



Sayı/Number 43

Mart/March 2021

ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

**P A M U K K A L E Ü N İ V E R S İ T E S İ
S O S Y A L B İ L İ M L E R E N S T İ T Ü S Ü D E R G İ S İ**

**P A M U K K A L E U N İ V E R S İ T Y
J O U R N A L O F S O C I A L S C I E N C E S I N S T I T U T E**



ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

PAMUKKALE UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

Sayı/ Number 43

Mart/March 2021

Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına
Prof. Dr. Nurten SARICA

Editörler

Prof. Dr. Naci KARKIN

Uluslararası hakemli bilimsel bir dergi olan PAUSBED ilk olarak 2008 yılında yayımlanmıştır. 2017 yılından itibaren E-dergi olarak yayımlanmaktadır. PAUSBED 2021 yılından itibaren yılda altı kez (Ocak, Mart, Mayıs, Temmuz, Eylül ve Kasım) yayımlanacaktır. Dergide yayımlanan çalışmalardan, kaynak gösterilmek şartıyla alıntı yapılabilir. Çalışmaların tüm sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

İngilizce Redaktör

Öğr. Gör. Ayşe YAVUZ

Sekreteryaya/Dizgi

Cansu EKİNCİ

DİZİNLENME

ULAKBİM TR DİZİN

EBSCO HOST

ASOS Index

Araştırmacı Bilimsel Yayın İndeks

Türk Eğitim İndeks

SOBIAD, İSAM

Yazışma Adresi

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kınıklı Yerleşkesi 20070

Kınıklı – DENİZLİ / TÜRKİYE

Tel. + 90 (258) 296 21 82 Fax. +90 (258) 296 39 66

pausbed.pau.edu.tr

DANIŞMA KURULU/ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Arif BİLGİN	Sakarya Üniversitesi, Türkiye Sakarya University, Turkey
Prof. Dr. Aylin ÖZMAN	Türk Eğitim Derneği Üniversitesi, Türkiye Turkish Education Association University, Turkey
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĐLU	Güney Florida Üniversitesi Sarasota-Manatee, ABD University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY	Washington Devlet Üniversitesi, ABD Washington State University, USA
Prof. Dr. Faye HAMMILL	Strathclyde Üniversitesi, İskoçya University of Strathclyde, Scotland
Prof. Dr. Francesco D'ANDRA	Salento üniversitesi, İtalya Univesity of Salento, Italy
Prof. Dr. Geri SMYTH	Strathclyde Üniversitesi, İskoçya University of Strathclyde, Scotland
Prof. Dr. Géza DÁVID	Eötvös Loránd Üniversitesi (Elte), Macaristan Eötvös Loránd University (Elte), Hungary
Prof. Dr. Kadir PEKTAŐ	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye Istanbul Medeniyet University, Turkey
Prof. Dr. Mehmet Ali ÜNAL	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye Pamukkale Univesity, Turkey
Prof. Dr. Mithat ÜNER	Atılım Üniversitesi, Türkiye Atılım University, Turkey
Prof. Dr. Nevin GÜNGÖR ERGAN	Hacettepe Üniversitesi, Türkiye Hacettepe University, Turkey
Prof. Dr. Orlin SABEV	Bulgar Bilimler Akademisi, Bulgaristan Bulgarian Academy of Science, Bulgaria
Prof. Dr. Sinan OLKUN	Ankara Üniversitesi, Türkiye Ankara University, Turkey
Prof. Dr. Vincent LUIZZI	Teksa Devlet Üniversitesi, ABD Texas State University, USA
Prof. Dr. Yıldıray ÖZBEK	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye Akdeniz University, Turkey
Prof. Dr. Tefvik DALGIÇ	Teksa at Dallas Üniversitesi, ABD University of Texas at Dallas, USA
Prof. Dr. Tuđrul İNAL	Hacettepe Üniversitesi, Türkiye Hacettepe University, Turkey
Prof. Dr. Zbigniew BIALAS	Katowice Silesia Üniversitesi, Polonya University of Silesia in Katowice, Poland
Prof. Dr. Yunus BALCI	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye Pamukkale Univesity, Turkey

YAYIN KURULU/EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Naci KARKIN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Ahmet DUMAN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. Asuman ALTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
Prof. Dr. Cem KILIÇ	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara
Prof. Dr. Bener GÜNGÖR	Atatürk Üniversitesi, Erzurum
Prof. Dr. Bülent GÜLOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul
Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Handan KUMAŞ	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Hüseyin Gazi TOPDEMİR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. İsmail ÇEVİŞ	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Mehmet YAVUZ	Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon
Prof. Dr. Metin EKİCİ	Ege Üniversitesi, İzmir
Prof. Dr. Selim KARAHASANOĞLU	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Antalya
Prof. Dr. Serkan BERTAN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK	Akdeniz Üniversitesi, Antalya
Prof. Dr. Tamer AKSOY	İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul
Doç. Dr. Ahmet YILMAZ	Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas
Doç. Dr. Dilek ÇETİNDAS	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Elif BOZYİĞİT	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Feyyaz KARACA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Gül AKTAŞ	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. A. Nazif ÇATIK	Ege Üniversitesi, İzmir
Doç. Dr. Hakan Mehmet KİRİŞ	Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
Doç. Dr. Sezen KARABULUT	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Sinem KANGALLI UYAR	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Aysel BAYTOK	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi F. Zeynep BİLGE	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KABA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Gökçen Kurtuluş ÖZTAŞKIN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Umut TEPEKULE	Pamukkale Üniversitesi, Denizli

ALAN EDITÖRLERİ/SECTION EDITORS

Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet ÖZTÜRK
Prof. Dr. Naci KARKIN
Prof. Dr. Handan KUMAŞ
Prof. Dr. İsmail ÇEVİŞ
Prof. Dr. Serkan BERTAN
Doç. Dr. Dilek ÇETİNDAS
Doç. Dr. Elif BOZYİĞİT
Doç. Dr. Feyyaz KARACA
Doç. Dr. Gül AKTAŞ
Doç. Dr. Sezen KARABULUT
Doç. Dr. Sinem KANGALLI UYAR
Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI
Dr. Öğr. Üyesi Aysel BAYTOK
Dr. Öğr. Üyesi Ece AKYOL
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KABA
Dr. Öğr. Üyesi Gökçen Kurtuluş ÖZTAŞKIN
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa İNCEKARA
Dr. Öğr. Üyesi Umut TEPEKULE

