research, 11(3), 1-19.
- Mathers, N., Fox, N., Hunn, A. (1998). "Trend Focus for Research and Development in Primary Health Care Using Interviews in a Research Project."
- Saatçi, G., Demirbulat, Ö. (2018). Turist Rehberleri Birliği'nin (TUREB) 2017 Yılı Denetim Raporlarının İncelenmesi. Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar (657-665), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Silverman, D. (2001). Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction. London: SAGE Publication.
- Timur, A., Bardakoğlu, Ö. (2015). Turizm İşletmeciliği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Toker, A. (2011). Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Turist Rehberleri Birliği (TUREB), (2013). Nasıl Rehber Olunur? <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/77>, Erişim Tarihi: 11.09.2020
- Turist Rehberleri Birliği (TUREB), (2019). Turist Rehberliği Meslek Kanunu. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60>, Erişim Tarihi: 11.09.2020
- World Federation of Tourist Guide Associations, (WFTGA), (2003). What is a tour guide? <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>, Erişim Tarihi: 11.09.2020

Yenipınar, U., Çınar, B., Bak, E. (2017). 3. Turizm Şurası 1-3 Kasım 2017 Tebliğler Kitabı. Turist Rehberliği Eğitimi ve Mesleğin Güncel Sorunları ve Çözüm Önerileri (306-320). Ankara: Özel Matbaası.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Kamu Kurumlarında Yapısal Güçlendirmenin Personelin Örgütsel Özdeşleşme ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkileri¹

Hafize SEÇTİM** Hüseyin ERKUL***

ÖZET

Yapısal güçlendirme, personelin kararlara katılımını, iş birliğini teşvik eden, onlara geliştirme fırsatı, destek, kaynak ve bilgi paylaşımının sağlandığı ortam oluşturarak, bilişsel ve duyuşsal olarak güçlendirilmelerini amaçlayan bir yönetim tekniğidir. Araştırmanın konusunu kamu kurumlarında yapısal güçlendirimin bireysel ve örgütsel etkileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda kamu kurumlarında yapısal güçlendirimin personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu üzerindeki etkileri incelenmiş; elde edilen verilerle hem alanyazına bu model vasıtasıyla katkı sağlanması hem de yönetsel kapasitenin geliştirilmesinde kamu yönetimlerine öneri sunulması amaçlanmıştır. Araştırma betimsel araştırma yöntemi kullanılarak yürütülmüş, araştırmanın verileri üniversite hastanelerinde görev yapan 538 sağlık personelinden anket tekniğiyle elde edilmiştir. Araştırmada korelasyon, regresyon analizleri gerçekleştirilmiş, araştırmanın hipotezleri yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre; yapısal güçlendirme ile örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu arasında güçlü ilişkiler olduğu, yapısal güçlendirimin personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumunu olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Yapısal güçlendirimin bir yönetim tekniği olarak bireysel ve örgütsel başarı elde edilmesinde önemli bir araç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma Makalesi

Geliş: 30.01.2021

Kabul: 04.03.2021

Anahtar Kelimeler:

Güçlendirme,
Yapısal Güçlendirme,
Örgütsel Özdeşleşme,
Yaşam Doyumu.

The Effect of Structural Empowerment on Organizational Identification and Satisfaction with Life of the Personnel

ABSTRACT

Structural empowerment is a management technique that aims to empower cognitively and affectively by creating an environment that encourages staff participation in decisions, cooperation, and provides them with the opportunity to develop, support, resource, and information sharing. The subject of the research is the individual and organizational effects of structural empowerment in public institutions. In this context, the effects of structural empowerment in public institutions on the organizational identification and satisfaction with life of the personnel were examined; With the data obtained, it is aimed to contribute to the literature by means of this model and to offer suggestions to the public administrations in developing administrative capacity. The research was conducted using a descriptive research method, and the data of the study were obtained by questionnaire technique from 538 health personnel working in university hospitals. Correlation and regression analyzes were carried out in the study, and the hypotheses of the research were tested by structural equation modeling. According to the analysis results obtained; It was determined that there are strong relationships between structural empowerment and organizational identification and satisfaction with life and that structural empowerment positively affects the organizational identification and satisfaction with life of the staff. It was concluded that structural empowerment, as a management technique, is an important tool in achieving individual and organizational success.

Research Article

Received: 30.01.2021

Accepted: 04.03.2021

Keywords:

Empowerment,
Structural
Empowerment,
Organizational
Identification,
Satisfaction with Life.

¹ Prof. Dr. Hüseyin ERKUL danışmanlığında yürütülen “Kamu Kurumlarında Yapısal Güçlendirimin Personelin Örgütsel Özdeşleşme ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkileri: Trakya Üniversiteler Birliği Araştırma ve Uygulama Hastaneleri Örneği” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir

** Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kamu Yönetimi Doktora Mezunu, sectimhafize@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8671-0828>

*** Prof. Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Kamu Yönetimi ABD, hcerkul@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8856-696X>

GİRİŞ

Günümüzde kamu kurumlarında personelin daha fazla karar mekanizmalarına katılımı desteklenmekte, hiyerarşinin yataylaşmasına, personelin eğitim ve geliştirilmesine, bilginin paylaşılmasına daha fazla önem verilerek etkinliğin ve verimliliğin artırılması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda çalışanların güçlendirilmesi önemli bir rol oynamaktadır.

Post-modern yönetim yaklaşımında kamuya sunulan hizmetlerin odağına “insan” ögesi alınmıştır. Dolayısıyla hizmetten yararlananlar kadar hizmeti sunanlarında yapısal olarak güçlendirilmesi toplumsal verimlilik olarak yansıyacaktır. Bu yaklaşımların önemli aktörü olan kamu kurumlarında görev yapan personelin güçlendirilmesi önem kazanırken, yöneticiler bu fırsatı sağlayan bir post-modern yönetim tekniği olarak yapısal güçlendirme uygulamalarına giderek daha fazla önem vermektedir.

Yapısal güçlendirme, personelin kararlara katılımını, iş birliğini teşvik eden, kendini geliştirme fırsatı, destek, kaynak ve bilgi paylaşımının sağlandığı ortam oluşturarak onların bilişsel ve duyuşsal olarak güçlendirilmelerini amaçlayan bir yönetim tekniğidir. Yapısal güçlendirme ile personelin iş ile ilgili kendini geliştirmelerine fırsat sağlanmakta, yaratıcılıkları teşvik edilmekte, işleriyle ilgili inisiyatif kullanmaları desteklenmektedir. Böylece örgütsel güven, öz yeterlilik, iş doyumunu, örgütsel bağlılık ve psikolojik güçlendirme gibi birçok olumlu sonuçlar elde edilebilmektedir. Çünkü yapısal güçlendirme çalışanların işlerine karşı algılarını ve performanslarını olumlu yönde etkilemekle birlikte hem bireysel hem de örgütsel başarılar elde edilmesinde önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Araştırmada, kamu kurumlarında yapısal güçlendirme uygulamalarının personel üzerindeki etkileri; örgütsel sonuç olarak örgütsel özdeşleşme ve bireysel sonuç olarak yaşam doyumunu ele alınarak incelenmiştir. Bu doğrultuda kamu kurumlarına yönelik geliştirilen yapısal güçlendirme ölçeğinin kamu kurumu personelinde test edilmesi ve yapısal güçlendirme uygulamalarının personelinin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumunu algısı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Kamu kurumlarında kurumsallaşma düzeyi, personele sağlanan örgütsel destek, kaynaklar, insan kaynakları politikaları ile eğitim ve geliştirme fırsatlarının; personelin örgütsel özdeşleşme ve bu kapsamda sadakat ve üyelik-benzerlik düzeyleri yanı sıra, yaşam doyumunu düzeyleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi hedeflenmiştir. Bu sayede kamu kurumlarındaki uygulamaların personel üzerindeki etkileri test edilerek, kamu kurumlarına yönelik geliştirilen ölçeğin kullanıldığı bu model vasıtasıyla alanyazına katkı sağlanması ve bununla birlikte, elde edilen veriler ile kamu kurum yönetimlerine, yönetsel kapasitenin artırılmasına yönelik öneriler sunulması amaçlanmıştır.

Araştırmada öncelikle yapısal güçlendirmenin kuramsal temelleri, ardından kamu kurumlarında yapısal güçlendirme, örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu kavramları açıklanmıştır. Sonrasında kamu kurumlarında yapısal güçlendirme alan araştırması hakkında açıklamalar yapılarak elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Elde edilen bulgular tartışıldıktan sonra sonuç ve öneriler sunulmuştur.

YAPISAL GÜÇLENDİRMENİN KURAMSAL TEMELLERİ

Bilim ve teknolojiye ilerlemeler, küreselleşme eğilimi, hizmet beklentilerinde yaşanan değişimler gibi gelişmeler, örgütlerin personelinden beklentilerini de artırmaktadır. Değişen koşullarda, post-modern yönetim tekniği olarak personel güçlendirme ise önem kazanmaktadır. Personel güçlendirme, alanyazında genel olarak iki farklı bakış açısıyla ele alınmaktadır. Güçlendirmenin mekanik yaklaşımı, örgütün açıkça tanımlanmış vizyon ve amaçlarının üst yönetim tarafından belirlendiği ve her kademeye yayıldığı bir tavadan tabana yaklaşıma (top-down) odaklanmaktadır. Güçlendirmenin organik yaklaşımı ise tabandan tavana (bottom-up) yayılan; personelin ihtiyaçlarının anlaşılmasına, istenilen davranışların oluşmasında model olunmasına, ekip çalışmasına, çalışanların risk almalarında cesaretlendirilmesine ve yaptıkları işlerde onlara güvenmeye odaklanmaktadır (Quinn ve Spreitzer (1997: 37-39). Yapısal ve yönetsel uygulamalara dayanan yapısal güçlendirme, güçlendirmenin mekanik yaklaşımı olarak ifade edilmektedir.

Yapısal güçlendirmenin kuramsal temelleri incelendiğinde; 1970'lerde, yazınsal alanda; otonomi, iş tasarımı, motivasyon gibi alanları içeren araştırmalarda, daha çok personelin nasıl güçlendirileceği üzerine tanımlandığı ve çalışanların güçlendirilmesine olanak sağlayacak kurumsal sistemlerin oluşturulması gerektiğinin üzerinde durulduğu görülmektedir. Genel olarak yapılan araştırmaların ortak noktasının, personelin işlerinde karar verebilme özgürlüğünün çalışanları motive edeceği ve yapısal güçlendirmenin örgütlerde otonomiye artırmanın en iyi yolu olduğu, onları zorlayıcı görevleri başarmada motive edeceği iddiaları olduğu ifade edilebilir (Hackman ve Oldham, 1976; Bandura, 1977; Kanter, 1977; Conger ve Kanungo, 1988). Kanter'in (1977) yapısal güçlendirme çalışmaları bu alanda yapılan ilk çalışmalar arasında dikkat çekmektedir. Kanter (1977), "Şirketin Kadın ve Erkekleri" isimli kitabında; insanların içinde buldukları çalışma koşulları ve ortamlarında rasyonel tepkiler verdiklerinden bahsetmiştir. Çalışma ortamı personelin kendilerini güçlenmiş hissettikleri bir şekilde yapılandırıldığında, personelin motivasyonları artmakta ve karşılaştıkları zorluklarla daha kolay baş edebilmektedirler.

Yapısal güçlendirmenin kuramsal temellerini atan Kanter (1977) gücü; "işleri başarmak için kaynakları seferber etme yeteneği" olarak tanımlamıştır (Kanter, 1977: 166). Kanter'e göre yapısal güç; sistemsel güç faktörleri (systemic power factors), iş ile ilgili güçlendirme yapılarına ulaşım

(Access to job-related empowerment), bireysel etki (personal impact) ve iş etkinliği (work effectiveness) ile dört parçadan oluşmaktadır.

Otonomi kullanabilme, işin görünürlüğü, esnekliği gibi resmi güç kaynakları ile örgüt içi ve dışındaki paydaşlarla kurulan sosyal ilişkileri içeren gayri resmi güç kaynakları, “sistemsel güç faktörleri”ni oluşturmaktadır. Sistemsel güç faktörleri, “iş ile ilişkili güçlendirme yapılarına ulaşım”ı (fırsat yapısı ile bilgi, destek ve kaynaklardan oluşan güç yapısı) etkilemektedir. Bu etki sonucunda personel üzerinde artan öz yeterlilik, motivasyon, örgütsel bağlılık, iş doyumunu ve azalan tükenmişlik, iş stresi gibi “bireysel etkiler” oluşmaktadır. Böylece onların başarıma duygusu, ekip çalışması ve memnuniyet düzeyi gibi “iş etkinlikleri” de artırmaktadır (Almost ve Laschinger, 2002: 411). Dolayısıyla güç; personelin bireysel özelliklerden ziyade, örgütün güçlenme duygusunu teşvik eden resmi araçlarından kaynaklanmaktadır. Örgütsel başarının sırrı personele başarıma fırsatı sağlayan bir yapıdan geçer. Örgütün yapısal özelliklerinin güçlendirilmesi, personelin kişilik özelliklerinden daha fazla güçlenmeyi etkilemektedir. Böylece bireysel davranışlar veya özellikler ne olursa olsun, örgütsel yapı veya iş özellikleri, optimum iş performansını sınırlandırabilmekte veya artırabilmektedir (Kanter, 1977; Conger ve Kanungo, 1988; Thomas ve Velthouse, 1990; Spreitzer 1995; Laschinger, 1996).

Kanter (1977: 129-163), personeli güçlendirmek için örgütlerin fırsat yapısı ve güç yapısı olarak tanımlanan güçlendirme yapılarına sahip olmaları gerektiğini ileri sürmüştür. Kanter, fırsat yapısını, çalışanların işlerinde eğitilmelerini ve gelişmelerini sağlayan “iş özellikleri” olarak açıklamıştır. Kanter'e göre fırsat yapısı, personel motivasyonunu, verimliliğini, bağlılığını ve işe katılım derecesini önemli ölçüde etkileyen işin özellikleridir. Kanter, güç yapısını, personelin kaynakları seferber etmelerini sağlayan “örgütsel özellikler” olarak açıklamıştır. Özellikle, yapısal gücün üç örgütsel kaynaktan; bilgi, destek ve kaynaklardan geldiğini belirtmiştir. Bilgi, örgütün çalışması ve bireyin işinde başarması için gerekli olan bilgi olarak açıklanır. Kaynaklar, işin etkili bir şekilde görülmesi için gerekli personel, para, zaman, donanım ve malzemelerdir. Destek, personelin yönetim, akran ve diğerlerinden aldığı geribildirim, koçluk ve yardımlardır. Bu örgütsel güçlendirme yapıları, personelin örgütsel hedeflere ulaşmadaki başarısına katkıda bulunmaktadır. Kanter (1977), ayrıca fırsat ve güç yapısının birlikte bireysel olarak personelin güçlenme hissini olumlu yönde etkilediğini ve iş etkinliğini artırdığını ileri sürmüştür.

Kanter, güçlendirmenin, belirli güç hatlarından geçtiğini belirtmiştir. Personel, bilgi, destek, kaynak ve fırsat hatlarına erişebiliyorsa güç açıktır. Bu “hatlar” mevcut değilse ya da erişilemiyorsa güç kapalıdır ve etkili çalışma mümkün değildir. Bu güç hatları kurum içinde yapısal güçlendirmenin ana kaynaklarıdır. (Greco vd., 2006; Laschinger vd., 2001; 2004). Ayrıca bu güçlendirici yapılara ulaşmak “resmi güç” ve “gayri resmi güç” sistemleri yoluyla kolaylaşmaktadır. Resmi güç, görünürlüğü

yüksek, inisiyatif alınabilinen, otonomiye olanak sağlayan işlerde bulunur. Gayri resmi güç ise bireyin örgüt içinde, üstleri, çalışma arkadaşları, diğer çalışanlar ve örgüt dışındaki bağlantılar ile iletişim ve iş birliğinden kaynaklanmaktadır (Sürgevil vd., 2013: 5374). Böylece bu güçlendirici yapılar personel üzerinde bireysel olarak birçok olumlu sonuç ortaya çıkarabilirken, örgütsel olarak da birçok olumlu sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir.

Yapısal güçlendirme üzerine yapılan çalışmalarda “psikolojik güçlendirme” dikkati çeker (Laschinger vd., 2001; 2003; 2004; 2009; Carless, 2004; Wallach ve Mueller, 2006; DeCicco vd., 2006; O’Brien, 2011; Tolay vd., 2012). Psikolojik güçlendirme en çok çalışılan yapısal güçlendirme sonucudur. Güçlendirme, güçsüzlük oluşturan koşulların belirlenmesi aracılığı ile örgütsel üyeler arasında özyeterlilik algısının artırılması süreci olarak ifade edilmektedir (Conger ve Kanungo, 1988: 474; Spreitzer, 2007: 6). Bu aslında yapısal ve yönetsel uygulamalarla gerçekleştirilecek yapısal güçlendirmenin psikolojik güçlendirmeyele sonuçlanacağına da işaret etmektedir.

Yapısal güçlendirme ile örgüt yapısının fırsat ve kaynaklara ulaşımı sağlayan, yöneticilere güven duyulan, kararlara katılım ile tartışma ortamında çatışmaların azaldığı, problemlerin çözüldüğü bir ortam oluşmaktadır. Böylece çalışanlar inisiyatif alabilmekte, hızlı karar vererek harekete geçebilmekte, işini anlamlı bulabilmektedirler (Meng vd., 2015: 309). Böyle bir ortamda kendini psikolojik olarak güçlendirilmiş algılayan personel daha az tükenmişlik algılamaktadırlar (Laschinger vd., 2003; Meng vd., 2015). Yapısal güçlendirme tükenmişlikle mücadelede, personelin daha etkin bir şekilde karar vermelerini sağlarken ve performansını olumlu yönde etkilemektedir (Jaffery ve Farooq, 2015). İşini anlamlı bulan, örgütsel desteği hissedilen ve psikolojik güçlendirilmiş personel işinden daha fazla doyum algılamaktadır (Lautizi vd., 2009; Tolay vd., 2012).

Sorumluluk alma, işiyle ilgili karar verebilme özgürlüğü, yeni şeyler öğrenme şansı gibi iş karakterleri bir fırsat oluşturarak, personelin örgütsel bağlılık düzeylerini olumlu yönde etkilemektedir (Kanter, 1977: 143-145). Aynı zamanda yapısal güçlendirme, örgütte olumlu bir iklim oluşturarak, işe adanmanın gelişmesine katkı sağlayacak örgütsel koşulları oluşturmaktadır (Laschinger vd., 2009); güçlendirilen ve örgütsel rolünü benimseyen, işin sahibi haline gelen çalışanlar, kendilerini işlerine vererek, işleriyle daha fazla meşgul olmakta ve böylece işlerine adanmaları da beklenmektedir (Kanten, 2012: 33).

Yapısal güçlendirme personelin adalet, ödül, kontrol ve iş yükü gibi algılarını olumlu yönde etkilerken, özerkliğin, kararlara katılımın olduğu iş ortamı işten ayrılma niyetini azaltabilmektedir (Meng vd., 2014). Yapısal güçlendirme, personelin yüksek oranda yenilikçi ve yaratıcı iş performansı

göstermesine olanak sağlamakta, onların motivasyonunu artırarak daha fazla performans sergilemelerine yol açmaktadır (Laschinger ve Finegan, 2005).

Yapısal güçlendirme, personele kararlara katılım, iş birliğinin, kendini geliştirme fırsatı, destek, kaynak ve bilgi paylaşımının sağlandığı ortam oluşturarak onların bilişsel ve duyuşsal olarak güçlendirilmelerini amaçlamaktadır. Böylece karşılaştıkları problemlerde hızlı ve pratik kararlar alabilirler, yaptığı işi sahiplenir ve işlerini anlamlı bularak daha fazla çaba gösterebilirler. Ayrıca işyerinde gerekli eğitimleri alarak kendi alanlarında uzmanlaşabilir, yeni fikirler üretebilir, yaratıcılıklarını geliştirebilir ve üyesi olduğu örgüte güven duyabilirler. Sonuç olarak; yapısal güçlendirme bir yönetim tekniği olarak kullanıldığında birçok olumlu sonucu da beraberinde getirebilecektir. Çünkü yapısal güçlendirme çalışanların işlerine karşı algılarını ve performanslarını olumlu yönde etkilemekle birlikte hem bireysel hem de örgütsel başarılar elde edilmesinde önemli katkılar sağlayabilmektedir.

KAMU YÖNETİMİNDE YAPISAL GÜÇLENDİRME

Güçlendirme uygulamaları öncelikle özel sektör tarafından uygulanmaya başlanmış ve yeni bir yönetim tekniği olarak dikkat çekmiştir. Sonrasında ise farklı ülkelerin farklı reformlarla kamu yönetimlerinde Dünya Bankası, Avrupa Birliği, OECD, Birleşmiş Milletler gibi uluslararası örgütlerin de destekleriyle yapısal güçlendirme uygulamalarına yöneldiği görülmüştür. Kamu yönetiminde, hızlı hareket etme, hızlı karar alma, yönetime dinamik ve esnek bir yapı kazandırma, toplumsal taleplerin karşılanmasına yönelik bir yapı oluşturma gibi amaçlar bu reformların ortaya çıkmasını tetiklemiştir (Özer, 2019: 4).

Kamu yönetiminde yapısal güçlendirme uygulamalarının Yeni Kamu Yönetimi anlayışı çerçevesinde, ABD, İngiltere, Kanada, Avustralya, Fransa, İsveç ve Norveç gibi birçok gelişmiş ülkenin reform çalışmalarında, hükümet programlarında ve politikalarında (Pollitt, 1990; Hood, 1991; Gore, 1993; Peters, 1996; Wise, 2002; Kettl, 2005; Matheson, 2007) belirgin olarak yer aldığı görülmektedir (aktaran: Moldogaziev, 2013: 158). Örneğin, ABD’de özel sektör uygulamalarının kamu yönetimine aktarılması sürecinde “Amerikan Ulusal Performans Değerlendirme Projesi” gerçekleştirilmiş ve bu kapsamda “personel güçlendirme” bir ilke olarak yer almıştır (Çelik, 2013: 93).

Bununla birlikte, güçlendirme uygulamalarının kamu yönetiminde uygulanmasının zor olacağı yönünde iddialar da mevcuttur (Çuhadar, 2005; Akçakaya, 2010; Alkan, 2010; Fernandez ve Moldogaziev, 2011; 2013; 2015; Demircioğlu, 2018). Bu iddialar hemen hemen kamu yönetimlerinin bütününe genellenebilse de Türk Kamu Yönetimi özelinde incelendiğinde, yapısal güçlendirme

uygulamalarının önündeki engeller; yasal, örgütsel, kültürel, teknik ve yöneticilerden kaynaklı engeller olarak açıklanabilmektedir (Çuhadar, 2005: 6).

Ancak, Türk Kamu Yönetimi'nde yapısal güçlendirmenin uygulanmasının önündeki engelleri aşmaya yönelik birçok yapısal düzenleme ve reformların gerçekleştirildiği de görülmüştür. Örneğin, reform niteliğinde bir yasal düzenleme olan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile yönetim anlayışında, stratejik planlama, hesap verebilirlik, şeffaflık, performans odaklılık gibi kavramlar öne çıkmıştır.

2002 yılında açıklanan "Acil Eylem Planı" içerisinde, "Herkesin Sağlığı" başlığı altında, sağlık alanında yürütülecek temel hedefler arasında yapısal güçlendirme uygulamalarına rastlanılmıştır. "Sağlık Bakanlığının idari ve fonksiyonel açıdan yeniden yapılandırılması", "Tüm kamu kuruluşlarında alt kademelere yetki devri yapılması", "Sağlık alanında e-dönüşüm projesinin hayata geçirilmesi" gibi hedeflerle yapısal güçlendirmenin; örgütsel yapının ve personelin güçlendirilmesine yönelik uygulamaların gerçekleştirileceği vurgulanmıştır. Diğer bir örnek olarak Sağlıkta Dönüşüm Programı'nda katılımcı yönetim anlayışı, personelin eğitim ve geliştirilmesine fırsat sağlama, karar süreçlerinde etkili bilgiye erişebilirliği artırma, performans değerlendirme ve kaynakların etkili kullanımı gibi yapısal güçlendirme için de kritik konular önemle vurgulanmıştır (Seçtim, 2019: 118-120).

Sonuç olarak; kamu yönetiminde yapısal güçlendirmenin önünde engeller olduğu görülse de birçok ülkenin Yeni Kamu Yönetimi anlayışıyla yapısal güçlendirme uygulamalarına yöneldiği görülmüştür. Bununla birlikte Türk Kamu Yönetimi özelinde kapsamlı yasal düzenlemeler tam olarak gerçekleştirilemese bile, BM, OECD, AB gibi uluslararası kuruluşların uygulamaları paralelinde Yeni Kamu Yönetimi anlayışına yöneldiği ve yapısal güçlendirme uygulamalarına yer verildiği görülmüştür.

Kanter'in yapısal güçlendirme teorisi; personele destek, bilgi, kaynak sağlanması ve gelişim fırsatlarına erişimin kolaylaştırılması olarak açıklanabilmektedir. Bununla birlikte örgüt yapısının basık ve esnek bir hale getirilmesi, personelin kararlara katılımı, inisiyatif, sorumluluk almalarının ve iş birliğinin desteklenmesi de gerekmektedir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde kamu yönetiminin bürokratik yapısı gereği, yapısal güçlendirmenin özel sektör uygulaması gibi uygulanması zor olabilmektedir. Ancak, çağın gereği olarak kamu kurumlarında yapısal güçlendirme uygulamalarına yönlendiği ve kamu yönetiminin kendi özellikleri çerçevesinde uygulandığı da görülmüştür.

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME

Dünyada yaşanan toplumsal, teknolojik ve çevresel değişimler örgütlerin başarısını derinden etkilemektedir. Bu süreçle birlikte, insan kaynakları örgütün başarısı üzerindeki önemini giderek artırmakta ve örgütlerin insan kaynaklarına olan bakış açılarının da buna bağlı olarak değiştiği görülmektedir. Örgütler artık çalışanların sadece işyerlerini sevmelerini ve sadakat duymalarını değil aynı zamanda çalışanların örgütlerini kendi kimlikleri ile özdeşleştirecek derecede benimsemelerini istemektedirler. Örgüt üyeliğini çalışanların kimliklerinin önemli bir parçası hâline getirmek, onların kendilerini örgütün üyesi olarak tanımlamalarını, aynı zamanda gurur duymalarını sağlamak, örgütlerin uzun vadeli başarılar kazanmalarında kritik bir role sahip olmaktadır (İşcan, 2006: 161). Bu kapsamda örgütlerde özdeşleşmiş çalışanların önemi artmakta; örgütler, özdeşleşmenin sağlanmasına giderek daha fazla önem vermektedirler.

İnsanlar kendilerini genellikle belirli bir grubun üyesi olarak tanımlamaktadır. Bu sosyal kimlikler yaygın olarak bir ülkenin, cinsiyetin, ırkın, spor takımının veya örgütün parçası olabilmektedir. Ancak grupların hayatta kalabilmeleri de üyelerin varlığına bağlıdır. Tajfel (1972: 292) sosyal kimliği, bireyin kendisini üyeleriyle arasında duygusal bağ hissettiği ve benzer değerleri paylaştığı belirli grubun üyesi olarak ifade etmesi şeklinde tanımlamaktadır. Örgütsel özdeşleşme (organizational identification) esasen sosyal kimliğin önemli bir biçimidir ve genellikle bireyin benlik duygusunun önemli bir parçasını (Mael ve Ashforth, 1992: 104) içermektedir. Örgütsel özdeşleşme, bireyler ve çalıştıkları örgüt arasındaki ilişkiyi açıklamanın da bir yoludur. Örgütsel özdeşleşmenin örgütsel yaşamda önemli bir faktör olduğu birçok kez kanıtlanmıştır. Bu alanda yapılan araştırmalar, kişilerin kendilerini güçlü bir şekilde örgütleriyle tanımlayan çalışanların, çalıştıkları örgüte karşı daha olumlu tutum ve davranışlar sergilediğini göstermekte; çalışan ile örgüt arasındaki bağı ve yönetimin çalışanların örgütle ilgili kararlara ilgi duymalarını nasıl teşvik ettiğini açıklamaya çalışmaktadır. Örgütsel özdeşleşme ile ilgili alanyazın, özdeşleşmenin çalışanın sosyal kimliklerinin bir parçası olan örgütsel kimliğin bir sonucu olarak geliştiğini belirtmektedir. Ayrıca özdeşleşmenin örgüt üyelerini örgütsel kararlara katılımını ve örgütsel amaçlara göre davranmalarını teşvik ettiği, örgütsel davranış şekillerini benimsemelerini (Tompkins ve Cheney, 1985) dolayısıyla örgütsel verimliliğe katkıda bulunmalarını sağladığını göstermektedir.

Özdeşleşme düzeyi bazı durumlarda büyük önem kazanmaktadır. Örneğin çevre koşulları örgütün varlığını sürdürmesini güçleştirdiği durumlarda, özdeşleşmenin gerçekleştirilmesi zor olabilmektedir. Bu durumda örgütsel varlığın devamı için özdeşleşme düzeyi yüksek insan kaynağına olan ihtiyaç da fazla olmaktadır (Polat ve Meydan, 2010: 150). Böylece örgütüyle özdeşleşmiş çalışanlar daha verimli

olabilmekte; bu da örgütün başarısını etkilemesi açısından örgütsel özdeşleşmenin önemini ortaya koymaktadır.

Örgütsel özdeşleşmenin önemi, bir örgütte karar vericilerin o örgütün çıkarlarını en iyi destekleyen alternatifini seçmek istediğinde ortaya çıkmaktadır. Bu aşamada bireyin rolü, ortak çıkarların sağlanması ve olumlu sonuçlara odaklanma da belirleyici unsurlardır. Örgütle özdeşleşmeyi geliştiren bireyler, örgütün çıkarlarını kendi kişisel değer sistemlerine dâhil ederek daha fazla olumlu çıktılar sağlamaktadırlar. Karar vericiler, bireylerin yarattığı bu farkı anladığında, dolayısıyla özdeşleşme düzeyinin artırılmasının ve ölçülmesinin önemini de anlayabilmektedirler (Cheney ve Tompkins, 1987: 2).

Örgütsel özdeşleşme çalışanlar için önemlidir, çünkü bu süreç bireylerin kendilerini tanımlamaları ile ilgili bir süreçtir, başkalarıyla bu tanımla iletişim kurarlar, iş yaşamları ve diğer yaşamlarındaki süreçlere yön verirler (Ashforth vd., 2008: 334). Örgütsel özdeşleşme örgütler için de önemlidir çünkü örgütsel özdeşleşme kişisel çıkarlar ve davranışlar ile örgütün çıkarlarını sağlayacak davranışlar arasında uyum sağlayarak, üyeleri olumlu örgütsel vatandaşlık davranışları göstermeleri yönünde güdülemekte, böylece olumlu örgütsel çıktılar elde edilebilmektedir (Yanar, 2005: 11).

Örgütsel özdeşleşme, birey ve örgüt açısından birçok yarar sağlamaktadır. Personelin örgütle özdeşleşmesi, yaptığı işten keyif almasını, işini anlamlı bulmasını sağlamaktadır. Bu da personelin işten ayrılma niyetini azaltarak, bağlılığını artırmaktadır. Örgütü ile özdeşleşen çalışanlar, örgütün amaçları ile kendi amaçlarını bir görerek, örgüte daha fazla katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca özdeşleşme, personeli örgüt yararına gönüllü davranışlar sergilemeye yöneltmektedir (Zencirkıran ve Keser, 2018: 293). Günümüz çevre koşulları dikkate alındığında bu durumlar örgütlerin başarısında örgütsel özdeşleşmenin önemini daha da ön plana çıkarmaktadır.

YAŞAM DOYUMU

İnsanların yaşamlarını sürdürmeleri ve yaşadığı hayatı anlamlı bulmaları için yaşamlarından doyum almaları gerekmektedir. Yıllarca psikoloji alanında bireyin yaşamındaki mutsuzluk ve stres gibi olumsuzluklara odaklanılmasına rağmen pozitif öznel iyi oluş göz ardı edilmiştir. Son yıllarda davranış ve sosyal bilimciler tarafından yapılan teorik ve ampirik çalışmalarla bu durumun telafi edildiği ve yaşam doyumuna yönelik ilginin de arttığı görülmektedir (Diener, 1984: 542).

Bireyin mutluluğuna ve yaşam doyumuna ilişkin bilimsel çalışmaların hümanist yaklaşımlar temelinde felsefeye yönelmesi, 20. yy. başlarında pozitif psikoloji paradigmasının ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlamıştır. Araştırmacılar “Yaşamı daha iyi yapan, yaşamayı değerli kılan şeyler nelerdir?”, “Yaşamın anlamı ve amacı nedir?” gibi sorulardan yola çıkarak, geçmişte yalnızca bireyin

olumsuz durumlarına odaklanan bilimsel yaklaşımlara farklı bir bakış açısı önermişlerdir (Seligman, 2007: 278). Bireyin psikopatolojik sorunları yerine onun güçlü yönlerine odaklanan ve bu yönleri geliştirerek mutluluğun artırılmasını amaçlayan pozitif paradigma bu süreçte geliştirilmiştir (Şimşek ve Aktaş, 2014: 149).

Yaşam doyumu, pozitif psikoloji paradigmasının en önemli yapı taşlarından birisidir. Yaşam doyumuna ilişkin çalışmalar, bireyin zayıf yönlerinin yerine güçlü yönlerini tanımlamayı ve geliştirmeyi amaçlamaktadır (Proctor vd., 2009). Bununla birlikte yaşam doyumunun sağlık, başarı, çalışma yaşamında yüksek performans ve kazanç, örgütsel uyum sağlama gibi iş ve iş dışı olumlu sonuçlara yol açması, bu kavrama yönelik yapılan bilimsel çalışmaların da artmasını sağlamıştır (Doğan ve Şahin, 2015: 133).

Bireyin beklentilerinin, varolan durum ile karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan yaşam doyumu, genel olarak bireyin bütün yaşamını ve bu yaşamın farklı boyutlarını kapsamaktadır. Günlük yaşamdan mutluluk duymak, hayatı anlamlı bulmak, belirlenen hedeflere ulaşma konusunda uyumluluk gösterebilmek, olumlu bireysel kimlik, fiziksel açıdan kendini iyi hissetmek, iktisadi güvenlik ve sosyal ilişkiler yaşam doyumu kapsamı içerisinde yer almaktadır (Kuzulu vd., 2013: 93).

Yaşam doyumu üzerinde genetik olarak belirlenmiş mutluluk alanının % 50, çevresel etkenlerin % 10 ve mutlulukla ilgili faaliyetlerin % 40 etkisi olduğu belirtilmektedir (Lyubomirsky vd., 2005). Bireyin kişilik özellikleri ve olumlu ruh halinin büyük oranda etkili olduğu belirtilmekle birlikte; evlilik, aile, iş, sosyal çevre gibi yaşamın her alanının yaşam doyumu algısıyla ilişkili olduğu da ifade edilebilir.

Yaşam doyumunun objesi yaşamın tüm alanlarıdır. Yaşam alanlarını ise iş ve iş dışı yaşam alanları olarak ayırmak mümkündür. Son yıllarda insanların büyük bir kısmı yaşamlarının önemli bir kısmını iş ortamlarında geçirmekte ve iş yaşamı bireyin iş doyumu elde etmesinin yanı sıra yaşamından doyum sağlamasında da önemli bir etken olabilmektedir. İş yaşamının bireyin yaşam doyumu üzerindeki etkileri dikkate alındığında, bugünün örgüt yönetimlerinin bu konuya daha fazla önem vermeleri hem bireysel hem de örgütsel olumlu çıktılara yol açabilmesi sebebiyle önem kazanmaktadır.

YAPISAL GÜÇLENDİRMENİN ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME VE YAŞAM DOYUMU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde öncelikle araştırma hakkında açıklamalar yapılmış ardından elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bölüm elde edilen bulguların tartışılmasıyla sonlandırılmıştır.

Araştırmanın Konusu ve Önemi

Yapısal güçlendirmenin kuramsal temellerini atan Kanter (1977), personeli güçlendirmek için örgütlerin fırsat yapısı ve güç yapısı olarak tanımlanan güçlendirme yapılarına sahip olmaları

gerektiğini ifade etmektedir. Fırsat yapısı, personelin eğitim ve gelişme fırsatları elde etmelerini sağlayan, ayrıca onların motivasyonunu, verimliliğini, bağlılığını ve işe katılım derecesini önemli ölçüde etkileyen işin özellikleridir. Güç yapısı ise, personelin kaynakları seferber etmelerini sağlayan; bilgi, destek ve kaynaklardan gelen örgütsel özelliklerdir. Güçlendirme uygulamalarına uygun örgüt yapıları personelin yasal pozisyonundan kaynaklanan resmi güç ve personelin üstleri, astları, akranları ve diğer paydaşlarla kurduğu ilişkiler, iletişim ve iş birliklerinden oluşmaktadır. Güçlendirici yapılar ve güçlendirme uygulamalarına ulaşım sağlayan örgüt yapıları, birlikte personelin güçlenme hissini olumlu yönde etkilemektedir. Böylece personelin iş etkinliğinin artması beklenmektedir. Ayrıca personel kendini güçlenmiş olarak algıladığında stres ve tükenmişlik duygusu azalmakta, işleri üzerinde kontrol ve özerklik hissi duymakta, örgütüne daha fazla bağlılık ve özdeşleşmiş hissedebilmektedirler (Kanter, 1977: 129-163). Güçlendirilmiş personel hem işleri ve örgütleri hem de kendileri ile ilgili daha iyi duygu ve düşüncelere sahip olmaktadır (Lautizi vd., 2009; Erkul vd., 2018). Birey örgütüne karşı olumlu duygular hissederken örgütüyle ortak özelliklerini de pekiştirmektedir. Bununla birlikte yapısal güçlendirme, bireyin kendisini güçsüz hissettiren unsurları ortadan kalkmasını sağlarken, öz yeterlilik algısını da olumlu yönde etkilemektedir. Böylece bireyin yüksek düzeyde örgütüyle özdeşleşmesi beklenmektedir.

Yapısal güçlendirme; bireylerin işlerinde bilgi, destek, fırsat ve kaynaklara ulaşabildiği, yöneticilere ve örgütüne güven duyduğu, kararlara katıldığı problemlerin çözüldüğü bir ortam oluşturmayı ifade etmektedir (Meng vd., 2015). Böyle bir ortamda ise bireyler inisiyatif alabilirken aynı zamanda öz yeterlilik duygusu gelişmekte, işini anlamlı bulabilmekte ve güçsüzlük veren etkenler giderilmektedir. Sonuç olarak; olumlu ruh hali gelişmekte ve böylece yapısal güçlendirmenin genel yaşam doyumunu olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

Alan araştırmasının konusunu; kamu kurumlarında yapısal güçlendirmenin personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumunu üzerindeki etkileri oluşturmaktadır. Alanyazın incelendiğinde; yapısal güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme kavramlarının birlikte incelendiği bazı çalışmalar olduğu görülmüştür. Ancak yapısal güçlendirme, örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumunu kavramlarının birlikte ele alındığı bir çalışma saptanamamıştır. Bu kavramların hepsinin bir arada incelendiği bir çalışmanın saptanamaması, araştırmanın alana sağlayacağı katkı açısından önem taşımaktadır.