HAKEM KURULU/ARBITRATION COMMITTEE

Prof. Dr. Abdulcelil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet ŞAHBAZ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Gönen İlkar DÜNDAR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsine BÖREKÇİ	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Özgün BENER	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Pervin ÇAPAN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Sema SEVİNÇ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Taner ASLAN	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf TEPELİ	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Arif EREN	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. Arif SALDANLI	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Alptekin ULUTAŞ	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Dünder KÖK	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Elif BOYRAZ	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Doç. Dr. Hazan KURTASLAN YILDIRIM	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin GÜRBÜZ	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin ÖZTÜRK	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Iğın GÖKAŞAR	Boğaziçi Üniversitesi
Doç. Dr. İlkur ÖZAL GÖNCÜ	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Levent ATALI	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Zahit SERARSLAN	Mardin Artuklu Üniversitesi
Doç. Dr. NİLGÜN AVCI	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Özer KÖSEOĞLU	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Serpil TÜRKYILMAZ	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

HAKEM KURULU/ARBITRATION COMMITTEE

Doç. Dr. Sevda AKAR	Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Sevim GÜLLÜ	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Tarkan YAZICI	Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Veli YILANCI	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Yasemin MAMUR İŞIKÇI	Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Yeşer EROĞLU	İstanbul Rumeli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül DEMİR	Munzur Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Anıl Başaran	Yalova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Deniz AKGÜL	Ahi Evran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Duygu ULUSOY YILMAZ	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi ERCAN KESER	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erdal BARAN	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hicran HAMZA ÇELİKİYAY	Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Meltem UZUNOĞLU ERTEN	Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Osman Berna İPEKTEN	Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özge TURHAN	İstanbul Gelişim Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Perihan Hazel KAYA	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Rukiye ÇELİK	Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Serkan TÜRKMEN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zekai ŞENOL	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Alptekin DEVELİ	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Filiz YILDIZ CONTUK	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Ceren Deniz TATARLAR	Ege Üniversitesi
Dr. Sena TÜRKMEN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

İÇİNDEKİLER /CONTENTS

Araştırma Makaleleri-Research Articles

Abdurrahman ÇALIK, Hossein MEHRİ, Emrullah KIPÇAK.....	1
İş Kazaları ve Meslek Hastalıklarının Oluşumuna Etki Eden Faktörler: ISO ve OHSAS Uygulamalarının Etkileri <i>The Factors Affecting the Formation of Occupational Accidents and Occupational Diseases: The Effects of ISO and OHSAS Applications</i>	
Adem ÖZBEK.....	27
Finansal Sağlığı Etkileyen Faktörlerin Bireyin Finansal Öz Yeterliliği Üzerindeki Etkilerinin Tespit Edilmesi <i>Determination of the Factors Affecting Financial Health on the Effects of the Individual Financial Self-Sufficiency</i>	
Afet Ayçe BAŞALP, Asena ALTIN GÜLOVA.....	39
Yönetici Yetkinliklerinin Geliştirilmesinde Zorlu Görevler ve Erişimi ile Öğrenme Odaklılık ve Geri Bildirimin Rolü <i>The Role of Goal Orientation and Feedback with Developmental Challenge and Access in Developing Managerial Competencies</i>	
Ali TOKER, Harun SULAK.....	61
Farklı Türde Reklam Filmlerinin Etkinliğinin ve Hatırlanabilirliğinin Göz İzleme ve Anket Yöntemi ile Analizi <i>Analysis of Effectiveness and Rememberability of Advertising Films in Different Types by Eye Tracking and Survey Method</i>	
Bahar GÜDEK, Esra KAYHAN BİRCAN.....	93
Müzik Öğretmeni Adaylarının Müziği Öğrenme Stratejilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi <i>An Analysis of Music Learning Strategies of Music Teacher Candidates with Considering Different Variables</i>	
Barış AĞIR.....	107
Agency of The Bodies: Materiality in Ruth Ozeki's All Over Creation <i>Bedenlerin Eyleyciliği: Ruth Ozeki'nin All Over Creation Romanında Maddesellik</i>	
Cemali BUZLUKÇU, Cevdet AVCIKURT.....	117
Yavaş Şehirlerde Yerel Halkın Yer Kimliği ve Topluluğa Bağlılıklarının Sürdürülebilir Turizm Tutumlarına Etkisi: Seferihisar'da Bir Araştırma <i>The Effect of Residents' Place Identity and Community Attachment on Sustainable Tourism Attitude in Cittaslows: A Research in Seferihisar</i>	
Çınar GARİP, Serdar PİRTİNİ, Burçin KAPLAN.....	139
Tedarik Zinciri Dayanıklılığı, Tedarik Zinciri Bütünleşmesi ve Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisi <i>The Effect of Supply Chain Resilience, Supply Chain Integration and Green Marketing Orientation on Competitive Advantage</i>	
Emin YAŞ.....	163
Türkçede Bazı Dil Bilgisel Kategorilerin Değişimi: Zarf İşlevli Kelimeler <i>The Change of Some Grammatical Categories in Turkish: Words with Adverbial Functions</i>	
Emrullah YAKUT.....	179
Klasik Türk ve Fars Edebiyatlarında İnsanın Eğitilebilirliği ve Bir Mübalağa Unsuru Olarak Terbiye Kudreti <i>Educability of Human in Classical Turkish and Persian Literatures and the Power to Educate as an Element of Exaggeration</i>	

İÇİNDEKİLER /CONTENTS

Araştırma Makaleleri-Research Articles

Gökhan AKAR.....	191
Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Turizm Arasındaki İlişki:Türkiye Örneği <i>The Relationship Between Foreign Direct Investment and Tourism: The Case of Turkey</i>	
Hakan CAVLAK, Başak ATAMAN.....	205
Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi ve Bir Uygulama <i>Turkish Guidelines on Alternative Performance Measures and an Application</i>	
Hakan ERYÜZLÜ, Aysun KURTOĞLU.....	227
E-Ticaret ve Bireysel Kredilerin Çok Yönlü İlişkileri: Türkiye Örneği <i>Multidirectional Relationships of E-Commerce and Consumer Loans: The Case of Turkey</i>	
Hidayet GÜNEŞ, Murat KAYA.....	239
Döviz Kuru Getiri ve Volatilitesinde Uzun Hafıza Testi: 2008 Küresel Finans Krizine İlişkin Bir Araştırma <i>Testing Long Memory in Exchange Rate Return and Volatility: A Research on the 2008 Global Financial Crisis</i>	
Hüsnü BİLİR, Mehmet ŞAHİN.....	263
Politik Ekonomiye Schumpeterci Bir Bakış: Kapitalizm ve Siyasi Elitler <i>A Schumpeterian Approach to Political Economy: Capitalism and Political Elites</i>	
Özge ADA, Kadir YILDIZ, Pınar GÜZEL, Selhan ÖZBEY.....	277
Sporcu Bakış Açısıyla Kadın Algısı <i>Perception of Women from an Athlete's Perspective</i>	
Murat TURNA.....	293
Bir Jön Türk'ün Gözüyle Yahudiler <i>The Jews Through the Perspective of a Young Turk</i>	
Nazlı KEYİFLİ.....	303
OECD Ülkelerinde Doğal Afetlerin Bütçe Açıkları Üzerine Etkisi: Dinamik Panel Veri Analizi <i>The Effect of Natural Disasters on Budget Deficits in OECD Countries: Dynamic Panel Data Analysis</i>	
Oya YILDIRIM.....	319
Ulusal Alan Yazında Spor Turizminin Gelişimi: Lisansüstü Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz <i>The Development of Sports Tourism in National Literature: A Bibliometric Analysis on Postgraduate Theses</i>	
Sabrina KAYIKÇI.....	333
Türkiye'de İnfluenza Pandemisi Politikası Analizi: Covid-19 Örneği <i>An Analysis of Turkey's Influenza Pandemic Policy: The Covid-19 Case</i>	
Sultan KUZU YILDIRIM, Yonca ERDEM DEMİRTAŞ.....	347
Türkiye'de Kara Yolu Yolcu Taşımacılığı Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerinin Araştırılması <i>Analysis of Satisfaction Levels of Road Passenger Transportation Services in Turkey</i>	
Talha BAYIR, Yavuz CÖMERT.....	359
Etnosentrizm, Siyasi Eğilim ve Yaşanılan Şehir Tüketim Davranışını Etkiler Mi? Ulusal ve Uluslararası Markalar Üzerine Bir Araştırma <i>Does Ethnocentrism, Political Tendency and City of Residence Affect Consumption Behaviour? A Research on National and International Brands</i>	

İÇİNDEKİLER /CONTENTS

Araştırma Makaleleri-Research Articles

Tülay EKİCİ.....	381
Ses Eğitiminde Bir Öğretim Yöntemi Olarak Sözel İmgeler <i>Verbal Imagery as a Teaching Method in Voice Education</i>	
Ufuk BAŞAR.....	405
İş Geliştirme Uzmanlarının Mesleki Özdeşleşmeleri ile Duygusal Emekleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Görgül Bir Araştırma <i>An Empirical Research on the Relationship Between Business Development Specialists' Professional Identification and Emotional Labor</i>	
Serdar ÖZTÜRK, İlgı BAYSAN.....	417
2003-2017 Döneminde Türkiye'deki Et İthalatı: Granger Nedensellik Analizi <i>The Meat Import in Turkey in the Period of 2003-2017: A Granger Causality Analysis</i>	



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.11.2019 ✓Accepted/Kabul:22.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.651320

Araştırma Makalesi/ Research Article

Çalık, A., Mehri, H. ve Kıpçak, E. (2021). "İş Kazaları ve Meslek Hastalıklarının Oluşumuna Etki Eden Faktörler: ISO ve OHSAS Uygulamalarının Etkileri", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 1-26.

İŞ KAZALARI VE MESLEK HASTALIKLARININ OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER: ISO VE OHSAS UYGULAMALARININ ETKİLERİ

Abdurrahman ÇALIK*, Hossein MEHRİ**, Emrullah KIPÇAK***

Öz

Yapılan bu çalışmanın amacı iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden genel geçer faktörleri İran'da faaliyet gösteren iki maden işletmesine göre test etmek ve sadece bir işletmede kullanılan ISO ve OHSAS uygulamalarının iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörleri engellemede ne kadar etkili olduğunu ISO ve OHSAS kullanmayan işletmeye kıyasla ortaya koymaktır. 2019 yılına ait çalışmada iki işletme çalışanlarına uygulanan 310 değerlendirme ölçeğinden elde edilen veriler ayrı ayrı değerlendirilmiş ve son olarak ISO ve OHSAS uygulamalarına yönelik genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmada sonuç olarak ISO ve OHSAS kullanan ve kullanmayan işletme çalışanlarının cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma sürelerine göre iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden bazı faktör değerlendirmeleri arasında anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. İşletme çalışanlarının iş yerlerinde ISO ve OHSAS uygulamasının var olup olmadığından haberdar olmalarına göre oluşturulan yapılan genel değerlendirmelerde ise iş yerlerinde ISO ile OHSAS uygulamalarının uygulandığının farkında olan çalışanların bu iki uygulamanın iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörleri engellemede etkili olduklarını belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: İş Kazaları, Meslek Hastalıkları, ISO, OHSAS.

THE FACTORS AFFECTING THE FORMATION OF OCCUPATIONAL ACCIDENTS AND OCCUPATIONAL DISEASES: THE EFFECTS OF ISO AND OHSAS APPLICATIONS

Abstract

The purpose of this study is to test the general valid factors affecting the formation of occupational accidents and occupational diseases according to two mining companies operating in Iran and how effective ISO and OHSAS applications used in only one operation are in preventing the factors affecting the occurrence of occupational accidents and occupational diseases. and compared to the business that does not use OHSAS. In the study of 2019, data obtained from 310 evaluation scales applied to two business employees were evaluated separately and finally, a general evaluation was made for ISO and OHSAS applications.

*Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, VAN.

e-posta: acalik@yyu.edu.tr tlf: 0530 350 11 21 (<https://orcid.org/0000-0003-2829-0073>)

**Doktora Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, VAN.

e-posta: h.mehri@hotmail.com tlf: 0535 815 79 19 (<https://orcid.org/0000-0003-4068-8797>)

***Doktora Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, VAN.

e-posta: emrullahkipcak@gmail.com tlf: 0542 823 70 63 (<https://orcid.org/0000-0002-4543-9020>)

As a result, significant differences were found between factor evaluations affecting the occurrence of occupational accidents and occupational diseases according to gender, education level and working time of business employees using and not using ISO and OHSAS. According to the general evaluations made according to the fact that business employees are aware of the existence of ISO and OHSAS application in their workplaces, they stated that employees who are aware of the application of ISO and OHSAS practices in their workplaces are effective in preventing the factors affecting the occurrence of occupational accidents and occupational diseases.

Keywords: *Occupational Accidents, Occupational Diseases, ISO, OHSAS.*

1.GİRİŞ

İşletmeler toplumun birçok ihtiyacını karşılamada etkin bir rol oynamaktadırlar. İşletmelerin en temel girdi faktörlerinden birisi iş gücüdür. Bir işletmenin kapasitesini optimal düzeyde kullanabilmesinde etkin rol oynayan iş gücü, işletmenin bazı durumlarından etkilenebilmektedir. Bu durumlardan bazıları iş yerinde gerçekleşen iş kazaları ve meslek hastalıklarıdır.