Yapılan alanyazın taraması sonucunda yapısal güçlendirmenin bireysel olarak personelin yaşam doyumunu elde etmesini, örgütsel olarak örgütsel özdeşleşmenin gerçekleşmesini artıracığı görülmüştür. Örgütsel başarı elde edilebilmesinde de önemli unsurlar olarak görülen bu kavramların incelenmesinin, yönetim alanına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın Amacı

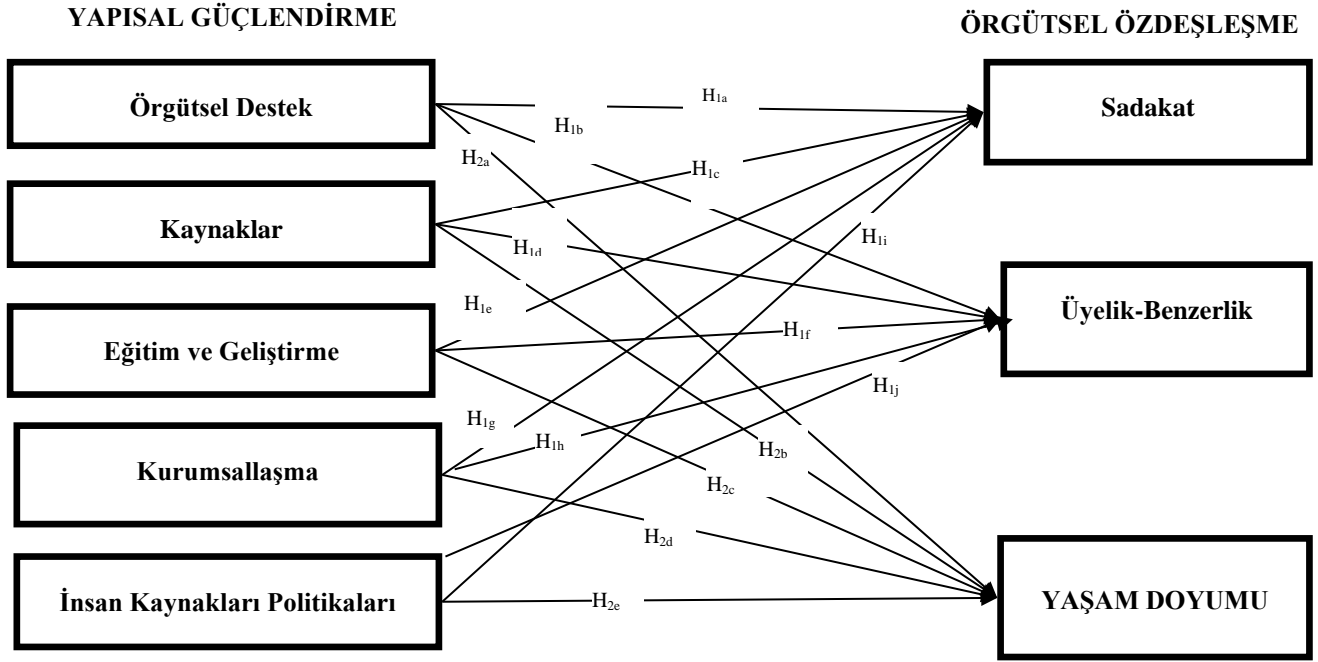
Araştırmanın amacını; kamu kurumlarında yapısal güçlendirme uygulamalarının personel üzerindeki örgütsel ve bireysel etkilerini incelemek, elde edilen verilerle kamu kurumlarının yönetimlerine, yönetsel kapasitenin artırılmasına yönelik öneriler sunmak oluşturmaktadır. Bu doğrultuda kamu kurumlarına yönelik geliştirilen yapısal güçlendirme ölçeğinin kamu kurumu personelinde test edilmesi ve yapısal güçlendirme uygulamalarının personelinin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu algısı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Kamu kurumlarında kurumsallaşma düzeyi, personele sağlanan örgütsel destek, kaynaklar, insan kaynakları politikaları ile eğitim ve geliştirme fırsatlarının; personelin örgütsel özdeşleşme ve bu kapsamda sadakat ve üyelik-benzerlik düzeyleri yanı sıra, yaşam doyumu düzeyleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi hedeflenmiştir. Bu sayede kamu kurumlarındaki uygulamaların personel üzerindeki etkileri test edilerek, kamu kurumlarına yönelik geliştirilen ölçeğin kullanıldığı bu model vasıtasıyla alanyazına katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini kamu kurumlarında çalışan personel oluşturmaktadır. Konu gereği kamu personeline ulaşılması gerektiğinden, Trakya Üniversiteler Birliği'ne bağlı olarak faaliyet gösteren hastanelerde görev yapmakta olan hemşire, laborant, radyoloji teknikeri, acil tıp teknisyeni gibi unvanlara sahip çalışanlara ulaşılmıştır. Örneklem homojen olması açısından hekim dışı personel ile sınırlandırılmış bu kapsamda benzer statülerde çalışanlar araştırmaya dâhil edilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Hastanelerden alınan izinler doğrultusunda teslim edilen 1.200 anket formundan geriye dönen 550 adet (% 46) anket formunun 538 adedi (% 45) değerlendirme kapsamına alınmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların anket formlarındaki ifadeleri gerçek durumu yansıttığı ve doğru biçimde cevapladıkları varsayılmaktadır.

Araştırmanın modeli, alanyazındaki çalışmalarda kabul gören değişkenler arası ilişkilerin test edilmesine yönelik hazırlanmıştır. Araştırma modelindeki genel ilişkiyel yaklaşımlar; bağımsız değişkenler (örgütsel destek, kaynaklar, eğitim ve geliştirme, kurumsallaşma ve insan kaynakları politikaları) ile bağımlı değişkenler (yaşam doyumu, sadakat, benzerlik- üyelik) arasında bir ilişki bulunduğunu göstermektedir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda; değişkenler arasındaki ilişkilerin test edilmesine yönelik araştırmanın ana hipotezleri ve alt hipotezleri şu şekilde geliştirilmiştir:

H₁: Yapısal güçlendirme uygulamaları kamu kurumlarında personelin örgütsel özdeşleşme düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1a}: Örgütsel destek, kamu kurumlarında personelin sadakat düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1b}: Örgütsel destek, kamu kurumlarında personelin benzerlik-üyelik düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1c}: Kaynaklar, kamu kurumlarında personelin sadakat düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1d}: Kaynaklar, kamu kurumlarında personelin benzerlik-üyelik düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1e}: Eğitim ve geliştirme, kamu kurumlarında personelin sadakat düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1f}: Eğitim ve geliştirme, kamu kurumlarında personelin benzerlik-üyelik düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1g}: Kurumsallaşma, kamu kurumlarında personelin sadakat düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1h}: Kurumsallaşma, kamu kurumlarında personelin benzerlik-üyelik düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1i}: İnsan kaynakları politikaları, kamu kurumlarında personelin sadakat düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H1j: İnsan kaynakları politikaları, kamu kurumlarında personelin benzerlik- üyelik düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2: Yapısal güçlendirme uygulamaları kamu kurumlarında personelin yaşam doyumu düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2a: Örgütsel destek, kamu kurumlarında personelin yaşam doyumu düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2b: Kaynaklar, kamu kurumlarında personelin yaşam doyumu düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2c: Eğitim ve geliştirme, kamu kurumlarında personelin yaşam doyumu düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2d: Kurumsallaşma, kamu kurumlarında personelin yaşam doyumu düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2e: İnsan kaynakları politikaları, kamu kurumlarında personelin yaşam doyumu düzeylerini anlamlı olarak etkilemektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, betimsel araştırma yöntemi kullanılarak yapılmış; olgular arasındaki neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde kamu kurumlarında yapısal güçlendirmenin personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu üzerindeki etkileri betimlenmeye ve açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmada nicel veriler kullanılmış bu kapsamda veriler anket tekniği ile elde edilmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen veriler SPSS 22 ve Smart PLS v3.2.7 programlarından yararlanılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik analizleri, açıklayıcı faktör analizleri ve korelasyon analizlerinde SPSS 22 programı kullanılmış, Smart PLS programı ile kısmi en küçük kareler-yapısal eşitlik modeli, araştırma modeli ve hipotezleri test edilmiştir.

Yararlanılan Ölçekler

Kullanılan ölçekler alanyazın incelenerek elde edilmiştir. Elde edilen ölçekler Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan ölçeklerdir. Ölçek maddelerinin yer aldığı anket formlarında Likert tipi 5’li metrik ifadeler yer verilmiştir. Buna göre “1- kesinlikle katılmıyorum”, “2- katılmıyorum”, “3- ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4- katılıyorum” ve “5- kesinlikle katılıyorum” olarak derecelendirilmiştir.

Yapısal güçlendirme ölçeğinde; örgütsel destek, kurumsallaşma, kaynaklar, insan kaynakları politikaları ile eğitim ve geliştirme olmak üzere 5 boyutlu ve 27 ifadeli “Kamu Kurumlarına Yönelik Yapısal Güçlendirme Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek kapsamında “Bu kurumun tüm birimlerinde nitelikli personel istihdam edilmektedir”, “Bu kurum çalışanları açısından sağlıklı bir iş ortamı

yapılandırmaya önem vermektedir” ve “Bu kurumda çalışanların inisiyatif almaları desteklenmektedir” gibi ifadeler bulunmaktadır.

Örgütsel özdeşleşme ölçeğinde, Cheney’in (1982) geliştirdiği “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği”nin (Organizational Identification Questionnaire-OIQ), Johnson ve arkadaşları (1999) tarafından sadeleştirilmiş versiyonu olan; 23 ifade ve sadakat, üyelik ve benzerlik olmak üzere 3 boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır. Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin Türkçe uyarlaması Kanten’in (2012) çalışmasından alınmıştır. Ölçek kapsamında “Bu kurumdakiler aynı amaç doğrultusunda çalışıyorlar”, “Dışarıdaki kişilerin çalıştığım kurumu eleştirmelerine sinirlenirim” ve “Bu kurumun geleceğini önemsiyorum” gibi ifadeler yer verilmiştir.

Yaşam doyumu ölçeğinde ise Diener ve arkadaşları (1985) tarafından geliştirilmiş olan, 5 ifadeli ve tek boyutlu “Yaşam Doyumu Ölçeği” (Satisfaction with Life Scale) kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçeye uyarlaması, Dağlı ve Baysal (2016) tarafından 5’li Likert yapısında gerçekleştirilmiştir. Ölçek kapsamında “Yaşam koşullarımın mükemmel olduğunu düşünüyorum”, “Şimdiye kadar hayatta istediğim önemli şeylere sahip olduğumu düşünüyorum” ve “Genel olarak hayatımdan memnunum” gibi ifadeler kullanılmıştır.

Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırma bulguları; demografik bulgular, güvenilirlik ve faktör analizine ilişkin bulgular, korelasyon analizine ilişkin bulgular, ölçüm modeline ilişkin bulgular, fark testlerine ilişkin bulgular ve yapısal modele ilişkin bulgular çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan 538 katılımcıya ait demografik özellikler; cinsiyet, yaş, mezuniyet, görev, çalışma süreleri ve toplam çalışma süreleri olarak değerlendirilmiştir. Katılımcılara ait demografik özellikler şu şekilde gösterilmektedir:

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Durumuna İlişkin Frekans Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	(%)	Yaş	Frekans	(%)	Çalışma Süresi	Frekans	(%)
Kadın	360	66,9	18-25	140	26,0	1 yıldan az	96	17,8
Erkek	178	33,1	26-41	339	63,0	1-5 yıl	196	36,4
Toplam	538	100	42-49	48	8,9	6-10 yıl	142	26,4
Görev	Frekans	%	50 +	11	2,0	11-15 yıl	70	13,0
			Toplam	538	100	16 +	34	6,3
Hemşire	321	59,7	Eğitim Düzeyi	Frekans	%	Toplam	538	100

Sağlık Memuru / Teknikeri	86	16,0	Lise	65	12,1	Toplam Çalışma Süresi	Frekans	(%)
Radyoloji Teknk	29	5,4	Ön lisans	121	22,5	1 yıldan az	39	7,2
Acil Tıp Teknk.	54	10,0	Lisans	283	52,6	1-5 yıl	168	31,2
Laborant	48	8,9	Lisansüstü	69	12,8	6-10 yıl	131	24,3
Toplam	538	100	Toplam	538	100	11-15 yıl	113	21,0
						16 +	87	16,2
						Toplam	538	100

Araştırmaya katılan katılımcıların tamamı demografi sorularını cevaplandırmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğunu; kadınlar (% 66,9), 26-41 yaş aralığındakiler (% 63), Lisans mezunları (% 52,6) ve hemşireler (% 59,7) oluşturmuştur. Ayrıca katılımcıların meslekte çalışma süresi 1-5 yıl olanlar % 31,2'sini oluştururken kurumda 1-5 yıldır çalışanların oranı % 36,4 olduğu görülmüştür.

Araştırmanın hastanelerde gerçekleştirilmiş olması katılımcılarda, kadın ve hemşirelerin oranını artırdığı, ayrıca araştırmanın gerçekleştirildiği hastanelerin faaliyet sürelerinin çok uzun olmamasının da çalışma sürelerini etkilediği düşünülmektedir.

Güvenilirlik ve faktör analizlerine ilişkin bulgular

Yapısal güçlendirme, örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu değişkenlerine ait verilere, kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini sağlamak amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve Varimaks döndürme yöntemi kullanılmıştır. Temel bileşenler analizinde gerçekleştirilen Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri ve Barlett testlerine ilişkin bulgular ile ölçeklerin genel iç tutarlılık katsayıları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Ölçeklerin KMO, Barlett ve Güvenilirlik Test Değerleri

Ölçekler	KMO Değerleri	Barlett Değerleri	Barlett Anlamlılık	Genel iç Tutarlılık (Cronbach's Alpha)
Yapısal Güçlendirme	,938	8047,411	,000	,942
Yaşam Doyumu	,752	811,170	,000	,783
Örgütsel Özdeşleşme	,902	2302,691	,000	,870

KMO değerleri örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu; Barlett testi değerleri ise verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Yapısal güçlendirme, örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu ölçeklerine ait verilerin açıklayıcı faktör analizine sokulması ve Varimaks döndürülmesi sonucunda faktör yükleri 0.50'nin altında kalan maddeler analiz kapsamından çıkarılmıştır. Açıklayıcı

faktör analizi sonrası kalan maddeler; 27 ifadeden oluşan yapısal güçlendirme ölçeğinden 25 madde, 23 ifadeden oluşan örgütsel özdeşleşme ölçeğinden 11 madde ve 5 ifadeden oluşan yaşam doyumu ölçeğinden ise 5 madde ile analizlere devam edilmiştir.

Faktör analizi sonucunda yapısal güçlendirme ölçeğinin teoriye uygun bir yapıyı ölçtüğü ve yapı geçerliliğini sağladığı görülmüştür. Yapısal güçlendirme ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 3’de ve ölçeğin değişken ortalamaları, standart sapma, faktör ortalamaları Tablo 4’de gösterilmektedir.

Tablo 3. Yapısal Güçlendirme Ölçeği Döndürülmüş Faktör Yükleri

Ölçek Maddeleri	Örgütsel Destek	Kaynaklr	Eğitim & Geliştirme	Kurumsal laşma	İKP
1. Bu kurumda çalışanların inisiyatif almaları desteklenmektedir.	0,636				
2. Bu kurumda çalışanların yeni fikirler geliştirmeleri desteklenmektedir.	0,804				
3. Bu kurumda çözüm odaklı bakış açısına önem verilmektedir.	0,832				
4. Bu kurumda yöneticilerin liderlik rolleri üstlenmeleri beklenmektedir.	0,886				
5. Bu kurum çalışanlarını destekleyen politikalar uygulamaktadır.	0,853				
6. Bu kurumda çalışanların bilgi ve becerilerini geliştirmeleri desteklenmektedir.	0,784				
8. Bu kurum çalışanlarına iş süreçlerinde yeterli düzeyde teknolojik araç-gereç sağlamaktadır.		0,793			
9. Bu kurum çalışanlarına iş rollerinde gereken malzeme ve ekipman desteği vermektedir.		0,785			
10. Bu kurum çalışanları açısından sağlıklı bir iş ortamı yapılandırmaya önem vermektedir.		0,846			
11. Bu kurumda çalışanların ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşmalarına fırsat verilmektedir.		0,851			
12. Bu kurumda çalışanların hizmetiçi eğitimlere katılmalarına önem verilmektedir.			0,711		
13. Bu kurumda çalışanların çeşitli eğitim programlarına katılmaları desteklenmektedir.			0,763		
14. Bu kurum çalışanların talep etmesi halinde eğitim programları düzenlemektedir.			0,852		
15. Bu kurumda çalışanların mesleki gelişimlerine önem verilmektedir.			0,770		
16. Bu kurumda ihtiyaç duyulması durumunda gereken eğitimler düzenlenmektedir.			0,810		
18. Bu kurumun misyonu ve vizyonu belirgindir.				0,716	
19. Bu kurum hizmet kalitesinin sağlanmasına önem vermektedir.				0,792	
20. Bu kurumun tüm birimlerinde nitelikli personel istihdam edilmektedir.				0,842	
21. Bu kurum iş süreçlerinde etkinliğin sağlanmasına önem vermektedir.				0,836	
22. Bu kurumda tüm çalışanların net görev tanımları vardır.				0,811	
23. Bu kurum başarılı çalışanların ödüllendirilmesine önem vermektedir.					0,811
24. Bu kurumda terfi politikaları etkili bir şekilde yürütülmektedir.					0,852
25. Bu kurumda politika ve prosedürler adaletli bir şekilde yürütülmektedir.					0,868
26. Bu kurumda iş süreçlerinde şeffaflığın sağlanmasına önem verilmektedir.					0,828
27. Bu kurumda çalışanlar için belirlenmiş açık performans kriterleri mevcuttur.					0,758
İç Tutarlılık Katsayıları (Cronbach’s Alpha)	,887	,836	,839	,857	,882
Hesaplanan Genel İç Tutarlılık Katsayısı	,942				
Açıklanan Varyanslar	15,253	15,112	14,164	11,156	11,015
<i>Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi – Döndürme Yöntemi: Varimaks Döndürmesi</i>					

Faktör analizleri sonucunda oluşan faktörler, faktör yükleri, değişken ortalamaları, faktör (boyut) ortalamaları, açıklanan varyanslar ve hesaplanan iç tutarlılık katsayılarına ilişkin bulgular sırasıyla şu şekilde özetlenebilir:

Yapısal güçlendirme ölçek maddelerinin faktör analizine sokulması sonucunda 5 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Oluşan faktörler toplam varyansın % 67'sini açıklamaktadır. Birinci faktör örgütsel desteğin açıkladığı varyans oranı % 15, ikinci faktör kaynakların açıkladığı varyans oranı % 15, üçüncü faktör eğitim-geliştirmenin açıkladığı varyans oranı % 14, dördüncü faktör kurumsallaşmanın açıkladığı varyans oranı % 11 ve beşinci faktör insan kaynakları politikalarının açıkladığı varyans oranı % 11 olarak saptanmıştır.

Tablo 4. Yapısal Güçlendirme Ölçeği Değişken Ortalamaları

Faktör	Ölçek Maddeleri	Değişken Ortalama	Standart Sapma	Faktör Ortalama
Örgütsel Destek	1. Bu kurumda çalışanların inisiyatif almaları desteklenmektedir.	2,9572	1,06232	2,8538
	2. Bu kurumda çalışanların yeni fikirler geliştirmeleri desteklenmektedir.	2,8532	1,06178	
	3. Bu kurumda çözüm odaklı bakış açısına önem verilmektedir.	2,8123	1,09853	
	4. Bu kurumda yöneticilerin liderlik rolleri üstlenmeleri beklenmektedir.	2,8866	1,04470	
	5. Bu kurum çalışanlarını destekleyen politikalar uygulamaktadır.	2,7788	1,01266	
	6. Bu kurumda personelin bilgi ve becerilerini geliştirmeleri desteklenmektedir.	2,8346	1,01045	
Kaynaklar	8. Bu kurum çalışanlarına iş süreçlerinde yeterli düzeyde teknolojik araç-gereç sağlamaktadır.	2,7193	1,09563	2,8769
	9. Bu kurum çalışanlarına iş rollerinde kullanmaları gereken malzeme ve ekipman desteği vermektedir.	3,0316	1,08009	
	10. Bu kurum çalışanları açısından sağlıklı bir iş ortamı yapılandırmaya önem vermektedir.	2,8476	1,11156	
	11. Bu kurumda çalışanların ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşmalarına fırsat verilmektedir.	2,9089	1,05044	
Eğitim & Geliştirme	12. Bu kurumda çalışanların hizmetiçi eğitimlere katılmalarına önem verilmektedir.	3,2305	1,04945	2,9416
	13. Bu kurumda çalışanların çeşitli eğitim programlarına katılmaları desteklenmektedir.	3,0706	1,07391	
	14. Bu kurum çalışanların talep edildiğinde eğitim programları düzenlemektedir.	2,9126	,99804	
	15. Bu kurumda çalışanların mesleki gelişimlerine önem verilmektedir.	2,6431	1,08784	
	16. Bu kurumda ihtiyaç duyulması durumunda gereken eğitimler düzenlenmektedir.	2,8513	,99543	
Kurumsallaşma	18. Bu kurumun misyonu ve vizyonu belirgindir.	3,3680	1,07202	3,1673
	19. Bu kurum hizmet kalitesinin sağlanmasına önem vermektedir.	3,1914	1,07907	
	20. Bu kurumun tüm birimlerinde nitelikli personel istihdam edilmektedir.	3,0669	,93114	
	21. Bu kurum iş süreçlerinde etkinliğin sağlanmasına önem vermektedir.	2,9665	,96821	
	22. Bu kurumda tüm çalışanların açık görev tanımları vardır.	3,2435	,97176	
İKP	23. Bu kurum başarılı çalışanların ödüllendirilmesine önem vermektedir.	2,0762	,99334	2,3535
	24. Bu kurumda terfi politikaları etkili bir şekilde yürütülmektedir.	2,2323	1,07793	
	25. Bu kurumda politika ve prosedürler adaletili bir şekilde yürütülmektedir.	2,4442	1,04892	
	26. Bu kurumda iş süreçlerinde şeffaflığın sağlanmasına önem verilmektedir.	2,5223	1,03947	
	27. Bu kurumda çalışanlar için belirlenmiş açık performans kriterleri mevcuttur.	2,4926	1,03610	

Yapısal güçlendirme ölçeğinin değişken ortalamalarının; 2,23 ve 3,37 arasında sıralandığı, faktör ortalamalarının; 2,35 ve 3,17 arasında sıralandığı, değişkenlerin standart sapmalarının ise 0,93 ile 1,11 arasında sıralandığı görülmüştür. Bulgular personelin yapısal güçlendirme algısının orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Faktör analizi sonucunda örgütsel özdeşleşme ölçeğinin teoriye uygun bir yapıyı ölçtüğü ve yapı geçerliliğini sağladığı görülmüştür. Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 5’de ve ölçeğin değişken ortalamaları, standart sapma, faktör ortalamaları Tablo 6’da gösterilmektedir.

Tablo 5. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği Döndürülmüş Faktör Yükleri

Ölçek Maddeleri	Sadakat	Benzerlik Üyelik
3. Kurumumuzun başarısı için, benden beklenenin üzerinde bir çaba gösteriyorum.	0,615	
4. Dışarıdaki kişilerin çalıştığım kurumu eleştirmelerine sinirlenirim.	0,779	
5. Bu kuruma karşı samimi duygular besliyorum.	0,869	
9. Bu kurumdakiler aynı amaç doğrultusunda çalışıyorlar.		0,670
10. Çalıştığım kurumun imajı toplum içerisinde beni iyi bir şekilde temsil etmektedir.		0,716
16. Kendi değerlerimi, bu kurumun değerlerine oldukça yakın buluyorum.		0,741
17. Bu kurumu, çalışanlarının çoğunun aidiyet hissi duyduğu büyük bir aile olarak tanımlıyorum.		0,805
18. Kendimi bu kurum ile özdeşleştirmemin kolay olduğunu düşünüyorum.		0,812
19. Para kazanmaya ihtiyacım olmasa bile bu kurumda çalışmaya devam edebilirim.		0,638
20. Bu kurumun üyesi olmaktan gurur duyuyorum.		0,737
22. Bu kurumun bana değer verdiğini düşünüyorum.		0,744
İç Tutarlılık Katsayıları (Cronbach’s Alpha)	,645	,875
Hesaplanan Genel İç Tutarlılık Katsayısı	,870	
Açıklanan Varyanslar	39,096	17,259
<i>Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi – Döndürme Yöntemi: Varimaks Döndürmesi</i>		

Örgütsel özdeşleşme ölçek maddelerinin faktör analizine sokulması sonucunda iki faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Oluşan faktörler toplam varyansın % 56’sını açıklamaktadır. Birinci faktör sadakatin açıkladığı varyans oranı % 39, ikinci faktör benzerlik-üyelik’in açıkladığı varyans oranı % 17 olarak saptanmıştır.

Tablo 6. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği Değişken Ortalamaları

Faktör	Ölçek Maddeleri	Değişken Ortalama	Standart Sapma	Faktör Ortalama
Sadakat	3. Kurumumuzun başarısı için, benden beklenenin üzerinde bir çaba gösteriyorum.	3,6543	1,03720	3,2677
	4. Dışarıdaki kişilerin çalıştığım kurumu eleştirmelerine sinirlenirim	2,9591	1,03307	
	5. Bu kuruma karşı samimi duygular besliyorum.	3,1896	1,04165	
Benzerlik-Üyelik	9. Bu kurumdakiler aynı amaç doğrultusunda çalışıyorlar.	3,0539	1,01885	2,7869
	10. Çalıştığım kurumun imajı toplum içerisinde beni iyi bir şekilde temsil etmektedir.	3,0428	,97646	
	16. Kendi değerlerimi, bu kurumun değerlerine oldukça yakın buluyorum.	2,7993	,92786	
	17. Bu kurumu, çalışanlarının çoğunun aidiyet hissi duyduğu büyük bir aile olarak tanımlıyorum.	2,7565	1,04383	
	18. Kendimi bu kurum ile özdeşleştirmemin kolay olduğunu düşünüyorum.	2,8104	,98845	
	19. Para kazanmaya ihtiyacım olmasa bile bu kurumda çalışmaya devam edebilirim.	2,3327	1,15264	
	20. Bu kurumun üyesi olmaktan gurur duyuyorum.	2,9517	,96758	
	22. Bu kurumun bana değer verdiğini düşünüyorum.	2,5483	1,10462	

Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin değişken ortalamalarının; 2,33 ve 3,65 arasında sıralandığı, faktör ortalamalarının 2,79 ve 3,27 olduğu, standart sapmalarının ise 0,93 ve 1,15 arasında sıralandığı görülmüştür. Elde edilen bulgular personelin örgütsel özdeşleşme algısının orta düzeyde olduğunu göstermiştir.

Faktör analizi sonucunda yaşam doyumu ölçeğinin teoriye uygun bir yapıyı ölçtüğü ve yapı geçerliliğini sağladığı görülmüştür. Yaşam doyumu ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 7’de ve ölçeğin değişken ortalamaları, standart sapma, faktör ortalaması Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 7. Yaşam Doyumu Ölçeği Döndürülmüş Faktör Yükleri

Ölçek Maddeleri	Yaşam Doyumu
1. Çoğu zaman yaşamımın hayalimdekine yakın olduğunu düşünüyorum.	0,799
2. Yasam koşullarımın mükemmel olduğunu düşünüyorum.	0,826
3. Genel olarak hayatımdan memnunum.	0,708
4. Şimdiye kadar hayatta istediğim önemli şeylere sahip olduğumu düşünüyorum.	0,681
5. Elimde yaşamımı değiştirebileceğim sihirli bir değnek olsa bile hiçbir şeyi değiştirmedim.	0,634
Hesaplanan Genel İç Tutarlılık Katsayısı	,783
Açıklanan Varyans	54,112
<i>Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi</i>	

Yaşam doyumu ölçek maddelerinin faktör analizine sokulması sonucunda tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Oluşan faktör toplam varyansın % 54’ünü açıklamaktadır.

Tablo 8. Yaşam Doymu Ölçeği Değişken Ortalamaları

Ölçek Maddeleri	Değişken Ortalama	Standart Sapma	Faktör Ortalama
1. Çoğu zaman yaşamımın hayalimdekine yakın olduğunu düşünüyorum.	2,7230	1,08119	2,7896
2. Yaşam koşullarımın mükemmel olduğunu düşünüyorum.	2,4665	1,06397	
3. Genel olarak hayatımdan memnunum.	3,2007	1,03416	
4. Şimdiye kadar hayatta istediğim önemli şeylere sahip olduğumu düşünüyorum.	3,2268	,97867	
5. Elimde yaşamımı değiştirebileceğim sihirli bir değnek olsa bile hiçbir şeyi değiştirmezdim.	2,3309	1,12124	

Yaşam doymu ölçeğinin değişken ortalamalarının 2,33 ve 3,22 arasında sıralandığı; faktör ortalamasının 2,79 olduğu ve standart sapmaların 0,98 ve 1,12 olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgular personelin yaşam doymu algısının orta düzeyde olduğunu göstermiştir.

Korelasyon analizine ilişkin bulgular

Araştırma kapsamında değişkenler arasındaki ilişkileri test edebilmek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Bu kapsamda yapısal güçlendirme, örgütsel özdeşleşme ve yaşam doymu alt boyutları korelasyonları incelenmiştir. Korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Yapısal Güçlendirme, Örgütsel Özdeşleşme ve Yaşam Doymu Alt Boyutlarına Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları

		Örgütsel Destek	Kaynaklar	Eğitim Geliştirme	Kurumsal-laşma	İKP	Yaşam Doymu	Sadakat	Benzerlik-Üyelik
Örgütsel Destek	PearsonCorrelation	1							
	Sig. (2-tailed)	,000							
Kaynaklar	PearsonCorrelation	,509**	1						
	Sig. (2-tailed)	,000							
Eğitim Geliştirme	PearsonCorrelation	,660**	,592**	1					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000						
Kurumsallaşma	PearsonCorrelation	,512**	,516**	,533**	1				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000					
İKP	PearsonCorrelation	,566**	,568**	,597**	,491**	1			
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000				
Yaşam Doymu	PearsonCorrelation	,400**	,303**	,425**	,275**	,357**	1		
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000			
Sadakat	PearsonCorrelation	,420**	,393**	,500**	,388**	,338**	,239**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
Benzerlik-Üyelik	PearsonCorrelation	,590**	,521**	,656**	,519**	,676**	,485**	,498**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

** Korelasyon 0,01 düzeyinde/ * 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 9’da araştırma kapsamında incelenen yapısal güçlendirme (örgütsel destek, kaynaklar, eğitim ve geliştirme, kurumsallaşma, insan kaynakları politikaları), örgütsel özdeşleşme (sadakat, benzerlik-üyelik) ve yaşam doyumu değişkenlerinin boyutları arasındaki korelasyon değerleri görülmektedir. Araştırma sonuçları yapısal güçlendirme boyutları ile örgütsel özdeşleşme boyutları ve yaşam doyumu arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir ($p<0,01$).

Ölçüm modeline ilişkin bulgular

Ölçüm modeli kapsamında ayrışım ve benzeşim geçerlilikleri test edilmiştir. Benzeşim geçerliliği kapsamında faktör yükleri, birleşik güvenilirlik (CR) değerleri ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerleri hesaplanmıştır. Tablo 10’da görüldüğü gibi faktör yükleri 0,6’dan, birleşik güvenilirlik değerleri 0,7’den, ortalama açıklanan varyans değerleri ise 0,5’ten yüksek olduğundan, analiz sonuçları kabul edilebilir değer aralığındadır (Uppal vd., 2018).

Tablo 10. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Değişkenler	Faktör Yükleri	Cronbach’s Alpha	CR	AVE
Örgütsel Destek	0,636 – 0,886	0,888	0,915	0,645
Kaynaklar	0,785 – 0,851	0,837	0,891	0,671
Eğitim ve Geliştirme	0,711 – 0,852	0,840	0,887	0,612
Kurumsallaşma	0,716 – 0,842	0,860	0,899	0,642
İnsan Kaynakları Politikaları	0,758 – 0,868	0,882	0,914	0,680
Yaşam Doyumu	0,634 – 0,826	0,785	0,852	0,538
Sadakat	0,615 – 0,869	0,645	0,803	0,580
Benzerlik ve Üyelik	0,638 – 0,812	0,877	0,903	0,540

Çalışmada bir sonraki adım olarak ayrışım geçerliliği sonuçları değerlendirilmiştir. Ayrışım geçerliliği; her yapının ortalama açıklanan varyansının karekökünün, o yapıların korelasyon katsayılarından daha büyük olması gerektiğini savunmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981).

Ayrışım geçerliliğine ilişkin bulgular Tablo 11’de gösterilmiştir. Görüldüğü üzere her bir yapı, ilişkili olduğu yapının korelasyon katsayısından daha yüksek değerlere sahiptir. Buna göre ölçüm modelinin benzeşim geçerliliği ve ayrışım geçerliliği kriterlerini sağladığını söylemek mümkündür.

Tablo 5.11. Ayrışım Geçerliliğine İlişkin Bulgular

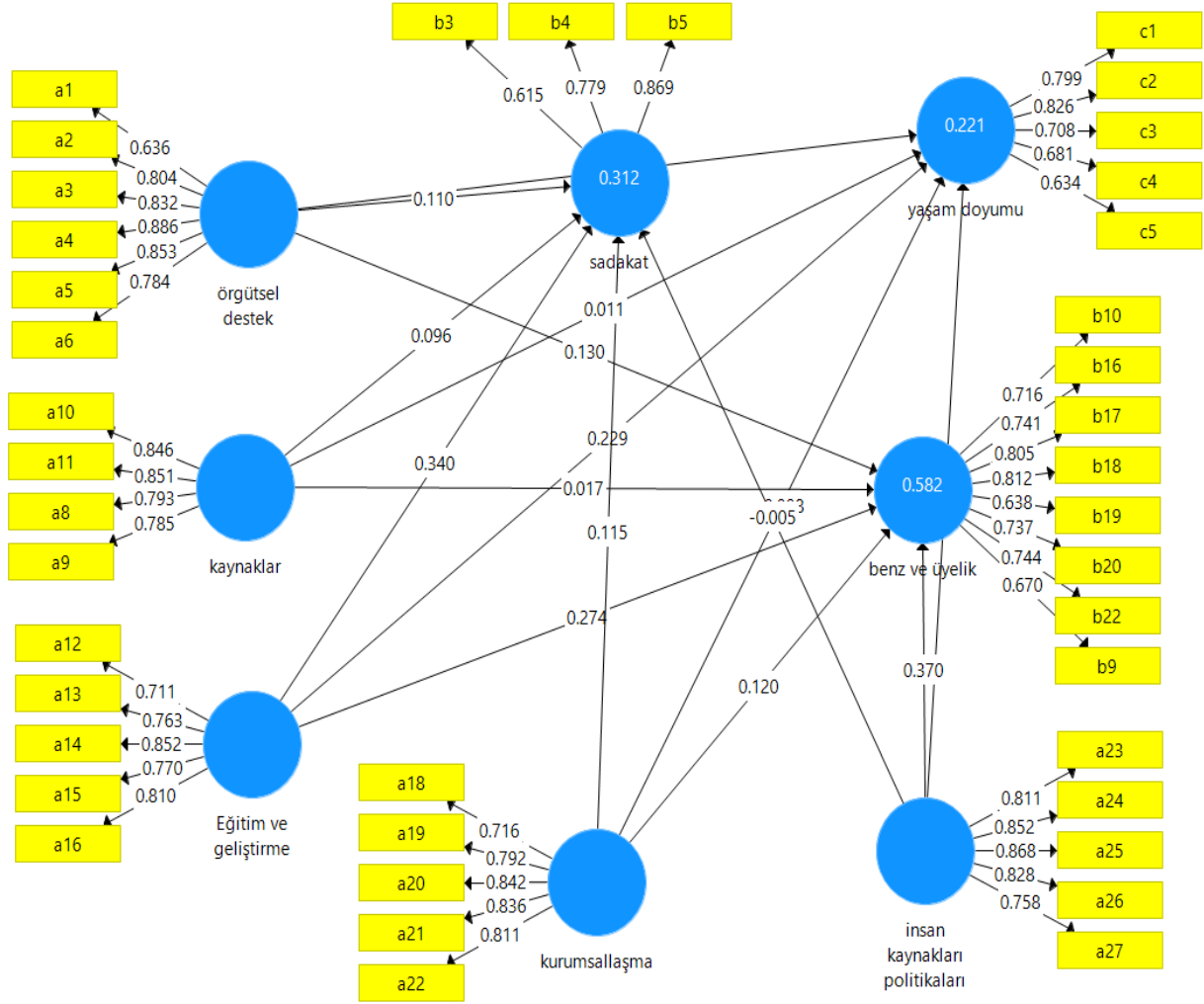
Değişkenler	Örgütsel Destek	Kaynaklar	Eğitim Geliştirme	Kurum-sallaşma	İnsan Kay. Pol.	Yaşam Doyumu	Sadakat	Benzerlik-Üyelik
Örgütsel Destek	0,803							
Kaynaklar	0,519	0,819						
Eğitim Geliştirme	0,661	0,601	0,783					
Kurumsallaşma	0,519	0,520	0,532	0,801				
İnsan Kay. Pol.	0,581	0,575	0,603	0,498	0,824			
Yaşam Doyumu	0,410	0,311	0,428	0,277	0,371	0,733		
Sadakat	0,441	0,414	0,528	0,400	0,376	0,276	0,762	
Benzerlik-Üyelik	0,597	0,524	0,657	0,526	0,681	0,487	0,537	0,735

Yapısal modele ilişkin bulgular

Çalışma kapsamında *Smart PLS v3* programı kullanılarak kısmi en küçük kareler yöntemiyle modelleme yapılmış ve hipotezler test edilmiştir. Bu adımda, açıklama gücü için standart R^2 ve modele uygunluğun değerlendirilmesi için standart kök ortalama kare kalıntısı (SRMR) hesaplanmıştır.

Şekil 1’de görülen modelde SRMR değerinin önerilen 0,08 değerinin altında olan 0,067 değerini almıştır. Bu da modelin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş R^2 değeri; bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki açıklayıcılık seviyesini ifade etmektedir. Buna göre bağımsız değişken olan yapısal güçlendirmenin bağımlı değişkenlerden yaşam doyumunu açıklama oranı (% 22) iken, bir diğer bağımlı değişken olan örgütsel özdeşleşmenin sadakat boyutunu (% 31), benzerlik-üyelik boyutunu ise (% 58) düzeyinde açıkladığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre; yapısal güçlendirme uygulamalarının kamu kurumlarında örgütlerine aidiyet düzeyleri üzerinde daha belirgin bir etki oluşturduğu ifade edilebilir. Kamu kurumlarında yapısal güçlendirme uygulamaları personelin kendi değerleri ile örgütün değerlerini daha fazla benzer görmelerine ve kendini örgütün bir üyesi olarak tanımlamalarına katkı sağlamaktadır.

Şekil 1. Yapısal Eşitlik Modeli



Şekil 1’de yapısal model verilmiş olup, Tablo 12’de ise yapısal model ve hipotez testlerinin etkileri belirtilmiştir.

Tablo 12. Yapısal Modelin Etkileri ve Hipotez Testleri

Hipotezler			β	t değeri	p değeri	Sonuçlar	
H _{1a}	Örgütsel Destek	→	Sadakat	0,110	2,141	0,032	Doğrulandı
H _{1b}	Örgütsel Destek	→	Benzerlik-Üyelik	0,130	3,292	0,001	Doğrulandı
H _{2a}	Örgütsel Destek	→	Yaşam Doyumu	0,186	3,317	0,001	Doğrulandı
H _{1c}	Kaynaklar	→	Sadakat	0,096	1,847	0,065	Doğrulanmadı*
H _{1d}	Kaynaklar	→	Benzerlik-Üyelik	0,017	0,402	0,688	Doğrulanmadı*
H _{2b}	Kaynaklar	→	Yaşam Doyumu	0,011	0,189	0,850	Doğrulanmadı*
H _{1e}	Eğitim-Geliştirme	→	Sadakat	0,340	5,817	0,000	Doğrulandı
H _{1f}	Eğitim-Geliştirme	→	Benzerlik-Üyelik	0,274	6,069	0,000	Doğrulandı
H _{2c}	Eğitim-Geliştirme	→	Yaşam Doyumu	0,229	3,701	0,000	Doğrulandı
H _{1g}	Kurumsallaşma	→	Sadakat	0,115	2,308	0,021	Doğrulandı

H _{1h}	Kurumsallaşma	→	Benzerlik-Üyelik	0,120	3,032	0,002	Doğrulandı
H _{2d}	Kurumsallaşma	→	Yaşam Doymu	-0,008	0,148	0,882	Doğrulanmadı*
H _{1i}	İKİP	→	Sadakat	-0,005	0,095	0,924	Doğrulanmadı*
H _{1j}	İKİP	→	Benzerlik-Üyelik	0,370	8,545	0,000	Doğrulandı
H _{2e}	İKİP	→	Yaşam Doymu	0,123	2,028	0,043	Doğrulandı

Tablo 12'ye göre;

- Yapısal güçlendirmenin örgütsel destek boyutu, örgütsel özdeşleşmenin sadakat ($\beta=0,110$; t değeri=2,141) ve benzerlik-üyelik boyutunu ($\beta=0,130$; t değeri=3,292) pozitif ve anlamlı olarak etkilemektedir. Örgütsel destek aynı zamanda yaşam doyumunu da pozitif ve anlamlı olarak etkilemektedir ($\beta=0,186$; t değeri=3,317). Dolayısıyla H_{1a}, H_{1b} ve H_{2a} hipotezleri doğrulanmıştır.

- Yapısal güçlendirmenin kaynaklar boyutunun sadakat, benzerlik-üyelik ve yaşam doymu değişkenleri üzerinde herhangi bir etkisi bulunmadığı görülmüştür. H_{1c}, H_{1d} ve H_{2b} hipotezleri doğrulanmamıştır.

- Eğitim ve geliştirme boyutu, yaşam doyumunu pozitif ve anlamlı olarak etkilerken ($\beta=0,229$; t değeri=3,701); sadakat ($\beta=0,340$; t değeri=5,817) ve benzerlik-üyelik ($\beta=0,274$; t değeri=6,069) boyutlarını da pozitif ve anlamlı olarak etkilemektedir. Bu bulgular ışığında H_{1e}, H_{1f} ve H_{2c} hipotezleri doğrulanmıştır.

- Kurumsallaşma boyutunun sadakat ($\beta=0,115$; t değeri=2,308) ve benzerlik-üyelik ($\beta=0,120$; t değeri=3,032) boyutlarını ise pozitif ve anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H_{1g} ve H_{1h} hipotezleri doğrulanmıştır. Kurumsallaşma boyutunun yaşam doymu üzerinde bir etkisi olmadığı tespit edilmiş ve H_{2d} hipotezi doğrulanmamıştır.

- İnsan kaynakları politikalarının benzerlik-üyelik boyutunu ($\beta=0,370$; t değeri=8,545) pozitif ve anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H_{1i} hipotezi doğrulanmıştır. Ancak, insan kaynakları politikalarının sadakat üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmış ve H_{1j} hipotezi doğrulanmamıştır. Son olarak insan kaynakları politikalarının yaşam doyumunu pozitif ve anlamlı olarak etkilediği görülmüş ($\beta=0,123$; t değeri=2,028) ve H_{2e} hipotezi doğrulanmıştır.