İş kazaları ve meslek hastalıkları getirdiği sonuçlar itibariyle ülkelerin kalkınmalarında engel oluşturduğu için iş sağlığı ve güvenliği konuları tüm dünyada gittikçe daha fazla önem verilen bir konu haline gelmiştir (Sevinç, Bozkurt ve Sevinç, 2016: 1)

Birleşmiş Milletler 'in 70 yılı, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 90 yılı aşan çabalarına rağmen iş kazaları ve meslek hastalıkları önlenememiştir. Uluslararası Çalışma Örgütü verilerine göre dünyada her 15 saniyede 160 işçi iş kazası geçirmekte, her gün yaklaşık 6 bin 400 kişi iş kazası veya meslek hastalıkları nedeniyle yaşamını kaybetmektedir. Çoğunlukla gelişmekte olan ülkelerde olmak üzere her yıl zehirli maddelerden dolayı 651 bine yakın işçi yaşamını yitirmekte ve dünyada meydana gelen cilt kanseri hastalıklarının %10'unun işyerindeki zehirli maddelerle temas yüzünden ortaya çıktığı saptanmıştır (TMMOB Makine Mühendisleri Odası, 2018: 1-2).

İş sağlığı ilgili ilk tanım 1950 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü ve Dünya Sağlık Örgütü İş Sağlığı ve Güvenliği Ortak Komitesi tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre iş sağlığı, "bütün mesleklerde çalışanların bedensel, ruhsal ve sosyal olarak iyilik durumlarını sürdürme ve daha üst düzeylere çıkarma çalışmalarıdır." 1995 yılında yeniden düzenlenen tanıma göre "iş sağlığı, işçi sağlığının ve çalışma kapasitesinin korunması ve iyileştirilmesi, işin ve iş ortamının, sağlık ve güvenliğin sağlanmasına uygun olacak şekilde düzenlenmesi, iş organizasyonlarının ve çalışma kültürünün, iş sağlığını ve güvenliğini destekleyecek yönde geliştirilmesi" olarak tasarlanmıştır (Sevinç vd. 2016: 2).

Yapılan işlerin zorluk dereceleri veya içinde barındırdığı riskler iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olabilmektedir. İş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunda birçok faktör etkili olabilmektedir. İşletmeler bu faktörleri en aza indirmek ve daha verimli bir çalışma ortamı sağlamak için bir takım uygulamalar kullanabilmektedirler. Bu uygulamalardan bazıları ISO ve OHSAS gibi uluslararası standartları içeren uygulamalardır. Daha verimli, sağlıklı bir iş ortamı ve iş düzeni için etkin bir uygulama olan ISO ve OHSAS işletmelere birtakım şartlar ve kurallar benimsetilerek uygulanmaktadır. Kaliteli bir üretim standardı olan ISO ve sağlıklı bir iş ortamı sağlamada bir takım standartlara sahip OHSAS kullanımı işletmelerin hem tüketicilerine hem de çalışanlarına güven veren ve fark yaratan uygulamalardır.

İş kazaları ve/veya meslek hastalıklarına yönelik yapılan çalışmalarda genellikle hangi durumların ihmal edildiği ya da hangi faktörlerin daha çok önemsendiği üzerine yoğunlaşmaktadır. Yapılan işlere göre farklı faktörlerin ön plana çıkabileceği muhtemel bir sonuçtur. Farklı iş sektörleri, farklı iş kazalarını ve farklı meslek hastalıklarını içinde barındırabilir. Tüm iş sektörleri için genel bir tablo ortaya çıkarmak mümkün olmasa da yapılan işe göre iş kazaları ve/veya meslek hastalıklarına neden olabilecek uygun faktörler ortaya koymak mümkündür.

Yukarıda belirtilen bilgiler ve gerekçeler ışığında yapılan çalışmada temel amaç, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna neden olabilecek bazı faktörleri test etmek ve bu faktörlerin etkinliğini azaltmak veya ortadan kaldırmak için ISO ve OHSAS uygulamalarının ne kadar etkili olabileceğini kanıtlamaktır.

Yapılan çalışmada İran'da faaliyet gösteren iki maden işletmesinde iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna yönelik riskler göz önüne alınarak bazı faktörler incelenmiştir. Literatürde kullanılmış olan bu faktörler, işletme çalışanlarının demografik durumlarına ve iş yerindeki çalışma sürelerine göre değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmanın özgün değerini oluşturmak açısından ISO ve OHSAS uygulamalarının uygulandığı sadece bir işletmede bu uygulamaların bilincinde olan ve olmayan çalışanların, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna neden olabilecek faktörlere yönelik tutumları da değerlendirilmiştir.

2. İŞ KAZALARI

Kaza; "planlanmamış, kontrol dışı ve beklenmedik davranışlar veya teknik arızalardan dolayı meydana gelen ve nihayetinde bir sakatlık, ölüm ya da tahribat olmamasına rağmen belirli bir faaliyetin neticelendirilmesini engelleyen olaylar zinciridir" (Akyan, 2002: 81). Diğer bir tanımlamaya göre ise kaza; yaralanan kişinin iradesine bakılmaksızın, aniden veya nispeten kısa bir süre içinde meydana gelen ve yaralanma, zehirlenme veya herhangi bir (fiziksel veya zihinsel) sağlık hasarına veya ölüme neden olan, insan vücudu üzerindeki etkiler olarak tanımlanmıştır (János, 2016: 206).

İş kazası ise; «sistemin ve sistemin içindeki bireylerin zarar görmesine neden olan, yapılması gereken görevlerin aksamasına neden olan, beklenmedik olaylar olarak tanımlanmaktadır» (Sabancı, 1999: 490). Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization) ise iş kazalarını "önceden planlanmamış, kişisel yaralanmalara, makinelerin araç ve gereçlerin zarara uğramasına, işletmelerde üretimin bir süre durmasına yol açan olaydır" diye tanımlanmıştır (Yılmaz, 2006: 42).

İş kazaları gelişen teknoloji, işyerlerinde kullanılan çeşitli makine ve teçhizatların sayıca artması ve işin spesifik durumundan kaynaklanan çevresel faktörlerin etkisi ile artmaktadır (Devebakan, 2007: 24). Üretim ortamlarında gerekli ve yeterli güvenlik önlemlerinin alınmamış olması, hatalı eylemler, bireysel yeteneksizlikler, teknik sorunlar gibi nedenlerle meydana gelen iş kazaları, işletmelerin imajına zarar vererek, verimliliğini azaltmaktadır (Aybek, Güvercin ve Hurşitoğlu, 2003: 92). Bu sebepler arasında üretimin vazgeçilmez değerli girdilerinden biri olan çalışanların üretim sürecinde karşılaşılabilecekleri olası kazalara karşı güvenliklerinin sağlanmış olması en doğal hakları olarak görülmektedir. Çünkü çalışanlar, sadece üretim aracı değil aynı zamanda amacındırlar (Dizdar ve Kurtgöz, 2005: 51).

3. MESLEK HASTALIKLARI

Meslek hastalığı, "yapılan işin niteliğine göre ortaya çıkabilen ve işin yürütüm şartları nedeniyle çalışanın uğradığı geçici veya sürekli hastalık, sakatlık halleri" olarak tanımlanabilmektedir (Lale, 2007: 35).

Uluslararası Çalışma Örgütü meslek hastalıklarını "zararlı bir etkenle bundan etkilenen insan vücudu arasında, çalışılan işe özgü bir neden-sonuç, etki-tepki ilişkisinin ortaya konabildiği hastalıklar grubu olarak nitelendirmektedir (Tarım, 2017: 55).

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, bir meslek hastalığı, öncelikle iş faaliyetinden kaynaklanan risk faktörlerine maruz kalmanın bir sonucu olarak ortaya çıkan herhangi bir hastalıktır. İşle ilgili hastalıkların birçok nedeni vardır ve çalışma ortamındaki faktörler, diğer risk faktörleriyle birlikte, bu tür hastalıkların gelişiminde veya kötüleşmesinde rol oynayabilir (Oksa, Sauni, Talola, Virtanen, Simo ve Jaakko, 2019: 1). Meslek hastalıkları dünya genelinde tartışmalı bir konu olmakla birlikte hangi hastalıkların meslek hastalıkları arasında gösterilmesi gerektiği hakkında hiçbir ülkede kesin bir kanaat görülmemektedir. Geçerli olan kurallara göre bir hastalığın meslek hastalığı sayılabilmesi için o hastalığı doğrudan doğruya oluşturacak etkenin o işletme ortamından kaynaklandığının kanıtlanması gerekmektedir (Şahbaz, 2001: 18).

Çalışma ortamında oluşan meslek hastalıklarının önemli olmaları, önlenebilir olmalarından kaynaklanmaktadır. İşletmelerde yeni ve daha güvenli teknolojilerin kullanılması, eğitim aktiviteleri, yasal yaptırımların artması, iş sağlığı ve iş güvenliği politikalarının oluşturulmaya başlanması gibi gelişmelerle kesin olarak korunması mümkün olan hastalıklardır (Özdemir ve Topçuoğlu, 2009: 65). Meslek hastalıklarını iş kazalarından ayıran özelliği, hastalık etkeninin devamlı olması, hastalığın ilerleyici oluşu ve başlangıç tarihinin kesin olarak saptanamamasıdır (Sağlam, 2009: 16).

4. ISO

ISO (International Organization for Standardization) Uluslararası Standart Organizasyonudur. ISO 9000 "imalat ve hizmet endüstrilerinde kalite güvencesi için kurulmuş, kapsamlı bir standartlar kümesidir." ISO 9000 serileri, bir firmanın kalite sistemini geliştirmesini, belgelemesini ve çalıştırılmasını ister, yani firma içinde yönetiminin kalite tetkik uygulamaları için sahip olduğu sorumluluktan, satın alma politikalarından, eğitime kadar uzanan kalite yönetimi uygulamalarının tümünü kapsar (Sanders, Judith ve Richard, 1994: 19).

Tablo 1: ISO'nun (Uluslararası Standartlar Organizasyonu) Tanımına Göre ISO 9000 Serisi

ISO 9000 SERİSİ STANDARTLARI	
ISO 9000	Kalite Yönetimi ve Kalite Güvencesi Standartları Seçim ve Kullanım Kılavuzu
ISO 9001	Kalite Sistemleri-Tasarım/Geliştirme, Üretim Tesis ve Hizmette Kalite Güvencesi Modeli
ISO 9002	Kalite Sistemleri, Üretim ve Tesiste Kalite Güvencesi Modeli
ISOC9003	Son Muayene ve Deneylerde Kalite Güvencesi Modeli
ISO 9004	Kalite Yönetimi ve Kalite Sistemleri Elemanları Kılavuzu
ISO 9004-2	Hizmetler İçin Kılavuz Kalite Sözlüğü
ISO 9005	Kalite Sözlüğü
ISO10011-1	Kalite Sistemleri Tetkiki-Kılavuz, Kalite Sistemi Tetkikçileri İçin Nitelendirme Kriterleri
ISO 10012-2	Kalite Sistemleri Tetkiki-Kılavuz, Kalite Sistemi Tetkikçileri İçin Nitelendirme Kriterleri
ISO 10011-3	Kalite Sistemleri Tetkiki-Kılavuz, Tetkik Programlarının Yönetimi

Kaynak: Özkan (2008), Toplam Kalite, s. 150

Bu standartların temel amacı, her türlü organizasyona etkili kalite yönetim sistemleri uygulamak ve işletmek için yardımcı olmaktır. Bu standartlar, ulusal standart kurumlarından uluslararası bir temsilciler komitesi tarafından onaylanmış kalite yönetimi alanındaki kavramların birleştirilmesi ve iletilmesi için bir araç sağlamaktadırlar. Onların amacı sertifikasyon, danışmanlık, eğitim ve yayıncılık sektörlerini desteklemek değildir. Standartların birincil kullanıcıları, müşteriler veya tedarikçiler olarak hareket eden organizasyonlar olarak tasarlanmıştır (Hoyle, 2001: 80).

5. OHSAS

OHSAS (İş Sağlığı ve Güvenliği Değerlendirme Serisi) 18001 "Kanunlara adaptasyonun sağlanması ve şirketi koruyan bir sistemin kurulması için kaza, mahkemelik olay ve zaman kaybı riskini azaltabilen bir yönetim sistemidir."

OHSAS 18001 spesifikasyonu ve buna ait OHSAS 18002 kılavuzu, müşterilerin kuruluşlardan kabul edilebilir, denetlenebilir ve belgelendirilebilir bir iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi talep etmeleri sonucunda geliştirilmiştir.

OHSAS'ın yararları şöyle sıralanabilir (Filizler, 2015: 41-43):

1. Çalışanları işyerinin olumsuz etkilerinden ve kazalardan koruyarak, rahat ve güvenli bir ortamda çalışmalarını sağlamak.
2. Çalışan motivasyonu ve çalışanların katılımını sağlamak.
3. İş kazaları ve meslek hastalıkları sebebiyle oluşabilecek iş ve işgücü kayıplarını en aza indirgeyerek, iş veriminde artışın sağlanması ve maliyetlerin düşürülmesi.
4. Çalışma ortamında alınan tedbirlerle, işletmeyi tehlikeye sokabilecek yangın, patlama, makine arızaları vb. durumlarının ortadan kaldırılması neticesinde işletme güvenliğinin sağlanması.
5. Ulusal ve Uluslararası yasa ve standartlara uyum sağlamak.