Bulguların Tartışılması

Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda, yapısal güçlendirme ile örgütsel özdeşleşme arasında oldukça güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. En güçlü ilişkinin yapısal güçlendirmenin insan kaynakları politikaları boyutuyla, örgütsel özdeşleşmenin benzerlik-üyelik boyutu arasında olduğu görülmüştür. Özellikle kurumların uyguladığı personele değer veren insan kaynakları politikalarının,

örgüte aidiyet duygusunun artmasına katkı sağlayacağını ifade etmek mümkündür. Bununla birlikte yapısal güçlendirmenin boyutları ile yaşam doyumu arasında da güçlü ilişkiler olduğu görülmüştür. En güçlü ilişkinin ise yapısal güçlendirmenin eğitim ve geliştirme boyutu ile yaşam doyumu arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, personelin kişisel gelişimlerine destek olan fırsatlar sağlanması ile onların genel yaşamlarını olumlu algılama ve mutluluk duyguları arasında güçlü ilişkiler olduğunu göstermektedir.

Korelasyon analizi sonucunda belirlenen ilişkilerin niteliği regresyon analizi ile açıklanmıştır. Araştırma modelindeki bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkenleri etkileme düzeyleri ile bağımsız ve bağımlı değişkenlerin kendi aralarındaki etkileşim düzeylerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular şu şekilde değerlendirilmiştir:

- Bağımsız değişken olan yapısal güçlendirmenin bağımlı değişkenlerden yaşam doyumunu açıklama oranı % 22, bir diğer bağımlı değişken olan örgütsel özdeşleşmenin sadakat boyutunu % 31 ve benzerlik-üyelik boyutunu % 58 oranında açıkladığı görülmüştür.

Yapısal güçlendirmenin örgütsel özdeşleşmeyi açıklama oranının önemli düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu sonuç yapısal güçlendirme uygulamalarının personelin kendi değerleri ile örgütün değerlerini benzer görmelerine, kimliklerini örgütüyle tanımlamalarına aynı zamanda örgütüyle gurur duyarak kendini örgüte ait olarak algılamalarını önemli düzeyde etkilediğini ifade etmektedir. Araştırma bulguları yapısal güçlendirmenin yordadığı örgütsel özdeşleşme ile örgütsel olumlu çıktılar elde edilebileceğini göstermektedir. Kurumlarda yapısal güçlendirme uygulamaları büyük oranda benzerlik-üyelik duygusunu açıklamaktadır. Dolayısıyla kamu kurumlarında yapısal güçlendirme uygulamaları örgüt yönetimlerine hem personel üzerinde hem de örgütsel olarak olumlu sonuçlar elde edebilmelerinde avantaj sağlamaktadır.

- Yapısal güçlendirmenin örgütsel destek boyutunun, örgütsel özdeşleşmenin sadakat ve benzerlik-üyelik boyutunu pozitif ve anlamlı olarak etkilediği saptanmıştır. Elde edilen sonucun alanyazındaki çalışmalarla benzerlik gösterdiği (Kerse ve Karabey, 2017; Battal ve Soyalm, 2020) görülmüştür. Kamu kurumlarında çalışanların yeni fikirler geliştirmelerinin, bilgi ve becerilerini kullanmalarının desteklenmesi durumunda ve yöneticilerin liderlik rolleri üstlenmeleri ile çözüm odaklı bakış açısıyla yaklaşımları, personelin örgüte sadakat duygusunu etkilemekte aynı zamanda örgütün değerleriyle kendi değerlerini benzer görmelerine ve üyelik duygusu geliştirmelerine katkı sağlayabilmektedir.
- Yapısal güçlendirmenin kaynaklar boyutunun örgütsel özdeşleşmenin sadakat ve benzerlik-üyelik değişkenleri üzerinde herhangi bir etkisi bulunmadığı saptanmıştır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde yapısal güçlendirme uygulamaları ile personele sağlanan donanım, malzeme gibi kaynakların onların

özdeşleşme algılarını etkileyeceği beklenmektedir (Erbay ve Turgut, 2015; Özarallı, 2017). Elde edilen bu sonuç alanyazındaki çalışmalarla farklılık göstermektedir. Kamu kurumlarında işleri başarmada yeterli düzeyde personel, teknolojik araç-gereç, malzeme ve ekipman sağlanmasının personelin sadakat ve benzerlik-üyelik duygusunun gelişmesinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, kamu kurumlarında personele sağlanan kaynaklardan ziyade insan kaynakları politikalarına ilişkin hususların daha önemli olduğunu göstermektedir.

- Yapısal güçlendirmenin eğitim ve geliştirme boyutunun örgütsel özdeşleşmenin sadakat ve benzerlik-üyelik boyutlarını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği saptanmıştır. Alanyazın incelendiğinde personele sağlanan eğitim ve geliştirme fırsatları onların özdeşleşme düzeylerini etkileyebileceği (Özarallı, 2017; Erkul vd., 2018) ve elde edilen bulguların alanyazındaki çalışmaları desteklediği görülmüştür. Kamu kurumlarında personelin mesleki gelişimlerine önem verilmesi, hizmetiçi eğitimler verilmesi, ihtiyaç halinde ve talep edildiğinde eğitim programlarına katılmalarının sağlanması onların örgütlerine karşı sadakat duygusunu geliştirmekte, kendilerini örgütün bir üyesi olarak algılamalarını ve örgütle özdeşleşmelerini sağlamaktadır.

- Yapısal güçlendirmenin kurumsallaşma boyutunun örgütsel özdeşleşmenin sadakat ve benzerlik-üyelik boyutlarını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği saptanmıştır. Alanyazında örgütlerin kurumsallaşma düzeylerinin örgütsel özdeşleşmeyi olumlu yönde etkileyeceği (Mael ve Ashforth, 1992; Özgözü, 2016) saptanmış ve elde edilen bulgular bu sonuçları desteklemiştir. Örgütlerin iş süreçlerinde etkinliği ve yüksek hizmet kalitesi sağlamaya, nitelikli personel istihdam etmeye önem vermesi ayrıca görev tanımlarının, misyon ve vizyon tanımlarının belirgin olması ve aynı zamanda örgütün toplumun gözünde olumlu bir imaja sahip olması, personelin sadakat duygusunun gelişmesine ve kendilerini örgütleriyle aynı kimlikte algılamasına böylece özdeşleşme düzeylerinin artmasına katkı sağlamaktadır.

- Yapısal güçlendirmenin insan kaynakları politikaları boyutu örgütsel özdeşleşmenin benzerlik-üyelik boyutunu pozitif ve anlamlı olarak etkilemekte ancak, sadakat boyutu üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan önceki çalışmalar (Tüzün ve Çağlar, 2008; Chen vd., 2015) örgütlerin insan kaynakları politikalarının örgütsel özdeşleşmeyi etkilediğini göstermektedir. İnsan kaynakları politikalarının personelin benzerlik-üyelik algısı üzerindeki etkileri alanyazındaki bulguları destekler iken sadakat düzeyleri üzerindeki etkileri diğer çalışmalardan farklılık göstermiştir. Kamu kurumlarında uygulanan ödüllendirme, açık performans kriterleri, terfi ve teşvik politikalarının varlığı, aynı zamanda iş süreçlerinin şeffaf, politika ve prosedürlerin adaletli bir şekilde yürütülmesi personelin örgütleriyle benzerlik algılarını ve üyelik duygularını geliştirerek özdeşleşmelerini etkilemektedir. Ancak personelin sadakat duygularının gelişiminde insan kaynakları politikalarının

anamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuç ile uygulanan insan kaynakları politikalarının personel tarafından olumlu olarak algılanmadığı ifade edilebilir.

- Yapısal güçlendirmenin örgütsel destek, eğitim ve geliştirme fırsatları ile insan kaynakları politikaları boyutlarının personelin yaşam doyumu algılarını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği saptanmıştır. Ancak yapısal güçlendirenin kurumsallaşma ve kaynaklar boyutlarının personelin yaşam doyumu algıları üzerinde herhangi bir etkisi bulunmadığı görülmüştür. Alanyazında yapısal güçlendirme uygulamalarının personelin yaşam doyumu algısını olumlu etkileyeceğine yönelik çalışmalar saptanmıştır (De Almeida ve Orgambidez, 2019; Foy vd., 2019; Bernarto vd., 2020). Elde edilen sonuçlara göre personele sağlanan eğitim ve geliştirme fırsatları, örgütsel destek ve uygulanan insan kaynakları politikalarının bu bulguları desteklediği görülmüştür. Personele sağlanan örgütsel destek onların iş süreçlerinde karşılaştıkları problemler karşısında yardım alacakları duygusu yaratarak daha az olumsuz duygular yaşamalarına neden olabilmektedir. Ayrıca eğitim ve gelişim fırsatları onların öz yeterlilik ve özgüven düzeylerinin gelişmesine katkı sağlayabilmektedir. Bununla birlikte uygulanan insan kaynakları politikalarının onların motivasyonlarını artırarak daha fazla olumlu duygular yaşamalarına yol açabilmektedir. Böylece iş yaşamından aldıkları doyum, genel yaşamına yayılmakta ve yaşam doyumlarını artırabilmektedir. Yapısal güçlendirme uygulamaları ile personele iş süreçlerinde sağlanan kaynaklar ve örgütün kurumsallaşma düzeyinin ise personelin genel yaşam doyumu algısı üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığı görülmektedir.

Elde edilen bulgulara göre; genel olarak yapısal güçlendirme uygulamalarının örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu üzerinde etkisi olduğunu ifade etmek mümkündür. Kurumların personele sağladıkları örgütsel destek düzeyi arttığında; personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu düzeylerinin arttığı görülmektedir. Benzer şekilde kurumların eğitim ve geliştirme fırsatı sağlama düzeyleri arttığında, personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu düzeyleri de artış göstermektedir. Kurumlar tarafından sağlanan maddi kaynakların ise personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu düzeyleri üzerinde herhangi bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir. Kurumların kurumsallaşma düzeyi arttıkça personelin örgütsel özdeşleşme düzeyi de artarken, yaşam doyumu düzeyinde herhangi bir etki görülmemektedir. Kurumların insan kaynakları politikaları ise personelin yaşam doyumu düzeyi ile sadakat düzeyi artırırken, benzerlik ve üyelik düzeylerini etkilememektedir.

Post-modern bir yönetim tekniği olarak yapısal güçlendirmenin, kamu kurumlarında örgütsel ve bireysel olarak olumlu çıktılara yol açtığı araştırma sonucunda kanıtlanmıştır. Yapısal güçlendirme uygulamaları, personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu algılarını artırmaktadır. Dolayısıyla kendi değerleriyle örgütsel değerleri bir gören, bağlılık duygusu gelişen personel çalışma yaşamında

daha etkin ve verimli rol almaktadır. Bununla birlikte yapısal güçlendirme personelin genel yaşamını daha anlamlı bularak mutlu ve üretken olabilmelerini sağlamaktadır. Sonuç olarak; kamu yöneticilerinin yapısal güçlendirme uygulamalarına daha fazla önem vermeleri olumlu örgütsel ve bireysel çıktılar elde etmelerinde katkı sağlayabilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapısal güçlendirme giderek önem kazanan post-modern bir yönetim tekniği olarak kabul edilmektedir. Yapısal güçlendirmenin ana felsefesi kurumsal başarının personele başarıma fırsatı sağlayan bir yapıdan geçtiği üzerine kurulmuştur. Bu kapsamda çalışanların işlerinde ihtiyaç duydukları bilgiye, kaynağa, desteğe erişimlerine ve onların gelişimlerine fırsat sağlayan bir ortam oluşturmak, kurumsal başarı elde etmede kritik önem arz etmektedir. Temelleri özel sektöre dayanan yapısal güçlendirmenin, 1980 sonrası Yeni Kamu Yönetimi anlayışıyla birlikte kamu yönetiminde de kullanıldığı görülmüştür.

Yapılan alan araştırması ile şu sonuca ulaşılmıştır: **“Kamu kurumlarında yapısal güçlendirme uygulamaları personelin örgütsel özdeşleşme ve yaşam doyumu algılarını olumlu yönde etkilemektedir”**. Alanyazından yola çıkarak geliştirilen model çerçevesinde, araştırma hipotezleri doğrulanmış ve değişkenler arasındaki ilişkiler test edilmiştir. Bununla birlikte bağımsız değişken yapısal güçlendirmenin (kaynaklar boyutu dışında, örgütsel destek, eğitim ve geliştirme, kurumsallaşma, insan kaynakları politikaları), bağımlı değişkenler örgütsel özdeşleşme (sadakat, benzerlik-üyelik) ve yaşam doyumu değişkenlerini etkilediği görülmüştür. Bu bağlamda, gerçekleştirilen analizler ve elde edilen bulgular araştırma modelindeki ilişkileri istatistiksel olarak açıklamakta ve ölçeklerin mevcut haliyle benzer araştırmalarda kullanılabileceğini ortaya koymaktadır.

Post-modern bir yönetim tekniği olarak kullanılan ve kamu yönetiminde kendi özellikleri çerçevesinde uygulandığı tespit edilen yapısal güçlendirmenin, yapılan alan araştırması ile kamu kurumlarında örgütsel ve bireysel olarak olumlu çıktılara yol açtığı kanıtlanmıştır. Yapısal güçlendirme uygulamaları, örgütleri ile özdeşleşmiş ve yaşam doyumu algıları yüksek çalışanların hem çalışma yaşamında daha etkin ve verimli rol almakta hem de genel yaşamını daha anlamlı bularak mutlu ve üretken olabilmektedirler. Dolayısıyla kamu yöneticilerinin yapısal güçlendirme uygulamalarına daha fazla önem vermeleri olumlu örgütsel ve bireysel çıktılar elde etmeye katkı sağlayabilecektir.

Araştırmanın yapısal güçlendirmenin (örgütsel destek, kaynaklar, eğitim ve geliştirme, kurumsallaşma, insan kaynakları politikaları), örgütsel özdeşleşme (sadakat ve benzerlik-üyelik) ve yaşam doyumu arasındaki ilişkileri bir yapısal model çerçevesinde açıklaması sebebiyle ilgili alana bir

katkı sağladığı düşünülmektedir. Ancak araştırmanın sonuçları araştırma kapsamındaki kamu kurumları için geçerlidir. Dolayısıyla farklı kamu kurumlarında farklı sonuçlara ulaşılabileceği varsayılmakta ve modelin genellenebilir olması için farklı kamu kurumlarında da test edilmesi gerekmektedir.

Araştırma sonucuna göre kamu yöneticilerine şunlar önerilmektedir.

- Covid-19 pandemisi gibi kriz dönemlerinde nitelikli insan kaynakları ön plana çıkmış ve krizin aşılmasında kritik önem arz etmiştir. İşine bağlı ve örgütüyle özdeşleşmiş çalışanlar kriz ile mücadelede fark yaratmıştır. Bu sadece sağlık alanında değil kamu yönetiminin her alanında fark yaratacaktır. Dolayısıyla kamu yöneticilerine insan kaynakları politikalarına daha fazla önem vermeleri önerilir.
- Bugün olduğu kadar gelecek içinde insan kaynaklarının kapasitesinin ve niteliklerinin artırılması bir gerekliliktir. Eğitim ve geliştirme fırsatları yaratarak, katılımı ve yenilikçi davranışı teşvik ederek, bilgi çağında bilginin paylaşımı ve kullanımını sağlayarak sürekli bir ilerleme sağlanmalıdır. Bununla birlikte personelin teknoloji kullanımını da geliştirilmelidir. Kamu yöneticileri, araştırma sonuçlarının da desteklediği; eğitim ve geliştirme fırsatları sunmaya ve desteklemeye daha fazla önem vermeli, post-modern yönetim tekniklerine yönelmelidir. Bu noktada yapısal güçlendirme uygulamaları öne çıkmaktadır.
- Yapılan alan araştırmasında yönetim tarzının yapısal güçlendirme uygulamalarında önemli olduğu görülmüştür. Yapısal güçlendirme uygulamalarına yönelecek yöneticilerin katılımcı, demokratik ve yenilikçi yönetim tarzları benimsemeleri uygulamanın başarılı olmasını etkileyecektir. Aynı zamanda elde edilen bulgular göstermektedir ki artık kamu yönetimlerinden sosyal sorumluluk projelerine daha fazla önem vermeleri, kurumsal imajı yükselten çabalar göstermeleri beklenmektedir. Yapısal güçlendirmenin başarılı bir şekilde uygulanmasında, kamu yöneticilerinin yönetim tarzlarında daha fazla katılımcı, yenilikçi ve demokratik olmaları ayrıca kurumsal itibarı yükseltecek sosyal sorumluluk projelerine önem vermeleri önerilmektedir.
- Yapısal güçlendirme kamu örgütlerinde post-modern bir yönetim tekniği olarak uygulandığında güçlendirilmiş yapı ve personel ile etkili hizmet sunumunun sağlanmasına, kaynakların daha etkili kullanımına ve hatta maliyetlerin azaltılmasına, rekabet edebilme potansiyelinin geliştirilmesine neden olabilmektedir. Dolayısıyla yapısal güçlendirme yönetsel, mali, hizmet ve personel ile ilgili sorunlar yaşayan kamu kurumlarına bir çözüm alternatifi olarak önerilmektedir.

Post-modern yönetim anlayışının uygulanmasında önemli bir teknik olan yapısal güçlendirme, başta personelin örgütsel özdeşleşmesinin ve yaşam doyumunun sağlanmasında önemli bir araçtır. Aynı

zamanda kamu kurumlarına yönelik geliştirilen yapısal güçlendirme ölçeği boyutlarıyla Yeni Kamu Yönetimi anlayışını destekler niteliktedir.

KAYNAKÇA

- Akçakaya, Murat (2010). Örgütlerde Uygulanan Personel Güçlendirme Yöntemleri: Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme. *Karadeniz Araştırmaları*, 25 (1), 145-174.
- Alkan, Durmuş Ali (2010). Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme Kavramı ve Bir İnceleme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Almost, Joan, and Heather K. Spence Laschinger (2002). Workplace Empowerment, Collaborative Work Relationships, and Job Strain in Nurse Practitioners. *Journal of the American Academy of Nurse Practitioners*, 14 (9), 408-420.
- Ashforth, Blake E.; Harrison, Spencer H.; Corley, Kevin G. (2008). Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions. *Journal of Management*, 34(3), 325-374.
- Bandura, Albert (1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review* 84(2), 191-215.
- Battal, Fetullah; Soyalm, Mesut (2020). Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi: Psikolojik Güvenliğin Aracı Rolü. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 24(1), 161-173.
- Bernarto, Innocentius, Bachtiar, Diana; Sudibjo, Niko; Suryawan, Ian Nurpatria; Purwanto, Agus; Asbari, Masduki (2020). Effect of Transformational Leadership, Perceived Organizational Support, Job Satisfaction toward Life Satisfaction: Evidences from Indonesian Teachers. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 5495-5503.
- Bolat, Tamer; Seymen, Oya A.; Bolat, Oya İ.; Erdem, Barış (2008). *Yönetim ve Organizasyon*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Carless, Sally A. (2004). Does Psychological Empowerment Mediate the Relationship between Psychological Climate and Job Satisfaction?. *Journal of Business and Psychology*, 18(4), 405-425.
- Chen, S. Y., Wu, W. C., Chang, C. S., Lin, C. T., Kung, J. Y., Weng, H. C., Lee, S. I. (2015). Organizational Justice, Trust, and Identification and Their Effects on Organizational Commitment in Hospital Nursing Staff. *BMC Health Services Research*, 15(1), 363.
- Cheney, George; Tompkins, Phillip K. (1987). Coming to Terms with Organizational Identification and Commitment. *Central States Speech Journal*, 38(1), 1-15.
- Çelik, Vasfiye (2013). Avrupa Birliği'ne Uyum Çerçevesinde Performans Yönetiminin Türk Kamu Yönetiminde Uygulanabilirliği. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Conger, Jay A.; Kanungo, Rabindra N. (1988). The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice. *Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.
- Çuhadar, M. Turan (2005). Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 1-21.
- Dağlı, Abidin; Baysal, Nigah (2016). Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Electronic Journal of Social Sciences*, 15(59), 1250-1262.
- De Almeida, Helena; Orgambídez, Alejandro (2019). Workplace Empowerment and Job Satisfaction in Portuguese Nurses: An Explicative Model. *The Health Care Manager*, 38(3), 220-227.
- De Cicco, Julie; Laschinger, Heather; Kerr, Michael (2006). Perceptions of Empowerment and Respect: Effect on Nurses' Organizational Commitment in Nursing Homes. *Journal of Gerontological Nursing*, 32(5), 49-56.
- Demircioğlu, Mehmet Akif (2018). The Effects of Empowerment Practices on Perceived Barriers to Innovation: Evidence from Public Organizations, *International Journal of Public Administration*, 41(15), 1302-1313.
- Diener, Ed (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Doğan, Selen; Şahin, Faruk (2015). Kendi Kendine Liderlik Stratejilerinin Yaşam Doyumu Üzerine Etkileri. (Ed. Selen Doğan) *Yaşam Doyumu*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Erbay, Elif Ö.; Turgut, Tülay (2015). Yapısal Güçlendirme ve Örgütle Özdeşleşme Arasındaki İlişkide Psikolojik Güçlenmenin Ara Değişken Etkisi. *Marmara University Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(2), 261-284.
- Erkul, Hüseyin; Kanten, Pelin; Gümüştekin, Gülten (2018). The Effects of Structural Empowerment on Corporate Reputation and Organizational Identification. *Acta Academica Karviniensia*, 3(1), 27-41.
- Fernandez, Sergio; Tima Moldogaziev (2011). Empowering Public Sector Employees to Improve Performance: Does It Work? *The American Review of Public Administration*, 41(1), 23-47.
- Fernandez, Sergio; Moldogaziev, Tima (2013a). Using Employee Empowerment to Encourage Innovative Behavior in the Public Sector. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 23(1), 155-187.
- Fernandez, Sergio; Moldogaziev, Tima (2013b). Employee Empowerment, Employee Attitudes, and Performance: Testing a Causal Model. *Public Administration Review*, 73(3), 490-506.

- Fernandez, Sergio; Moldogaziev, Tima (2015). Employee Empowerment and Job Satisfaction in the US Federal Bureaucracy: A Self-Determination Theory Perspective. *The American Review of Public Administration*, 45(4), 375-401.
- Foy, Tommy; Dwyer, Rocky J.; Nafarrete, Roy; Hammoud, Mohamad S.S.; Rockett, Pat (2019). Managing Job Performance, Social Support and Work-Life Conflict to Reduce Workplace Stress, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(6), 1018-1041.
- Greco, Paula; Spence Laschinger, Heather K.; Wong, Carol (2006). Leader Empowering Behaviours, Staff Nurse Empowerment and Work Engagement/Burnout. *Nursing Leadership*, 19(4), 41-56.
- Hackman, Richard; Oldham, Greg R. (1976). Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170.
- İşcan, Ömer Faruk (2006). Dönüştürücü/Etkileşimci Liderlik Algısı ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(6), 160-177.
- Jaffery, Hina; Farooq, Hassan (2015). The Impact of Structural Empowerment on Organizational Citizenship Behavior-Organization and Job Performance: A Mediating Role of Burnout. *Journal of Management Sciences*, 2(2), 273-288.
- Johnson, William L.; Johnson, Annabel M.; Heimberg, Felix (1999). A Primary-and Second-Order Component Analysis of the Organizational Identification Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 59(1), 159-170.
- Kanten, Pelin (2012). İşgörenlerde İşe Adanmanın ve Proaktif Davranışların Oluşumunda Örgütsel Güven ile Örgütsel Özdeşleşmenin Rolü. Yayımlanmamış Doktora Tezi, SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kanter, Rosabeth M. (1977). *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books.
- Kerse, Gökhan; Karabey, Canan Nur (2017). Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi: Örgütsel Sizinmin Aracı Rolü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 6(4), 375-398.
- Kimura, Takuma (2011). Empowerment, PO Fit, and Work Engagement: A Mediated Moderation Model. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 38(2), 44-58.
- Kuzulu, Ece; Kurtuldu, Selver; Vural Özkan, Gülşah (2013). İş Yaşam Dengesi ile Yaşam Doyumu İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Sakarya İktisat Dergisi*2(1), 88-127
- Lautizi, Marina; Laschinger, Heather K. S.; Ravazzolo, Sandra (2009). Workplace Empowerment, Job Satisfaction and Job Stress among Italian Mental Health Nurses: An Exploratory Study. *Journal of Nursing Management*, 17(4), 446-452.

- Lyubomirsky, Sonja; Sheldon, Kennon M.; Schkade, David (2005). Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111-131.
- Laschinger, Heather K. S. (1996). A Theoretical Approach to Studying Work Empowerment in Nursing: A Review of Studies Testing Kanter's Theory of Structural Power in Organizations. *Nursing Administration Quarterly*, 20(2), 25-41.
- Laschinger, Heather K. S.; Finegan, Joan; Shamian, Judith; Wilk, Piotr (2001). Impact of Structural and Psychological Empowerment on Job Strain in Nursing Work Settings: Expanding Kanter's Model. *Journal of Nursing Administration*, 31(5), 260-272.
- Laschinger, Heather K. S.; Finegan, Joan; Shamian, Judith; Wilk, Piotr (2003). Workplace Empowerment as a Predictor of Nurse Burnout in Restructured Healthcare Settings. *Healthcare Quarterly*, 6(4), 2-11.
- Laschinger, Heather K. S.; Finegan, Julia; Shamian, J.; Wilk, Piotr. (2004). A Longitudinal Analysis of the Impact of Workplace Empowerment on Work Satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 527-545.
- Laschinger, Heather K.; Finegan, Julia (2005). Empowering Nurses for Work Engagement and Health in Hospital Settings. *The Journal of Nursing Administration*, 35(1), 439-449.
- Laschinger, Heather K. S.; Finegan, Julia; Wilk, Piotr. (2009). Context Matters: The Impact of Unit Leadership and Empowerment on Nurses' Organizational Commitment. *Journal of Nursing Administration*, 39(5), 228-235.
- Mael, Fred; Ashforth, Blake E. (1992). Alumni and their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behaviour*, 13(1), 103-123.
- Meng, Bo; Han, Heesup (2014). The Effects of Empowerment on Employee Psychological Outcomes in Upscale Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(2), 218-237.
- Meng, Lina; Liu, Yanhui; Liu, Hongwei; Hu, Yu; Yang, Jipeng; Liu, Jingying (2015). Relationships among Structural Empowerment, Psychological Empowerment, Intent to Stay and Burnout in Nursing Field in Mainland China-Based on a Cross-Sectional Questionnaire Research. *International Journal of Nursing Practice*, 21(3), 303-312.
- Meng, Lina; Jin, Yi; Guo, Jiajia (2016). Mediating and/or Moderating Roles of Psychological Empowerment. *Applied Nursing Research*, 30(1), 104-110.
- O'Brien, Janice L. (2011). Relationships among Structural Empowerment, Psychological Empowerment, and Burnout in Registered Staff Nurses Working in Outpatient Dialysis Centers. *Nephrology Nursing Journal*, 38(6), 475-481.

- Özarallı, Nurdan (2017). İşe Tutkunluğun, Yapısal Güçlendirme, Örgütsel Özdeşleşme ve Hedeflerin İçselleştirilmesi Yoluyla Geliştirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(4), 1258-1273.
- Özer, Mehmet Akif (2019). Yeni Kamu Yönetimi, Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özgözü, Serdal (2016). Kurumsal İmaj, Örgüt Kültürü ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi. *Kastamonu Education Journal*, 25(2).581-596.
- Öztürk, Hülya (2010). Yoğun Bakımlarda Çalışan Hemşirelerin Güçlendirme Algısı ve Ortamı Güçlendirme Açısından Değerlendirmeleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Polat, Mustafa; Meydan, Cem H. (2010). Örgütsel Özdeşleşmenin Sinizm ve İşten Ayrılma Niyeti ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(1), 145-172.
- Proctor, Carmel L.; Linley, P. Alex; Maltby, John (2009). Youth Life Satisfaction: A Review of the Literature. *Journal of Happiness Studies*, 10(5), 583-630.
- Quinn, Robert E.; Spreitzer, Gretchen M. (1997). The Road to Empowerment: Seven Questions Every Leader Should Consider. *Organizational Dynamics*, 26(2), 37-49.
- Seçtim, Hafize (2019). Sağlıkta Dönüşüm Programı Üzerine Bir Değerlendirme. *Management and Political Sciences Review*,1(1), 117-133.
- Seligman, Martin E. P. (2007). Gerçek Mutluluk Kalıcı Doyum Potansiyelinizi Geliştirmek İçin Yeni Olumlu Psikolojinin Kullanılması, Ankara: HYB.
- Spreitzer, Gretchen M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation, *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Spreitzer, Gretchen M. (1996). Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment. *Academy of Management Journal*, 39(2), 483-504.
- Sürgevil, Olca; Tolay, Ebru; Topoyan, Mert (2013). Yapısal Güçlendirme ve Psikolojik Güçlendirme Ölçeklerinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri. *Journal of Yasar University*, 8(31), 5371-5391.
- Şimşek, Eylem; Aktaş, Hakkı (2014). Örgütsel Sessizlik ile Kişilik ve Yaşam Doyumu Etkileşimi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 14(2), 121-136.
- Thomas, Kenneth; Velthouse, Betty (1990). Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation. *Academy Management Review*, 15(4), 666-681.

- Tolay, Ebru; Sürgevil, Olca; Topoyan, Mert (2012). Akademik Çalışma Ortamında Yapısal ve Psikolojik Güçlendirmenin Duygusal Bağlılık ve İş Doyumu Üzerindeki Etkileri. *Ege Akademik Bakış*, 12(4), 449-465.
- Tompkins, Phillip K.; Cheney, George. (1985). Communication and Unobtrusive Control in Contemporary Organizations. *Organizational Communication: Traditional Themes and New Directions*, 13(1), 179-210.
- Tüzün, İpek K.; Çağlar, İrfan (2008). Örgütsel Özdeşleşme Kavramı ve İletişim Etkinliği İlişkisi. *Journal of Yaşar University*, 3(9), 1011-1027.
- Uppal, Muhammad Amaad; Ali, Samnan; Gulliver, Stephen R. (2018). Factors Determining E-learning Service Quality. *British Journal of Educational Technology*, 49(3), 412-426.
- Wallach, Vicki A.; Mueller, Charles W. (2006). Job Characteristics and Organizational Predictors of Psychological Empowerment among Paraprofessionals within Human Service Organizations: An Exploratory Study. *Administration in Social Work*, 30(1), 95-115.
- Yanar, Başak (2005). The Moderating Effects of Idiocentrism and Allocentrism, Management Power Styles and Valence of Self Goals on the Relationship between Organizational Identification and Conflict Handling Styles. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, MÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Zencirkıran, Memet; Keser, Aşkın (2018). Örgütsel Davranış. Bursa: Dora Basım Yayın.

Konstrüktivizm ve Kimlik: Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı Politikasının İncelenmesi

Merve BATTAL*

ÖZET

Bu çalışmada, konstrüktivist teori ve kimlik kavramı, Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı politikası ile somutlaştırılarak incelenmiştir. Bu somutlaştırma işlemi konstrüktivizmin temel prensiplerine odaklanarak yapılmıştır. Bu prensipler; uluslararası siyaset teorisi için devletler analizin baş aktörleridir; devletler sisteminde en önemli yapılar maddiden ziyade intersubjektiftir; son olarak devlet kimlikleri ve çıkarları sosyal yapılar tarafından inşa edilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle konstrüktivist teori açıklanmış ve bu teorinin temel argümanları tartışılmıştır. Ardından kimlik konusu; kavramsal, teorideki yeri ve dış politika ile ilişkisi şeklinde incelenmiştir. Son olarak, Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı politikası konstrüktivist teori ile analiz edilmiştir.

Araştırma Makalesi

Geliş: 24.08.2020
Kabul: 06.03.2021

Anahtar Kelimeler:

Konstrüktivizm,
Kimlik,
Türk Dış Politikası,
Bosna-Hersek Savaşı

Constructivism And Identity: Analysis of Turkish Foreign Policy Toward The Bosnian War

ABSTRACT

In this study, constructivist theory and identity notion are analyzed to embody with Turkish foreign policy toward the Bosnian War. This embodying process is focused on basic principles of constructivism. These principles; states are the principles unit of analysis for international political theory; the key structures in the state system are intersubjective, rather than material; lastly state identities and interests are constructed by social structures. In this direction, firstly, constructivist theory is explained and basic arguments of this theory are discussed. Afterwards, identity issue is analyzed with conceptual, its place in theory and its relationship with foreign policy. Finally, Turkish foreign policy toward the Bosnian War is analyzed with constructivist theory.

Research Article

Received: 24.08.2020
Accepted: 06.03.2021

Keywords:

Constructivism,
Identity,
Turkish Foreign Policy,
Bosnian War

* Süleyman Demirel Üniversitesi, Avrupa Birliği Çalışmaları Doktora Öğrencisi, mervebattal32@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2668-7608>

GİRİŞ

Genel olarak uluslararası ilişkiler teorileri pozitivist ve post-pozitivist olmak üzere ikiye ayrılabilir. Bilginin kaynağını görünür olanda arayan pozitivism için objektif gerçekliğin dışında kalan her türlü yaklaşım bilim dışı kabul edilir. Pozitivism, devletlerin uluslararası alanda tekrarlayan davranışlarını anlama ve böylece genelleme yapabilmesi adına katkı sağlamıştır. Uluslararası ilişkiler disiplinde, realizm, liberalizm, neo-realizm gibi yaklaşımlar pozitivism içerisinde değerlendirilmektedir. Pozitivizmin, olayları maddi unsurlar üzerinden değerlendirildiği ve ahlak, kültür, kimlik, din gibi materyal unsurları dahil etmedikleri için açıklayamadığı olaylar olmuştur. Buna örnek olarak ise genelde Çanakkale Savaşında Batının yenilmesi ve Rusların Afganistan batağına saplanması verilmektedir. Özellikle Soğuk Savaşın bitmesinden sonra artan etnik çatışmalar, insan hakları ihlalleri, terörizm gibi olayları pozitivist teorilerin açıklayamaması üzerine post-pozitivist teoriler etkinliğini arttırmıştır. Genel olarak post-pozitivist teoriler içerisinde eleştirel teori, postmodernizm, feminizm, Marksist teoriler gibi yaklaşımlar bulunmaktadır. Konstrüktivist teori ise hem pozitivist hem de post pozitivist olarak değerlendirilmektedir. Bunun sebebi pozitivist epistemoloji ve post-pozitivist ontolojiyi bünyesinde barındırmasıdır. Konstrüktivism bir yandan pozitivistlerin yaptığı gibi doğa ile toplumun birliğini kabul ederken, diğer yandan toplumun kendine özgü ontolojik bir karakteri olduğunu savunmaktadır (Karabulut, 2016:274-276).

Konstrüktivistler zaman içinde sosyal alanlarda yaşanan yapısal değişimleri çalışmalarına konu etmişler ve bu değişimleri sosyal, uzamsal ve tarihsel bağlam içerisinde değerlendirmişlerdir. Konstrüktivism genel olarak yapı ve aktörün bu değişimlerden karşılıklı olarak etkilendiğini savunur. Öznelerarası etkileşim; kurallar, normlar, diller, anlamlar, kültür ve ideolojiler üzerinden şekillenmekte ve bu etkileşim sonucunda da kimlikler meydana gelmektedir. Bu sebeple konstrüktivist teorisyenlerin üzerinde en çok durduğu kavram kimliktir. Çıkar olgusunun asıl kaynağını kimlikler olarak gören konstrüktivism, davranış ve kimlik üzerinden insani ilişkileri, oradan hareketle de uluslararası ilişkileri anlamlı kılmaya çalışmaktadır (Karabulut, 2016:194-195).

Yukarıda açıklanan konstrüktivist teori çalışmada; uluslararası ilişkiler teorileri arasında nasıl konumlandırıldığı ve tanımlandığı açıklandıktan sonra temel argümanlarından biri olan kimlik kavramı ile incelenecektir. Kimlik ise kavramsal olarak, konstrüktivist teori ile ilişkisi ve dış politikayla ilişkisi şeklinde ele alınacaktır. Son olarak ise konstrüktivist teoriyi ve kimlik kavramını somutlaştırmak adına Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı politikası anlatılacaktır. Bu bölümde ise önce kısaca Bosna- Hersek'in tarihinden ve 1992-1995 yılları arasında yaşanan savaştan bahsedilecektir. Ardından Türkiye'nin bu savaşa yönelik politikası incelenecek ve konstrüktivist teori ile bu politika somutlaştırılacaktır.

Genel olarak çalışmanın temel problematiği; konstrüktivist teori ve kimliğin, Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı politikasını nasıl açıkladığı ve bu politikanın konstrüktivist teori ve kimlik çerçevesinde nasıl şekillendiğidir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, konstrüktivist teori ve kimlik kavramının, Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı politikası ile somutlaştırılarak incelenmesidir. Çünkü devlet kimliklerinin ve çıkarlarının sosyal yapılar tarafından inşa edildiği argümanına dayanan konstrüktivizm, Türkiye'nin Bosna-Hersek savaşı politikası çok net açıklamaktadır. Türkiye'nin Cumhuriyetin ilanından bu yana Batılı dış politika kimliği doğrultusunda hareket etmesi ve Soğuk Savaştan sonra değişen uluslararası ortamda kendini kanıtlamak istemesi konstrüktivist teori ile açıklanabilmektedir. Ayrıca Türkiye'nin Bosna-Hersek ile ortak tarihi mirası ve geçmişinin bulunması; Türkiye'nin savaşta Boşnakların yanında yer almasını ve savaşın sonlandırılması için aktif dış politika yürütmesine neden olmuştur. Bu durum da uluslararası ortamda "Batılı" kimliği ile kendini kanıtlamak isteyen Türkiye için kolaylaştırıcı bir etken olmuştur.

KONSTRÜKTİVİST TEORİ VE KİMLİK

Bu bölümde, 'Konstrüktivist Teori' ve 'Kimlik' kavramı incelenmiştir.

Konstrüktivist Teori

Konstrüktivist teorinin açıklanabilmesi için tarihsel gelişimine bakmakta fayda vardır. Bunun için de öncelikle uluslararası ilişkiler disiplinindeki üç büyük tartışmayı anlamak çok önemlidir. Bu üç tartışmadan birincisi, disiplinin terminolojisini ve ontolojisini belirleyen idealizm-realizm tartışmasıdır. Birinci Dünya Savaşının büyük tahribat yaratması, uluslararası barış ve güvenliğin nasıl sağlanacağı sorusunun cevaplarının aranmasına neden olmuştur. İdealizm bu soruya insan hakları, demokrasi, uluslararası hukuk, uluslararası örgütlerin güçlendirilmesi gerektiğini söyleyerek cevap vermiştir (Ekici, 2018:9). Ancak realistlere göre bunlar uluslararası barış ve güvenliği sağlayamazlar. Bu yüzden her devlet kendi güvenliğini kendisi sağlamalıdır. Genel olarak uluslararası ilişkilerinin en temel kavramının güç olduğunu savunan realizme göre uluslararası sistem anarşiktir. Bu çatışmacı ortamda devletler hayatta kalabilmek için kendilerini koruyabilecek güce sahip olmalıdır (Karabulut, 2015:60).

Üç büyük tartışmadan ikincisi ise uluslararası ilişkiler disiplininin yöntemini belirleyen gelenekselcilik-davranışsalcılık tartışmasıdır. Bu tartışmada yeni şeyler söyleyen taraf davranışsalcılar olmuştur. Çünkü gelenekselcilik esas itibariyle idealizm ve realizm argümanlarının toplamıdır. Davranışsalcılar ise tartışmanın yeni tarafıdır ve disiplinin bir metodolojisinin olması gerektiğini savunan pozitivistlerden oluşmaktadır (Ekici, 2018:9). Davranışsalcıların temel savı, uluslararası ilişkilerin doğa bilimlerinde geçerli olan yöntemlerle araştırılması gerektiğidir (Tanrısever, 2019:106). Genel olarak gelenekselcilik- davranışsalcılık tartışması, kuramlar arasında bir tartışmadan ziyade tek

bir kuramsal gelenek içinde araştırmacıların hangi teknikleri kullanacağına dair bir tartışma olarak değerlendirilebilir (Tanrısever, 2019:112).

Üçüncü büyük tartışma ise pozitivism-post-pozitivism tartışmasıdır. Sosyal bilimlerde 1980’li yıllardan itibaren en önemli tartışma eksenini oluşturan pozitivism-post-pozitivism kavgasının odak noktası epistemolojiktir. Genel olarak pozitivist epistemoloji, insanın rasyonelliği ön kabulünü taşır. Pozitivist yaklaşımlardaki ortak nokta, insanın özerk bir aktör olarak rasyonel olduğu varsayımdır. Bu ön kabul, ampirik yöntemlerin kullanılması yoluyla toplumsal olgularda genel geçer kanunların varlığının keşfini mümkün kılar. Ancak post-pozitivism, rasyonelliğin sınırlarının tespit edilmesinin imkân dahilinde olmadığını savunur. Bu varsayımdan hareketle beşerî hayattaki ilişkilerin öznelarası olduğunu, bu yüzden de toplumsal hayatta genel geçer kanunların belirlenme imkanının olmayacağını ileri sürer (Ateş, 2008:221).

Genel olarak üçüncü tartışmada tek bir doğrunun olamayacağı ve bu doğrunun da öznel unsurlar tarafından belirlendiği konuları yer almaktadır. Konstrüktivism ise pozitivism post-pozitivism tartışmasında orta yol olarak görülmektedir. Bu şekilde tanımlanmasının sebebi iki tarafında görüşlerinin bazılarına yakın olmasıdır (Fierke, 2013:193). Nitekim Alexander Wendt (2016:60), çoğu kişinin birbiri ile bağdaşmadığını düşündüğu ontolojik ve epistemolojik durumları birbirleriyle uzlaştırarak “orta yol” (via media) inşa etmeyi amaçladığını belirtmiştir.

Felsefî olarak konstrüktivist düşüncenin kaynağı, bilginin sosyal bir inşa olduğunu öne süren idealist ve pragmatist felsefî yaklaşımlar olduğu söylenebilir. Kant ve Hegel gibi klasik düşünürler tarafından geliştirilen idealist felsefe, bilginin pasif bir öğrenim süreci değil, sosyal bir süreç olduğu ifade eder. Soğuk Savaşın bitmesiyle etkisini arttıran konstrüktivizmin kökenleri 18. Yüzyılda yapılan epistemolojik tartışmalarda aranabilir. Buna örnek olarak da İtalyan felsefecisi olan Giambattista Vico’nun şu sözü verilir: “Doğal dünya Tanrı tarafından meydana getirilmiştir ancak tarihi dünya insanının ürünüdür.” Bu cümleden, insanların ve toplumların devletlerini doğal olarak da kendi tarihlerini inşa ettikleri anlamı çıkartılabilir (Emeklier, 2011: 160).

Genelde post-pozitivistler özelde ise konstrüktivistler sorgulanmadan kabul edilen gerçeklikle değil insanların ortaya çıkardığı gerçeklikle ilgilenir. İnsanlar dolayısıyla devletler, sistemi oluşturan faktörleri sistemle karşılıklı etkileşim sürecinde inşa etmektedir. Konstrüktivism, bireylerin ve devletlerin dahil olduğu bu sosyal etkileşim sürecini inceleyerek bir anlamda uluslararası toplumun sosyolojisini yapmaktadır (Wendt, 1994:385).

Konstrüktivism, insan bilincine ve onun dünya üzerindeki işlerine odaklanan bir yaklaşımdır. Pek çok uluslararası ilişkiler teorisi özellikle neorealizm, askeri güç, ekonomik kapasite, devletler arasındaki

güç dengesi ve onların davranışlarını açıklamaya odaklanırken konstrüktivizm bu bakış açısını eleştirmiş ve uluslararası ilişkilerin maddi değil sosyal bir alan olduğu üzerinde durmuştur. Konstrüktivizme göre uluslararası ilişkileri de içeren sosyal ve politik dünya, insan bilincinin dışında olan fiziksel bir varlık ya da maddi bir nesne değildir (Jackson ve Sorensen, 2006:162). Bu sebeple konstrüktivizmde uluslararası kuralların, normların, kurumların, düşünsel unsurların ve bilişsel faktörlerin siyasi rolü üzerinde durulmuştur (Küçük, 2009:776). Realistler, liberaller ve Marksistler gibi baskın yapısalcı akımlar sadece yapıyı incelerken konstrüktivistler aktörleri de incelemelerine dahil etmiştir. Konstrüktivistler yapısal değişikliklerin ve devamlılıklarının aktörlere dayandığını söylemiş; benzer şekilde aktörlerinde içinde buldukları sosyal, tarihsel ve mekânsal şartlar ile karşılıklı etkileşim içinde olduklarını öne sürmüştür (Ertem, 2012:184).

Bu doğrultuda konstrüktivistlerin en önemli çıkış noktası, 1980li yıllarda özellikle neo-realist kuramın baskısı altında görmezden gelinen disiplinin toplumsal ve tarihsel boyutunu incelemesi olmuştur. Konstrüktivistler maddi unsurları da önemser ancak sosyal dünyanın oluşumunda düşünsel unsurların kurucu rol üstlendiğini ileri sürerler. Özellikle toplumsal bir özellik kazanmış olan düşüncelerin dünya politikasındaki rolüne vurgu yaparlar. Konstrüktivistler için aktörlerin kimlik ve çıkarları veri değil araştırma konusudur. Bu doğrultuda dünya politikasının öznelarası boyutu (kurallar, normlar ve kurumlar), sosyal yapıları, aktörlerin kimlik ve çıkarları konstrüktivizmin başlıca odaklandığı konulardır. Konstrüktivizmi diğer yaklaşımlardan farklı kılan nokta düşünsel unsurlara birincil, özerk bir konum atfetmesi ve bu unsurların kurucu gücünü vurgulamasıdır (Küçük, 2009:777).

Konstrüktivizm, devlet, anarşi, kurallar-kurumlar ve yapı gibi konuları farklı bir bakış açısıyla incelemiştir. Konstrüktivizmde, diğer teorilerin çoğunda olduğu gibi analiz birimi devlettir. Çünkü sadece devlet meşru şiddet kullanma tekeline sahiptir. Yıkım araçlarına sahip olma devletin gücünün en üst noktasıdır ve bu durum devletin diğer aktörlerden ayırt edici olmasını sağlar. Wendt'e göre devlet, siyasal otoritenin yapısı olarak anlaşılır. Bu doğrultuda devlet, "aracılıklarıyla anlaşmazlıkların üstesinden geldiği, toplumun yönetildiği ve sosyal ilişkilerin yönlendirildiği" normlar, kurallar ve ilkeler tarafından oluşturulur. Bu yapı, gücün üç maddi temelini devlet ve toplumsal aktörlere paylaştırır. Bunlar; üretim araçları, yıkım araçları ve biyolojik yeniden üreme araçlarıdır. Farklı devlet yapısı şekilleri bu dağılımının organizasyonuna göre oluşur. Örneğin, kapitalist devlet sistemleri güç şekillerini sermaye, devlet ve aile arasında paylaştırırken; totaliter devlet yapıları onları devlet seçkinlerinde birleştirir. Fakat siyasal otoritenin belli bir düzende dağılımından bağımsız olarak devlet yapıları, daha önceden var olan öznelerin davranışlarını düzenleyen güç yapılarıdır. Bu güç yapıları ise öznelerin kim oldukları ve ne yapmaya yetkili olduklarını belirler (Wendt, 2016:254-256).

Konstruktivizmin farklı bir şekilde ele aldığı anarşi ise kavram olarak oldukça tartışmalıdır. Wendt'e göre anarşi, en temel anlamda merkezi bir otoritenin yokluğudur. Uluslararası sistem, üst bir otoritenin olmaması nedeniyle anarşiktir. Bir başka deyişle anarşi, devletlerin üstünde başka bir yapılanmanın olmamasıdır. Tek başına bir anlam ifade etmeyen anarşiye sistem ve sistem içindeki ilişki anlam verir. Buradan hareketle tek başına 'anarşi mantığı' diye bir şeyin söz konusu olmadığı belirtilebilir (Wendt, 2016:378). Ayrıca Wendt, anarşinin geçici bir durum olarak algılanması gerektiğini söylemiştir. Wendt'e göre anarşi insanların düşüncelerinden yola çıkarak şekillenen, insanların dolayısıyla devletlerin eylemleri sonucunda oluşmuştur. Bir başka ifade ile Wendt için anarşi, devletler ondan ne anlıyorsa odur. Zira anarşi bir kendi kendine yetme sistemi olabilir ayrıca hiçbir neden olmaksızın kendi kendine yetmeye dayanmayan bir ortak güvenlik sistemi de olabilir. Hangi mantığın öncelikli olacağı ben ve öteki algılamalarına bağlıdır. Eğer devlet karşılaştığı aktörleri ilk anda tehdit olarak görürse bencil algılamalarını üreten rekabetçi dinamikleri harekete geçirecekken, dost olarak görürse farklı bir durum söz konusu olacaktır. Burada önemli olan devletlerin etkileşimleri ve bunun sonucunda oluşan çıkarların kimlikler üzerindeki etkisidir (Ertem, 2012:186).

Kurallar-kurumlar ve yapı arasında ilişki ise konstruktivizmin incelediği en önemli temalardan biridir. Konstruktivizme göre insan, çevresi ve doğa ile ilişki ve etkileşim halinde olan sosyal bir varlıktır. Bu süreç, sosyal bir yapı içerisinde ve birtakım kurallara bağlı olarak, amiller ve kurumlar aracılığıyla gerçekleşir. Konstruktivizm, insanların toplumu, toplumun da insanları yaptığını varsayan bir yaklaşım ileri sürer. Bu durum, sürekliliği olan iki yönlü bir süreçtir. İnsanları ve toplumu birbirine bağlayan şey ise kurallardır. Hukuksal kuralların da bulunduğu bu sosyal kurallar, sürecin sürekli ve karşılıklı bir biçimde gerçekleşmesine neden olur. Bu bağlamda kuralların, bir insana neyi yapıp neyi yapmaması gerektiğini söyleyen genel ifadeler olduğu söylenebilir. Ayrıca kurallar, kurumların oluşumunda belirleyici bir etkiye sahiptir. Ek olarak kurallar, kurumlar ile amilleri birbirlerine bağlayan bir fonksiyon icra ederler. Bu yüzden sosyal yapının işleyişinde kurallar gibi kurumların da önemli bir rolü vardır. Kurumlar ise ilgili kural ve uygulamalardan oluşmaktadır. Amillerin amaçları doğrultusunda gerçekleşen faaliyetler ile kuralların oluşturduğu örüntüler, kurumları ortaya çıkarmaktadır. Burada amillğin ne olduğuna değinmek önemlidir. Kısaca amillik müessesesi statülerden, görevlerden ve rollerden oluşur. Amillerin kimler olacağını genellikle kurallar belirler. Amillik, ilgili toplum ölçeğinde ve kurallar aracılığıyla gerçekleşen bir şeydir. Kısacası insanlar ancak kuralların belirlediği şartlarda ve ait oldukları toplumun kapsamı ölçeğinde amil olabilmektedirler. Son olarak amiller, kurallar ve kurumlar bir sosyal yapı içerisinde var olurlar. Konstruktivizm için yapı, aslında kurumların ve amillerin içinde faaliyet gösterdikleri bir şeydir. Konstruktivizme göre yapının temelinde, dışarıdan da tanımlanabilen bir kurallar, kurumlar ve tercihler örüntüsünün varlığı

bulunmaktadır (Kaya, 2008:96-98). Ek olarak kurallar, kurumlar, yapı hakkında Nicholas Onuf'un dört temel ön kabulüne değinmek faydalı olacaktır. Bunlardan ilki toplum ve bireyin sürekli bir biçimde birbirini oluşturmasıdır. Bu süreç toplumsal ilişkilerin sabit görünümü ve değişimini birlikte belirler. İkincisi ise dil ve onun türevleri olan kurallar ve kurumların toplumsal inşada araç olmasıdır. Çünkü insan isteklerini dille aktarır, isteklerini dille amaca dönüştürür ve bu amaçları doğrultusundaki hareketlerini dille destekler. Onuf'un üçüncü ön kabulü ise kuralların maddi varlıkları kaynağa dönüştürmesidir. Son ön kabul ise sosyal ilişkiler ağı içerisinde oluşturulan kurallar, kurumlar sonucunda bazı yapılanmalar inşa edilerek uluslararası ilişkilerin temel aktörleri olan devletlerin oluşturulmasıdır (Kaçar, 2014). Onuf'un ikinci ön kabulüne Bosna-Hersek Savaşı'ndan önce Sırp'ların kullandığı şiddet dili örnek verilebilir. Onuf'un belirttiği gibi Sırp'lar katliamdan önce Büyük Sırbistan hayaline ulaşmak için Boşnakları, Müslümanları yok etmeleri gerektiğini meydanlarda, manifestolarda ifade etmiştir. Sonra da eyleme geçerek bunu gerçekleştirmeye çalışmışlardır. Sonrasında ise bu hareketleri uluslararası toplumda dille meşrulaştırmak istemişlerdir. Bunu da Avrupa'ya 'kendilerinin Avrupa'nın savunucusu olduğunu 'söyleyerek ve 'Müslümanlar Avrupa'yı ele geçirecek' gibi söylemlerle korku yaratarak yapmışlardır. Aslında kullandıkları bu yöntemle kısmen de olsa amaçlarına ulaşmayı başarmışlardır.

Bunlara ek olarak konstrüktivist teori güvenlik kavramına da farklı bir bakış açısı getirmiştir. Sosyal ve düşünsel unsurların maddi yapılar üzerindeki belirleyiciliğini savunan konstrüktivist teori güvenlik kavramına bu açıdan yaklaşmıştır. Konstrüktivizm, güvenliği insanlar arasında karşılıklı etkileşim sonucunda kurulan bir olgu olarak tanımlamıştır. Ayrıca devlet odaklı güvenlik tanımlaması yerine güvenliğin sektörlere ayrılarak devletin güvenlik konusunda tek belirleyici olmadığını da vurgulamıştır (Buzan, Wæver ve De Wilde, 1998:7-8). Kısaca konstrüktivizm, güvenliği tüketilen bir olgu olarak değil üretilen bir olgu olarak kabul etmektedir (Karabulut, 2015:89-87).

Tüm bu anlatıların ışığında konstrüktivizmin, uluslararası ilişkilerdeki bir dizi ana temanın alternatif anlayışlarını sunduğu ifade edilebilir. Özellikle; anarşi, güç dengesi, çıkar ve kimlik arasındaki ilişki ve güç dağılımı konularında yeni yaklaşımlar getirerek diğer yaklaşımların açıklayamadığı sosyal faktörlerin gerek iç politikada gerekse dış politikada ki güçlü etkisini ortaya koyan bir yaklaşım olmuştur (Hopf, 1998:172).

Kimlik

Bu bölümde kimlik kavramı; 'Kavramsal Olarak Kimlik', 'Konstrüktivist Teori ve Kimlik Yaklaşımı' ve 'Kimlik ve Dış Politika' başlıkları altında incelenmiştir.

Kavramsal olarak kimlik

Kimlik, günümüz dünyasında en büyüleyici ve ilgi çekici kavramlardan biridir. Bir özelliği, niteliği olan kimlikler her şeyden evvel farklılıkları ortaya çıkartır. Kimlik en geniş anlamda bireyin tüm özelliklerini kapsayan bir kavramdır. Kişinin kendisini nasıl gördüğü ve toplum tarafından nasıl görüldüğü, kimlik kavramıyla ilgili olan konulardır (Aşkın, 2007:213-214).

Disiplinler arası bir kavram olan kimliği psikologlar, benliği ve kişiliği kimliğin merkezine koyarak bu bağlamda tanımlamaya çalışırlar. Bu doğrultuda kimliği, bireyi diğer bireylerden farklılaştıran tutarlı ve yapılanmış göstergeler olarak tanımlamak mümkündür. Sosyologlar ise kimliği, toplumsal cinsiyet ve sınıf belirlemelerinde, bireyin sosyal durumunu ifade eden bir kavram olarak kullanırlar. Felsefede ise kimlik, öznenin varoluşunun ontik, epistemik ve estetik gibi belirlemeleri sonucunda ortaya çıkan gerçekliklerdir (Aşkın, 2007:214).

Kimlik kavramının tarihsel gelişiminde ilk göze çarpan husus bu kavramın Latince kökenli “idem” kelimesinden türediğidir. Kimlik (identity) kelimesi ilk kez John Locke ve David Hume tarafından “öz” (self) ile ilgili tartışmalarda kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde ise kimlik kavramı 1950li yıllarda yoğun olarak kullanılmaya başlamıştır. Özellikle 1950li, 1960lı yıllarda başta Erik Erikson olmak üzere, psikoloji alanında bireyin kimlik yapısı ve bunun toplumsal yansımaları üzere yapılan çalışmalar artmıştır. 1970lerde ise Vietnam Savaşı, kimlik konusunun yalnızca psikoloji ve sosyoloji ile ilgili alanlarda değil siyasetle ilgili konularda da ele alınmasına sebep olmuştur (Ertem, 2012:191-192).

Kimlik felsefi olarak bir şeyi o şey yapan unsurdur. Bir başka ifade ile kimlik, söz konusu varlığın kim ya da ne olduğunu belirlemektir. Bu doğrultuda kimlik varlığın kaçınılmaz bir boyutudur. Ancak kimliğin kaçınılmaz boyutunun olması onun verili olduğu anlamına gelmez. Nasıl tanımlanırsa tanımlansın inşa edilen bir kavram olan kimlik, sosyal bir fenomendir ve farklılık ilişkisi yoluyla oluşmaktadır. Kimliğin bilincine varılması, kimlerden farklı olunduğunun bilgisi ve yardımıyla mümkün olur (Ereker, 2010:56-57). Ek olarak kimlik, genellikle sosyal, kültürel ve jeopolitik çevreden etkilenir ve sabit bir şey değildir. Genel olarak kimlikler kendimizi nasıl gördüğümüz ve ne olmadığımızı düşündüğümüz algılar üzerine kuruludur. Bilimsel literatürde bu süreç diğerlerini tanımlama ve bu tanım üzerinden kendinin ne olduğunu belirlemedir (Lazaro, 2019:87).

Psikolojiden sosyolojiye, tarihten siyasete varan geniş bir alanın tartışma konusu olan kimlik kavramı için herkesin kabul edebileceği bir tanım yapmak zordur (Fearon, 1999:59). Yine de kimlik kavramı, “benlik duygusu” ya da “değerler bütünü” olarak basitçe tanımlanabilir. Ayrıca toplum ya da

toplulukların “Kimsiniz” ya da “Kimlerdensiniz” sorularına verdikleri yanıt da kimliğin çoğunluğun hemfikir olabileceği bir tanımdır (Akdemir, 2009:4-5).

Genelde biz kimiz sorusuna tarih, coğrafya, kültür, kolektif hafıza ve dinsel inançlar doğrultusunda bir cevap verilir. Bunun sebebi kimliğin birey ya da grup olarak kendimizi ve diğerlerini bulduğumuz sosyal çevre içerisinde nereye, nasıl konumlandığımız ile ilgilidir. Kadın ya da erkek olmak, siyah ya da beyaz olmak gibi doğuştan gelen özellikler bazı temel parçaları belirlese de, kimlik aslında insanın kendi tercihlerinin bir sonucudur. Yani kimlik insanların eylemlerinden bağımsız değildir. Birey bir dönemde kimliğini oluşturan bir unsuru öne çıkarmayı tercih ederken başka bir dönem bunun tam tersini yapabilir. Bu durum eğitim, kültür yapısı, sosyal ve ekonomik şartlara bağlı olarak gerçekleşir. Amin Malaouf'a göre bu durumun nedeni kimliğin hangi unsurunun daha çok tehdit altında hissettiği ile ilgilidir. Şöyle ki ulusal kimliğinin tehdit altında olduğunu düşünen birinin ulusal aidiyetini, dinsel kimliğini tehdit altında düşünen birinin dinsel aidiyetini ön plana çıkarması beklenir. Yani kimliği oluşturan unsurlar arasında belirli bir hiyerarşi bulunsa da bu değişmez bir hiyerarşi değildir. Bu yüzden kimlik mevzu bahis olduğunda durağanlıktan değil dinamizmden bahsetmek daha doğrudur (Ertem, 2012:193).

Oldukça karmaşık bir yapıya sahip olan kimlik kavramından, sosyal bilimlerin farklı alanlarında farklı amaçlarla bahsedilmektedir. Özellikle sosyal psikolojinin önemli bir çalışma konusu olan kimlik kavramı farklı kategorilerde ele alınmaktadır. Örneğin toplumsal kimlik kategorisi, bireyin ait olduğu toplumsal çevrenin değerlerine, normlarına, akıl yürütmesine, sanatına, diline, dinine, gelenek ve göreneklerine ve diğer kurumlarına karşı geliştirdiği bir aidiyet bilincini ifade eder. Birey, kendi toplumu ve diğer toplumlar arasındaki benzerlikleri, zıtlıkları, çatışmaları, toplumsal kimliğe yüklediği anlam sınırları dahilinde tanır ve bu doğrultuda harekete geçer. Birey, toplumsal kimlik vasıtasıyla yaşam pratiklerine dahil olur. Toplumsal kimlik, çoğu zaman, bilinç ötesinde bir işlev yüklenerek bireyin bütün varlığına hükmeder (Özdemir, 2001:108). Bireysel kimlikle toplumsal kimliğin birbirinden ayrı düşünülmemeyeceğini hemen belirtmek gerekir. Bireyin kendisine tekabül eden ‘sen’, ‘o’ ya da ‘onlar’ duygusu olmazsa, ben duygusu diye bir şey ortaya çıkmaz (Şimşek, 2002:36). Bu doğrultuda bazı toplumsal kimlik kategorilerine etnik kimlikler, fiziksel kimlikler (çekik gözlü ya da beyaz tenli olmak gibi fiziksel özelliklerden kaynaklanan kimlik), sınıfsal kimlikler (işçi ve burjuva kimliği gibi), cinsel kimlikler (özellikle feminizm kimliği), dinsel kimlikler, siyasi kimlikler ve sosyal kimlikler örnek verilebilir. Bunların dışında Ankaralı olmak, taraftar olmak, Akdenizli ya da Doğu Anadolu olmak, abla ya da kardeş olmak gibi bazı kimlik kategorileri de bulunmaktadır. Aslında bu alt kimlik kategorileri de çok önemlidir. Örneğin, taraftar olmak bir insan için etnik kimliğinden bile daha önemli bir kimlik olabilir (Karabulut, 2016:3-4).

Bir bireyin, bir sosyal gruba (veya gruplara) üyeliği konusundaki bilgisinden türeyen bir kavram olan sosyal kimlik öz kavramının bir parçasıdır. Bu bakış açısına göre grup üyeliği insanlara sosyal dünyadaki yerleri hakkında bir fikir verir ve normlarını hayata geçirmek için rehberlik sağlar. Ayrıca kimlik gruplararası davranışın temelini oluşturur. Yani insanlar kendileri ve başkalarını grup üyeliği açısından gördükleri ölçüde tanımlarlar ve kişisel olarak ait oldukları sosyal grupla özdeşleşirler (Sindic ve Condor, 2014:39-54). Bu yüzden kimlik meselesinde karşılaştırmanın da önemli bir işlevi vardır. Karşılaştırma işlemi bireyin sosyal kimliğinin gelişiminde etkili bir faktördür. Kişinin kendini ve diğerlerini grup içi ve grup dışı olarak sınıflandırması kişinin ait olduğu grubun özelliklerini içselleştirmesine neden olur. Bu karşılaştırma işleminin sonucunda birey, ait olduğu grubun öteki gruptan daha iyi olduğu sonucuna varır ve bu sayede aitlik duygusu güçlenir (Hogg ve Terry, 2000:121). Şöyle ki her kimlik ötekini içselleştirerek inşa edilir. Öteki tehdit oluşturuşu ya da tehdit olarak algılanırsa kimlik daha da güçlenir (Övet, 2007). Ek olarak kimliğin öteki kavramı ile bağlantılı olmasının en önemli nedeni, kimliğin toplumsal etkileşimin ürünü olarak ortaya çıkması ve bu yüzden de ait olma ihtiyacını içermesidir. Ötekini tanımlamadan veya kendi ile öteki arasındaki farkı ortaya koymadan öz-benliği tanımlamak mümkün değildir. Ötekinin oluşturulması ise söylem sayesinde olur. Söylemsel süreçte öz benlik kendi değerlerini diğer gruba empoze etmeye çalışır ve böylece ötekinin değerlerini düşürür. Öteki aşağılayıcı terimlerle ve damgalayıcı klişelerle kolayca tanımlanabilir (Vukasovic, 2018:2-3). Bu durum Bosna-Hersek Savaşında yaşanan katliamların, işkencelerin bir nedenini açıklayabilir. Şöyle ki hem Sırp lar hem de Hırvatlar geçmişten beri Boşnak kimliğini kabul etmemişlerdir. Hatta genel olarak Boşnakları “hain Sırp, hain Hırvat” şeklinde nitelendirerek onların kimliğini kabul etmediklerini göstermişlerdir.

Konstrüktivist Teori ve Kimlik Yaklaşımı

Gerçekliğin öznelarası inşası, kurallar, dil, kimlik politikalarına vurgu yaparak pozitivist teorilerin açıklayamadığı olayları bu kavramlar üzerinden değerlendiren konstrüktivizme olan ilgi 1990lı yıllardan itibaren artmaya başlamıştır. Kimlikleri amiller olarak tanımlayan konstrüktivizm, kimlik inşasının önemini altını çizmiştir. Konstrüktivizm sosyal ilişkilerin temelinde sosyal aktörlerin kimliklerinin olduğunu ileri sürmektedir. Konstrüktivizme göre kimliklerin inşası ve dönüşümü sosyal aktörlerin temel çıkarlarını ve tercihlerini etkilemektedir (Karakoç, 2013:142-143).

Konstrüktivizm, kültür, normlar, inançlar gibi maddi olmayan faktörlere devlet kimliğini açıklamada öncelik verir. Konstrüktivizme göre kimlikler, devlet kimlikleri ve dolayısıyla çıkarlar süreç içerisinde değişebilir. Konstrüktivizm ayrıca devletlerin yalnızca kendi çıkarlarıyla hareket etmediklerini aynı zamanda bu çıkarları kimlikleriyle içselleştirerek davrandıklarını vurgulamaktadır (Alexandrov, 2003:33-34). Çıkar kavramını kimlikle sıkı bir şekilde bağdaştıran konstrüktivizme göre sabit bir

“ulusal çıkar” yoktur. Wendt, aktörlerin ne yaptıklarıyla ne oldukları arasında sıkı bir ilişki olduğunu ifade etmiştir. Ne insan doğasından ne iç siyasi yapıdan ne de uluslararası sistemin kendisinden kaynaklanan bir uluslararası anarşi söz konusudur. Aslında tüm mesele uluslararası sistemde bilginin nasıl dağıldığı ve devletler arasındaki etkileşimin nasıl şekillendiğidir. Bunda da devlet kimliği faktörünün rolü büyüktür (Wendt, 1992:398).

Konstrüktivist teoriye göre insanlar nesnelere karşı onların ifade ettiği anlamlar üzerinden hareket ederler. Devletler düşmanlarına ve dostlarına karşı farklı davranır çünkü düşmanlar tehdit eder, dostlar etmez. Anarşi ve güç dağılımı, kimin dost kimin düşman olduğunu anlama konusunda yeterli değildir. Çünkü İngiltere'nin füzeleri Amerika Birleşik Devletleri (ABD) için Rusya'nın füzelerinden farklı anlam taşır. Ya da ABD'nin askeri gücü Kanada ve Küba için farklı anlamlara gelir. Güç dağılımı devletlerin hesaplarını etkileyebilir ama bunun nasıl olduğu kendileri ve diğerleri hakkındaki düşüncelerini şekillendiren öznelerarası anlayışlara, beklentilere ve “bilgi dağılımına” bağlıdır. Wendt burada şu örneği vermektedir: Eğer ABD ve Sovyetler Birliği düşman olmadıklarına karar verirse Soğuk Savaş biter. Hareketlerimizi organize eden yapıları oluşturan şey kolektif anlamlardır. Yani kimlikler, belirli bir sosyallikte inşa edilmiş bir dünyada kimlik kazanırlar. Her insan kurumsal rolleriyle ilişkili olarak kardeş, öğretmen, vatandaş gibi birçok kimliğe sahiptir. Aynı şekilde devletlerde “bağımsız” “özgür dünyanın lideri” gibi pek çok kimliğe sahip olabilir. Belirli bir kimliğe olan bağlılık değişebilir ancak her kimlik aktörün kurumlar temelinde sosyal bir tanımlamasıdır ve aktörler bu kimliklerle kendilerini ve birbirlerini tanımlarlar (Wendt, 1992:397-398).

Konstrüktivizm ve kimlik konusunda Wendt'in dört kimlik tanımı oldukça önemlidir. Bunlardan ilki kurumsal/kişisel kimliktir. Bu kimlik türüne göre bir devleti devlet, kişiyi kişi yapan en önemli etken kimliktir. Bir aktör sadece bir tane bu tür bir kimliğe sahip olabilir. Bunun maddi temeli insanlar açısından beden, devletler açısından ise birçok beden ve topraktır. Ayrıca bu kimlik türü ortak hedefleri, düşünceleri, benlikleri, kişiliği olan kolektif bir kimliğe sahip bireyler tarafından yönlendirilmektedir. Bu kimlikte, benlik bilinçlidir ve bellek önemli bir yere sahiptir. İkincisi, sosyal bir kategoriye, statüye, sınıflandırmaya ait tip kimliğidir. Yani tutumlar, değerler, yetenekler, bilgi, görüşler, deneyim, bölge ya da doğum yeri, dil, tarihi ortak özellikler ya da özellikleri görünüşte paylaşan ya da paylaştığı varsayılan insanlar için kullanılan etiketler bu türün içerisine girmektedir. Ancak rol ve kolektif kimlik türlerinden farklı olarak bu temeli oluşturan nitelikler aktöre içkindir. Öteki var olsa da olmasa da mevcuttur. Üçüncüsü ise rol kimliktir. Rol kimliğinin gelişebilmesi için bir öteki şarttır. Zira doğuştan var olan niteliklere dayanmaz ve böylece sadece ötekilerle ilişkili olarak var olabilir. Sonuncusu olan kolektif kimlik ise, biz duygusunun ön plana çıktığı, ortak değerlerin,

hedeflerin, amaçların olduğu, aynı duygu ve düşüncenin paylaşıldığı çıkar birliğine dayalı kimliktir (Wendt, 2016:280-284).

Kimlik ve Dış Politika

Konstrüktivizm için devletler sosyal aktörlerdir. Bu sebeple devletler kurallar ve uygunluk arayışı içerisinde kimlik oluşturmaya ve onu ifade etmeye ihtiyaç duyan yapılardır. Ulusal çıkar ve ulusal kimlik konularını farklı bakış açısıyla değerlendiren konstrüktivizmde; ulusal çıkarlar sabit olmayan ve ulusal kimlikten fazlasıyla etkilenen değişken verileridir. Kendisi de sabit olmayan ulusal kimlik uluslararası ve ülke içi güçler tarafından şekillenir ve değişir. Şekillenen ve değişen ulusal kimlik de ulusal çıkarları etkiler ve zamanla bu çıkarları da değiştirir. Bu yüzden devletlerin uluslararası sistemde nasıl davrandığını ve dış politika kararlarını anlayabilmek için bu kavramlara odaklanmak gerekir. Konstrüktivistlere göre devletlerin iletişimleri ve etkileşimleri kimliklerin ve çıkarların şekillenmesinde önemli rol oynar (Öztürk, 2014:2-3).

Bir devleti belirli bir kimliğe göre değerlendirmek eylemler açısından farklı sonuçlar meydana getirir. Örnek vermek gerekirse, güçlü-zayıf devlet kimlikleri, Avrupa Birliği üyesi ya da NATO üyesi devlet veya saldırgan-barışçıl devlet kimlikleri farklı davranışsal sonuçlara neden olur çünkü her bir kimliğin meydana getirildiği çıkarlar birbirinden farklıdır. Bu sebeple bir devletin dış politika eylemlerini açıklamak için çıkarları, bunun için de öncelikle kimliği anlamak önemlidir (Ereker, 2010:61).

Devletler, uluslararası sistemde bilinmek istediği kimlikler doğrultusunda politikalar yapar ve benzer şekilde etkileşime geçtiği devletin onaylanmış kimliği doğrultusunda hareket eder. Bu durumda ötekini düşman olarak konumlandırmak dış politika açısından çok önemlidir. Wendt, ötekini düşman olarak konumlandırmanın tarih boyunca var olduğunu ifade etmiştir. Buna da örnek olarak Antik Yunanlıların Persleri ‘barbarlar’ olarak göstermelerini vermiştir. Ayrıca ötekinin düşman olarak konumlandırma işleminin yakın zamanda da görülebileceğini vurgulayan Wendt, bunu Bosna- Hersek Savaşı, Ruanda İç Savaşıyla destekleyerek örneklendirmiştir (Wendt, 2016:322-323).

Wendt’e göre kimlik ve çıkarlar etkileşim sürecinde inşa edilmektedir. Bu etkileşim öncesinde aktörlerin benlikleri yoktur ve yalnızca örgütsel yönetim mekanizması ile bunu koruma arzusundadırlar. Wendt, etkileşim öncesi kimliklerden kaynaklanan dört bağımsız çıkar olduğunu ifade eder. Bu çıkarlar realizmde olduğu gibi verili, sabit ve tüm aktörler için aynıdır. Bunlar; fiziksel güvenliği korumak, otonomiye korumak, ekonomik refahı ve kolektif kendine saygıyı korumaktır (Ereker, 2010:61).

Kimlik yaratma pratikleri, devletlerin uluslaşma süreçleriyle ilgilidir. Bu süreçte kolektif hafızanın önemli bir rolü vardır. Bunun sebebi ise kolektif hafızanın sembol, mit, inanç, alışkanlık ve inançlar

yoluyla inşa edilmesidir. Kimlik oluşturulduktan sonra devletler bir taraftan bu kimliklerini iç siyasette ve uluslararası alanda kurumsallaştırmaya çalışırken, diğer taraftan iç siyaset ve uluslararası alanın oluşturduğu etkiler kimlikleri şekillendirmeye başlar. İç siyasette kimliğin sürekli canlı tutulmaya çalışılması devletlerin meşruiyetlerini devam ettirmeleri için önemlidir. Bunu canlı tutmanın en iyi yolu ise dış politikadır. Bu doğrultuda dış tehdit, tehlike unsurlarının dış politikanın kimliğini koruyucu rolü bulunduğu söylenebilir. Bunun nedeni ise devletlerin, kimliğin dışardan ve içeriden gelecek tehditlere karşı koruma sorumluluğunun olmasıdır. Bu doğrultuda dış politika ve kimlik arasındaki ilişkinin karşılıklı inşa edici olduğu söylenebilir (Ereker, 2010:63).

Özetle, Konstrüktivist teori açısından bakıldığında, devlet kimliği bağımsız değişken, dış politika ise bağımlı değişken olarak ele alındığında devletlerin kendilerini diğer aktörlere karşı nasıl tanımladıklarının, çıkarların belirlenmesinde büyük rolü olduğu söylenebilir. Kimlikle ilişkili olarak belirlenen çıkarlar da uygulanacak dış politika davranışı üzerinde etkili rol oynamaktadır (Çoşkun, 2007:64).

KONSTRÜKTİVİST TEORİ İLE TÜRKİYE’NİN BOSNA-HERSEK SAVAŞI POLİTİKASININ İNCELENMESİ

Bu bölümde öncelikle ‘Bosna-Hersek Savaşı’ anlatılmıştır. Ardından ‘Türkiye’nin Bosna-Hersek Savaşı Politikası’ açıklanmış ve daha sonra ‘Konstrüktivist Teori ile Türkiye’nin Bosna-Hersek Savaşı Politikası’ incelenmiştir.

Bosna-Hersek Savaşı

Bosna, tarihte ilk defa Orta Çağda bağımsız devlet olarak ortaya çıkmış ve 1326’da Hersek ile birleşmiştir. Osmanlının fethetmesine kadar olan süreçte ise Hırvat ve Macar yönetimi altında kalmıştır. Bu dönemde Katolikliği ve Ortodoksluğu reddeden ayrı Bogomil inancına dayanan Bosna kilisesi oluşturulmuştur.1463’de Osmanlı tarafından fethedilen Bosna’nın Müslümanlığı kabul etmesinde Bogomil inancının etkili olduğu düşünülebilir. Bosna-Hersek yaklaşık dört yüzyıl boyunca önce sancak, ardından eyalet olarak siyasi kimliğini korumuştur. Dört yüzyıl Osmanlı egemenliğinde kalan Bosna-Hersek 1878 Ayastefenos Antlaşması ile otonomi kazanmış, altı ay sonra imzalanan Berlin Antlaşması ile Avusturya-Macaristan yönetimine verilmiştir.1908 yılında ise Avusturya-Macaristan imparatorluğu tarafından ilhak edilmiştir (Kenar, 2005:15-16). Avusturya döneminde Bosna ayrı bir idari birim olarak tutulmuştur. Birinci Dünya Savaşı’nda ise Boşnaklar İtilaf devletlerine karşı savaşmış, savaş onların lehine sonuçlanınca Avusturya-Macaristan İmparatorluğu parçalanmıştır. Ardından bölgede yaşayan halklar (Hırvatlar, Slovenler, Boşnaklar ve Sırlar) Sırbistan ve Karadağ ile birleşerek Yugoslavya’yı kurmuşlardır. Bu dönemde Bosna, diğer halklar gibi

siyasi kimliğini kaybetmiştir (Karatay, 2002:4). Yugoslavya, 1941 yılında Mihver devletleri tarafından işgal edilmiştir. Bosna-Hersek, işgal süresince Almanya'nın kurup Hırvatlara hediye ettiği 'Bağımsız Hırvat Devleti' sınırları içinde kalmıştır. Sosyalistlerin başlattığı kurtuluş harekâtı neticesinde, Sosyalist Federal Yugoslavya Cumhuriyeti kurulmuştur. Yeni kurulan bu devletin siyasi sistemi, Ocak 1946'da ilan edilen ve resmi olarak beş Yugoslav milletini tanıyan Anayasa ile oluşmuştur. Anayasanın tanıdığı milletler içinde Bosnalı Müslümanlar olmamasına rağmen, Bosna-Hersek Yugoslavya'yı oluşturan altı kurucu cumhuriyetten biri olarak ilan edilmiştir (Öner, 2013:31). Farklı milletleri izlediği politikalarla bir arada tutmayı başaran Josip Broz Tito'nun ölümünün ardından Yugoslavya çatırdamaya başlamıştır. Soğuk Savaşın sona ermesi ve komünizmin çökmesi Yugoslavya'yı doğrudan etkilemiş, 1991 yılında Hırvatistan ve Slovenya'nın bağımsızlıklarını ilan etmeleriyle Yugoslavya fiilen parçalanmaya başlamıştır. Artan Sırp milliyetçiliği içinde kendini güvende hissetmeyen Bosna-Hersek 3 Mart 1992'de bağımsızlığını ilan etmiştir. 6 Nisan Avrupa Topluluğu ve 7 Nisan 1992'de de ABD tarafından bağımsız bir devlet olarak tanınmıştır (Bağcı, 1994:258). Bağımsızlığın ilanı ile birlikte, bağımsızlığı boykot eden Sırp'lar saldırıya geçmiş ve üç yıldan fazla sürecek olan Bosna-Hersek Savaşı başlamıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra Avrupa, yeniden toplama kampları, soykırım, işkence ve sistematik tecavüz gibi insanlık onurunu zedeleyen durumlarla karşılaşmıştır. Çok ağır bir travmaya maruz kalan ve çoğunlukla Boşnak olan bu insanlar halen yaşadıklarını unutamamıştır. Uluslararası toplum örgütler ve devletler nezdinde çeşitli planlar, kararlar ve yaptırımlarla savaşı durdurmak için girişimlerde bulunmuştur. Ancak bu girişimler Büyük Sırbistan hayaline kapılmış Sırp liderleri durduramamış, soykırıma engel olamamıştır. Ayrıca bu yaşananlar medya sayesinde her ne kadar engellenmeye çalışılsa da insanlara ulaşmış ve büyük tepkiyle karşılanmıştır. Artan uluslararası kamuoyunun tepkisi neticesinde NATO geç gelen bir müdahalede bulunmuştur. Bu müdahale ile savaşı sona erdirecek zemin oluşmuştur. Ardından mekik diplomasisi başlamış, uluslararası toplumun çabalarıyla taraflar bir araya getirilmiştir. Akabinde 14 Aralık 1995'de Dayton Antlaşması imzalanmıştır. Dayton Antlaşması ile kısa zamanda çatışmanın durdurulması, uzun zamanda ise kalıcı barış ve istikrarlı bir devlet hedeflenmiştir. Ancak Dayton Antlaşması'nın eleştirilen pek çok noktası vardır. En önemlisi ise Bosna-Hersek'in sınırlarının, etnik grupların savaşın sonunda elinde tuttukları topraklara, çoğunlukta oldukları bölgelere göre belirlenmiş olmasıdır. Dayton Antlaşması'yla Bosna-Hersek'in siyasi ve idari mekanizması oldukça karmaşık bir şekilde oluşturulmuştur. Bu karmaşıklık günümüzde Bosna-Hersek'in siyasi, ekonomik ve hukuki gelişmesinin önünde engel oluşturmaktadır.

Savaş, Bosna'ya unutulması zor kötülükler yaşatmıştır. Bosnalılar bu savaşta katliam, soykırım, sistematik tecavüz, toplama kampları, toplu mezarlar ve işkence gibi kelimelerin anlamlarını yaşayarak

acı bir şekilde öğrenmişlerdir. Saraybosna 5 Nisan 1992- 29 Şubat 1996 tarihleri arasında kuşatma altında kalmış ve modern savaş tarihinin en uzun kuşatması olarak tarihe geçmiştir. Her gün ortalama 329 bombanın vurduğu Saraybosna’da 10 bin insan ölmüş, 56 bin insan yaralanmıştır. Saraybosna’da sadece bir günde, 22 Temmuz 1993 tarihinde 3777 bomba patlamıştır. Yaklaşık 100 bin bina kuşatma sırasında zarar görmüştür (Sabah Gazetesi, 2010). Eski Yugoslavya Uluslararası Ceza Mahkemesi araştırmalarına göre sadece Saraybosna’da kuşatma altında kaldığı sürede toplam 18.889 kişi hayatını kaybetmiştir (Cekic, 2018:47-48). Yalnızca 1992 yılının Temmuz-Ağustos aylarında, Saraybosna’da 750.000 kişi evsiz kalmış, 30.000 insan açlıkla mücadele etmiş ve binlerce insan tıbbi yetersizlikten yaşamını yitirmiştir (Sonyel, 1994:32).

Avrupa kıtası, İkinci Dünya Savaşında Nazilerin kurduğu toplama kamplarından sonra bir kez daha toplama kamplarına tanık olmuştur. Sırp, Bosna-Hersek’te toplama kampları oluşturmuş ve bu kamplarda binlerce insan hayatını kaybetmiş, işkenceye uğramıştır. İnsanlık trajedisinin yaşandığı toplama kamplarında 200 bin civarında insan işkencelere maruz kalmıştır. Öyle ki Bosna’daki toplama kamplarında, daha önce bilinmeyen 80 yeni işkence türü uygulanmıştır (Türbedar, 2008:9). Saldırganlar, Müslümanların vücutlarına makas ve bıçak kullanarak haç işaretini çizmek, kor demirlerle damgalamak, mağdurları çivileyerek tahta çarpmıha germek gibi işkenceler yapmıştır (Cekic, 2018:73). Genel olarak bu savaşın acı bilançosu ise şu şekildedir: Savaşta 200 binden fazla sivil hayatını kaybetti, 2 milyondan fazla kişi göç etti ve mal varlıklarına el konuldu, 44 bin Boşnak kadın sistematik tecavüze maruz kaldı. Şimdiye kadar ise 500’den fazla toplu mezar, 5000’nin üzerinde müstakil mezar bulundu. Resmi kayıtlarda 31.500 kişi kayıp olarak geçti ve bugüne kadar 22.000 kaybın cenazesine ulaşıldı (Cekic, 2018:10-11).