6. İş performansını artırmak.
7. Diğer işletmeler ve müşterilere karşı duyarlı, sorumlu bir imaj yaratmak.
8. Rakiplere karşı güçlendirilmiş işletme imajı ile üstünlük sağlamak.
9. Resmi makamlar önünde kuruluşun iş güvenliğine olan duyarlılığını kanıtlamak.
10. Davalara sebep olabilecek kaza riskini azaltmak.
11. İş kazası ve meslek hastalıklarının oldukça yüksek maliyetlerini en aza indirmek.
12. Kârlılığı artırmak.
13. İş sağlığı ve güvenliği çalışmalarını diğer faaliyetlere entegre ederek kaynakların korunmasını sağlamak.

6. İŞ KAZALARI VE MESLEK HASTALIKLARI ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Yapılan literatür çalışması neticesinde iş kazaları ve meslek hastalıkları veya iş güvenliği ve iş sağlığı adı altında bazı çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalara aşağıda kısaca değinilmiştir.

Cerev ve Yıldırım (2018) çalışanların kişisel özelliklerinin iş kazası ve meslek hastalıklarına etkisi üzerine yaptıkları çalışmada iş kazaları ve meslek hastalıklarına ilişkin belirli yılların verileri üzerinden demografik faktörlerle ilişkisini değerlendirmişlerdir. Netice olarak, iş kazaları ve meslek hastalıkları sayılarının demografik özelliklere göre farklılaştığını tespit edip, yaş, cinsiyet ve eğitim durumu faktörlerinin, iş kazası ve meslek hastalığı geçirmede önemli birer etken olduklarını belirtmişlerdir.

Karacan (2018) iş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesinde ergonomik koşulların etkisini inceleyerek iş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesindeki faktörlerden ergonomik faktörlerin çalışanı fiziksel ve psikolojik açıdan etkilediğini ve ergonomik faktörlerin çalışanlara uygun düzenlenmesi durumunda iş kazaları ve meslek hastalıklarının önemli ölçüde azalacağı belirtmiştir.

Bilim, Dündar ve Bilim (2018) yaptıkları çalışmada Türkiye'deki maden sektörlerinde meydana gelen iş kazaları ve meslek hastalıklarını analiz etmişlerdir. Madencilik sektörünün doğası gereği en riskli iş kollarından biri olduğuna değindikleri çalışmada maden sektörünün iş güvenliği açısından durumunu diğer bazı sektörler ile karşılaştırılarak yorumlamışlardır. Sonuç olarak iş kazalarında az da olsa bir azalma eğilimine girildiği belirtip bunun daha yüksek bir düşüş eğilimine girebilmesi için yapılması gerekenler noktasında bazı önerilerde bulunmuşlardır.

Tarım (2017) yaptığı çalışmada kimya sektöründe iş kazaları ve meslek hastalıklarını ele almıştır. Kimyasalların üretimde kullanımının artmasıyla çevre ve sağlığa zararları da ortaya çıktığını belirten araştırmacı, yaptığı literatür araştırması neticesinde devletin bu alanda oluşturduğu yasaların yeterli olmayacağını ve bu alanda yapılacak denetimlerin artırılması gerektiğini belirtmiştir.

Çoban ve Kartal (2016) yaptıkları çalışmada seçilmiş ülke örneklerinden hareketle iktisadi gelişmişlik-iş sağlığı ve güvenliğini sağlamaya yönelik alınan kararlar ve gerçekleşen ölümlü iş kazası sayıları arasındaki etkileşimi gözlemlemişlerdir. Sonuç olarak ele alınan ülke örneklerinde yaşanan ölümlü iş kazaları sayılarının azaldığı sonucuna ulaşılmış olup; en önemli gelişmenin İngiltere'de yaşandığı tespit etmişlerdir.

Kayhan ve Demirer (2016) çalışmalarında polimer işleme sektöründe karşılaşılan meslek hastalıklarının neler olduğunu, hastalığa sebep olabilecek etkenlerin ana kaynağının sebeplerini, meslek hastalıklarının azaltılmasında işveren ve çalışana düşen yükümlülüklerin neler olabileceği araştırmışlardır. Yaptıkları literatür araştırması neticesinde iş kazaları olarak; yanıklar, kesikler, uzvun kopması ya da sıkışması, göze eriyik sıçraması, işitme kaybı hastalık olarak; kanserler, hormon bozuklukları, solunum problemleri, dermatolojik rahatsızlıklar tespit etmişlerdir. Bunlardan korunmak için ise yapılacak en etkili yaklaşımın temasın önlenmesi olduğunu belirtmişlerdir.

Gençer (2014) imalat sektörü üzerine yaptığı çalışmada iş sağlığı ve işçi güvenliği yönetim sistemi ile kalite yönetim sistemi kapsamında bir araştırma gerçekleştirmiştir. Hem yöneticiler, hem de çalışanlar üzerine yapılan uygulama neticesinde iş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesinde yönetim sistemlerinin önemli bir etkisinin olduğunu ve iş kazalarının çoğunluğunun dikkatsizlikten kaynaklandığını belirtmiştir.

Karadeniz (2012) çalışmasında dünyada ve Türkiye’de iş kazaları ve meslek hastalıkları ile sosyal koruma yetersizliğini ele almıştır. Çalışmada iş kazaları ve meslek hastalıklarının gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere göre incelendiği ve sonuç olarak gelişmiş ülkelerde sosyal korumanın diğer ülkelere göre daha iyi olduğu ve Türkiye’de ise sosyal koruma yetersizliğinin tahmin edilenden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Ceylan (2011) çalışmasında Türkiye’deki iş kazalarını gelişmiş ülkelerdeki iş kazalarıyla kıyaslamıştır. Çalışmada Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) kriterleri göz önünde bulundurmuş ve Türkiye’deki iş kazalarının gelişmiş ülkelere oranlara daha fazla olduğu yargısına varmıştır.

Karacan ve Erdoğan (2011) çalışmalarında işçi sağlığı ve iş güvenliğinin insan kaynakları faktörleriyle çözümlenmesine yönelik bir araştırma yapmışlardır. Çalışmada insan kaynakları faktörlerinin etkinliği irdelenmiş ve uygun insan kaynakları uygulanmasının iş güvenliği kültürü oluşturmada önemli olduğunu belirtmişlerdir.

7. AMAÇ, YÖNTEM VE BULGULAR

Her sektöre ve organizasyona uygulanabilen ISO, iş sağlığı ve güvenliği faaliyetlerinin işletmenin genel stratejileri ile uyumlu hale getirildiği, sistematik ve sürekli iyileşmeyi hedefleyen etkin bir iş sağlığı ve güvenliği yönetim aracıdır. Bu standart yardımıyla kaza ve hastalık risklerinin belirlendiği, analiz edilip önlem alınarak en düşük seviyeye indirildiği, yasal mevzuata uyumlu bir yönetim sistemi kurmak mümkündür. ISO’nun temel amacı, İSG ile ilgili yerel ve uluslararası yasal mevzuat ve standartları da göz önünde bulundurarak, işletmedeki söz konusu riskleri azaltmak ve hatta ortadan kaldırarak, çalışanlar için sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı oluşturmak ve bu durumun devamlılığını sağlamaktır (Yılmaz, 2019: 87).