Türkiye’nin Bosna-Hersek Savaşı Politikası

Türkiye’nin bu kanlı savaşa yönelik politikasında ilk değinilmesi gereken nokta siyasi, kültürel ve coğrafi açıdan bir Balkan ülkesi olmasıdır. Türkiye’nin Trakya bölgesi Balkan coğrafyası sınırları içerisinde bulunmaktadır. Buna ek olarak Osmanlı Devleti’nin dört yüz yılı aşkın bir süre Balkan bölgesinin hakimiyetini elinde bulundurmuş olması, Türkiye ile Bosna-Hersek arasında ortak tarihi mirası oluşturmuştur. Diğer taraftan Balkanlarda yaşanan gelişmeler Türkiye’yi doğrudan olarak etkilemektedir. Çünkü bu bölgede herhangi bir kriz çıktığında en çok göçü Türkiye almaktadır. Ayrıca coğrafi olarak Balkanlar, Türkiye için stratejik bir geçiş koridoru olduğundan hayati önem taşımaktadır (Özlem, 2010:28).

1992 yılında Bosna-Hersek savaşının patlak vermesinden itibaren Türkiye sorunun çözümü için aktif uluslararası diplomasi yürütmüştür. Yugoslavya’nın parçalanma sinyalleri verildiğinde Türkiye geleneksel Türk dış politikası çerçevesinde, Yugoslavya’nın bütünlüğünün korunmasından yana

olmuştur. Ancak Yugoslavya'nın dağılmaya başlamasıyla Türkiye politikasında değişiklik yapmış ve tarihi bağı olduğu Bosna-Hersek'in tarafında olduğunu belirtmiştir. Türkiye, daha savaşın başında uluslararası askeri müdahaleden yana olduğunu bildirmiştir. Bu doğrultuda, Uluslararası Barış Gücüne Türkiye'nin katılmasının ilk adımı olarak, 8 Aralık 1992 tarihinde TBMM, Bosna-Hersek'e asker göndermeye izin veren kanunu onaylamıştır. Özellikle dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal, Bosna'ya asker gönderilmesi en başından beri desteklemiştir. Dönemin Dışişleri Müsteşarı Onur Öymen, savaşın başında NATO'ya müracaat edip, sınırlı hava harekâtı yapılmasını talep ettiklerini ancak bu isteğinin kabul edilmediğini söylemiştir. Bu isteğin değerlendirilmemesinde, Batılı devletlerin ortak tarihi geçmişten dolayı Türkiye'nin savaşta tarafsız olamayacağı düşüncesinin etkisi vardır (Emgili, 2012:71-80).

Asker gönderme girişiminin başarısız olmasının ardından Türkiye, Bosna-Hersek'in uluslararası alanda tanınması için çabalamıştır. Türkiye, Sırpların şiddete yönelik eylemlerini kınarken, Bosna-Hersek'in Birleşmiş Milletlere (BM) üye olmasının faydalı olacağı düşüncesiyle hareket etmiştir. Türkiye'nin çabaları neticesinde Bosna-Hersek 22 Mayıs 1992'de BM'ye üye olmuştur. Ancak bu hareket Sırpların saldırısını durduramamıştır (Sağır, 2016).

Türkiye, savaş esnasında uluslararası toplumu duruma müdahil olması için ikna etmeye çalışmıştır. Bunun için de iki farklı girişimde bulunmuştur. Bunlardan ilki Batı dünyasıdır. Bu doğrultuda Türkiye ABD, BM ve Avrupa Birliği çerçevesinde sayısız diplomatik girişimde bulunmuştur. ABD ve Türkiye'nin Bosna-Hersek politikasında paralellik bulunmasından dolayı ABD, Türkiye'nin Bosna-Hersek politikasını desteklemiştir (Sağır, 2016). Türkiye'nin ikinci girişimi ise İslam ülkelerinin dikkatini çekmeye çalışmasıdır. İslami ülkelerle ilgili, Türkiye Bosna Savaşında aynı tavrı benimseyen tüm ülkeleri bir araya getirmeyi deneyerek İslam İşbirliği Teşkilatı platformunu kullanmıştır. Haziran 1992'de İstanbul'da olağanüstü yapılan İslam İşbirliği Teşkilatı zirvesi, konu üzerinde ortak bir noktanın kabul edilebilirliğine yol açan önemli bir girişim olmuştur (Çoşkun, 2011:14).

Türkiye çatışmaların durdurulması amacıyla, BM ve NATO tarafından oluşturulan güçlere katılmıştır. Türk Hava ve Deniz Kuvvetleri Bosna'da çeşitli görevler üstlenmiştir. BM'nin 30 Mart 1993'de aldığı "Bosna-Hersek hava sahasına uçuş yasağı" kararının uygulanmasını denetlemek için operasyon yapılmış ve Türkiye bu operasyona 18 adet F-16 uçağı ile katılmıştır. Ayrıca Türkiye bu dönemde, Sırbistan'a uygulanan ambargonun denetimi için Adriyatik Denizinde bulundurulmuş hava ve deniz kuvvetlerine destek vermiştir. Türkiye tek taraflı müdahaleden kaçınarak uluslararası toplumla beraber hareket etmiştir. 1994 yılına gelindiğinde, uluslararası toplum tarafından çatışmayı durdurmak için yapılan planlara, alınan kararlara rağmen çatışmalar dinmemiştir. Dönemin başbakanı Tansu Çiller ve Pakistan başbakanı Benazir Butto, yaşanan savaşın dünya kamuoyuna duyurmak için Bosna-Hersek'e

gitmiştir. Çiller ile Butto, Saraybosna'da ortak bildiri yayımlamış, Bosna-Hersek'e uygulanan silah ambargosunun kaldırılmasını ve burada akan kanın durdurulmasını istemişlerdir. Yine bu dönemde ABD ve Türkiye, taraflar arasındaki güç dengesizliğini savaşın sebebi olarak değerlendirdiğinden, Boşnak-Hırvat Federasyonunun askerî açıdan güçlendirilmesini istemiştir. Bu çerçevede Türkiye, 150-200 Bosnalı askere eğitim vermiştir. Akabinde, 1500 kişilik Türk Birliği 1994 Temmuz ayında Zenica'ya yerleşmiş ve Hırvatlar ile Boşnaklar arasındaki ateşkesi gözlemlemiştir. Boşnaklar ile Hırvatlar arasında ateşkesin sağlanmasında Türkiye'nin önemli katkısı olmuştur. Dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel, ateşkesin gerçekleşmesi için Franjo Tudjman ile dostane ilişkiler kurmuştur. Bu ilişkiler Bosna-Hersek'te barışın sağlanmasına zemin hazırlamıştır. Türkiye tüm bu girişimleri Balkanlarda istikrar ve güven ortamının sağlanması için yapmıştır (Sağır, 2016).

Konstrüktivist Teori ile Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı Politikası

Konstrüktivist teori ile Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşı politikasını değerlendirmeden önce Soğuk Savaş sonrası Türkiye'nin Balkanlar politikasına değinmek yerinde olacaktır. Bilindiği gibi Soğuk Savaş döneminde Türkiye'nin Balkanlar politikası sınırlı ölçekte kalmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra Balkanlarda sosyalist rejimlerinin kurulması bu dönemde Türkiye'nin Balkanlardan uzak kalmasına yol açan en önemli nedenlerden biri olmuştur. 1953 Balkan Paktı ve 1954 Balkan İttifakı hariç Türkiye'nin Balkan devletleri ile ilişkisi sınırlı düzeyde seyretmiştir. Genel itibariyle bu dönemde Türkiye'nin Balkanlarla ilgili politikasının odak noktasını Yunanistan ile yaşanan Kıbrıs, Ege Denizi, azınlık sorunu gibi gerilimler oluşturmuştur (Sancaktar, 2010).

Soğuk Savaş yıllarında Türkiye, dış politikasını büyük güçlerin tutumlarına göre oluştururken, 1990ların başından itibaren değişen konjonktürün de etkisiyle Türkiye, Kafkasya, Orta Doğu ve Balkanlar politikasında yeni girişimler başlatmıştır (Çoşkun, 2013:164). Bunun en önemli sebebi ise dünyanın en çalkantılı bölgeleri olan Kafkasya, Balkanlar ve Orta Doğu'nun Türkiye'nin sınırları olmasıdır. Bu bölgelerin hızlı bir değişkenlik yaşaması, Türkiye'nin Soğuk Savaş öncesine oranla bu bölgelerde daha aktif olmasına yol açmıştır (Oran, 1995:278).

Soğuk Savaştan sonra Türkiye'nin Balkanlar politikasının aktifleşmesinde üç çıkar önemli bir yere sahiptir. Bunlardan ilki Türkiye'nin coğrafi, tarihsel ve kültürel olarak bir Balkan ülkesi olmasıdır. İkincisi Balkanların Türkiye ile Batı Avrupa arasında stratejik bir konumda bulunmasıdır. Üçüncüsü ise Türkiye'nin Balkanlardaki bazı halkalarla (etnik Türk azınlıklar, Bosnalı Müslümanlar, Arnavutlar ve Makedonlar) Osmanlı Devletinden kaynaklanan ortak tarihi bağa sahip olmasıdır. Nitekim bu çıkarlara dayanarak dönemin başbakanı Süleyman Demirel, "Balkanlar'da istikrar, barış ve işbirliğinin Türkiye için hayati öneme sahip olduğunu" belirtmiştir. Türkiye tarafından Yugoslavya'nın çözülmeye

başlaması, Balkan devletlerinin Yunanistan-Sırp hegemonyası altına girmesi, bu doğrultuda da Türkiye'nin bölge halkları ile ilişkinin koparılması ve Batı Avrupa ile ilişkilere engel olması şeklinde algılanmıştır. Bu yüzden Türkiye, başlangıçta Yugoslavya'nın toprak bütünlüğünü savunmuş ardından Bosna-Hersek'te savaşın başlamasıyla birlikte bu politikasını değiştirmiş ve temel politikasını bu savaşı sonlandırmak, başka bölgelere sıçramasını önlemek şeklinde oluşturmuştur (Bazoğlu Sezer, 1996:99-102). Güvenlik dışında Türkiye'nin bu politikayı benimsemesini ve Bosna-Hersek Savaşında aktif rol üstlenmesi konstrüktivist teori açıklamaya geçmeden önce bu teorinin temel iddialarını hatırlamakta fayda vardır. Bunlar:

- Uluslararası siyaset teorisi için devletler analizin baş aktörleridir.
- Devletler sisteminde en önemli yapılar maddi değil intersübjektiftir.
- Devlet kimlikleri ve çıkarları sosyal yapılar tarafından inşa edilmiştir, bunlar sadece insan doğasına bağlı değildir (Wendt, 1994:385).

Genel olarak bu maddelere bağlı kalarak Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşında yürüttüğü politika konstrüktivist teori ile açıklanabilir. Bu doğrultuda Bosna'da savaşın çıktığı zamanlarda Türkiye'de, "Devlet" dış politika yapımı etkileyen ana aktör olduğu ifade edilebilir. Bu faktörle Türkiye dış politikada, kapasitesini gücüne uygun olarak kullanabilmiştir ancak bu faktör dış politikada tek belirleyici değildir. Kimlikler ve öznelerarası faktörlerde dış politika yapım sürecini belirleyen etkenler olmuşlardır. Bununla bağlantılı olarak konstrüktivizm, uluslararası yapının yalnızca maddi faktörler içermediği, maddi dünyalara anlam veren materyal yapılar tarafından inşa edildiği öncülüne dayanmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşında aktif rol oynamasının bir nedeni yüzyıllar içinde oluşturulan, Balkan mirasına ve kültürel kimliğine dayanmaktadır. Türkiye'nin uluslararası örgütler nezdinde çok taraflı müdahaleyi istemesinin en önemli nedenlerinden bir tanesi ortak tarihi mirastır (Ekinci, 2009:53).

Neo-realizmin aksine devlet kimliklerinin ve dış politikanın zaman içinde inşa edildiğini savunan konstrüktivizmin bu özelliği Türkiye'nin savaşta aktif rol üstlenmesinin bir diğer nedenini açıklamaktadır. Bu neden, 1923'te Cumhuriyetin ilan edilmesinden bu zamana Türk dış politikasının "Batı" yönelimli olduğudur. Bu politika zaman zaman meclisteki dini ve milliyetçi partiler tarafından eleştirilse de Türkiye, süreç içerisinde bu politikasından sapmamıştır. Bu duruma savaşın ilk aşamalarında Türkiye'nin Yugoslavya'nın toprak bütünlüğünü savunması örnek verilebilir. Benzer şekilde Batı, Yugoslavya'dan kopan Cumhuriyetleri tanıdığına Ankara'da bunu yapmıştır. Bu dönemde ortak tarihi mirastan dolayı Boşnaklara daha yakın duran Türkiye, İslami ülkeleri de harekete

geçirmeye çalışsa da genel olarak Batı nezdindeki devletleri ve uluslararası örgütleri savaşa müdahil olması için daha çok çaba sarf etmiştir (Ekinci, 2009:54).

Ayrıca bu dönemde Türk dış politikasına o zamana kadar hâkim olan statüko geleneğinin aksine, Turgut Özal tarafından geliştirilen aktif dış politika dönemine geçildiği de hatırlanmalıdır. Soğuk Savaşın sonlanmasının ardından Türkiye'nin uluslararası arenada konumunun ne olacağı konusunda başlayan tartışmalara bu politika ile cevap verildiği söylenebilir. Bu doğrultuda Türkiye, Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Orta Doğu'da daha aktif bir dış politika izlemeye başlamıştır (Ekinci, 2009:55). Bu politikanın oluşumunda ve geliştirilmesinde merkezi rolü bulunan Özal, Türkiye'nin bölgesel rolünü arttırarak Batı'nın önemli bir müttefiki olmaya devam edeceği mesajını vermiştir. Turgut Özal ve sonrasında gelen Süleyman Demirel'in Bosna-Hersek savaşında gösterdiği aktif çabalar bunu açıkça göstermiştir. Buna örnek olarak o dönemde Tansu Çiller'in Benazir Butto ile birlikte Saraybosna'ya gidip savaşa uluslararası medyada dikkat çekmeye çalışmasını ve Demirel'in Franco Tudjman ile dostane ilişkiler kurarak arabuluculuk rolü üstlenmesi verilebilir (Çoşkun, 2007:55-60).

Son olarak konstrüktivizmin önemli konularından olan amillerin, kurumların sorumluluklarının dış politikayı etkilediği, konstrüktivist teori ile Bosna-Hersek Savaşı politikasını açıklayabilir. O dönemde genel olarak bütün siyasi partiler savaşı kendi pencerelerinden farklı değerlendirse de savaşın insani boyutu ve ortak tarihi miras paydasında buluşmuştur. Örneğin o dönemde koalisyon hükümeti olan DYP-SHP ortak sorumluluk alarak UNPROFOR'a asker gönderebileceğini açıklamıştır. Genelde bu koalisyon hükümeti özellikle de DYP dini çatışma söyleminden kaçınıp Bosna'daki savaşı katliam olarak nitelendirerek insani boyutuna dikkat çekmeye çalışmıştır. Yani Türkiye'yi Bosna'da dengeli ve temkinli bir dış politika izlemeye iten şey dini kimliğin değil insani bir sorumluluğun olmasıdır. Bununla birlikte sol partinin lideri olan Bülent Ecevit, hükümeti iyi tanımlanmış bir Balkan politikasına sahip olmamakla suçlarken, savaşın Müslümanlara karşı bir Haçlı Seferine dönüştüğünü belirterek insani sorumluluğu vurgulamıştır. Ayrıca bu dönemde daha belirgin dinsel motivasyonlara sahip olan Refah Partisi, savaşın başlı başına bir din savaşı olduğunu vurgulayarak daha müdahaleden yana tutum benimsemiştir. Ancak genelde bütün siyasi partiler sorumluluk alarak ve ortak tarihi mirasa vurgu yaparak savaşın sonlandırılması, barışçıl bir çözüm getirilmesi için aktif dış politikayı desteklemiştir (Ekinci, 2009:55-56).

Toparlanacak olunursa, Soğuk Savaştan sonraki dönemde Türk dış politikasında; "Batılı" kimliğin, Neo-Osmanlılık ve İslamcılığın etkili olduğu ifade edilebilir. Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşına yönelik politikasında ise "Batılı" kimlik ön plana çıkmıştır. Yukarıda da değinildiği üzere, Soğuk Savaşın ardından uluslararası konjonktür değişmiş ve bu yeni konjonktürde Türkiye, Batı dünyasına

önemini hatırlatmak, uluslararası siyasette konumunu pekiştirmek istemiştir. Bu sebeple, Soğuk Savaş sonrası dönemde geleneksel “Batılı” kimlik sürdürülmeye çalışılmış ve Türkiye, Bosna-Hersek Savaşında aktif rol üstlenerek uluslararası platformda Batı dünyasına önemini kanıtlamaya çalışmıştır (Çoşkun, 2013:168 ve 2019:67). Ek olarak bu savaşta “Neo-Osmanlılık” ve “İslamcılık” kimliklerinin etkili olmamasının sebebi uluslararası ortamda Türkiye hakkında yanlış bir algının oluşmasının istenmemesidir. Çünkü oluşacak böyle bir algı yalnızca Türkiye’nin Batılı imajını zedelemekle kalmaz aynı zamanda Rusya, Yunanistan, Bulgaristan gibi ülkelerle de ilişkisine zarar verebilirdi (Çalış, 2001:137).

SONUÇ

Uluslararası ilişkilerin en temel konularını farklı bakış açılarıyla açıklayan konstrüktivizm gerçeğin ve fikirlerin sosyal inşasını ele alan disiplinler arası bir yaklaşımdır. Maddi unsurları da önemseyen konstrüktivizm sosyal dünyanın oluşumunda düşüncel unsurların kurucu bir rolü olduğunu savunur. Konstrüktivizmde, sosyal alanlarda yaşanan yapısal değişimler ve bu değişimlerin tarihsel bağlam içerisinde nasıl oluştuğu çalışmalarının odak noktasıdır.

Konstrüktivistler, genel olarak sorgulanmadan kabul edilen gerçeklikle değil insanların ortaya çıkardığı gerçeklikle ilgilenir. İnsanlar dolayısıyla devletler, sistemi oluşturan faktörleri sistemle karşılıklı etkileşim sürecinde inşa etmektedir. Bu doğrultuda, konstrüktivizmin de bireylerin ve devletlerin dahil olduğu sosyal etkileşim sürecini inceleyerek bir anlamda uluslararası toplumun sosyolojisini yaptığı ifade edilebilir.

Konstrüktivizmin en çok altını çizdiği şey devletlerin sosyal bir varlık, uluslararası ilişkilerin ise sosyal bir alan olduğudur. Bu sebeple de kuralların, kurumların, normların ve düşüncel unsurların siyasi rolü üzerinde durmuşlardır. Konstrüktivizme göre öznelerarası etkileşim; kurallar, normlar, diller, kültür ve ideolojiler üzerinden şekillenmektedir. Bu etkileşimin sonucunda da kimlikler ortaya çıkar. Bu yüzden konstrüktivistler kimlik kavramının önemini sürekli vurgulamışlardır.

Psikolojiden sosyolojiye, tarihten siyasete kadar pek çok disiplinde yer alan kimlik kavramı için ortak bir tanıma ulaşmak zordur. Yine de kimlik kavramının ‘kimsiniz’ ya da ‘kimlersiniz’ sorularına verilen cevaplara bağlı olarak tanımlanmasında uzlaşa sağlanmıştır. İnşa edilen bir kavram olan kimlik, farklılık ilişkisi yoluyla oluşturulur. Bu bağlamda kimliğin belirlenmesinde ‘öteki’ önemli bir yere sahiptir. Öteki tanımlanmadan ya da öteki ile kendi kimliği arasındaki farkın ayırdına varılmadan kimliği tanımlamak mümkün değildir.

Konstrüktivistler, analizlerinde kimlik kavramına diğer uluslararası ilişkiler teorilerinden daha fazla yer vermiştir. Kimlik inşasının önemine vurgu yapan konstrüktivizm, sosyal ilişkilerin temelinde

sosyal aktörlerin kimliklerinin olduğunu savunmaktadır. Konstrüktivizm, devletleri sosyal aktörler olarak kabul eder ve devletleri kimlik oluşturmaya ihtiyaç duyan yapılar olarak tanımlar. Bu doğrultuda, konstrüktivizmin en önemli argümanı devletlerin uluslararası arenadaki davranışlarını kimliklerinin belirlediğidir.

Konstrüktivizme göre devletler yalnızca hayatta kalmak için politika yapmaz. Tarihsel süreç içerisinde şekillenen çıkarlar ve kimlikler, devletlerin kimliklerini dolayısıyla da çıkarlarını belirler. Devlet kimliklerinin ve çıkarlarının süreç içerisinde değişebileceğini ifade eden konstrüktivizm, devletlerin çıkarlarını kimlikleriyle içselleştirerek davrandıklarını vurgular. Bu durum Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşındaki politikasını açıklayabilir. Şöyle ki Türkiye'nin dış politikası Cumhuriyet'in ilanından itibaren Batı yönelimli olmuştur. Türkiye, savaşın başında Batı ile birlikte davranarak Yugoslavya'nın bütünlüğünden yana olduğunu ifade etmiş ardından Batı Yugoslavya'dan ayrılan Cumhuriyetleri tanıdığında Türkiye'de aynı şekilde davranmıştır. Ancak Türkiye savaşta Batı'dan farklı olarak Boşnakların tarafında olduğunu belirtmiştir. Devletler sisteminde en önemli yapıların maddi değil öznelerarası olduğunu belirten konstrüktivizm, Türkiye'nin bu davranışını açıklamaktadır. Boşnakların katledilmesine Batı'dan daha fazla tepki gösteren Türkiye'nin bu şekilde davranmasının nedeni; Boşnaklar ile Türkler arasında tarihsel süreç içerisinde oluşturulan, geliştirilen ve içselleştirilen kuvvetli bağ yani ortak tarihi mirastır. Bu miras ve ortak kültürel kimlik, Türkiye'nin uluslararası toplumda aktif rol üstlenerek savaşın bitirilmesinde çabalamasına neden olmuştur.

KAYNAKÇA

- Akdemir, E. (2009). 11 Eylül 2001, 11 Mart 2004 ve 7 Temmuz 2005 Terörist Saldırılarından İslam'ın Avrupa'da Algılanışı. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 8(1), 1-26.
- Alexandrov, M. (2003). The Concept State Identity in International Relations: A Theoretical Analysis. *Journal of International Development and Cooperation*, 10(1).
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(2),213-220.
- Ateş, D. (2008). Uluslararası İlişkilerde Konstrüktivizm: Ortayol Yaklaşımının Epistemolojik Çerçevesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1),213-235.
- Bağcı, H. (1994). Bosna-Hersek Soğuk Savaş Sonrası Anlaşmazlıklara Giriş. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 16.
- Bazoğlu sezer, D. (1996). Turkish Security in the Shifting Balkans: Reorientation to a Regional Focus. K. Tsipis, içinde, *Common Security Regimes in the Balkans*, (s.95-138). New York: Columbia University Press.
- Buzan, B., Waever, O. & Wilde, J. (1998). *Security A New Framework for Analysis*. United States of America: Lynne Rienner Publishers.
- Cekic, S. (2018). *Dayton Barış Antlaşmasının Meşrulaştırdığı Boşnak Soykırımı*. İstanbul: Lutka Kitap Yayıncılık.
- Çalış, Ş. (2001). Turkey's Balkan Policy in the Early 1990s. *Turkish Studies*, 2(1), 135-146.
- Çoşkun, B. (2007). Ankara ve Berlin'in Bosna Savaşı'na Yönelik Politikaları: Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Uluslararası İlişkiler*, 4 (13), 57-88.
- Çoşkun, B. (2011). Turkish Foreign Policy Toward The Bosnian War (1992-1995): A Constructivist Analysis. *Karadeniz Araştırmaları*, 28, 1-18.
- Çoşkun, B. (2013). Turkey and Balkans: Overcoming Prejudices, Building Bridges and Constructing a Common Future. *PERCEPTIONS: Journal of International Affairs*, 18(2),163-184.
- Çoşkun, B. (2019). Reconsidering Dilemmas of Turkey's Foreign Policy: The Case of the Balkans. *Analysen Positionen Essays*, 64-81.
- Ekici, K.D. (2018). *Sosyal Konstrüktivizme Göre Turgut Özal Dönemi Türk Dış Politikası (1983-1993)*. Doktora Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Ekinci, D. (2009). The War in Bosnia-Herzegovina and Turkish Parliamentary Debates (1992-1995): A Constructivist Approach. *Uluslararası İlişkiler*, 6(20), 37-60.

- Emeklier, B. (2011). Uluslararası İlişkiler Disiplininde Epistemolojik Paradigma Tartışmaları: Post-pozitivist Kuramlar. *Bilge Strateji*,2(4), 143-192.
- Emgili, F. (2012). Bosna-Hersek Trajedisinde (1992-1995) Türk Birliği. *Güney-Doğu Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 21, 57-87.
- Ereker, F. (2010). Dış Politika ve Kimlik: İnşacı Perspektiften Türk Dış Politikasının Analizi. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Ertem, H.S. (2012). Kimlik ve Güvenlik İlişisine Konstrüktivist Bir Yaklaşım: Kimliğin Güvenliği ve Güvenliğin Kimliği. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 8(16),177-237.
- Fearon, J. (1999). What is Identity: As We Now Use The World. Draft Comments.
- Fierke, K.M. (2013). Constructivism, T, Dunne, Kurki, M. & Smith,S, içinde International Relations Theories Discipline and Diversity. United Kingdom:Oxford University Press.
- Hogg, M. ve Terry, D. (2000). Social Identity and Self-Categorization Process in Organizational Contexts. *Academy of Management Review*, 25(1), 121-140.
- Hopf, T. (1998). The Promise of Constructivism in International Relations Theory. *International Security*, 23(1), 171-200.
- Jackson, R. ve Sorensen, G. (2006). Introduction to International Relations Theories and Approaches. United Kingdom:Oxford University Press.
- Kaçar, G. (2014). İnşacılık. 22 Ocak 2021 tarihinde <http://www.tuicakademi.org/insacilik/> adresinden alındı.
- Karabulut, B. (2015). Güvenlik: Küreselleşme Sürecinde Güvenliği Yeniden Düşünmek. Ankara: Barış Kitap.
- Karabulut, B. (2016). Uluslararası İlişkiler: Kavramlar-Teoriler-Kurumlar. Ankara: Barış Kitap.
- Karabulut, B. (2016). 15 Temmuz ve Türk Ulusal Kimliğin Uyanışı: Konstrüktivist Teori Perspektifinde Bir Analiz. *Bilig*, 79.
- Karakoç, J. (2013). Konstrüktivizmde Dış Politika ve Etnik Kimlikler. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2),131-160.
- Karatay, O. (2002). Bosna-Hersek Barış Süreci. Ankara: KaraM.
- Kaya, S. (2008). Uluslararası İlişkilerde Konstrüktivist Yaklaşımlar. Ankara Üniversitesi *SBF Dergisi*, 63(3).
- Kenar, N. (2005). Bir Dönemin Perde Arkası Yugoslavya. Ankara: Palme Yayıncılık.

- Küçük, M. (2009). Uluslararası İlişkiler Kuramında Konstrüktivist Dönüşü Anlamak. Ege Akademik Bakış, 9(2),771-795.
- Lazaro, J.B. (2019). European Identity and Its Importance To The EU. International Journal of Interdisciplinary Research in Arts and Humanities, 4(1), 87-89.
- Oran, B. (1995). Türkiye'nin Balkan ve Kafkas Politikası. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,50(1), 271-278.
- Öner, A.Ş. (2013). Dram Sonrası Bosna. İstanbul: IQ Kültür Yayıncılık.
- Övet, T. (2007). Avrupa Ötekisi. TASAM Stratejik Araştırmalar Dergisi. 11.
- Özdemir, C. (2001). Kimlik ve Söylem. Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2, 107-122.
- Özlem, K. (2012). Soğuk Savaş Sonrası Dönemde ABD'nin ve Türkiye'nin Balkanlar Politikalarının Bosna-Hersek, Kosova ve Makedonya Krizleri Örneğinde İncelenmesi. Trakya Üniversitesi Balkan Araştırma Enstitüsü Dergisi, 1(1),23-40.
- Öztürk, E. (2014). Kimlik, Dış Politika ve Uzlaşma: İnşacı Kuram Çerçevesinde Ulusal Kimlikler ve İkili İlişkiler Üzerine Bir Değerlendirme. Yeni Türkiye. 60, 1-12.
- Sabah (2010). Acı Rakamları ile Bosna Savaşı. Sabah Gazetesi, 7 Temmuz 2018 tarihinde https://www.sabah.com.tr/galeri/dunya/aci_rakamlari_ile_bosna_savasi/6 adresinden alındı.
- Sağır, G. (2016). Türkiye'nin Bosna-Hersek Savaşındaki Politikası. 11 Kasım 2018 tarihinde <http://www.uiportal.net/turkiyenin-bosna-hersek-savasindaki-politikasi.html> adresinden alındı.
- Sancaktar, C. (2010). Türkiye'nin Balkanlardan Kopuşu ve Geri Dönüşü. 23 Mart 2020 tarihinde https://tasam.org/tr-TR/Icerik/66/turkiyenin_balkanlardan_kopusu_ve_geri_donusu adresinden alındı.
- Sındıç, D. ve condor, S. (2014). Social Identity Theory and Self Categorization Theory. The Palgrave Handbook of Global Political Psychology, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Sonyel, S. R. (1994). The Muslims of Bosnia Genocide Of A People. United Kingdom: The Islamic Foundation.
- Şimşek, S. (2002). Günümüz Kimlik Sorunu ve Bu Sorunun Yaşandığı Temel Çatışma Eksenleri. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi,3(3), 29-39.
- Tanrısever, O.F. (2019). Yöntem Sorunu: Gelenekselcilik Davranışsalcılık Tartışması, Dağı, İ.D., Eralp, A., Keyman, E.F., Polat, N., Tanrısever, O.F., Yalvaç, F., Yurdusev, A.N., içinde Devlet, Sistem ve Kimlik Uluslararası İlişkilerde Temel Yaklaşımlar, İstanbul: İletişim Yayıncılık (16.Baskı).

- Türbedar, E. (2008). Uluslararası Adalet Divanı'nda Görülen Dava Neden Önemliydi?. Elekdağ, S. ve Türbedar, E, içinde Uluslararası Suçlar: Bosna-Hersek Örneği. Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi, İnsanlığa Karşı Suçlar Araştırma Enstitüsü Yayınları.
- Vukasović, D. (2018). European Union and Otherness: The Case Of Balkans. Sprawy Narowosciowe Seria Nowa/Nationalities Affairs New Series.
- Wendt, A. (1994). Collective Identity Formation and The International State. The American Political Science Review, 88(2).
- Wendt,A. (1992). Anarchy Is What States Make Of It: The Social Construction Of Power Politics. International Organizations, 46(2),398.
- Wendt, A. (2016). Uluslararası Siyasetin Sosyal Teorisi. H Ertem & S. Öner (Çev.). İstanbul: Küre Yayınları. (Eserin orijinali 1999'da yayımlandı).

Örgüt İçi İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Türkiye'deki Bankacılık Sektörü Üzerinde Bir Araştırma¹

Esra (ÜÇOK) ÖKSÜZ* Serhat ULAĞLI**

ÖZET

Bu çalışmada Türkiye'deki bankacılık sektöründe algılanan iletişim şeklinin örgütsel bağlılığa etkisi araştırılmıştır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır ve toplam 384 banka çalışanı bu çalışmaya katılmıştır. Sonuçlar göstermiştir ki Türk bankacılık sektöründe iletişim orta derecede "iyi" olarak değerlendirilmektedir. Bu durum çalışanlar tarafından belirtilen iletişim derecesinin yeterince sağlıklı olmadığını ve bu anlamda gelişime açık olduğunu göstermektedir. Bu anlamda inceleme altındaki bankacılık sektöründe var olan iletişimin toksik iletişime açık bir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları örgütsel bağlılık seviyesinin ise orta derecenin altında gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Korelasyon analizleri iletişim ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu işaret etmiş olsa da regresyon analiz sonucunda bankacılık sektöründeki örgüt içi iletişimin devam bağlılığını ve normatif bağlılığı negatif yönlü etkilediği tespit edilmiştir. Bu durum sektörde var olan örgüt içi iletişimin, sağlıklı bir iletişim olmadığını ve literatürde belirtildiği üzere sağlıklı iletişimin örgütsel bağlılığı pozitif yönlü etkilemesi beklenirken, bu sağlıklı iletişim durumunun örgütsel bağlılık üzerinde negatif bir etki yarattığını ortaya koymaktadır.

Effect Of Organisational Communication On Organisational Commitment: A Study On Banking Industry In Turkey

ABSTRACT

In this study, the effect of perceived organizational communication on employee commitment in the banking sector in Turkey were investigated. The survey method was used in the study and a total of 384 bank employees participated in this study. The results show that communication in the Turkish banking sector is rated as "moderately good". This result reveals that there is not enough healthy communication among the employees and thus there is a room for the development of communication within the banking sector. This shows that communication within the sector is open for toxic communication. On the other hand, organizational commitment is below the medium level. Although correlation analysis indicated that there is a positive relationship between communication and organisational commitment, regression analysis revealed that intra-organisational communication in the banking sector affected continued commitment and normative commitment negatively. This situation reveals that intra-organisational communication existing in the sector is not an appropriate one and as stated in the literature, it has a negative effect on organizational commitment while the healthy communication should have a positive effect on organisational commitment.

¹ "Örgüt İçi İletişimin Çalışan Bağlılığı ve Motivasyona Etkisinin İncelenmesi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kişilerarası İletişim A.B.D. Doktora Öğrencisi
esraucok@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1798-5841>

** Prof. Dr. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi serhat.ulagli@marmara.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7565-332X>

Araştırma Makalesi

Geliş: 18.01.2021

Kabul: 26.02.2021

Anahtar Kelimeler:

İletişim,
Örgüt İçi İletişim,
Örgütsel Bağlılık,
Bankacılık Sektörü

Research Article

Received: 18.01.2021

Accepted: 26.02.2021

Keywords:

Communication,
Organisational
Communication,
Organisational
Commitment,
Banking Industry

GİRİŞ

Hem sözel hem sözel olmayan işaretlerin kullanımı ile anlayış geliştirme süreci, “iletişim” olarak bilinmektedir. İletişim süreci iletişimin dolandığı kanallar olan ağlarla işlemektedir. Gerçek mesajdan oluşan iletişim ağlardan alıcıya ulaşmakta; sonuç olarak iletişim etkileri kadar çift yönlü iletişim veya geri bildirim de iletişim sürecini tamamlamaktadır. Bireylerin davranışlarını etki altına almak veya belirli bir amaca ulaşmak için düşünce, duygu, tutum ve davranışların sözlü veya sözsüz olarak iletilmesi sürecini ifade eden iletişim; bir kişinin diğerini etkileyebileceği tüm süreçleri kapsamaktadır (Demirtaş, 2010).

Mesaj gönderen bir kaynak ve alıcı gerektiren bu süreçte bir taraf mesaj gönderdiğinde alıcı taraf bunu dinlemekte ve düşüncelerini karşı tarafa iletmez ise tek yönlü bir iletişim; taraf veya tarafların bir yandan alıcı diğer yandan da kaynak durumunda olması halinde ise çift yönlü bir iletişim söz konusu olmaktadır. Kaynak ve alıcı arasında ortak bir etkileşim ve paylaşım sağlamak, iletişimin ana amacını oluşturmaktadır (Tanrıverdi, Adıgüzel & Çiftçi, 2010).

Örgüt içi iletişim ise “birden fazla insanın bir amaç etrafında birleşmesini sağlayan ve onların güç birliği yaparak örgüt amaçlarına ulaşma yönünde etkili bir biçimde çalışabilmeleri için, aralarında gerçekleşmesi gereken işbirliğini ve çevresiyle uyumlarını sağlamada önemli bir rolü bulunan, biçimsel ve biçimsel olmayan yapılarıdaki anlam yükü taşıyan her türlü insan etkinliğinin paylaşılmasıdır” (Ünüvar & Bilge, 2009: 57 akt: Geçikli, Serçeoğlu & Üst, 2011: 166).

Örgüt içindeki informal iletişim ağlarında ortaya çıkan, söylenti ve dedikodular ile büyümeye devam eden yıkıcı süreç ise “toksik iletişim” olarak adlandırılmaktadır. Toksik kelimesinin kelime anlamı “solunum yolu ile alınan zehirli bir madde” şeklindedir. Bu anlamda, bu maddeden etkilenmek için maddenin bulunduğu ortamda yer almak yeterli olmaktadır. Toksik iletişim de yalnızca dedikodu ve söylenti gibi sözel ifadeleri değil, bireylerin birbirlerine karşı olan olumsuz ve yıkıcı davranışlarını da içermektedir (Eğinli & Bitirim, 2008). Örgüt içerisinde sağlıklı olmayan veya toksik yapıda bir iletişimin olması çalışanların motivasyonlarından performanslarına, işlerinden duydukları tatminden iş-aile aile-iş çatışmalarına kadar geniş bir yelpazede etki yaratmaktadır. Bu etkilerin en önemlilerinden biri ise çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerinde gerçekleşmektedir. Örgüte bağlılıkları azalan çalışanların ise hem performansları azalmakta hem de işten ayrılma niyetleri yükselmektedir. Bu anlamda örgütün kısır bir döngüye girmesine sebep olan ve sonuçları itibari ile oldukça negatif etkileri bulunan örgüt içi iletişimin incelenmesi ve algılanan iletişim şeklinin örgütsel bağlılığa etkisinin araştırılması oldukça önemlidir. Bu araştırma kapsamında incelenecek olan bu konunun bankacılık sektörü özelinde incelenmesi planlanmıştır. Bankacılık sektörünün ülkemiz ekonomisi açısından oldukça önemli olması ve deneyimli çalışanların sektördeki önemi örgüt içi

iletişimin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini bu sektör özelinde araştırmaya iten en önemli sebeplerdendir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İletişim ve Örgüt İçi İletişim

Tourish & Hargie (2004) iletişimi mesajlar aracılığıyla kişiler arasında sağlanan sosyal etkileşim olarak görmekteyken; Oliver (1997) iletişim tanımını insanların semboller kullanarak bilgi alışverişi yapması ve bu sembolleri iletirken iletilmek istenenin ana fikir olduğunun bilincinde olması olarak genişletmiştir. İletişim, birbirine bağlı iletişim kanalları aracılığıyla bir kaynak ve bir alıcı arasında bilginin, kaynaktan alıcıya doğru hareket ettiği, bir bilgi değişimi süreci olarak da tanımlanmıştır (Steingrimsdottir, 2011). Dolayısıyla aslında iletişim kurabilmek için her zaman dilin kullanılması zorunluluğu yoktur. Koşullara göre, mimikler, semboller veya giyim tarzı bile iletişim kurmada birer araç görevini üstlenebilmektedir (Kotler & Keller, 2006). Fakat sözcüklerin iletişimdeki en etkin araç olduğu yadsınamayacak bir gerçektir (Gümüş & Öksüz, 2009).

Örgütsel düzeyde gerçekleşen örgütsel iletişim, örgütün hedeflerine ulaşmasını sağlamak ve örgüt içi işleyişi sağlıklı bir şekilde yürütmek amacıyla departmanlar arasında ve örgütün çevresi ile ilişkisinde sürekli bilgi ve fikir akışını sağlayan bir toplumsal süreç şeklinde tarif edilmektedir (Güney, 2001).

Örgütsel iletişim iki gruba ikiye ayrılmaktadır; bu gruplar örgüt içi ve örgüt dışı iletişim şeklindedir. Örgüt içi iletişim, örgütün içerisinde çalışan kişiler ile gerçekleşen iletişim türüdür. Örgüt dışı iletişim ise örgütün dış çevresi ile gerçekleştirmekte olduğu iletişime denilmektedir (Bovee & Thill, 2010). Örgütsel gelişim, hedeflerin tanımlanması ve çalışan ilişkileri gibi unsurlar örgüt içi iletişimin konularının arasında görülmektedir (Cheney & Christensen, 2001). Bu anlamda örgütlerin başarıya ulaşmaları ve rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamalarında etkili bir iletişimin rolünün büyük olduğu belirtilmektedir (Kalla, 2005). Buna göre örgüt içi iletişim; örgütün stratejik ve işlevsel planlama sürecinde var olan tüm rutin ve gündelik faaliyetlerin düzenlenmesi ve koordine edilmesi süreçlerinde farklı uzmanlık ve seviyelerdeki bireyler ve gruplar arasında gerçekleşen etkileşim şeklinde tanımlanabilmektedir (Aldehayyat, 2011).

Örgütte çalışanlar arasındaki iletişim birçok çeşitli yol ve kanal aracılığı ile gerçekleşebilmektedir. Bu kanallarda iletişim üç yönde akmaktadır; bunlar dikey, yatay ve çapraz olarak ayrılmıştır (Ünüvar & Bilge, 2009).