OHSAS uygulamaları, iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemlerini denetleyebilen bir standart olması sebebiyle çalışanlar, işletmelere birçok fayda sağlamaktadır. OHSAS uygulamaları neticesinde çalışanlar işyerinin olumsuz etkileri ve kazalarından korunur, rahat ve güvenli bir ortamda çalışma imkânı bulurlar. Ayrıca çalışma ortamlarında alınan tedbirlerle, işletmede tehlike yaratabilecek, yangın, patlama, makine arızaları gibi durumların ortadan kaldırılması sonucunda işletme güvenliğini sağlanması ve iş kazaları ve meslek hastalıkları sonucunda karşı karşıya kalınan maliyetleri en alt seviyelere indirgenmesi mümkündür (Aydemir, 2008: 50-51).

ISO ve OHSAS uygulamalarının işletmelere sağladığı bu faydalar göz önünde bulundurularak yapılan çalışmanın amacı; iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörlerin işletme çalışanları açısından değerlendirilmesi ve iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede ISO ve OHSAS’ın etkisini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında aşağıda belirtildiği şekilde hipotezler oluşturulmuştur.

H₁: ISO uygulamalarının bilincinde olan işletme çalışanlarının, ISO uygulamaların bilincinde olmayan çalışanlara göre iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olabilecek faktörleri engellemede ISO uygulamalarının etkin olabildiğini daha yüksek değerlendirmektedirler.

H₂: OHSAS uygulamalarının bilincinde olan işletme çalışanlarının, OHSAS uygulamaların bilincinde olmayan çalışanlara göre iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olabilecek faktörleri engellemede OHSAS uygulamalarının etkin olabildiğini daha yüksek değerlendirmektedirler.

Çalışmadan sağlıklı veriler elde etmek için Gençer’in 2014 yılında “Kalite Yönetim Sistemi ile İş Sağlığı ve İşçi Güvenliği Yönetim Sisteminin İmalat Sektöründe İş Kazası ve Meslek Hastalıklarının Etkisinin Araştırılması” isimli yüksek lisans tez çalışmasında yöneticiler ve çalışanlar için ayrı ayrı oluşturduğu iki ölçekten sadece çalışanlar (işçiler) için kullanılan ölçeğe ait sorulardan faydalanılmıştır. Çalışmasında çelik imalatı yapan iki işletmeyi ele alan Gençer’in çalışanlara uyguladığı ölçeğin güvenilirliği 0,675’dir (Gençer, 2014: 32-33).

Ölçek İran'da faaliyet gösteren iki maden işletmesine uygulandığı için iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek 5 faktörün belirlenmiş olduğu ölçekteki sorular çalışmada yer alan İranlı araştırmacılardan birinin yardımıyla Farsçaya çevrilmiştir. İlk üç soru cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma süresi ile ilgilidir. Geri kalan 32 sorunun 30'u belirlenmiş 5 faktöre (kişisel koruyucu donanımlar, motivasyon etkileri, işyerinden kaynaklanan etkiler, yönetsel etkiler, eğitimden kaynaklanan etkiler) ait sorulardır. Diğer 2 soru ise ISO ve OHSAS uygulamalarına (İşletmemizde ISO ve OHSAS Uygulamalarının kullanıldığı bilincindeyim) ve bunların etkilerine (ISO ve OHSAS uygulamalarının iş kazaları ve meslek hastalıklarına etki eden faktörleri engellemede etkili midir) aittir.

Çalışmada örneklem büyüklüğünü hesaplamak için istatistik programı olan surveysystem kullanılmıştır. Eğer örnekleme çerçevesi dijital veri tabanı şeklinde ise ya da istatistik programları tarafından okunabilecek formatta hazırlanmışsa, basit tesadüfi örnekleme bilgisayar tarafından otomatik olarak gerçekleştirilebilir. Bilgisayar programı, örnekleme çerçevesindeki öğeleri numaralandırabilir, kendi tesadüfi numaralarını belirleyebilir ve seçilen öğeleri yazılı veya dijital olarak araştırmacıya sunabilir (Newman ve Benz, 1998).

Çalışmada görev alan İranlı araştırmacının sahip olduğu iki maden işletmesinde toplamda 480 çalışanın olduğu ve yapılan çalışmada örneklem büyüklüğünü belirlemek için basit ölçüm hesaplamasını sağlayan program kullanılarak %95 güven düzeyi üzerinden yapılan hesaplama ile 214 örneklemin yeterli olduğu görülmüştür (<https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>).

Çalışmanın gerçekleştirilmesinde tanımlayıcı (durum belirleyici) araştırma modelinden yararlanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma modeli, belirli bir konu ya da sorunla ilgili durumu, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Kurtuluş, 1998: 310). İşletmelerden birinde ISO ve OHSAS'ın kullanıldığı bilinerek yapılan çalışmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak iki işletme çalışanlarına (beden işçisi) aynı anket uygulanmıştır. 5'li Likert Ölçeği (1 kesinlikle önemsiz...5 kesinlikle önemli) ile cevaplanan ölçek 350 çalışana dağıtılarak uygulanmış, uygun görülmeyen veya eksik doldurulanlar uygulamaya dâhil edilmeyerek 310 ölçek verisi üzerinden analizler yapılmıştır. Geçerli olan 310 ölçek verisinin 171'i ISO ve OHSAS kullanan işletme çalışanlarından elde edilirken 139'u ISO ve OHSAS kullanmayan işletme çalışanlarından elde edilmiştir.

Veriler sırasıyla ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanan işletme ile ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanmayan işletme verileri olarak iki bölümde analiz edilmiştir. Daha sonra çalışanların iş yerlerinde ISO ve OHSAS uygulamasının farkında olup olmadıkları ve ISO-OHSAS uygulamalarının iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede etkili olup olmadıklarına yönelik değerlendirmeler birlikte analiz edilmiştir.

Çalışmada parametrik ya da parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangisinin kullanılacağına karar vermek için veriler üzerinden normallik testi yapılmıştır. Yapılan normallik testine ait değerler tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: ISO ve OHSAS Uygulamalarını Kullanan İşletmedeki Verilerin Normallik testi

Faktörler	Çarpıklık	Basıklık
Kişisel Koruyucu Donanımlar	-0,24	-0,45
Motivasyon Etkileri	-0,14	-0,39
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	-0,43	0,46
Yönetsel Etkiler	-0,58	0,64
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	-0,69	0,35
ISO Uygulamalarının Etkileri	-0,20	-0,36
OHSAS Uygulamalarının Etkileri	-0,46	-0,40

Ölçek puanlarının normal dağılıma uygunluğunun incelenmesi için yapılan temel işlem çarpıklık ve basıklık değerlerinin hesaplanmasıdır. Ölçek puanlarından elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3 ile -3 arasında olması normal dağılım için yeterli görülmektedir (Groeneveld ve Meeden, 1984; Hopkins ve Weeks, 1990; De

Carlo, 1997). Buna göre tablo 2’de gösterilen ölçek puanlarının normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir. Bu bağlamda analizlerde parametrik yöntemler kullanılmıştır.