Dikey İletişim: Yöneticiler ve astlarının birbirleriyle gerçekleştirdikleri iletişime dikey iletişim adı verilmektedir. Bu iletişim şekli yöneticiden asta (aşağı) olabileceği gibi asttan yöneticiye (yukarı) da olabilmektedir. Yöneticiden asta gerçekleşen iletişim çalışanlara bilgi verme ve performanslarını

değerlendirme, örgüt hedeflerinin astlara aktarılması gibi sebeplerden gerçekleşebileceği gibi alt kadrolarda yaşanan durumların yöneticilere aktarılması ise asttan yöneticiye olan iletişimin temel sebebini oluşturmaktadır (Geçikli, Serçeoğlu & Üst, 2011).

Yatay İletişim: Aynı seviyede olan çalışanların birbirleri ile olan iletişim ise yatay iletişim olarak isimlendirilmektedir. Takım çalışmalarında daha çok ortaya çıkan bu iletişim şekli bilgi vermektense ziyade çalışanların birbirlerine destek olması, birlikte çalışmanın, bir başka deyişle koordinasyonun etkinleştirilmesi gibi sebeplerle ortaya çıkmakta ve gerçekleşmektedir (Geçikli, Serçeoğlu & Üst, 2011).

Çapraz İletişim: Farklı işlevsel örgüt birimlerinde çalışan yöneticiler ve astlar arasında ortaya çıkan ve temel sebebi bilgi paylaşımı olan iletişim ise çapraz iletişim olarak isimlendirilmektedir. Bu iletişim türü daha çok farklı birimlerin birbirlerinin hedeflerini ve beklentilerini anlamak adına kullanılmakta olup örgütün bütün halinde performansının geliştirilmesi hedeflenen iletişim yöntemidir (Geçikli, Serçeoğlu & Üst, 2011).

Bu iletişim şekillerinin dışında iletişim yöntemleri de bulunmaktadır. Bunlar formel ve informal iletişim şekilleridir. Formel iletişim örgüt içinde belirli kalıplara göre şekillenen iletişim şekli iken informal iletişim günlük olayların akışına göre ortaya çıkabilen resmi olmayan iletişim şeklidir. Resmi olmayan iletişim şekilleri örgütlerde ortaya çıkan iletişim sorunlarının da başında gelmektedir. Örgüt içindeki informal iletişim ağlarında ortaya çıkan, söylenti ve dedikodular ile büyümeye devam eden yıkıcı süreç ise “toksik iletişim” olarak adlandırılmaktadır. Bektaş ve Erkal’a (2015) göre tüm örgütler az ya da çok toksik iletişim özellikleri göstermektedirler. Bu anlamda işletmelerde iletişim yeterince iyi değilse toksik iletişim yerleşmeye başlamakta ve hızla yayılmaktadır (Bektaş & Erkal, 2015). Bu anlamda araştırmanın bu bölümünde toksik iletişim kavramına değinilecektir.

Örgütlerde Toksik İletişim

Toksik iletişim, örgütteki çalışanların işten daha fazla kişilere odaklanarak, onlara zarar vermeyi amaçlayan söylem ve tavırların bütünüdür ifade etmektedir. Toksik iletişim, sözel anlamda dedikodu ve söylentiler ile karakterize edilirken, sözsüz iletişimde de sağlıksız davranış ve tepkiler ile karakterize edilmektedir (Eğinli & Bitirim, 2008).

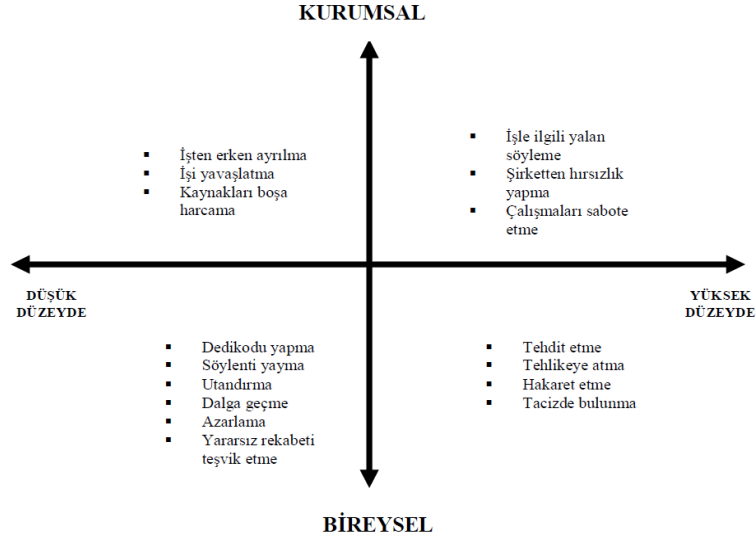
Allport & Postman (1947) tarafından toksik iletişimi meydana getiren dedikodu ve söylentiler iki varsayım doğrultusunda ortaya çıkmaktadır.

Bu varsayımlardan birincisi, insanlar olayların meydana gelmesinin gerçek nedenlerini merak etmektedirler; ikincisi ise bir olayın içerisinde belirsizlikler varsa bu olayı başka şekillerde anlatarak

ona anlam yüklemeye çalışmaktadırlar (Solmaz, 2004). Rosnow'a (1991) göre, dedikodu ve söylentilerin yayılmasının altında dört önemli etmen yer almaktadır.

Bu etmenler şu şekildedir: "dinleyiciye konu ile ilgili bir sonuç taşınmalı, kişisel kaygıyı çoğaltmalı, belirsizliği (iki anlamlılık) genelleştirmeli ve biraz güvenilirlik taşınmalıdır" (Guerin & Yoshihiko, 2006). Aşağıdaki şekilde bir örgüt içerisinde meydana gelen negatif davranışlar ve bunlara yönelik iletişim biçimleri yer almaktadır:

Şekil 1. İşyerinde Negatif Davranışlar ve İletişim Biçimleri



Kaynak: Appelbaum, Iaconi & Matousek (2007)

Örgütlerde toksik iletişim, çeşitli kanallardan gerçekleşmektedir. Bunlar aşağıda detaylı açıklanmaktadır:

İnformel Gruplar: Grup kavramı, ortak ilke ve davranışları benimseyen, ortak bir amacı paylaşan ve bu amaç ekseninde iletişim kuran iki veya daha fazla kişinin bir araya gelerek oluşturmuş olduğu sosyal bir olguyu tarif etmektedir. Bu sosyal olgu içerisinde, kişiler aynı zamanda karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedirler (Koçel, 2018).

Yöneticilerin İnfornel Ziyaretleri: İlk olarak 1970'li yıllarda Hewlett-Packard bilgisayar şirketinde görev yapmakta olan Bill Hewlett ve Bill Packard isimli yöneticiler tarafından geliştirilen "yöneticilerin infornel ziyaretleri (Management By Walking Around)" kavramı yöneticilerin işle alakalı konularda direkt olarak çalışanlarının arasına karıştığı bir yaklaşımdır. İnfornel ziyaretler, katı ve uzaktan yönetim anlayışının tam tersi olarak ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşımda yöneticiler, infornel ziyaretler sırasında zamanlarının büyük bir kısmını, çalışanları ile iletişimlerini arttırmak ve etkileşimde bulunmak için harcamaktadırlar (Bektaş & Erdem, 2015). Ancak bu infornel ziyaretler sırasında olumsuz durumlar ile de sıklıkla karşılaşılmaktadır.

Örneğin informel ziyaretler aynı zamanda informel hitapların ve günlük konuşma dilinin sıklıkla kullanıldığı durumlara ortaya çıkarmaktadır. Bu tarz durumlarda hem yöneticiler hem de çalışanlar bu ziyaretlerden olumsuz etkilenmekte ve motivasyon kaybına uğramaktadır. Benzer şekilde bu ziyaretler sırasında ortaya çıkan beklentiler, istekler, cevaplanamayan sorular gibi durumlar da sağlıklı, bir başka deyişle toksik iletişimi ortaya çıkartmakta ve bu durum özellikle çalışanlar arasında motivasyon düşüklüğüne yol açmaktadır (Bektaş & Erdem, 2015).

Kurum İçi Sohbetler: Çoğunlukla bir konuşma hazırlığı gerektirmeyen ve anlık gelişen günlük konuşmalar şeklinde olmaktadır. Bu sohbetler sayesinde, bireyler yakınlaşmakta ve birbirlerini daha iyi anlayabilmektedirler (Moutoux & Porte, 1979). Bu tarz sohbetler genellikle kurum içinde “dedikodu” yaratmakta ve yine genellikle yanlış veya hatalı bilgilerin yayılmasını tetiklemektedir. Yanlış, eksik, hatalı ve benzeri bilgiler kurum içinde oluşması beklenen sağlıklı iletişimin en temel düşmanlarından biridir ve çalışanların motivasyonları ve bağlılıkları üzerinde oldukça fazla negatif etkiye sahiptir (Bektaş & Erdem, 2015).

Laf Taşıyıcılar: Örgüt içerisinde çalışan bireyler duydukları informel bilgileri düzenli bir şekilde bir yerden bir yere aktarmaktadırlar. Bunu bazen özellikle isteyerek bazen de farkında olmadan istemeden yapmaktadırlar. Bu tarz kişiler örgüt içerisinde “laf taşıyıcı” şeklinde adlandırılmaktadırlar. Laf taşıyıcıların, informel iletişimde kilit rolleri bulunmaktadır. Bu tarz kişiler, bir yerden başka bir yere bilgi aktarımı yaparken istemsiz olarak diğer örgüt çalışanları da bu sürece dahil olmaktadır (Bektaş & Erdem, 2015).

Dedikodu ve Söylenti Ağı: Örgüt içerisinde informel iletişim kanalları arasında yer almaktadır. Bunların üç temel özellikleri bulunmaktadır: birdenbire ortaya çıkmaları, örgüt içerisinde üst kademe yöneticiler tarafından kontrol edilmelerinin zorluğu ve çalışanların kendi çıkarlarına yönelik ortaya çıkmaları (Certo & Certo, 2006).

Şakalar: Güldürmek ve eğlendirmek amacıyla karşıdaki kişiyi kırmadan yapılan davranışlar ve söylemler “şaka” olarak nitelendirilmektedir. Örgüt içerisinde şakalar, kelime oyunları ile yapılan zararsız şakalar, acımasız şakalar ve cinsel içerikli şakalar olmak üzere üç farklı şekilde olabilmektedir. Bazı durumlarda şakalar, örgüt içerisinde yöneticilerin ve çalışanların aslında birbirlerine söylemek istedikleri fakat söylemedikleri ifadeleri, birbirlerine daha rahat aktarmalarına uygun bir atmosfer sağlayabilmektedir.

Örneğin aslında çok ciddi bir mesaj, şaka yoluyla yumuşatılarak daha rahat karşı tarafa iletilebilmektedir (Bektaş & Erdem, 2015). Ancak bu gibi durumlar çalışanlar arasında tedirginlik yaratma noktasında oldukça etkilidirler. Çalışanlar bu, özellikle yöneticileri tarafından yapılan şakaları

yanlış anlayabilmekte ve böylece işe karşı geliştirdikleri motivasyonları kaybedebilmektedirler. Yukarıda da belirtildiği üzere özellikle informal ziyaretler şakaların yaygınlıkla gerçekleşebildiği ortamları yaratmaktadır. Bu anlamda özellikle yöneticiler yapacakları informal ziyaretlerde tutum ve davranışlarına gerektiğinden fazla özen göstermelidirler (Bektaş & Erdem, 2015).

İnformel Sanal İletişim: Özellikle 1990'lı yılların başından itibaren, yaşanan teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak sanal dünya ve bu sanal dünyadaki iletişim ağları örgütlerin içerisinde de önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Sanal dünya örgütlerin içerisine girerek, yeni iletişim kanallarının çok daha hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlamıştır. Özellikle internet ağlarının varlığı ile birlikte, hem işlerin yapılması süresi hızlanmış, hem de çalışanların beklentilerinde artışlar olmuştur. İnformel sanal iletişim, örgüt çalışanlarının birbirleri ile yüze yüze kuramadıkları veya kurmak istemedikleri iletişim durumunda devreye girmektedir. Ancak, örgüt içerisinde dedikodu ve söylentilerin daha rahat söylenip daha hızlı yayılması gibi olumsuz durumlara da neden olabilmektedir (Eğinli & Bitirim, 2008).

Sosyal Etkinlikler: Kişilerin sosyal gereksinimlerini karşılamak, eğlenmek, karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmak amaçları ile düzenlenen faaliyetlerin toplamı sosyal etkinlik olarak adlandırılmaktadır. Örgüt içerisinde düzenlenen sosyal etkinliklerin, iyi yönetildikleri takdirde, örgüte oldukça olumlu katkılarının olduğu ifade edilmektedir. Sosyal etkinlikler çalışanların motivasyon seviyelerini yükseltebilmekte, bu sayede de işe doyumlarını arttırabilmektedir. Fakat tüm bunların aksine iyi yönetilemeyen sosyal etkinlikler, örgüt içerisinde yalan ve yanlış bilgilerin yayıldığı bir ortam haline dönüşebilmektedir (Bektaş & Erdem, 2015).

Örgütsel Bağlılık Kavramı

Meyer & Allen (1991) örgütsel bağlılık kavramını, “bir çalışanın örgüt ile olan ilişkisini belirleyen ve örgütün üyesi olarak kalma ya da örgütten ayrılma kararını etkileyen psikolojik bir durum” olarak ifade etmektedirler. Porter, Steer, Mowday & Boulian'in (1974) örgütsel bağlılığa ilişkin tanımında belirtilmiş olan yönlerin ise literatürdeki yeri önemlidir.

Bu yönler; çalışanların örgüt üyesi olarak kalmaya dair duydukları kuvvetli istek, örgüt adına daha çok çaba sarf etme isteği ve örgütsel değerlere güçlü bir inanç duyulup kabul edilmesidir (Yousef, 2003). Örgütsel bağlılığın; davranışsal, tutumsal ve çoklu bağlılık olmak üzere üç temel sınıflandırılması olduğu bu konuda yapılan araştırmalar ve geliştirilen modeller neticesinde ortaya konulmuştur. Örgütten çok çalışanın kendi davranışları ile ilgili olan davranışsal bağlılık üzerinde özellikle sosyal psikologlar tarafından incelemeler yapılmıştır. Çalışanların belirli bir davranışta bulunmasının ardından, o davranışı devam ettirme eğilimi içinde olmalarını ifade etmektedir. Akabinde gösterilen davranışla uyumlu tutumların gösterildiği bir gerçektir. Tutumsal bağlılık ise örgütsel davranış

araştırmacılarınca ele alınmış ve çalışanların davranışlarına dair niyetleri ön plana alınmıştır (Gül, 2002). Söz konusu yaklaşımda; “örgütte kalma arzusu, örgütün iyiliği için daha fazla çaba gösterme istekliliği ya da örgütün amaçları ile özdeşleşme gibi tutumlar” örgütsel bağlılıkla açıklanmaktadır. Akademik çevreler, davranışsal yaklaşım literatüründe Meyer & Allen’in (1991) önerdiği ve kavramsallaştırdığı üç boyutlu örgütsel bağlılık modeline büyük ilgi göstermişlerdir. Araştırmalar neticesinde bu model farklı kültür ve sektörlerden pek çok ampirik destek almıştır.

Örgütsel Bağlılığın Seviyeleri ve Sınıflandırması

Bireyin bireysel örgütsel bağlılık gelişimine bağlı olarak farklı örgütsel bağlılık seviyeleri bulunmaktadır. Aşağıdaki şekil, örgütsel bağlılığın arttığı ve azaldığı durumlardaki bağlılık seviyelerini göstermektedir. Çalışanın bağlılık seviyesi düşük seviyeden orta seviyeye gelebilmekte ve buradan da daha yüksek bir bağlılık seviyesine ulaşabilmektedir (Reichers, 1985).

Şekil 2. Örgütsel Bağlılık Gelişim Seviyeleri



Kaynak: Reichers (1985)

Aşağıda örgütsel bağlılık seviyeleri açıklanmaktadır:

Yüksek Örgütsel Bağlılık Seviyesi: Yüksek örgütsel bağlılık seviyesinin özellikleri, örgütün değerlerini güçlü bir şekilde kabul etme ve örgüt içinde kalmak için çaba sarf etme konusunda istekli olmaktır (Reichers, 1985). Miller (2003) “yüksek örgütsel bağlılığın bireyin kendisini çalıştığı örgüt ile özdeşleştirilmesi anlamına geldiğini” ifade etmektedir. “Kalma isteği” bu seviyedeki davranış eğilimlerinin, bireylerin istedikleri için örgütte kalmalarını ifade eden, bağlılığın duygusal boyutu ile yakından ilişkilidir.

Orta Örgütsel Bağlılık Seviyesi: Orta örgütsel bağlılık seviyesinin özellikleri, örgütün hedeflerini ve değerlerini makul bir şekilde kabul etme ve örgüt içinde kalmak için çaba sarf etme konusunda istekli olmaktır (Reichers, 1985). Bu seviye kısmi bir bağlılık anlamına gelen makul ya da ortalama bir bağlılık olarak değerlendirilebilmektedir. Kalmaya istekli olma, bağlılığın normatif boyutu ile ilişkili moral bir

bağlılık özelliğidir (Meyer & Allen, 1997). Bireyler kalmaları gerektiği için örgüt içinde kalmaktadırlar.

Düşük Örgütsel Bağlılık Seviyesi: Düşük örgütsel bağlılık seviyesinin özellikleri, örgütün hedeflerini ve değerlerini kabul etmeme ve örgüt içinde kalmak için çaba sarf etme konusunda istekli olmamadır (Reichers, 1985). Bu seviyede bulunan çalışan örgüt konusunda hayal kırıklığına uğramıştır. Böyle bir çalışan örgütte kalabilir, çünkü devamlılık boyutunun özelliği olarak kalma ihtiyacı içindedir (Meyer & Allen, 1997). Bu tür çalışanlar fırsat bulduklarında örgütten ayrılmaktadırlar.

Örgütsel Bağlılığa Etki Eden Faktörler

Örgütsel bağlılığı etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler işle ilgili faktörler, iş imkânları, kişisel özellikler, olumlu ilişkiler, örgüt yapısı ve yönetim tarzıdır:

İşle İlgili Faktörler: Bireysel seviyede örgütsel bağlılık işle ilgili önemli bir çıktıdır. Bu çıktının fire, devamsızlık, iş için gösterilen çaba, iş rolü ve performans gibi diğer işle ilgili çıktılar üzerinde etkisi olabilmektedir (Randall, 1990). Belirsiz olan bir iş rolü örgüte olan bağlılık eksikliğine neden olabilmektedir. Benzer şekilde terfi imkânları da örgütsel bağlılığı artırabilmekte ya da azaltabilmektedir.

Bağlılık üzerinde etkili olabilecek diğer iş faktörleri ise sorumluluk ve özerklik seviyeleridir. Bir iş için sorumluluk ve özerklik seviyesi yükseldikçe işin daha az tekrar içerdiğini ve daha ilginç olduğunu, buna bağlı olarak işi yapan kişinin daha yüksek bağlılık gösterdiği belirtilmektedir (Meyer & Allen, 1997).

İş İmkânları: İş imkânlarının varlığı örgütsel bağlılığı etkileyebilmektedir. Başka bir iş bulmak için şanslı olduğu konusunda güçlü bir sezgisi olan bireyler, arzu edilir diğer alternatifler üzerinde kafa yorarken örgüte daha az bağlılık gösterebilmektedirler. Başka istihdam imkânlarının olmadığı durumlarda ise, yüksek örgütsel bağlılık seviyesine doğru bir eğilim bulunmaktadır. Sonuç olarak, örgüt üyeliği çalışanların sürekli olarak kalmanın ve gitmenin risklerini hesapladıkları devamlılık bağlılığı temellidir (Meyer & Allen, 1997).

Kişisel Özellikler: Örgütsel bağlılık, aynı zamanda çalışanın yaşı, hizmet süresi ve cinsiyeti gibi kişisel özelliklerinden de etkilenebilmektedir. Kadrolu ya da kıdemli olan yaşlı çalışanlar ile kendi iş performanslarından memnun olan çalışanların, diğerlerine kıyasla daha yüksek örgütsel bağlılık seviyeleri göstermeye eğilimli oldukları belirtilmektedir. Diğer bir ifade ile, yaşlı insanların diğer yaş gruplarına göre örgüte daha fazla bağlılık gösterdiği gözlemlenmektedir.

Örgütsel bağlılığı etkileyebilen diğer bir kişisel özellik de cinsiyettir (Meyer & Allen, 1997). Ancak, bağlılık konusundaki cinsiyet farklılıklarının cinsiyet ile ilişkilendirilen farklı iş özelliklerinden ve tecrübelerinden kaynaklandığı da iddia edilmektedir.

İş Ortamı: İş ortamı da örgütsel bağlılığı etkileyen diğer faktörlerden biridir. Bir şirketin ortağı olmak, örgütsel bağlılığı genellikle olumlu yönde etkileyebilen iş ortamı koşullarından bir tanesidir. Hangi tür olursa olsun sahiplik duygusu, çalışana önemli olduğunu ve karar verme sürecinin bir parçası olduğunu hissettirmektedir. Bu sahiplik kavramının içinde iş uygulamalarında meydana gelecek yeni gelişmeler ve değişiklikler hakkında verilecek kararların bir parçası olmak vardır ve bu nedenle bir aidiyet duygusu yaratmaktadır. Subramaniam & Mia (2001) tarafından yapılan bir çalışmada bütçe kararlarının verilmesi sürecine katılan yöneticilerin yüksek örgütsel bağlılık seviyesine sahip olma eğiliminde oldukları görülmektedir.

İş ortamında örgütsel bağlılığı etkileyebilen diğer bir faktör de işe alma, seçim, performans değerlendirme, terfi ve yönetim tarzı ile ilgili iş uygulamalarıdır (Meyer & Allen, 1997). Metcalfe & Dick (2001) çalışmalarında, polis memurlarında gözlenen düşük örgütsel bağlılık seviyesinin, uygun olmayan seçim ve terfilerden kaynaklanan ve astların örgütsel bağlılığı üzerinde olumsuz etkileri olan, süregelen yönetim tarzı ve davranışı ile ilgili olduğu sonucuna varmışlardır.

Olumlu İlişkiler: Bir iş yeri ortamı olarak örgüt, yönetsel ilişki de dâhil olmak üzere, iş ilişkilerinden oluşmaktadır. Randall'a (1990) göre, "yönetsel ilişki örgütsel bağlılığı olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir". Olumlu bir yönetsel ilişki örgüt içinde performans yönetimi gibi işle ilgili uygulamaların yapılma şekline bağlıdır (Randall, 1990). Bireyler uygulamalar içinde yönetsel ilişkinin adil bir biçimde kurulduğunu gördüklerinde örgüte daha fazla bağlanma eğilimi göstermektedirler (Benkhoff, 1997).

İş yerinde var olan takımlar ya da gruplar gibi ilişkiler de örgütsel bağlılığı etkileyebilmektedir. Benkhoff (1997) çalışan bağlılığının ve örgüte sevginin, örgütün sosyal atmosferini ve amaç duygusunu geliştirmek için harcanacak çabalar ile artırılabilirliğini belirtmektedir. Aslında, iş ilişkileri içinde örgüt ve bireyler arasında karşılıklı olarak saygı olduğunda, bireyler örgütsel bağlılık geliştirebilmektedirler.

Örgüt Yapısı: Örgüt yapısı, örgütsel bağlılık içinde önemli bir rol oynamaktadır. Bürokratik yapıların örgütsel bağlılık üzerinde olumsuz bir etkisi vardır. Zeffanne (1994) "bürokratik bariyerleri kaldırmanın ve daha esnek bir yapı kurmanın, örgüte hem sadakat hem de sevgi duymak anlamındaki çalışan bağlılığını büyük ihtimalle artıracığına" işaret etmektedir. Yönetim de çalışanlara daha fazla yönlendirme ve etki sağlayarak bağlılık seviyesini artırabilmektedir (Storey, 2007).

Yönetim Tarzı: Zeffanne (1994) tarafından, çalışan bağlılığı, morali, sadakati ve sevgisi sorusunun cevabının sadece güdüleyiciler sunarak bulunamayacağı, aynı zamanda bağlama ve çağdaş çalışan arzularına uygun olmayan yönetim tarzları gibi çalışanların şevkini kıran etmenlerin de ortamdaki kaldırılması gerektiği ifade edilmektedir. Çalışan katılımını teşvik eden bir yönetim tarzı ile çalışanın yetki alma arzusu tatmin edilebilmekte ve çalışanlardan örgüt amaçlarına bağlılık göstermesi istenebilmektedir. Gaertner (1999), daha esnek ve katılımcı yönetim tarzlarının örgütsel bağlılığı olumlu yönde ve güçlü biçimde geliştirdiğini iddia etmektedir. Örgütler, yönetim stratejilerinin amacını çalışanların uyumundan ziyade bağlılığını iyileştirecek şekilde belirlemelidirler (Williams & Anderson, 1991).

Tüm bu bahsi geçen faktörlerin hepsinde önemli rolü olan bir değişken vardır ki o da örgüt içinde gerçekleşen veya var olan iletişimdir. İletişim her şeyin temeli olduğu gibi örgütsel bağlılığa etki eden faktörlerin hepsinde de etkin rol oynamaktadır (Bektaşoğlu & Şengün, 2020). Bu anlamda bu araştırmanın hipotezi (H1) “örgüt içi iletişimin örgütsel bağlılığa etkisi vardır” şeklinde belirlenmiştir.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı örgüt içi iletişimin örgütsel bağlılığa etkisi olarak belirlenmiştir. Araştırma Türkiye’deki bankacılık sektörü üzerinde yapılmıştır. Bu noktadan hareketle; Türkiye’deki bankacılık sektöründe örgüt içi iletişim hangi seviyede sağlıklı olarak algılanmaktadır?, Türkiye’deki bankacılık sektöründe örgütsel bağlılık seviyesi nedir?, Türkiye’deki bankacılık sektöründe algılanan iletişim şeklinin örgütsel bağlılığa etkisi var mıdır? soruları araştırma kapsamında cevap aranacak sorulardır.

Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket oluştururken iki farklı ölçekten yararlanılmıştır: örgüt içi iletişim ölçeği ve örgütsel bağlılık ölçeği.

Araştırmada kullanılan örgüt içi iletişim ölçeği, Halis’in (2000) çalışmasından uyarlanmıştır. Ölçekte toplam 36 adet madde bulunmakta olup, bu maddelerin derecelendirmesi de 5’li Likert sistemine göre hazırlanmıştır. “Kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5)” seçeneklerinden oluşmaktadır.

Halis’in (2000) çalışmasında örgüt içi iletişim ölçeğine ilişkin toplam 6 adet alt faktör bulunmaktadır. Ölçek maddelerinin faktörlere göre dağılımı ise aşağıda yer almaktadır:

1. Kişisel başarı duygusu yaratan iletişim: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
2. İletişimin işini tatmin edici bulma yönü: 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
3. Açık iletişim ve iş güvenliği: 18, 19, 20, 21, 22
4. Üstlerin açık olmayan davranışları ve denetim algısı: 23, 24, 25, 26, 27

5. İletişimin gelişme fırsatlarına katkısı: 28, 29, 30, 31, 32

6. İşyeri ilişkilerindeki belirsizlik: 33, 34, 35, 36

Bu araştırmada yapılan faktör analizi sonucunda da, meydana gelen alt boyutların Halis (2000) tarafından oluşturulan orijinal anket formundaki ile bire bir uyumlu olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olduğunu göstermektedir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha değeri) ise 0.962 olarak bulunmuştur, bu değer de ölçeğin çok yüksek seviyede güvenilir olduğu anlamını taşımaktadır.

Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Meyer & Allen (2004) tarafından geliştirilen “Üç Boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçekte toplam 17 soru bulunmakta olup, 5’li Likert skalası kullanılmıştır. Cevaplar “kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5)” şeklinde düzenlenmiştir. Ölçek 3 alt boyuttan meydana gelmektedir, bu alt boyutlar “duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık” şeklindedir. Ölçekte yer alan 1., 2., 3., 4., 5. ve 6. maddeler duygusal bağlılık boyutunu; 7., 8., 9., 10., 11. ve 12. maddeler devam bağlılığı boyutunu; 13., 14., 15., 16. ve 17. maddeler ise normatif bağlılık boyutunu oluşturmaktadır. Verilerin çözümlenmesinde bu maddelerin aritmetik ortalaması alınmaktadır.

Bu araştırmada yapılan faktör analizi sonucunda da, meydana gelen alt boyutların Meyer & Allen (2004) tarafından oluşturulan orijinal anket formundaki ile bire bir uyumlu olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmada ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha değeri) ise 0.897 olarak bulunmuştur, bu değer de ölçeğin yüksek seviyede güvenilir olduğu anlamına gelmektedir.

Araştırmanın evreni Türkiye’de bankacılık sektöründe çalışan tüm çalışanları kapsamaktadır. Mart 2020 itibari ile Türk bankacılık sektöründe toplamda 54 banka bulunmaktadır. Bu bankaların 34’ü mevduat bankaları, 14’ü kalkınma ve yatırım bankaları, 6’sı da katılım bankalarından oluşmaktadır (Türkiye Bankalar Birliği, 2020). Bu bankalarda yine Mart 2020 itibariyle çalışan sayısı 188.164 olarak gerçekleşmiştir. %99 güvenirlilik ve %5 hata payı ile ortaya çıkan örneklem sayısı 663 olmuştur. E-mail aracılığı ile anketler çalışanlara gönderilmiş ancak toplamda 384 geri dönüş sağlanmıştır ve bu anketlerin tamamı analiz için kullanılmıştır.

Araştırmanın analizinde ilk önce betimsel istatistiklere yer verilmiş olup mean-median analizleri yardımıyla Türk bankacılık sektöründeki iletişimin sağlıklı olup olmadığı ve örgütsel bağlılık seviyeleri belirlenmiştir. Bunu takiben korelasyon analizleri ve regresyon analizleri yapılarak algılanan iletişim şekli ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki ve etkileşimler tespit edilmiştir. Araştırmada analiz software’i olarak SPSS 25.0 kullanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcı Profili

Çalışmada öncelikle araştırmaya katılan banka çalışanlarının demografik özellikleri, iletişim ve örgütsel bağlılık düzeylerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Daha sonra ise çalışanların iletişim ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi adına korelasyon analizi ve basit doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır.

Tablo 1’de araştırmaya katılan bankacılık sektöründe çalışan katılımcıların demografik özelliklerine ve çalıştıkları kurumdaki departman ve pozisyonlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcı Profili

Demografik Özellikler		Sayı	%	Demografik Özellikler		Sayı	%	
Cinsiyet	Kadın	273	%71	Kurumdaki pozisyon	Vezne	24	%6	
	Erkek	111	%29		Müşteri hizmetleri temsilcisi	15	%4	
Yaş	20-29	48	%13		Uzman	102	%27	
	30-39	156	%41		Uzman yardımcısı	30	%8	
	40-49	171	%44		Birim yöneticisi	51	%13	
	50+	9	%2		Müdür	111	%29	
Medeni durum	Evli	249	%65		Müdür yardımcısı	9	%2	
	Bekar	135	%35		Grup yöneticisi	42	%11	
Eğitim durumu	Üniversite mezunu	261	%68		Çalışılan departman	Satış-pazarlama	162	%42
	Yüksek lisans mezunu	111	%29			Muhasebe-finans	51	%13
	Doktora mezunu	12	%3	İnsan kaynakları		59	%18	
Kurum türü	Yerel	228	%59	Denetim-kontrol		12	%3	
	Global	87	%23	Özel bankacılık		33	%9	
	Yabancı ortaklı	69	%18	Üst yönetim		57	%15	

Verilerin analizi sonucunda, katılımcıların çoğunluğunun kadınlardan (%71) oluştuğu ve yaş aralığının da en çok 30 ile 49 yaş arasında olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %65’i evli iken, eğitim durumuna bakıldığında çoğunluğunun (%68) üniversite mezunu oldukları görülmektedir. Çalışılan kurum türü değerlendirmesinde, katılımcıların %59’unun yerel bir kurumda, %23’ünün global bir kurumda ve %18’inin de yabancı ortaklı bir kurumda çalıştıkları görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları departman bazında yapılan inceleme doğrultusunda ise, çoğunluğunun (%42’sinin) satış-pazarlama departmanında çalıştıkları anlaşılmaktadır. Kurumdaki pozisyon değerlendirmesinde de katılımcıların çoğunluğunun müdür (%29) ve uzman (%27) pozisyonlarında çalıştıkları görülmektedir.

İletişim ve Örgütsel Bağlılık Ölçekleri Tanımlayıcı İstatistikleri

Tablo 2’de katılımcıların iletişim ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ilişkin değerlendirmeleri sonucunda, ölçeklerin ve alt boyutlarının tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 2. İletişim ve Örgütsel Bağlılık Ölçekleri ve Alt Boyutları Tanımlayıcı İstatistikleri

	Sayı	Min.	Max.	Ortalama	Std. Sapma
Duygusal Bağlılık	384	1,00	5,00	3,2786	,98578
Devam Bağlılığı	384	1,00	5,00	2,9609	,87153
Normatif Bağlılık	384	1,00	5,00	2,8875	,98958
Örgütsel Bağlılık-Toplam	384	1,00	4,71	3,0515	,73293
Kişisel başarı duygusu yaratan iletişim	384	1,00	5,00	3,3380	,93088
İletişimin işini tatmin edici bulma yönü	384	1,00	5,00	3,5737	1,03305
Açık iletişim ve iş güvenliği	384	1,00	5,00	3,5734	,94674
Üstlerin açık olmayan davranışları ve denetim algısı	384	1,00	5,00	3,1266	1,07199
İletişimin gelişme fırsatlarına katkısı	384	1,00	5,00	3,2281	1,28166
İşyeri ilişkilerindeki belirsizlik	384	1,00	5,00	3,6523	1,01485
İletişim-Toplam	384	1,00	5,00	3,4068	,75957

Tablo 2’deki sonuçlara göre, iletişim orta derecede “iyi” olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların örgütsel bağlılık seviyeleri ise orta derecenin altında gerçekleşmektedir.

İletişim ve Örgütsel Bağlılık Ölçekleri İlişki Analizleri

Araştırmada iletişim ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla değişkenler arasında Pearson korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlara Tablo 3’de yer verilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi

		Kişisel başarı duygusu yaratan iletişim	İletişimin işini tatmin edici bulma yönü	Açık iletişim ve iş güvenliği	Üstlerin açık olmayan davranışları ve denetim algısı	İletişimin gelişme fırsatlarına katkısı	İşyeri ilişkilerindeki belirsizlik	İletişim Toplam
Duygusal Bağlılık	Pearson	,818**	,669**	,587**	,690**	,016	,675**	,796**
	Sig. (p)	,000	,000	,000	,000	,760	,000	,000
Devam Bağlılığı	Pearson	,168**	,102*	,139**	,126*	,298**	,175**	,229**
	Sig. (p)	,001	,045	,006	,013	,000	,001	,000
Normatif Bağlılık	Pearson	,589**	,493**	,461**	,575**	,098	,547**	,627**
	Sig. (p)	,000	,000	,000	,000	,054	,000	,000
Örgütsel Bağlılık	Pearson	,693**	,556**	,520**	,609**	,171**	,611**	,723**
	Sig. (p)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
Toplam								

Tablo 3’de yer alan sonuçlara göre, “kişisel başarı duygusunu yaratan iletişim” alt boyutu ile duygusal bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .818), devam bağlılığı ($p=.001<0.05$; Pearson= .168), normatif bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .589) ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .693) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır.

İletişim ölçeğinin “iletişimin işini tatmin edici bulma yönü” alt boyutu ile duygusal bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .669), devam bağlılığı ($p=.045<0.05$; Pearson= .102), normatif bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .493) ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .556) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır.

İletişim ölçeğinin “açık iletişim ve iş güvenliği” alt boyutu ile duygusal bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .587), devam bağlılığı ($p=.006<0.05$; Pearson= .139), normatif bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .461) ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .520) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır.

İletişim ölçeğinin “üstlerin açık olmayan davranışları ve denetim algısı” alt boyutu ile duygusal bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .690), devam bağlılığı ($p=.013<0.05$; Pearson= .126), normatif bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .575) ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .609) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır.

İletişim ölçeğinin “iletişimin gelişme fırsatlarına katkısı” alt boyutu ile devam bağlılığı ($p=.000<0.05$; Pearson= .298), ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.001<0.05$; Pearson= .171) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır. “İletişimin gelişme fırsatlarına katkısı” alt boyutu ile duygusal bağlılık ($p=.016>0.05$) ve normatif bağlılık ($p=.054>0.05$) arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

İletişim ölçeğinin “işyeri ilişkilerindeki belirsizlik” alt boyutu ile duygusal bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .675), devam bağlılığı ($p=.001<0.05$; Pearson= .175), normatif bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .547) ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .611) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır.

İletişim ölçeğinin toplamı ile duygusal bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .796), devam bağlılığı ($p=.000<0.05$; Pearson= .229), normatif bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .627) ve toplam örgütsel bağlılık ($p=.000<0.05$; Pearson= .723) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulunmaktadır.

Ayrıca iletişimin örgütsel bağlılık ve alt boyutları üzerindeki etkilerini analiz etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	R ²	p
İletişim-toplam	Duygusal Bağlılık	.796	25.738	.634	.000*
İletişim-toplam	Devam Bağlılığı	-.554	-11.605	.648	.000*
İletişim-toplam	Normatif Bağlılık	-.510	-6.762	.648	.000*
İletişim-toplam	Örgütsel Bağlılık-Toplam	.723	20.462	.523	.000*

Tablo 4’de yer alan sonuçlara göre, iletişimin duygusal bağıllık ($p=.000<0.05$; $\beta= .796$) ve toplam örgütsel bağıllık ($p=.000<0.05$; $\beta= .723$) üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi bulunmaktadır. İletişimin devam bağıllığı ($p=.000<0.05$; $\beta= -.554$) ve normatif bağıllık ($p=.000<0.05$; $\beta= -.510$) üzerinde ise yine istatistiksel olarak anlamlı ancak negatif etkisi olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada algılanan iletişim şeklinin örgütsel bağıllığa etkisi araştırma konusu olmuştur. Araştırma Türkiye’deki bankacılık sektörü üzerinde yapılmış ve Türkiye’deki bankacılık sektöründe örgüt içi iletişimin hangi seviyede sağlıklı olarak algılandığını bulmak; Türkiye’deki bankacılık sektöründe örgütsel bağıllık seviyesini tespit etmek ve; Türkiye’deki bankacılık sektöründe algılanan iletişim şeklinin örgütsel bağıllığa etkisini araştırmak; çalışma kapsamında ele alınan konulardandır.

Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır ve toplam 384 banka çalışanı bu çalışmaya katılmıştır. Araştırmanın analizinde ilk önce betimsel istatistiklere yer verilmiş olup mean-median analizleri yardımıyla Türk bankacılık sektöründeki örgüt içi iletişimin sağlıklılığı ve örgütsel bağıllık seviyeleri belirlenmiştir. Bunu takiben korelasyon analizleri ve regresyon analizleri yapılarak algılanan iletişim şekli ve örgütsel bağıllık arasındaki ilişki ve etkileşimler tespit edilmiştir.

Sonuçlar göstermiştir ki Türk bankacılık sektöründe iletişim orta derecede “iyi” sağlıklı olarak değerlendirilmektedir. Bu durum çalışanlar tarafından belirtilen iletişim derecesinin yeterince sağlıklı olmadığını ve bu anlamda gelişime açık olduğunu göstermektedir. Bu anlamda inceleme altındaki bankacılık sektöründe var olan iletişimin toksik iletişime açık bir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Toksik iletişimin oluşması örgütler için ciddi sorunlara yol açabilmektedir. Bu sorunların en başında çalışanların motivasyon düşüklüğü gelmektedir. Temelde örgütün kendisi için ne düşündüğünü anlamakta güçlük çeken çalışan işine karşı motive olamamakta, işinden duyduğu tatmin düşmekte ve örgütsel bağıllığı azalmaktadır.

Benzer şekilde örgütün hedeflerini ve amaçlarını tam olarak anlayamayan çalışanlar da örgüt performansına yeteri kadar katkıda bulunamamaktadır. Tüm bu durumlar göz önünde bulundurulduğunda bu araştırma kapsamında bulunan algılanan iletişim seviyesinin geliştirilmesi gerektiği söylenebilecektir. Bunun için yapılması gereken girişimlerin başında sağlıklı iletişim kanallarının kurulması ve kullanılması ve örgüt içi iletişimin açık ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesi için çaba sarf edilmesi gelmektedir. Yine, iletişim konusunda yaşanan güçlüklerin ve olumsuz yönlerin belirlenebilmesi için çalışan görüşlerinin belirli periyotlarda alınması gerekmektedir.

Bu araştırmanın diğer sonuçları göstermiştir ki Türkiye’deki bankacılık sektöründe örgütsel bağıllık seviyesi orta derecenin altında gerçekleşmektedir. Örgütsel bağıllık firmalar için hayati bir konudur.

Çünkü firmalar çalışanlarının kendilerine uzun süre hizmet etmelerine bekleyerek onlara eğitimler aracılığıyla oldukça fazla yatırım yapmaktadır. Ancak örgütsel bağlılığı olmayan çalışanlar ilk fırsatta rakip firmalara geçmeye meyillidirler. Bu anlamda firmalar sadece yetişmiş çalışanlarını kaybetmemekte, aynı zamanda rakip firmalara yetişmiş çalışan sağlayarak onlara ciddi maliyet avantajı sağlamaktadır. Bu nedenle bu araştırma sonuçlarına göre bankacılık sektöründe örgütsel bağlılığın geliştirilmesi gerekmektedir denilebilecektir. Bunun için yapılması gerekenlerin başında iş tatminini arttırmak için çalışanları maddi ve manevi olarak desteklemek, örgüt içinde yükselmenin önünü açmak ve sağlıklı iletişim stratejileri geliştirmek gelmektedir.

Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen korelasyon analizleri iletişim ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu işaret etmiş olsa da regresyon analiz sonucunda bankacılık sektöründeki örgüt içi iletişimin devam bağlılığı ve normatif bağlılığı negatif yönlü etkilediği tespit edilmiştir. Bu durum sektörde algılanan örgüt içi iletişimin sağlıklı iletişim olduğunu ve literatürde belirtildiği üzere sağlıklı iletişimin örgütsel bağlılığı pozitif yönlü etkilemesi gerekirken (Bektaş & Erdem, 2015; Certo & Certo, 2006; Eğinli & Bitirim, 2008) var olan iletişimin örgütsel bağlılık üzerinde negatif bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu sonuçlar bir kez daha göstermiştir ki iletişim örgütler için oldukça önemli bir konudur ve yeterli olmayan bir örgüt içi iletişimin var olması örgütsel bağlılık gibi bir diğer hayati konuyu negatif yönde etkilemektedir. Literatürde belirtildiği üzere sağlıklı iletişimin azalması için yöneticiler tarafından gerçekleştirilen informel ziyaretlerde kullanılan dile özen gösterilmesi, şakaların yanlış algılanmasının önüne geçmek amacıyla dikkatli kullanılması, açık ve net bir iletişim kurularak şirket içi laf taşıyıcılarının önüne geçilmesi ve böylece dedikodunun önlenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aldehayyat, J. (2011). Organisational Characteristics and the Practice of Strategic Planning in Jordanian Hotels, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 192-199.
- Allport, G.W. & Postman, L. (1947). *The psychology of rumor*, Henry Holt & Co., New York.
- Appelbaum, S.H., Iaconi, G.D. & Matousek, A. (2007). Positive and Negative Deviant Workplace Behaviors: Causes, Impacts, and Solutions, *Corporate Governance*, 7(5), 586-598.
- Bektaş, M. & Erdem, R. (2015). Örgütlerde İnfomal İletişim Süreci: Kavramsal Bir Çerçeve, *AKÜ İİBF Dergisi*, 17(1), 125-139.
- Bektaş, M. & 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.
- Bektaşoğlu, A. & Şengün, H. (2020). Sağlık Sektöründe Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Aydın Sağlık Dergisi*, 6(2), 155-182.
- Benkhoff, B. (1997). Disentangling organizational commitment: the dangers of the OCQ for research policy, *Personnel Review*, 26, 114-131.
- Bovee, C.L. & Thill, J.V. (2010.). *Business Communication Today* (10th Ed.), Pearson Education, New Jersey.
- Certo, C.S. & Certo, S.T. (2006). *Modern Management*, Pearson Education Ltd, New York.
- Cheney, G. & Christensen, L. (2001). Organisational identity linkages between internal and external communication, In F.M. Jablin & L.L. Putnam (Eds.). *The New Handbook of Organisational Communication*, Sage, Thousand Oaks, pp. 231-269.
- Demirtaş, M. (2010). Örgütsel İletişimin Verimlilik ve Etkinliğinde Yararlanılan İletişim Araçları ve Halkla İlişkiler Filmleri Örneği, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*. XXVIII.I, 411-444.
- Eğimli, A.T. & Bitirim, S. (2008). Kurumsal Başarının Önündeki Engel: Zehirli (Toksik) İletişim, *Selçuk İletişim*, 5(3), 124-140.
- Gaertner, S. (1999). Structural determinants of job satisfaction and organizational commitment in turnover models, *Human Resource Management Review*, 9(4), 479-493.
- Geçikli, F., Serçeoğlu, N. & Üst, Ç. (2011). Örgüt İçi İletişim ve İletişim Tatmini Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (33), 163-184.

- Guerin, B. & Yoshihiko, M. (2006). Analyzing Rumors, Gossip and Urban Legends Through Their Conversational Properties, *The Psychological Record*, 56, 23-34.
- Gül, H. (2002). Örgütsel bağlılık yaklaşımlarının mukayesesi ve değerlendirmesi, *Ege Academic Review*, 2(1), 37-56.
- Gümüş, M. & Öksüz, B. (2009). Çalışanların Kurumsal İtibar Sürecine Katılımlarında İçsel İletişimin Rolü, *Journal of Yasar University*, 4(16), 2637-2660.
- Güney, S. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Halis, M. (2000). Örgütsel İletişim ve İletişim Tatminine İlişkin Bir Araştırma, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 217-230.
- Kalla, H.K. (2005). Integrated Internal Communications: A Multidisciplinary Perspective, *Corporate Communications: An International Journal*, 10(4), 302-314.
- Koçel, T. (2018). *İşletme Yöneticiliği* (18. Baskı), Beta Yayınları, İstanbul.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). *Marketing Management* (12th Ed.), Prentice Hall, New Jersey.
- Metcalfe, B. & Dick, G. (2001). Exploring organisational commitment in the police: implications for human resource strategy, *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 24(3), 399-419.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment, *Human Resources Management Review*, 1(1), 61-89.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research and application*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Miller, K. (2003). Values, attitudes and job satisfaction, In S.P. Robbins, A. Odendaal, G. Roodt (Eds.). *Organizational Behavior: Global and Southern African Perspective*, Pearson Education South Africa, Cape Town.
- Moutoux, D. & Porte, M. (1979). Small Talk in Industry, *The Journal of Business Communication*, 17(2), 1-11.
- Oliver, S. (2007). *Public Relations Strategy* (2nd Ed.), Kogan Page, London.
- Porter, L.W., Steer, R.M., Mowday, R.T. & Boulian, P.V. (1974). Organizational Commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians, *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609.
- Randall, D.M. (1990). The consequences of organizational commitment: Methodological investigation, *Journal of Organizational Behavior*, 11(5), 361-378.
- Reichers, A.E. (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment, *Academy of Management Review*, 10, 465-476.

- Rosnow, R.L. (1991). Inside Rumor: A Personal Journal, *American Psychologist*, 484-496.
- Solmaz, B. (2004). Söylentilerin Kurumsal İletişim Açısından Değerlendirilmesi Ve Bir Uygulama Örneği, *Selçuk İletişim*, 3(3), 120-127.
- Steingrimsdottir, H. (2011). The Relationship between Internal Communication and Job Satisfaction. A Case Study, *Copenhagen Business School MCM*, 20.
- Storey, J. (2007). *Human Resource Management: A Critical Text (3rd Ed.)*, Routledge, London.
- Subramaniam, N. & Mia, L. (2001). The relation between decentralised structure, budgetary participation and organisational commitment: The moderating role of managers' value orientation towards innovation, *Accounting, Auditing & Accountability*, 14(1), 12-29.
- Tanrıverdi, H., Adıgüzel, O. & Çiftçi, M. (2010). Sağlık Yöneticilerine Ait İletişim Becerilerinin Çalışan Performansına Etkileri: Kamu Hastanesi Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 101-122.
- Tourish, D. & Hargie, O. (2004). *Key Issues in Organisational Communication*, Routledge, London.
- Türkiye Bankalar Birliği (2020). Bankacılık Sisteminde Banka, Çalışan ve Şube Sayıları, Mart 2020, URL: https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/1295/Banka_Calis_an_ve_Subes_Sayilari-Mart_2020.pdf
- Ünüvar, Ş. & Bilge, A. (2009). Örgütsel İletişimin Bir Unsuru Olan Örgüt İçi İletişimin Konaklama İşletmelerindeki Etkinliği: Örnek Bir Alan Araştırması, *Journal of Azerbaijani Studies*, 12(1), 55-72.
- Williams, L.J. & Anderson, S.E. (1991). Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors, *Journal of Management*, 17(3), 601-617.
- Yousef, D.A. (2003). Validating the Dimensionality of Porter et al.'s Measurement of Organizational Commitment in a Non-Western Culture Setting, *International Journal of Human Resource Management*, 14(6), 1067-1079.
- Zeffane, R. (1994). Patterns of Organizational Commitment and Perceived Management Style: A Comparison of Public and Private Sector Employees, *Human Relations*, 47.

Çalışanların Psikolojik Sermayesinin Kariyer Adaptasyonuna Etkisi

Necmiye Tülin İRGE* İbrahim YILDIRIM** Hazem ASSALİ***

ÖZET

Psikolojik sermaye yoğun rekabet ortamında günümüz işletmelerinin rekabet avantajı elde etmeleri için dikkate almaları gereken önemli bir kavram haline gelmiştir. İşletme kaynakları arasında önemi oldukça büyük olan insan kaynakları ve örgütsel davranış alanlarına yeni bir bakış açısı getirmiştir. Kariyer adaptasyonu çalışanın mevcutta var olan veya tahmin edilebilen iş tanımları ve iş yaşamında önceden tahmin edilemeyen ve değişikliklerin neden olduğu belirsizlik durumlarıyla mücadele edebilmesidir. Bu çalışmada psikolojik sermayenin kariyer adaptasyonuna etkisi incelenerek, işletmelerde gerek işe alımlarda psikolojik sermayesi güçlü adayların tercih kriterlerinden olması gerekse mevcut çalışanın psikolojik sermayesini güçlendirerek kariyer adaptasyonu süreçlerinde etkin kullanılmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini İstanbul Avrupa yakasında sıvı temizlik ürünleri üretimi yapan firmalarda çalışan 122 kişiden oluşmaktadır. Yapılan regresyon analizi sonucuna göre; psikolojik sermayenin, zaman algısı ve bireysel yükümlülük üzerinde etkisi ile öz yeterlik, dayanıklılık ve umudun, zaman algısı ve bireysel yükümlülük üzerinde etkisi tespit edilmiştir.

Araştırma Makalesi

Geliş: 25.11.2020

Kabul: 08.03.2021

Anahtar Kelimeler:

Psikolojik Sermaye,
Kariyer adaptasyonu,
İş adaptasyonu,
İş uyumu

The Effect of Employees' Psychological Capital On Career Adaptation

ABSTRACT

Psychological capital has become an important concept that today's enterprises must take into account in order to gain a competitive advantage in an intense competitive environment. It has brought a new perspective to the areas of human resources and organizational behavior, which are very important. Career adaptation is the ability to combat existing or predictable job descriptions and situations of uncertainty caused by unpredictable and changes in work life. In this study, by examining the effect of psychological capital on career adaptation, it is aimed to be among the selection criteria of candidates with strong psychological capital in recruitment, and to contribute to the effective use of the existing employee's psychological capital in career adaptation processes. The sample of the research consists of 122 people working in companies producing liquid cleaning products in the European side of İstanbul. According to the results of simple and multiple regression analysis, the effect of psychological capital on time perception and individual obligation and the effect of self-sufficiency, endurance and hope on time and individual obligation were determined.

Research Article

Received: 25.11.2020

Accepted: 08.03.2021

Keywords:

Psychological Capital,
Career adaptation,
Job adaptation,
Job adaptation

* Dr. Necmiye Tülin İRGE, İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, necmiyeirge@aydin.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9936-6229>

** İbrahim YILDIRIM, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Yönetimi, ibrahimyildirim5@stu.aydin.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3283-1437>

*** Hazem ASSALİ, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Yönetimi, hazemassali@stu.aydin.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7936-4848>

GİRİŞ

Günümüzde birçok işletme herhangi bir ürünü kolaylıkla üretebilmekte, dünyanın herhangi bir bölgesindeki pazarlara kolaylıkla ulaşabilmektedir. Üretimin gelişen teknolojilerle birlikte çok daha kolay olması nedeni ile rekabetin arttığı bu dönemde makinalar aynı olsa da tüm insanların farklı özellikleri olduğu göz önünde bulundurulduğunda örgütte çalışanların örgüte kattıkları artı değerler ile rekabet üstünlüğü elde etmeleri konusu gündeme gelmiştir. İnsanlar sahip oldukları bireysel özellikteki farklı yetenekler, farklı üstünlükler ve farklı deneyimlerle buldukları örgütleri diğer örgütlerden farklılaştırmaktadır. Rekabet avantajı sağlayacak bir diğer unsurda çalışanların bulunmuş oldukları örgütte kendilerini huzurlu ve mutlu hissetmeleri ve pozitif davranış sergilemeleridir. Çalışanların pozitif davranışlarının gelişimi amacı ile “pozitif örgütsel davranış” kavramı ortaya çıkmıştır.

Pozitif örgütsel davranışın ortaya attığı kavramlardan birisi de psikolojik sermayedir. Psikolojik sermaye kavramı günümüzde örgütler için kullanılan oldukça yeni bir sermaye türüdür. Beşeri ve sosyal sermaye uzun süredir örgütlerde yoğun bir şekilde kullanılan sermaye türleri olarak karşımızda yer alırken, psikolojik sermaye uygulamalarına yeni başlanılmıştır. Psikolojik sermaye içerisinde boyutlar çalışanların psikolojik kaynakları; umut, iyimserlik, öz yeterlilik, dayanıklı olmalarıdır. Psikolojik sermaye, bireyin sahip olduğu olumlu özellikler bütünü olarak tanımlanırken, kişilik özelliklerinden farklı olarak gelişime açık olduğu vurgulanmaktadır. Psikolojik sermaye; örgütlerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için parasal sermayeden, beşeri sermaye ve sosyal sermayeden çok daha fazla önemli bir konuma gelmiştir. Psikolojik sermayenin önemini anlatan çalışmalarda, psikolojik sermayenin kişiye ve kuruma katkısı belirtilmektedir. Psikolojik sermaye bireylerin olumsuz ve hatalı yönlerine değinmek yerine bireyler için doğru olanın ne olduğuna ve hangisinin daha iyi olacağına odaklanmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalarda psikolojik sermayenin iş tatmini, işe adanmışlık, işe bağlılık, işle bütünleşme, stresle başa çıkabilme, işten ayrılma isteği, devamsızlık ve performans konuları ile ilişkili olduğu görülmüştür. Pozitif psikolojik sermaye ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ilişki, örgütsel sinizm, işten ayrılma isteği ve üretken olmayan faaliyetler arasında negatif ilişki bulunmuştur.

Kariyer adaptasyonu kişinin iş yaşamında önceden tahmin edilebilen veya var olan görev tanımları ile daha önceden bilinmeyen değişikliklerin neden olduğu kararsızlık durumlarıyla mücadele edebilmesidir. Kariyer adaptasyonu mesleki görevlere ve mesleki hayatta karşılaşılan ve iş ile ilgili olan ve değişkenlik gösteren farklı sorunlara farklı çözüm yollarıyla uyum sağlanmasını içerir. Kötümserler bir hedefe ulaşma yolunda üzerlerine düşen görevleri yerine getirmede daha başarısız olabilmektedirler. Güçlü psikolojik sermayeye sahip olan geleceğe yönelik umut için de olan iyimser bir psikolojide olan, öz yeterliliği yüksek olan bireyler ise pozitif ve esnek düşünce yeteneğine sahip

oldukları için değişen durumlara dahi iyi adapte olabilmektedir. Yapılan literatür taramasında psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu kavramlarının başka değişkenlerle ilişkilerinin araştırıldığı az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu araştırmaların bazıları aşağıda yer almaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu araştırmada incelenen psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu değişkenleri ile yurtiçinde yapılan literatür taramasında az sayıda araştırma olduğu görülmüştür. Psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu ile ilgili olarak öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada öğrencilerin kariyer uyum yeteneği boyutları ile psikolojik sermaye boyutları arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir (Mercan, 2016). Kariyer adaptasyonu, yapılan bir çalışmada psikolojik sermaye, kariyer uyumu ve kariyer yeterliliği ile birlikte alınmıştır (Safavi ve Bouzari, 2019). Psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu kavramlarının başka değişkenlerle ilişkilerinin araştırıldığı çalışmalardan birinde çalışanların örgütsel destek algılarının örgütsel vatandaşlık algılarına etkisi psikolojik sermaye ile ilişkilendirilmiştir. Örgütsel vatandaşlık vicdanlılık alt boyutu ile psikolojik sermaye alt boyutları olan öz yeterlik ve dayanıklılık, umut ve iyimserlik alt boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu, belirlenmiştir. Benzer şekilde vicdanlılık alt boyutu ile psikolojik sermaye ve örgütsel destek ölçeği toplam ölçek puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Demirci, 2018). Psikolojik sermayenin ilişkili olduğu başka bir kavram ise işe adanmışlık kavramıdır. İşe adanmışlıkla ilgili yapılan çalışmada psikolojik sermayenin işe adanmışlık ve kuruma adanmışlık üzerindeki etkileri desteklenmekte; böylece pozitif psikolojik sermayenin bireylerin işe dair tutum ve davranışlarını şekillendirmedeki rolünün altı çizilmektedir (Ertosun, 2016). Yapılan bir çalışmada kişisel değerler ile pozitif sermaye arasındaki ilişkinin iş tatmini üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir (Akçay, 2011). Yapılan başka bir çalışmada dünyanın birçok noktasında farklılaşmaya çalışan işletmelerin çalışan katılımı sonucu işletmeye sağlayacakları üstün değerler ile farklılaşabileceği, psikolojik sermayenin de çalışan katılımında etkili olabileceği belirtilmektedir. Çalışmada psikolojik sermayenin çalışan katılımı ile birlikte toplam işletme performansını da olumlu anlamda etkileyebileceği belirtilmektedir (Levene, 2015). Bireyin psikolojik sermayesinin yüksek olması, sahip olduğu potansiyeli tam olarak kullanabilmesini sağlamaktadır. Böylece iş ve aile hayatı arasındaki etkileşimi kendi menfaatine göre yönetmesi, en önemlisi de performansının yükselmesi mümkün olmaktadır (Zhao, and Hou, 2009). Psikolojik sermayenin, çalışanın stresle başa çıkması, iş tatmini ve örgütsel bağlılığa etkisinin ortaya konduğu çalışmalar da bulunmaktadır. (Zağlı, 2016). Kriz yönetimi ve psikolojik sermaye arasındaki ilişkiyi saptamaya yönelik başka bir araştırmada araştırmaya katılan öğretmenlerin kriz yönetimine ilişkin görüşlerinin psikolojik sermayelerini etkilediği; kriz yönetimi konusunda okuluna yönelik olumlu görüş bildiren öğretmenlerin psikolojik

sermayelerinin yüksek; kriz yönetimine ilişkin olumsuz görüş bildiren öğretmenlerin psikolojik sermayelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Şahin, 2014). Kariyer adaptasyonu açısından eski ve yeni okul yöneticilerinin değerlendirildiği (Cereci, 2019), kişilik özellikleri ve girişimcilik niyetlerinin kariyer adaptasyonu ile ilişkisinin araştırıldığı (İspir vd., 2019), kariyer esnekliği ve istihdam ile birlikte ele alındığı (Rochat vd, 2017) çalışmalar da gözlemlenmiştir.

Psikolojik sermayenin kariyer adaptasyonuna etkisi ile ilgili literatürde az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma ile literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır. İşletmelerin insan kaynakları birimleri tarafından yapılan çalışan seçiminde adayda beklenen temel özelliklere güçlü psikolojik sermayeye sahip olma özelliğinin de eklenmesinin işletmelerde karşılaşılan sorunların etkin çözümü ve pazarın beklentisi olan yenilikçi ürün üretmek için gerekli olan örgüt iklimini oluşturmaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Güçlü psikolojik sermayeye sahip olmanın yeni çalışan seçiminde bir kriter olmasının önemini yanı sıra mevcut çalışanların psikolojik sermayelerinin güçlendirilmesinin de işletmelerdeki verimliliği artıracığı ve bunun sonucunda işletme karlılığını olumlu etkileyeceği düşünülmektedir. Bu çalışma yoğun rekabet ortamında bulunan işletmelere rekabet üstünlüğü sağlamaları için psikolojik sermaye faktöründen faydalanmalarını ve kariyer adaptasyonu süreçlerinde etkin olarak kullanılmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Psikolojik Sermaye

Psikolojik sermaye: Çalışanı etkileyen ve kendisini umutlu hissettiren bir grup pozitif psikolojik duygudur (Asia, 2018: 16). Psikolojik sermaye son yıllarda dikkat çeken ve üzerinde çalışmalar yapılan güncel bir konu haline gelmiştir. Psikolojik sermaye ilk kez Fred Luthans ve arkadaşları tarafından ortaya konan ve bireylerin pozitif güçleri ile ilişkilendirilen bir kavramdır (Luthans, 2002: 57). Önceki birçok çalışmada üzerinde durulan ekonomik, beşeri ve sosyal sermaye türlerine nazaran psikolojik sermaye kavramı farklı özelliklere sahip bir sermaye türüdür. Psikolojik sermaye “bireyin pozitif psikolojik gelişme hali” olarak tanımlanmakla birlikte psikolojik sermayenin insanda “Ben kimim?” sorusunun cevabını aradığı ifade edilmektedir (Ertosun, 2016: 17). Psikolojik sermaye klasik sermaye faktörlerinden farklı olarak sen kimsin, hangi özelliklerin güçlüdür, hangi özelliklerin pozitif yönde geliştirilebilir?” sorularına cevap aramaya çalışır ve bunları geliştirmeyi hedefler (Erdem vd., 2015: 41). Psikolojik sermaye işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerinde ekonomik, sosyal ve insan sermayesinden farklı olarak ön plana çıkan bir kavramdır (Şahin, 2014: 69). Psikolojik sermaye kişinin belirli bir sürede bilgi, deneyim, tecrübeleri ile oluşan bireysel farkındalığı ile ilişkilidir. Bu farkındalık bireyin özellikle iş yaşamında verimliliğe etki edebileceği belirtilmektedir. Psikolojik sermaye insanın sahip olduğu bu tecrübelerin pozitif yönde gelişimini sağlayarak kişinin sahip olduğu özelliklere artı

değer katabileceği belirtilmektedir. Psikolojik sermayenin kişinin değişmesi zor olan durağan bireysel özelliklerinden farklı olarak geliştirilebilir olduğu vurgulanmaktadır (Erkuş A. ve Fındıklı M., 2013: 304).

Psikolojik Sermaye Boyutları

Psikolojik sermaye ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda psikolojik sermayeyi oluşturan dört pozitif unsurun bulunduğu ve bu unsurların psikolojik sermayeyi tanımladığı belirtilmektedir. Bu unsurlar aynı zamanda psikolojik sermayenin boyutlarını oluşturmaktadır (Zağlı, 2016: 30). Psikolojik sermayeyi bireyin, dört unsurla karakterize edilen pozitif psikolojik gelişim durumu olarak adlandırabileceğimiz "PsyCap" olarak tanımlayabiliriz (Luthans, 2007).

Umut psikolojik sermayenin önemli bileşenlerindedir. Bireylerin başarı bilincinden elde ettikleri olumlu motivasyon olarak tanımlanır. Umudu yüksek olan bireyler bağımsız düşünür olma eğilimindedir, risk alır ve sorunlar karşısında alternatif yollar ararlar (Saleh, 2016: 8). Yüksek umuda sahip olan kişilerin iş ve sosyal yaşamlarında karşılaştıkları problemlerin üstesinden gelip kendilerine, buldukları topluma ve çalışmış oldukları işletmelere olumlu etkileri olduğu ve onları dinç tuttukları söylenebilir (Çetin vd., 2012: 123-124). Psikolojik sermayenin iyimserlik boyutu ile ilgili olarak pozitif bir bakış açısına sahip olan ve yaşamlarında karşılaştıkları olayları ve çevrelerinde olup bitenleri iyimser bakış açısı ile değerlendirebilen bireyler, iş ve sosyal yaşamlarında başkalarına oranla daha başarılı olmakta ve kendilerini genellikle daha enerjik ve mutlu hissetmektedirler (Akın vd., 2015: 266). Luthans (2007) öz yeterliği “kişinin kendini motive edebilme, bilişsel kaynakları ve verilen işi başarıyla yerine getirebilme konusundaki yeteneklerine olan inancı” şeklinde tanımlamıştır. Öz yeterlik, zorlu görevlerde başarılı olmak için gerekli mücadeleyi yapabilmek anlamına gelir. Dayanıklılık veya Esneklik, başarıya ulaşmak için sorunlardan ve sıkıntıdan kurtulma ve geri dönme yeteneği anlamına gelir. İyimserlik, şimdi ve gelecekte başarıya ulaşmada olumlu düşünebilme kapasitesidir. Umut hedeflere doğru ısrarlı bir şekilde ilerleme ve gerektiğinde başarılı olmak için yollar belirlemedir (Luthans, 2007). Dayanıklılık birçok negatif durumla karşılaşılmasına rağmen bireyin kendini negatif durum içine bırakmayıp başarı için ilerlemesidir (Erdem, 2015: 42).

Kariyer Adaptasyonu

Kariyer adaptasyonu mevcutta bulunan ve tahmin edilebilen görev tanımları ile iş yaşamlarında tahmin edilemeyen dinamik çevresel değişkenlerin oluşturduğu belirsizlik durumlarıyla mücadele edebilmesidir (Zorver, 2011: 39). Çeşitli kariyer geçişleri hedeflerimizi, tutumlarımızı ve mesleki rutinlerimizi yeniden değerlendirmemizi ve bu yüzden adaptasyon yeni işteki görevlere hazırlık ve çalışma için öngörülebilir ve öngörülemez görevlerle baş etmeye hazır olmayı gerektirmektedir (Savickas, 1997: 254). Adaptasyon, mesleki davranışı inceleyerek ortaya çıkan karmaşıklığı

birleştirmek için köprüleyici bir yapı görevi görür. Kariyer adaptasyonu, kariyer gelişiminin perspektifindeki kritik yapı olarak yerini almalıdır. Adaptasyonun gelişimsel boyutları kariyer olgunluğuna benzemektedir, yani planlama, araştırma, keşfetme ve karar verme süreçleri adaptasyona dahildir (Savickas 1997: 247). Günümüzde yaşam boyu istihdam edilebilirlik birçok çalışanın merkezi sorunu haline gelmiştir. Kariyer adaptasyonunun artırılmasının, bir kişinin çalıştığı organizasyondaki kariyerini başarılı bir şekilde yönetmek için gerekli temeli sağlayabileceği önerilmektedir (Taber, 2019: 103). Kariyerini planlayan çalışanlar için adaptasyonu gözlemlemek amacıyla ölçümler gerçekleştiren Nota ve diğerleri (2012: 1557) iş adaptasyonu ve kariyer adaptasyonunu birlikte değerlendirmektedir. Çalışanların iş yaşamlarını etkileyen koşullara uyum sağlaması ve kariyer yönetimini iyi yapabilmesi konusunda; güçlü yönleri, tüm bilgi ve kaynakları belirleyici olmaktadır (Rottingaus vd., 2011: 123).

Kariyer Adaptasyonu Boyutları

Kariyer adaptasyonu boyutlarından olan yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma benlik kavramı ile ilgilidir. Bireyin kendisi hakkındaki düşüncesi, onu nasıl gördüğü ve yeteneklerini nasıl gördüğü, değerlendirmesinin kapsamı ve gelecekteki görüşünün ne olacağı anlamına gelir. Bunların hepsi, kendine güveninin ana unsurlarıdır. Çünkü bireyin kendisi tecrübe kaynağıdır. Birey, bilişsel ve duygusal deneyimlerden oluşan davranışları sayesinde kendini kabul eder, bu da onun mesleğe kabule ve uyuma yaklaştırır (Al-Rawahia, 2016: 15). Bir diğer boyut olan öz kontrol ise istenmeyen davranışlardan kaçınmak, istenen davranışları arttırmak ve uzun vadeli hedeflere ulaşmak için cevapları düzenleme ve değiştirme yeteneği olarak tanımlanabilir (Rottingaus vd., 2009: 116). Kariyer adaptasyonunun diğer boyutu ise güvengen yetenekler ve sosyal sorumluluklardır. Grup içindeki bireylerin kendilerine verilen görevleri üstlenmeleri, iş, hizmet ve amaçlara ulaşmada katkıda bulunmaları ve gruba yönelik görevleri yerine getirmelerinin sosyal hizmet uzmanının denetimi, rehberliği ve takibi yoluyla onaylanması anlamına gelmektedir (Al-Rawahia, 2016;39). güvengen yetenekler başkalarını küçük görmeden, onların haklarını yadsımadan bireylerin kendi haklarını ve duygularını koruyabilmeleridir. Bir diğer alt boyut merak ve keşfetme boyutunda Merak, bilmek, görmek ve tecrübe edinmek adına bilgi edinme davranışımızı motive eden içsel bir istek olarak ifade edilmektedir (Litman, 2007: 149). Merak sistematik bilgiye götüren bilimsel bir yöntem olan bilgi ve eğitim arayışı ve farklı bilgiler elde etmedir. Keşif ise deneyim yolu ile bilgi edinmektir (Kafrouny, 2016: 36). Zaman algısı ve bireysel yükümlülük boyutu, zamanın farkına varılması, bireyin kendisine verilen görevlere, özellikle de işiyle ilgili görevlere ulaşma taahhüdünde bulunmasına yardımcı olan ve aynı zamanda bireyin başarısını takip etme ve kendi hedeflerine ve ustalığına ulaşma isteğini güçlendirmeye yardım eden temellerden biridir. Bu, özellikle etkinlik, verimlilik veya üretkenliği

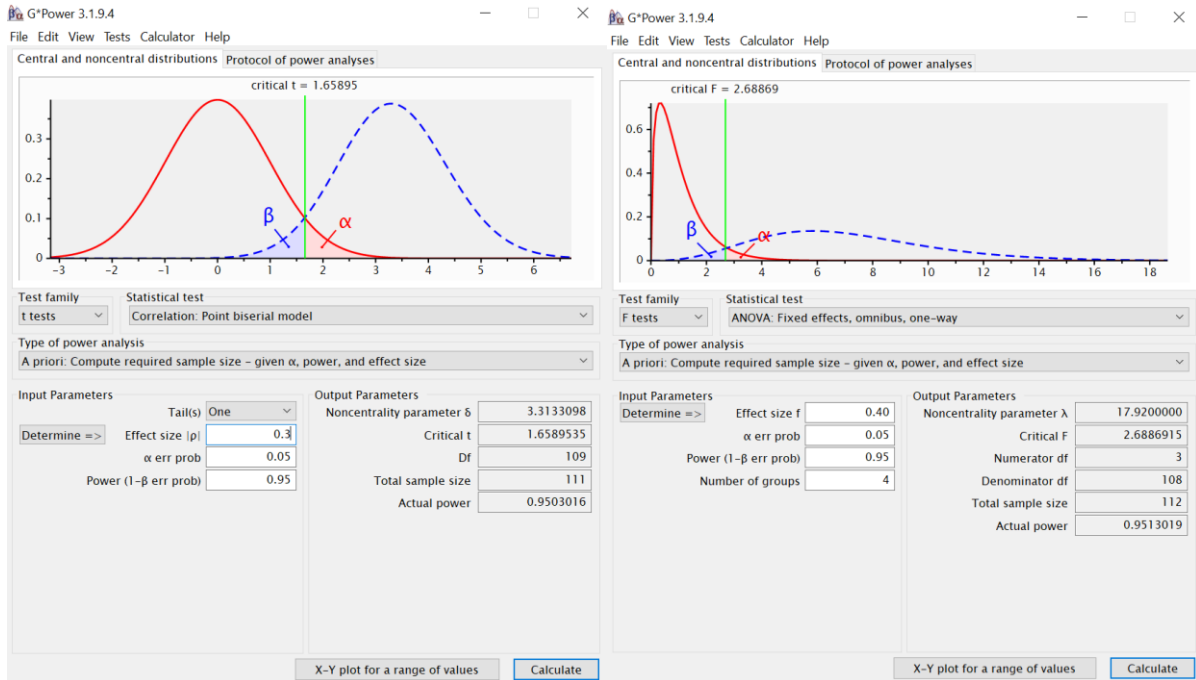
arttırmak için belirli faaliyetlere harcanan zaman boyunca bilinçli kontrolün planlanması ve uygulanmasıyla yapılır (Feki, 2014: 23).

Bu çalışmada psikolojik sermayenin kariyer adaptasyonuna etkisi incelenerek, işletmelerde gerek işe alımlarda psikolojik sermayesi güçlü adayların tercih kriterlerinden olması gerekse mevcut çalışanın psikolojik sermayesini güçlendirerek kariyer adaptasyonu süreçlerinde etkin kullanılmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu kapsamda ortaya konan araştırma modeli ve hipotezleri aşağıda sıralanmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinin Avrupa yakasında sıvı temizlik ürünleri üretimi yapan firmalarda farklı görevlerde çalışan kişiler oluşturmaktadır. Birçok kurumun açıkladığı istatistiklerde evren sayısına yönelik net bir bilgiye rastlanmadığı için, örneklemin yeterliliği konusunda Güç Analizi (Power Analysis) yapılmıştır. Güç analizi G*POWER 3.1 sürümü ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmalarda, istatistiksel gücün $1-\beta=0.80$ alınmasının yeterli olduğu Cohen (1988) ve Parajapati et al., (2010) çalışmalarında belirtilmiştir. Buna göre güç analizi sonucunda, 0.05 anlamlılık düzeyi için, ilişki analizleri 111 kişi ve grup farklılığı analizleri için 112 kişi olarak belirlenmiştir. Buna göre; istatistik olarak anlamlı ve yorumlanabilir ilişki sonuçları üretebilmek için en az 112 örnekleme ihtiyaç vardır. Güç analizi sonuçları Şekil ** da verilmiştir.

Şekil ** Güç Analizi (Power Analysis) Sonuçları



Örneklem olarak 2019 yılının Ekim-Aralık ayları arasında, İstanbul ilinde, kolayda örneklem yöntemi ile bu firmaların çalışanlarına anketler elden dağıtılarak ve dijital ortamda paylaşılarak ulaşılmıştır.

136 çalışandan geri dönüş alınmış ancak 14 anket eksik ve/ya hatalı olduklarından çıkarılarak toplam olarak 122 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

Araştırmada kullanılan ve 24 sorudan oluşan psikolojik sermaye ölçeği Luthans ve arkadaşları tarafından 2007 yılında geliştirilmiş ve Davut Demirci'nin Çalışanların Örgütsel Destek Algılarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri; Psikolojik Sermayenin Bu Süreçteki Rolü ve bir Araştırma adlı doktora tezinden alınmıştır. Araştırmada kullanılan Nota, Ginevra ve Soresi tarafından 2012 yılında geliştirilen, 31 sorudan oluşan Kariyer ve iş adaptasyonu ölçeği ise, Çınar Kaya, Ahmet Akın, Hakan Sarıçam ve Erol Uğur'un Turkish Version of Career And Work Adaptability Questionnaire (CWAQ): Validity and Reliability Study adlı çalışmalarından alınmıştır. Anketler 2020 öncesi toplandığı için ayrıca anket etik izni alınmamıştır.

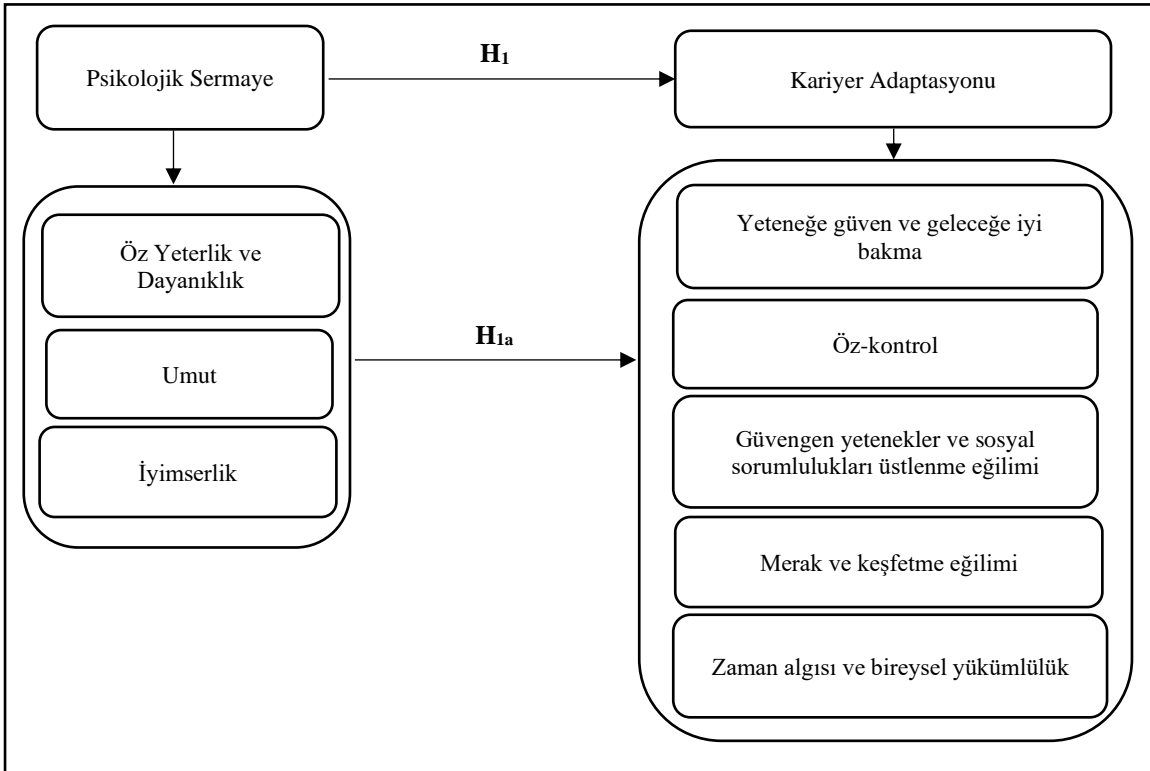
Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H₁: Psikolojik sermaye ve kariyer ve iş adaptasyonu arasında istatistik anlamlı ilişki vardır.

H_{1a}: Psikolojik sermaye alt boyutları ile kariyer ve iş adaptasyonu alt boyutları arasında istatistik anlamlı ilişki vardır.

Araştırmanın modeli ise aşağıda gösterilmektedir:

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



BULGULAR

Demografik Özelliklerin Dağılımları

Bu bölümde çalışanların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, işyerindeki pozisyon, işyerindeki çalışma süresi ve toplam iş tecrübesinin frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmekte ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmektedir.

Çizelge 1. Demografik Dağılım

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	88	72,1
	Kadın	34	27,9
	Toplam	122	100,0
Medeni Durum	Bekar	62	50,8
	Evli	60	49,2
	Toplam	122	100,0
Yaş	18-24 yaş	34	27,9
	25 yaş ve üstü	88	72,1
	Toplam	122	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	48	39,3
	Lise	40	32,8
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	27,9
İşletmedeki Çalışma Süresi	Toplam	122	100,0
	1 yıldan az	65	53,3
	1 yıl ve üstü	57	46,7
Toplam Çalışma Süresi	Toplam	122	100,0
	5 yıl ve altı	54	44,3
	6 yıl ve üstü	68	55,7
Çalıştığı Pozisyon	Toplam	122	100,0
	Beyaz Yaka	31	25,4
	Mavi Yaka	91	74,6
Gelir Düzeyi	Toplam	122	100,0
	2020-2500 TL	89	73,0
	2501 TL ve üstü	33	27,0

Çalışanların %72,1'i erkek iken %27,9'u kadın, %50,8'i bekar ve %49,2'si evlidir. Bu kişilerin yaş dağılımlarına bakıldığında, %27,9'u 18-24 yaş arasında, %72,1'i 25 yaş ve üstüdür. Eğitim düzeyi dağılımı için değerlendirme şu şekilde olmaktadır. Çalışanların %39,3'ü ilköğretim mezunu, %32,8'i lise mezunu, %27,9'u önlisans, lisans ve lisansüstü mezunudur. Araştırmaya katılanların %53,3'ü 1 yıldan az süredir firmada çalışmaktadır, %46,7'si 1 yıl ve üstü süredir firmada çalışmaktadır. Çalışan kişilerin %44,3'ü 5 yıl ve altı, %55,7'si 6 yıl ve üstü toplam çalışma tecrübesine sahiptir. Çalışanların %25,4'ü beyaz yaka, %74,6'sı mavi yakadır. Çalışanların 73,0'ı 2020-2500 TL arasında, %27,0'ı 2501 TL ve üstü gelire sahiptir.

Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizine İlişkin Bulgular

Bu çalışmada çalışanlara uygulanan psikolojik sermaye ile kariyer ve iş adaptasyonu ölçeklerinin geçerliğini ve güvenilirliğini tespit etmek için açıklayıcı faktör analizi ile güvenilirlik analizi gerçekleştirilmektedir. Toplam 24 maddeden oluşan psikolojik sermaye ölçeği için yapılan açıklayıcı

faktör analizi sonucunda 0,50'nin altında bulunan, birden fazla faktör yükü olan ve farklı faktör yapısının içinde bulunan on üç madde sırayla analiz dışında bırakılarak açıklayıcı faktör analizi yapılmaktadır (Kalaycı, 2008: 329). Bu sonuçlara göre, ölçeği oluşturan alt faktörlerden öz yeterlilik boyutu ile dayanıklılık alt boyutu aynı faktör içinde olduğu belirlenmiştir. Her bir faktördeki ifadeler güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra iyimserlik alt boyutu içindeki 11. ve 19. ifadelerin iç tutarlılık katsayıları düşük çıktığı için analize dahil edilmeden faktör analizi tekrardan yapılmaktadır. Psikolojik sermaye ölçeği toplam iki faktör altında toplanan madde ile yapılmaktadır. Analiz dışı bırakılan sorular 1,3,4,6,8,9,11,12,14,16,18,19,21,22 ve 24. sorulardır. Psikolojik sermaye ölçeği, Luthans ve arkadaşları (2007) tarafından iyimserlik, psikolojik dayanıklılık, umut ve özyeterlilik olmak üzere dört boyut olarak geliştirilmiştir. Bu çalışmada ise tabloda görüldüğü üzere yapılan faktör analizi sonucunda özyeterlilik ve dayanıklılık boyutları tek bir faktör olarak belirlenmiştir ve tek faktör olarak değerlendirilmiştir.

Çizelge 2. Psikolojik Sermaye Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

		Faktör Yüğü	Varyans Yüzdesi	Cronbach Alfa	n
	13. İşimde birçok şeyi halledebileceğimi hissediyorum.	0,766			
	7. Genellikle, işimdeki stresli şeyleri sakin bir şekilde hallederim.	0,765			
	15. Yöneticilerime işimle ilgili konuları açıklarken kendime güvenirim.	0,695			
Özyeterlilik ve Dayanıklılık	23. Kurum dışındaki kişilerle (Veliler veya çevremdeki diğerleri) problemleri tartışmak için temas kurarken kendime güvenirim.	0,686	32,223	0,886	6
	10. Eğer zorunda kalırsam, işimde kendi başıma yeterim.	0,639			
	5. Daha önceleri zorluklar yaşadığım için, işimdeki zor zamanların üstesinden gelebilirim.	0,628			
Umut	20. Şu anda iş amaçlarımı sıkı bir şekilde takip ediyorum.	0,697	21,798	0,809	2
	17. Şu anda, işimde kendimi çok başarılı olarak görüyorum.	0,688			

Çizelge 2’de görüldüğü üzere KMO testi %89,5’dir. %89,5>0,50 olduğu için veri seti faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. İkinci olarak bakılan test ise Bartlett testidir. Yapılan analiz sonucunda bu testinde anlamlı olduğu sonucuna varıldı (p=0,000<0,01). Bu sonuç boyutlar arasındaki yüksek korelasyonun varlığını ortaya koymaktadır. Yani veri seti faktör analizi için uygundur. Güvenirlik analizi sonucunda elde edilen genel Cronbach alfa katsayısı 0,910 olarak tespit edilmektedir. Psikolojik sermaye ölçeğinin toplam varyans yüzdesi de 64,129’dur. Bu sonuç ölçeğin yüksek olduğunu göstermektedir. Birinci faktör özyeterlilik ve dayanıklılık faktörü olarak adlandırılmaktadır. Bu faktörün faktör yükleri 0,766-0,628 arasında değişmektedir ve varyans yüzdesi de 32,223’dür. Cronbach alfa katsayısı da 0,886 olarak tespit edilmektedir. Bu katsayı bu alt boyutun ifadelerinin iç tutarlılığının yüksek güvenirlkte olduğunu göstermektedir. İkinci faktör ise umut faktörü olarak

isimlendirilmektedir ve faktör yükleri 0,697-0688 arasında değişmektedir. Varyans yüzdesi de 21,798'dir. Tüm faktörler varyansın %54,0'ını (54,021) açıklamaktadır.

Toplam 31 maddeden oluşan kariyer ve iş adaptasyonu ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda birden fazla faktör yükü olan ve farklı faktör yapısının içinde bulunan on dört madde analiz dışında bırakılarak açıklayıcı faktör analizi yapılmaktadır. Kariyer ve iş adaptasyon ölçeği toplam dört faktör altında toplanan madde ile yapılmaktadır. Analiz dışı bırakılan sorular 1,2,3,4,12,13,14,15,21,22,23,24,25 ve 31. sorulardır. Kariyer ve iş adaptasyonu ölçeğini aldığımız çalışmada elde edilen faktörler ile aynıdır.

Çizelge 3. Kariyer ve İş Adaptasyonu Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

		Faktör Yükleri	Varyans Yüzdesi	Cronbach Alfa	n
Güvenen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	17. Ortak çalışmalarda kendi sorumluluğumu alabilirim.	0,822	23,795	0,933	5
	19. Aile içinde ya da bir çalışmada sorumlulukları üstlenebilirim.	0,822			
	18. İnanç ve ideallerime göre davranırım.	0,784			
	16. İşbirliği yapar ve üzerime düşeni yapmakta tereddüt etmeden yerine getirebilirim.	0,749			
	20. Başkalarının haklarına saygı duymasını sağlayabilirim.	0,727			
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	27. Olabildiğince geleceğimle yüzleşmeye kendimi hazırlıyorum	0,767	21,550	0,926	5
	29. Gelecekle ilgili düşünür ve geleceği tahmin etmeye çalışırım.	0,765			
	28. Okumak ve bilgimi ve donanımı geliştirmekten hoşlanırım.	0,764			
	30. Geleceğimin şu anda yaptıklarına ve gelecekte yapacaklarımı bağlı olduğuna düşünüyorum.	0,741			
	26. Gelecekte çalışmayı ve kendimi güncellemeyi sürdürmek zorunda olduğumu düşünüyorum.	0,672			
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	6. Geleceğimi düşündüğümde kendime olmak istediğim yerde olacağım diyorum.	0,857	18,295	0,873	4
	7. İşler yolunda gitmediğinde, pes etmeme ve zaman ve enerjimi uygun harcama konusundaki yeteneğime güveniyorum.	0,764			
	5. Fırsatları yakalama ve onlardan faydalanma konusundaki yeteneğime güveniyorum.	0,758			
	8. Seçtiğim mesleği en iyi şekilde yapmam için gerekenleri öğrenme konusundaki yeteneğime güveniyorum.	0,553			
Öz Kontrol	10. Sınırlarımı kontrol edebilirim	0,888	15,839	0,906	3
	11. Sabırlı ve ısrarcı olabilirim.	0,830			
	9. Provokasyonlara karşı direnç gösterebilirim.	0,761			

Çizelge 3'de görüldüğü üzere KMO testi %89,3'dir. %89,3>0,50 olduğu için veri seti faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. Bartlett testi sonucuna göre test anlamlıdır (p=0,000<0,01). Yani veri seti faktör analizi için uygundur. Güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen genel Cronbach alfa katsayısı 0,953 olarak tespit edilmektedir. Bu sonuç ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

İlk faktör olan güvenen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi faktörüdür, faktör yükleri 0,822-0,727 arasında değişmektedir ve varyans yüzdesi de 23,795'dir. Bu boyutun Cronbach alfa katsayısı 0,933 ile yüksek güvenilirlidir. İkinci faktör zaman algısı ve bireysel yükümlülük faktörüdür, faktör yükleri 0,767-0,672 arasında değişmektedir ve varyans yüzdesi de 21,550'dir. Bu boyutun Cronbach alfa katsayısı 0,7926 ile yüksek güvenilirlidir. Üçüncü faktör yeteneğe güven ve

geleceğe iyi bakma faktörüdür, faktör yükleri 0,857-0,553 arasında değişmektedir ve varyans yüzdesi 18,295'dir. Bu boyutun Cronbach alfa katsayısı 0,873 ile yüksek güvenilirlidir. Dördüncü faktör öz kontrol faktörüdür, faktör yükleri 0,888-0,761 arasında değişmektedir, varyans yüzdesi de 15,839'dur. Bu boyutun da Cronbach alfa katsayısı 0,953 ile yüksek güvenilirlidir. Tüm faktörler toplam varyansın %78,2'ini (78,182) açıklamaktadır.

Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık

Değişkenlerin ortalama ve standart sapmaları ile normal dağılıma uygunluğunun tespiti için çarpıklık ve basıklık değerlerine çizelge 4'de yer verilmektedir.

Çizelge 4. Değişkenlerin Ortalama, Standart Sapma, Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	\bar{X}	SS	Çarpıklık		Basıklık	
			İstatistik	ϵ_{sh}	İstatistik	ϵ_{sh}
Psikolojik Sermaye	4,13	0,744	-1,000	0,219	0,580	0,435
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	4,13	0,777	-1,074	0,219	0,824	0,435
Umut	4,21	0,799	-0,943	0,219	0,456	0,435
Kariyer ve İş Adaptasyonu	4,21	0,632	-0,885	0,219	0,134	0,435
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	4,44	0,519	-0,640	0,219	-0,154	0,435
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	4,29	0,717	-0,898	0,219	0,107	0,435
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	4,20	0,680	-0,699	0,219	0,143	0,435
Öz Kontrol	4,06	0,813	-0,707	0,219	0,219	0,435

Psikolojik sermaye değişkeni ortalama değeri $4,13 \pm 0,744$, öz yeterlilik ve dayanıklılık faktörü ortalama değeri $4,13 \pm 0,777$, umut faktörü ortalama değeri $4,21 \pm 0,799$, kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni ortalama değeri $4,21 \pm 0,632$, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi faktörü ortalama değeri $4,44 \pm 0,519$, zaman algısı ve bireysel yükümlülük faktörü ortalama değeri $4,29 \pm 0,717$ ve yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma faktörü ortalama değeri $4,20 \pm 0,680$, öz kontrol faktörü ortalama değeri $4,06 \pm 0,813$ olarak belirlendi. Tüm bu değişken ve faktörlerin basıklık ve çarpıklık değerleri $\pm 1,5$ aralığında yer aldığı için normal dağılıma yakındır (Kalaycı, 2008: 6). Bu sonuç fark testlerinde uygun olan parametrik testler kullanılması gerektiğini vermektedir.

Fark Testleri

Psikolojik sermaye ve boyutları, kariyer ve iş adaptasyonu ve boyutlarının cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, işyerindeki pozisyon, işyerindeki çalışma süresi, toplam iş tecrübesi ve gelir düzeyine göre anlamlılığı Bağımsız Grup T testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi yapılarak tespit edilmektedir.

Çizelge 5. Cinsiyete Göre Değişkenlerin Farklılığı

	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	Erkek	88	4,08	0,737	-1,341	0,182
	Kadın	34	4,28	0,755		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	Erkek	88	4,07	0,771	-1,223	0,224
	Kadın	34	4,26	0,786		
Umut	Erkek	88	4,16	0,811	-0,994	0,322
	Kadın	34	4,32	0,768		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	Erkek	88	4,14	0,687	-2,351	0,021
	Kadın	34	4,38	0,421		
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	Erkek	88	4,40	0,544	-1,472	0,144
	Kadın	34	4,55	0,435		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	Erkek	88	4,23	0,771	-1,585	0,117
	Kadın	34	4,43	0,535		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	Erkek	88	4,17	0,735	-0,975	0,332
	Kadın	34	4,29	0,512		
Öz Kontrol	Erkek	88	4,03	0,844	-0,670	0,478
	Kadın	34	4,14	0,735		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, cinsiyete göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık ve umut, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ve öz kontrol faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). Cinsiyete göre kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır ($p=0,021 \leq 0,05$). Ortalama değerlere bakıldığında kadın çalışanların kariyer ve iş adaptasyonları erkek çalışanlara nazaran daha hızlı olmaktadır.

Çizelge 6. Medeni Duruma Göre Değişkenlerin Farklılığı

	Medeni Durum	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	Bekar	62	4,09	0,783	-0,731	0,466
	Evli	60	4,18	0,705		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	Bekar	62	4,12	0,820	-0,146	0,885
	Evli	60	4,14	0,736		
Umut	Bekar	62	4,04	0,860	-2,357	0,020
	Evli	60	4,38	0,697		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	Bekar	62	4,08	0,698	-2,334	0,021
	Evli	60	4,34	0,530		
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	Bekar	62	4,39	0,553	-1,236	0,219
	Evli	60	4,50	0,478		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	Bekar	62	4,18	0,793	-1,795	0,075
	Evli	60	4,41	0,613		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	Bekar	62	4,12	0,669	-1,425	0,157
	Evli	60	4,29	0,685		
Öz Kontrol	Bekar	62	3,92	0,844	-1,895	0,061
	Evli	60	4,20	0,763		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, cinsiyete göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ve öz kontrol faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). Cinsiyete göre kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni ($p=0,021 \leq 0,05$) ve umut faktörü ($p=0,020 \leq 0,05$) ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır Ortalama değerlere bakıldığında evli çalışanların kariyer ve iş adaptasyonları bekar çalışanlara nazaran daha hızlı olmaktadır ve evli çalışanların umutları bekar çalışanlara göre daha yüksektir.

Çizelge 7. Eğitim Düzeyine Göre Değişkenlerin Farklılığı

		n	\bar{X}	SS	Homojenliğin Levene Testi		ANOVA	
					Levene İstatistiği	p	F	p
Psikolojik Sözleşme	İlköğretim	48	4,14	0,829	1,597	0,207	0,168	0,846
	Lise	40	4,09	0,689				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,19	0,696				
	Toplam	122	4,13	0,744				
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	İlköğretim	48	4,12	0,829	0,750	0,475	0,354	0,702
	Lise	40	4,06	0,780				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,22	0,708				
	Toplam	122	4,13	0,777				
Umut	İlköğretim	48	4,33	0,846	0,120	0,887	0,928	0,398
	Lise	40	4,15	0,777				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,10	0,757				
	Toplam	122	4,21	0,799				
Kariyer ve İş Adaptasyonu	İlköğretim	48	4,24	0,692	3,428	0,036	1,607	0,205
	Lise	40	4,07	0,678				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,32	0,449				
	Toplam	122	4,21	0,632				
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	İlköğretim	48	4,42	0,564	1,481	0,232	0,409	0,665
	Lise	40	4,41	0,528				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,51	0,444				
	Toplam	122	4,44	0,519				
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	İlköğretim	48	4,30	0,750	2,959	0,056	0,686	0,506
	Lise	40	4,19	0,803				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,39	0,546				
	Toplam	122	4,29	0,717				
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	İlköğretim	48	4,31	0,708	2,075	0,130	1,276	0,283
	Lise	40	4,08	0,751				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,20	0,529				
	Toplam	122	4,20	0,680				
Öz Kontrol	İlköğretim	48	4,26	0,842	2,199	0,115	3,777	0,026
	Lise	40	3,80	0,866				
	Önlisans, Lisans ve Lisansüstü	34	4,08	0,620				
	Toplam	122	4,06	0,813				

ANOVA testi sonucunda eğitim düzeyine göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık ve umut faktörü ile kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük ile yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). Sadece eğitim düzeyine göre öz kontrol faktörü ortalama puanları arasında farklılık tespit edildi ($p = 0,026 \leq 0,05$). Eğitim düzeyine göre öz kontrol faktör değişkeninin homojenliğine ilişkin Levene testi sonucu anlamlıdır ($p \geq 0,05$). Bu sonuç eğitim düzeyi grupları arasında karşılaştırma yapılacağı anlamına gelmektedir. Çoklu karşılaştırma modeli olarak Tukey HSD kullanılmaktadır. Bu model ilköğretim mezunu çalışanların öz kontrolünün lise mezunu çalışanlara göre farklılık gösterdiği sonucunu ortaya koymaktadır. Ortalama değer incelendiğinde ise ilköğretim mezunu çalışan lise mezunu çalışana göre öz kontrolü yüksek davranmaktadır.

Çizelge 8. Yaşa Göre Değişkenlerin Farklılığı

	Yaş	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	18-24 yaş	34	3,97	0,836	-1,498	0,137
	25 yaş ve üstü	88	4,20	0,701		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	18-24 yaş	34	3,98	0,877	-1,281	0,203
	25 yaş ve üstü	88	4,18	0,732		
Umut	18-24 yaş	34	4,03	0,945	-1,495	0,137
	25 yaş ve üstü	88	4,27	0,730		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	18-24 yaş	34	4,01	0,777	-1,885	0,066
	25 yaş ve üstü	88	4,28	0,553		
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	18-24 yaş	34	4,35	0,566	-1,213	0,228
	25 yaş ve üstü	88	4,48	0,498		

Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	18-24 yaş	34	4,13	0,846	-1,521	0,131
	25 yaş ve üstü	88	4,35	0,655		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	18-24 yaş	34	4,15	0,701	-0,579	0,563
	25 yaş ve üstü	88	4,23	0,675		
Öz Kontrol	18-24 yaş	34	3,76	0,996	-2,203	0,033
	25 yaş ve üstü	88	4,17	0,704		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, yaşa göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık, kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ve öz kontrol faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). Yaşa göre umut faktörü ($p=0,033 \leq 0,05$) ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır. Ortalama değerlere bakıldığında 25 yaş ve üstü çalışanların umutları 18-24 yaş çalışanlara göre daha yüksektir.

Çizelge 9. İşyerindeki Çalışma Süresine Göre Değişkenlerin Farklılığı

	İşyerindeki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	1 yıldan az	65	4,06	0,761	-1,252	0,213
	1 yıl ve üstü	57	4,22	0,721		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	1 yıldan az	65	4,08	0,807	-0,772	0,442
	1 yıl ve üstü	57	4,18	0,744		
Umut	1 yıldan az	65	4,09	0,778	-1,767	0,080
	1 yıl ve üstü	57	4,34	0,808		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	1 yıldan az	65	4,04	0,695	-3,203	0,002
	1 yıl ve üstü	57	4,39	0,497		
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	1 yıldan az	65	4,37	0,555	-1,602	0,112
	1 yıl ve üstü	57	4,52	0,466		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	1 yıldan az	65	4,14	0,805	-2,640	0,009
	1 yıl ve üstü	57	4,46	0,557		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	1 yıldan az	65	4,10	0,698	-1,852	0,067
	1 yıl ve üstü	57	4,32	0,644		
Öz Kontrol	1 yıldan az	65	3,89	0,812	-2,504	0,014
	1 yıl ve üstü	57	4,25	0,778		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, işyerindeki çalışma süresine göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık ile umut faktörleri, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). İşyerindeki çalışma süresine göre kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni ($p=0,002 \leq 0,01$), zaman algısı ve bireysel yükümlülük faktörü ($p=0,009 \leq 0,01$) ve öz kontrol ($p=0,014 \leq 0,05$) ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır. Ortalama değerlere bakıldığında, 1 yıl ve üstü işyerinde çalışanların kariyer ve iş adaptasyonları, zaman algısı ve bireysel yükümlülük ile öz kontrolü 1 yıldan az işyerinde çalışanlara göre daha yüksektir.

Çizelge 10. Toplam İş Tecrübesine Göre Değişkenlerin Farklılığı

	Toplam Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	5 yıl ve altı	54	4,01	0,832	-1,645	0,103
	6 yıl ve üstü	68	4,24	0,656		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	5 yıl ve altı	54	4,02	0,874	-1,293	0,199
	6 yıl ve üstü	68	4,21	0,686		
Umut	5 yıl ve altı	54	4,08	0,876	-1,618	0,108
	6 yıl ve üstü	68	4,31	0,722		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	5 yıl ve altı	54	4,00	0,773	-3,152	0,002
	6 yıl ve üstü	68	4,37	0,434		

Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	5 yıl ve altı	54	4,37	0,542	-1,446	0,151
	6 yıl ve üstü	68	4,50	0,494		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	5 yıl ve altı	54	4,10	0,864	-2,458	0,016
	6 yıl ve üstü	68	4,43	0,537		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	5 yıl ve altı	54	4,09	0,751	-1,629	0,106
	6 yıl ve üstü	68	4,29	0,609		
Öz Kontrol	5 yıl ve altı	54	3,92	0,964	-1,664	0,100
	6 yıl ve üstü	68	4,17	0,656		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, toplam çalışma süresine göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık ile umut faktörleri, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ile öz kontrol faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). Toplam çalışma süresine göre kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni ($p=0,002 \leq 0,01$), zaman algısı ve bireysel yükümlülük faktörü ($p=0,016 \leq 0,05$) ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır. Ortalama değerlere bakıldığında, 6 yıl ve üstü işyerinde çalışanların kariyer ve iş adaptasyonları ile zaman algısı ve bireysel yükümlülükleri 5 yıl ve altı toplam iş tecrübesine sahip çalışanlara göre daha yüksektir.

Çizelge 11. Çalıştığı Pozisyona Göre Değişkenlerin Farklılığı

	Çalıştığı Pozisyon	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	Beyaz Yaka	31	4,29	0,568	1,319	0,190
	Mavi Yaka	91	4,08	0,792		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	Beyaz Yaka	31	4,32	0,548	1,997	0,049
	Mavi Yaka	91	4,06	0,833		
Umut	Beyaz Yaka	31	4,18	0,725	-0,245	0,807
	Mavi Yaka	91	4,22	0,826		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	Beyaz Yaka	31	4,32	0,400	1,556	0,123
	Mavi Yaka	91	4,17	0,691		
Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	Beyaz Yaka	31	4,54	0,414	1,242	0,217
	Mavi Yaka	91	4,41	0,548		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	Beyaz Yaka	31	4,39	0,499	1,163	0,248
	Mavi Yaka	91	4,25	0,776		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	Beyaz Yaka	31	4,19	0,512	-0,208	0,836
	Mavi Yaka	91	4,21	0,731		
Öz Kontrol	Beyaz Yaka	31	4,03	0,553	-0,250	0,803
	Mavi Yaka	91	4,07	0,887		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, çalıştığı pozisyona göre psikolojik sermaye değişkeni, umut, kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ile öz kontrol faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$). Çalıştığı pozisyona göre öz yeterlilik ve dayanıklılık faktörü ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır ($p=0,049 \leq 0,05$). Ortalama değerlere bakıldığında, beyaz yakalılarının öz yeterlilik ve dayanıklılıkları mavi yakalılara göre daha yüksektir.

Çizelge 12. Gelir Düzeyine Göre Değişkenlerin Farklılığı

	Gelir Düzeyi	n	\bar{X}	SS	t	p
Psikolojik Sermaye	2020-2500 TL	89	4,11	0,785	-0,700	0,485
	2501 TL ve üstü	33	4,21	0,624		
Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	2020-2500 TL	89	4,09	0,821	-0,782	0,435
	2501 TL ve üstü	33	4,22	0,646		
Umut	2020-2500 TL	89	4,21	0,831	0,091	0,927
	2501 TL ve üstü	33	4,20	0,717		
Kariyer ve İş Adaptasyonu	2020-2500 TL	89	4,17	0,691	-1,122	0,265
	2501 TL ve üstü	33	4,29	0,435		

Güvengen Yetenekler ve Sosyal Sorumlulukları Üstlenme Eğilimi	2020-2500 TL	89	4,43	0,538	-0,472	0,638
	2501 TL ve üstü	33	4,48	0,469		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	2020-2500 TL	89	4,28	0,780	-0,163	0,871
	2501 TL ve üstü	33	4,30	0,518		
Yeteneğe Güven ve Geleceğe İyi Bakma	2020-2500 TL	89	4,20	0,730	-0,229	0,819
	2501 TL ve üstü	33	4,23	0,532		
Öz Kontrol	2020-2500 TL	89	4,06	0,881	0,069	0,945
	2501 TL ve üstü	33	4,05	0,607		

Bağımsız Grup T Testi sonucunda, gelir düzeyine göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık ile umut faktörleri, kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ile öz kontrol faktörleri ortalama puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilemedi ($p \geq 0,05$).

Basit ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Psikolojik sözleşmenin ve boyutlarının kariyer ve iş adaptasyonu ve boyutlarına etkisini belirlemek için Basit ve Çoklu Doğrusal Regresyon analizleri yapılmaktadır.

Çizelge 13. Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Standartlaştırılmamış Katsayı		Standartlaştırılmış Katsayı	t	p
		A	ϵ_{Sh}	β		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	(Sabit)	2,066	0,306		6,745	0,000
	Psikolojik Sermaye	0,538	0,073	0,558	7,371	0,000

Psikolojik sermaye zaman algısı ve bireysel yükümlülüğün %30,6'sını açıklamaktadır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini gösteren model, ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlıdır ($p=0,000 \leq 0,01$). Yukarıdaki tabloya göre sabit değer ve bağımsız değişkenin katsayısı anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,000 \leq 0,01$). Psikolojik sermaye değişkenine ait regresyon yükü 0,538 ve standartlaştırılmış regresyon yükü de 0,558'dir. Psikolojik sermaye çalışanlardaki zaman algısı ve bireysel yükümlülüğünü 0,538 puan yükseltmektedir. Psikolojik sermaye değişkeni zaman algısı ve bireysel yükümlülük değişkenini anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu ile ilgili olarak öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada öğrencilerin kariyer uyum yeteneği boyutları ile psikolojik sermaye boyutları arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir (Mercan, 2016). Safavi ve Bouzari (2019), psikolojik sermaye ile kariyer uyumu arasında önemli bir ilişki olduğunu kanıtlamıştır. Bu çalışmalarda ortaya çıkan sonuçla desteklenmektedir. Kalafat (2018), psikolojik dayanıklılık, kendini beğenme ve öz yeterlilik davranışı, kariyer uyum yeteneği, kariyer uyumu ve kariyer iyimserliğini etkilemektedir. Kalafat'ın çalışmasındaki analiz sonucu bu makaledeki analiz sonucu desteklememektedir. Ancak, sadece kendi kendine yeterliliğin kariyer iyimserliği üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Kalafat'ın çalışmasındaki analiz sonucu bu makaledeki analiz sonucu desteklememektedir.

Basit doğrusal regresyon modeli: Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük = 0,558*Psikolojik Sözleşme

Çizelge 14. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Standartlaştırılmamış Katsayı		Standartlaştırılmış Katsayı	t	p
		B	ϵ_{SP}	β		
Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük	(Sabit)	1,952	0,322		6,064	0,000
	Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık	0,300	0,092	0,325	3,257	0,001
	Umut	0,261	0,089	0,292	2,923	0,004

Öz yeterlilik ve dayanıklılık ile umut faktörleri zaman algısı ve bireysel yükümlülüğün %30,2'sini açıklamaktadır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini gösteren model, ANOVA testi sonuçlarına göre anlamlıdır ($p=0,000 \leq 0,01$). Yukarıdaki tabloya göre sabit değer ($0,000 \leq 0,01$), bağımsız değişkenlerden öz yeterlilik ve dayanıklılık ($p=0,001 \leq 0,01$) ile umut ($p=0,004 \leq 0,01$) faktörlerinin katsayılarının anlamlı olduğu görülmektedir. Öz yeterlilik ve dayanıklılık faktörüne ait regresyon yükü 0,300 ve standartlaştırılmış regresyon yükü de 0,325; umut faktörüne ait regresyon yükü 0,261 ve standartlaştırılmış regresyon yükü de 0,292'dir. Öz yeterlilik ve dayanıklılık çalışanlardaki zaman algısı ve bireysel yükümlülüklerini 0,300, umut çalışanlardaki zaman algısı ve bireysel yükümlülükleri 0,261 puan yükseltmektedir. Öz yeterlik ve dayanıklılık ile umut faktörleri birlikte zaman algısı ve bireysel yükümlülük faktörünü anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Taş ve Alparslan (2020), insanın başarabileceğine dair özgüvene sahip olması, geleceğe ilişkin iyimserliği, zorluklara ilişkin direnç seviyesi ve hedefe doğru ilerlerken farklı yollar belirleme kapasitesine sahip olması, kişinin kariyerine ilişkin ilgisini, araştırmacı yönünü, merakını, özgüvenini ve kontrol algısını olumlu şekilde etkilemekte olduğunu belirtmişlerdir. Bu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Ndlovu ve Ferreira (2019), öğrencilerin psikolojik dayanıklılığı ile kariyer uyum yeteneği arasında bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmanın sonucunu desteklememektedir. Literatür taramasında psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu değişkenlerinin birlikte ele alındığı ikili çalışmaların çok fazla olmaması nedeniyle sonuçların mukayesesi sınırlı kalmaktadır.

Çoklu doğrusal regresyon modeli: Zaman Algısı ve Bireysel Yükümlülük= $0,325 * \text{Öz Yeterlilik ve Dayanıklılık} + 0,292 * \text{Umut}$

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde işletmeler gelişen bilgi ve üretim teknolojilerinin getirdiği kolaylıklar nedeni ile üretimi zor olarak bilinen ürünler de dahil olmak üzere birçok ürünün üretimini daha kolay yapabilmektedir. Rekabetin arttığı bu dönemde makinalar nispeten aynı olsa da tüm insanların oldukça farklı özellikleri olduğu göz önünde bulundurulduğunda örgütte çalışanların örgüte kattıkları artı değerler ile rekabet üstünlüğü elde etmeleri önemli bir konu haline gelmiştir. İnsanlar sahip olduğu bireysel özellikteki farklı yetenekler, farklı üstünlükler ve farklı deneyimlerle buldukları örgütleri diğer örgütlerden farklılaştırmaktadır. Bireylerin sahip oldukları psikolojik sermaye işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerinde ekonomik, sosyal ve insan sermayesinden farklı olarak ön plana çıkmaktadır. Kişinin

belirli bir sürede bilgi, deneyim, tecrübeleri ile oluşan bireysel farkındalığı ile ilişkili olan psikolojik sermayenin bireyin özellikle iş yaşamında verimliliğe etki edebileceği belirtilmektedir. Psikolojik sermayenin insanın sahip olduğu bu tecrübelerin pozitif yönde gelişimini sağlayarak kişinin sahip olduğu özelliklere artı değer katabileceği belirtilmektedir. Psikolojik sermayenin kişinin değişmesi zor olan durağan bireysel özelliklerinden farklı olarak geliştirilebilir olduğu vurgulanmaktadır.

Araştırmada psikolojik sermayenin, zaman algısı ve bireysel yükümlülük üzerinde etkisi ile öz yeterlik ve dayanıklılık ve umudun zaman ve bireysel yükümlülük üzerinde etkisi tespit edilmiştir.

Psikolojik Sermayenin başka bir alt boyutu olan umuda sahip olan, bir işin başarılacağına olan umudunu koruyan çalışanlar pozitif düşünerek karşılaşılan farklı durumlarla ilgili bir çözüm bulabilmekte ve bireysel yükümlüklerini yerine getirmede başarılı olabilmektedir. Psikolojik sermayenin alt boyutundan olan öz yeterlik ve dayanıklılık seviyesi yüksek olan, verilen bir vazifeyi mevcut yetkinlikleri ile başaracağına inanan, çabuk pes etmeyen, zorluklar ve farklı durumlar karşısında dayanıklılığı yüksek olan çalışanlar bireysel yükümlülüklerini istenilen zamanda yerine getirmede başarılı olabilmektedir. “Psychological Capital Research For Relations With Career Adaptability” adlı çalışmada öğrencilerin kariyer uyum yeteneği boyutlarından kaygı ile psikolojik sermaye boyutları olan güven, dışa dönüklük ve psikolojik dayanıklılık arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır (Mercan, 2016). Turizm sektöründe yapılan “The Association of Psychological Capital, Career Adaptability and Career Competency Among Hotel Frontline Employees” adlı çalışmada psikolojik sermaye artışının, çalışanların işe uyum sağlamasında, iş yaparken karşılaştıkları sorunları çözmede, işteki sorunları yönetmede çalışan davranışlarını olumlu olarak etkilediği belirtilmektedir. Güçlü psikolojik sermayenin kariyer adaptasyonuna etkisi olduğu belirtilmektedir (Safavi ve Bouzari, 2019). Psikolojik sermayenin kariyer adaptasyonuna etkisi yapılan bu çalışmalarda da yer almakta ve çalışmamızı desteklemektedir. Kalafat (2018), psikolojik dayanıklılık, kendini beğenme ve öz yeterlik davranışı, kariyer uyum yeteneği, kariyer uyumu ve kariyer iyimserliğini etkilemektedir. Kalafat’ın çalışmasındaki analiz sonucu bu makaledeki analiz sonucu desteklememektedir. Ancak, sadece kendi kendine yeterliğin kariyer iyimserliği üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Kalafat’ın çalışmasındaki analiz sonucu bu makaledeki analiz sonucu desteklememektedir. Ndlovu ve Ferreira (2019), öğrencilerin psikolojik dayanıklılığı ile kariyer uyum yeteneği arasında bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmanın sonucunu desteklememektedir.

Araştırma sonuçlarına göre ilköğretim mezunu çalışan lise mezunu çalışana göre öz kontrolü yüksek davranmaktadır. İlköğretim mezunlarının iş bulmaları lise mezunlarına kıyasla daha zor olabilmektedir. Bu nedenle ilköğretim mezunlarının çalışmış oldukları işyerlerinde mevcut işlerini kaybetmemek adına kurumda istenmeyen davranışlardan kaçınıp istenen davranışları geliştirme yönlü

hareket ettikleri düşünülmektedir. Mercanın çalışmasında öğrencilerin kariyer uyum yeteneği boyutlarından kontrol ile psikolojik sermaye boyutları olan iyimserlik arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir (Mercan, 2016). Bir yıl ve üstü işyerinde çalışanların kariyer ve iş adaptasyonları, zaman algısı ve bireysel yükümlülük ile öz kontrolü bir yıldan az işyerinde çalışanlara göre daha yüksektir. Bununla birlikte altı yıl ve üstü işyerinde çalışanların kariyer ve iş adaptasyonları ile zaman algısı ve bireysel yükümlülükleri beş yıl ve altı toplam iş tecrübesine sahip çalışanlara göre daha yüksektir. Toplam iş tecrübesi 6 yıl ve daha fazla olan çalışanların iş tecrübeleri 5 yıl ve daha az çalışanlara göre daha fazla olduğu için kendilerine verilen görevlerin daha etkin yapıldığı düşünülmektedir. Araştırmaya katılanlar arasında gelir düzeyine göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlik ve dayanıklılık ile umut faktörleri, kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük, yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma ile öz kontrol faktörleri arasında bir farklılık olmadığı görülmüştür. Araştırmada 25 yaş ve üstü çalışanların umutları 18-24 yaş çalışanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine göre psikolojik sermaye değişkeni, öz yeterlilik ve dayanıklılık ve umut faktörü ile kariyer ve iş adaptasyonu değişkeni, güvengen yetenekler ve sosyal sorumlulukları üstlenme eğilimi, zaman algısı ve bireysel yükümlülük ile yeteneğe güven ve geleceğe iyi bakma arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Psikolojik sermayenin eğitim düzeyinden bağımsız olduğu, kişilerin kendi iç dinamikleri ile ilgili olduğu kişinin eğitim seviyesinin yüksek olmasının bu durumu değiştirmedeği görülmektedir.

Bu araştırmanın değişkenleri psikolojik sermaye ve kariyer adaptasyonu ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında az sayıda çalışmaya rastlandığı için sonuçların mukayesesi sınırlı kalmıştır. Ayrıca örneklem sayısının azlığı bir kısıt olarak düşünülebilir. Bu nedenle örneklem sayısı artırılarak yeni çalışmaların yapılması önerilmektedir. Araştırmaların hem özel hem de kamu sektöründe yapılması ve birbirleriyle kıyaslanması sektöre katkı sağlayacaktır. İnsan kaynakları birimleri tarafından işe alım yapılırken, ilgili görevlere psikolojik sermayesi güçlü kişilerin seçilmesinin yararlı olacağı ve işletme yönetimlerinin çalışanların psikolojik sermayesini güçlendirmek için teşvik edici önlemler almalarının ve uygulamalar yapmalarının da çalışanların verimine, dolayısıyla şirketlerin başarısına olumlu etki edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Akçay, H.V.(2011). Pozitif Psikolojik sermayenin kişisel değerler bakımından iş tatminine etkisi ve bir araştırma, İstanbul Üniversitesi SBE Doktora Tezi ss.5-99
- Akın A. Uysal, A. Ü. (2015). Olumlu düşünme becerileri ölçeğinin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliği, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Akademik Bakış Dergisi sayı: 51 Kırgızistan, Türk Dünyası Kırgız Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.266.
- Al-Rawahia, B. (2016). Occupational Adjustment and its Correlation with Perceived SelfEfficacy among a Sample of Employees at the Directorate General of Education in Al-Dakhlyia Governorate, Jordan, University of Nizwa, master, pp 15-39.
- Asia, K. (2018). Psikolojik sermayenin çalışanların iş performansına etkisi (Cezayir Elektrik ve Gaz Dağıtım Şirketi "Ouargla Dağıtım Müdürlüğü" örnek olay incelemesi, Cezayir, Kasadi Mirbah Üniversitesi, s.16
- Cereci, C.(2019). The Old-Generation School Managers and the New-Generation School Managers From the Aspect of Career Adaptability, Vocational Identity and Career Construction in Education, 10.4018/978-1-5225-7772-0.ch009, pp. 160-177.
- Cohen, J. (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences, 2nd Edition, Lawrence Erlbaum Associates Pbc. USA
- Çetin F., Basım H. N. (2012). Örgütsel psikolojik sermaye Amme idaresi dergisi Cilt 45 sayı 1, ss.123-124.
- Demirci D. (2019). Çalışanların örgütsel destek algılarının örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkileri: Psikolojik sermayenin bu süreçteki rolü ve bir araştırma Doktora Tezi İnönü Üniversitesi SBE, s. 175.
- Erdem H. Gökmen Y. Türen U. (2015). Psikolojik sermayenin örgütsel özdeşleşme üzerine etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü. İşletme Araştırmaları Dergisi, Sayı 1309-0712 ss. 41-42.
- Erkuş A, Fındıklı M.A, Psikolojik sermayenin iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi Cilt 42 Sayı 2 s.304.
- Ertosun Ö. G (2016). Pozitif Psikolojik Sermayenin İş Algısı Bireye ve işe yönelik çıktılarla ilişkisinin incelenmesi: Deneysel Amprik bir çalışma Doktora tezi Gebze Teknik Üniversitesi SBE ss. 16-17.
- Fahjan,S. (2010). Identify the compatibility of professional and social responsibility, master, Palestine, Islamic University, p.39.
- Feki, I. (2014). Time Management, Wael Publishing House, p.23.

- İspir, Ö. ve diğ..(2019). The relationship of personality traits and entrepreneurship tendencies with career adaptability of nursing students, Nurse Education Today, 10.1016/j.nedt.2019.05.017.
- Kafrouny, N. (2016) Originality of thinking and their relationship motivated by curiosity, master, Damascus University, p. 36
- Kalafat, T. (2018). Kariyer Uyumu ve Kariyer İyimserliğinin Psikolojik Dayanıklılık ve Benlik Saygısı ile İlgili Bileşenleri, Uluslararası İnsan ve Davranış Bilimleri Dergisi, 4(2), s.31-41.
- Kalaycı, Ş. (2008). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaya Ç.ve diğ. (2014). Turkish Version of Career And Work Adaptability Quastionna (CWAQ): Validty and Reliability Study, E-İnternational Journal of Educational Research, p. 84.
- Laura N. ve diğ.(2012). The Career and Work Adaptability Questionnaire (CWAQ): A first contribution to its validation, Journal of Adolescence, Volume 35, Issue 6, December 2012, Pages 1557-1569
- Levene, R.A.(2015) Positive Psychology At Work: Psychological Capital and Thriving as Pathways to Employee Engagement, University of Pennsylvania, August 1, 2015, ScholarlyCommons, Master of Applied Positive Psychology (MAPP) Capstone Projects, pp. 2-46.
- Litman, J.A.(2007). Curiosity As A Feeling Of Interest And Feeling Of Deprivation :The I/D Model Of Curiosity,Issues In The Psychology Of Motivation,NovaScience Publishers,pp.149-156.
- Luthans, F. (2007). “Hope, Optimism and Other Business Assets: Why PsychologicalCapital is so Valuable to Your Company” Gallup Business Journal-Interview with Fred Luthans, January 11, <http://gmj.gallup.com>
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths, Academy of Management Executive, pp. 57-72.
- Mercan N.(2016). Psikolojik sermayenin kariyer uyum yeteneği ile ilişkisine yönelik bir araştırma, Global Business Research Congress, May 26-27, 2016 İstanbul, Turkey, ISSN: 2459-0762
- Ndlovu, V. ve Ferreira, N. (2019). Students’ psychological hardiness in relation to career adaptability. Journal of Psychology in Africa, 29(6), p.598-604.
- Nota, L. ve diğ.(2012).The Career and Work Adaptability Questionnaire (CWAQ): A first contribution to its validation, Journal of Adolescence, Volume 35, Issue 6, December 2012, pp 1557-1569

- Rochat, S. ve diğ. (2017). Determining Career Resilience, Psychology of Career Adaptability, Employability and Resilience, 10.1007/978-3-319-66954-0_8, pp 125-141.
- Prajapati, B. ve diğ. (2010). Sample Size Estimation and Statistical Power Analysis, Optometry Today, 16(7), 1-9.
- Rottinghaus, P.J ve diğ.(2011) Journal of Career Assesment Volume: 20 issue: 2, pp. 123-139.
- Safavi, H. P, Bouzari, M. (2019). The association of psychological capital, career adaptability and career competency among hotel frontline employees. Tourism Management Perspectives, 30 (February), 65–74. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.001>
- Saleh, R. (2016), Psikolojik sermayenin örgütsel bağlılığa ulaşma üzerindeki etkisi (Basra'daki Gübre Sanayii Genel Şirketi'nde yapılan bir saha çalışması) . Basra Üniversitesi, İşletme ve Ekonomi Fakültesi. İktisadi Bilimler Dergisi ,Cilt: 10, , Sayı: 41, s.8
- Savickas M. L. (1997). Career Adaptability: An Integrative Construct for Life-Span, Life-Space Theory pp:247-259
- Şahin Z. (2014), Kriz Yönetimi ve psikolojik sermaye arasındaki ilişki Harran üniversitesi SBE. s.69
- Taber B.J (2019), Career Counselling Interventions to Enhance Career Adaptabilities for Sustainable Employment, Handbook of Innovative Career Counselling pp 103-115.
- Taş, M.A. ve Alparslan, M. A.(2020). Kültürel Değerler, Psikolojik Sermaye ve Kariyer Uyum Yeteneği İlişisine Dair Bir Saha Araştırması. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18 (Özel Sayı), 417-440.
- Topaloğlu, T. Psikolojik sermaye: Psikolojik sermaye ile iş performansı arasındaki ilişkiye otantik liderliğin düzenleyici etkisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, s.21
- Zağlı, A. (2016). Psikolojik sermayenin çalışanın stresle başa çıkma, iş tatmini ve örgütsel bağlılığına etkisi. Muğla Büyük Şehir Belediyesi örneği Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi s.30
- Zhao, Z. and Hou, J. (2009). The study on psychological capital development on intrapreneurial team. International Journal of Psychological Studies, 1(2), pp.35-40.
- Zorver, C.E. (2011). Kariyer Uyum ve İyimserlik ölçeğinin geliştirilmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe üniversitesi Ankara, s.39.