Çalışmaya katılanlara ait bilgileri (cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma süreleri) yansıtan analizler, soruların geçerliliğini test etmek için kullanılan güvenilirlik analizleri, faktörlerin ortalamalarını gösteren örneklem t testleri ve ayrıca bağımsız değişkenlerin durumuna göre bağımsız örneklem t testleri, tek yönlü anova testleri spss yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

7. 1. ISO ve OHSAS Uygulamalarını Kullanan İşletme Verilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Araştırma Bulguları

Çalışmaya katılan çalışanların cinsiyet, eğitim düzeyleri, çalışma sürelerine ait bilgiler tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3: Çalışmaya Katılanların Cinsiyet, Eğitim Düzeyi ve Çalışma Sürelerine Ait Bilgiler

	Değerler	%
Cinsiyet		
Erkek	162	94,7
Kadın	9	5,3
Eğitim Düzeyi		
Lise	110	64,3
Ön Lisans	26	15,2
Lisans	34	19,9
Lisansüstü	1	0,6
Çalışma Süresi		
1-4 yıl	82	47,9
5-8 yıl	54	31,5
9 yıl ve üzeri	35	20,6
TOPLAM	171	100

Tablo 3 incelendiğinde ISO ve OHSAS bulunan şirkette çalışmaya katılan toplam 171 kişinin çoğunluğunun erkek ve eğitim düzeyi lise olan çalışanlar olduğu görülmektedir. Çalışma süresi grupları açısından çoğunluğun 1-4 yıl arası çalışma deneyimine sahip katılımcılar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4: ISO ve OHSAS Uygulamalarını Kullanan İşletmeye Yönelik Verilerin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alfa= 0,88		
N= 32		
Faktörler	Sorular	Cronbach's Alfa Silinirse
Kişisel Koruyucu Donanımlar	Kişisel koruyucu donanımların etkisi	0,876
	İşletmeme tarafından çalışanlara verilen koruyucu donanımların (eldiven, baret, kulaklık, maske vb.) kontrolünün etkisi	0,880
	İş yerinde işçilere kişisel koruyucu donanımların (kulaklık, baret, çelik burunlu ayakkabı vb.) düzenli periyotlarda verilmesinin etkisi	0,879
	Kişisel koruyucu donanımların eksikliğinin işveren temsilcisine haber vermenin etkisi	0,879
Motivasyon Etkileri	Motivasyonun düşük olması etkisi	0,877
	Uygun ve iyi ücret etkisi	0,878
	Yapılan işi sevmemenin etkisi	0,882
	İşverenin çalışanlara karşı kötü davranışlarının etkisi	0,883
	İşverenden memnun olmanın etkisi	0,876
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	Güvensiz ve sağlıksız işyerinin etkisi	0,874
	Çalışma ve dinlenme saatlerinin uygunsuzluğu	0,873
	İş yeri düzensizliğinin etkisi	0,871
	Koruyucusuz makine ve tezgâhların etkisi	0,873
	Kimyasal etmenlerin etkisi	0,873
	Psikolojik etmenlerin etkisi	0,875
	Biyolojik etmenlerin etkisi	0,878
	İş yerinde klinik olmasının etkisi	0,878
	İş yerinde sağlıkçı ve güvenlikçi bulundurmanın etkisi	0,877
	Ekipmanların periyodik muayenesinin yapılmamasının etkisi	0,876
	Kazaların sgk ve ilgili devlet kurumlarına raporlamanın etkisi	0,876
	Riski olan işlerin yapılmasının etkisi	0,875
	Yönetimsel Etkiler	Risk analizi yapmamanın etkisi
İş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda devletin iş yerini teftiş ve kontrol etmenin etkisi		0,875
İş yerinde iş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda işveren tarafından işçilerle işbirliği ve koordinasyon sağlanmasının etkisi		0,871
İşveren veya temsilcinin işi denetleme ve kontrol etkisi		0,877
Görevi dışında iş yapmanın etkisi		0,879
Devletin iş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda kanun ve kararlarının etkisi		0,874
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	İş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda eğitim verilmesinin etkisi	0,876
	Yetkisiz ve izinsiz olarak tehlikeli bölgede bulunmanın etkisi	0,875
	Çalışanların eğitim düzeyinin etkisi	0,876
ISO Uygulamalarının Etkileri	İş yerinde ISO uygulamalarının olması iş kazalarının oluşumuna etki edebilecek faktörleri etkiler	0,875
OHSAS Uygulamalarının Etkileri	İş yerinde OHSAS uygulamalarının olması melek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek faktörleri etkiler	0,876

Maddelerin iç tutarlılığının bir ölçüsü olan Cronbach alfa katsayısı, ölçekte bulunan maddelerin homojen yapısını açıklamak veya sorgulamak üzere kullanılmaktadır. Cronbach alfa katsayısı yüksek olan ölçekteki maddelerin birbirleriyle tutarlı bir o kadar da aynı özelliği ölçen maddelerden meydana geldiği anlamı taşımaktadır. Cronbach alfa likert tipli ölçeklerde sıklıkla kullanılmaktadır. Cronbach alfa aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

0 < R2 < 0.40 ise güvenilir değil

0.40 < R2 < 0.60 ise düşük güvenilirlikte

0.60 < R2 < 0.80 ise oldukça güvenilir

0.80 < R2 < 1.00 ise yüksek güvenilirlikte (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19).

Tablo 4 incelendiğinde ölçek verilerine ilişkin güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha değeri 0,88 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirliği yüksektir. 32 değerlendirme sorusuna ilişkin ayrıntılı analizde ölçeğin güvenilirliğini azaltan herhangi bir soru olmayıp tüm sorular analize dâhil edilmiştir.

ISO ve OHSAS kullanan işletme çalışanlarının, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşuma etki edebilecek kişisel koruyucu donanım, motivasyon, işyeri, yönetsel ve eğitimsel olmak üzere 5 temel faktöre yönelik değerlendirmeler aşağıda tablolar ve yorumlarla açıklanmıştır.

Tablo 5: One Sample T Test: Faktörlerin Genel Ortalaması

Faktörler	N	Ortalama	Standart Hata	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	171	4,19	0,041	0,000
Motivasyon Etkileri	171	4,02	0,039	0,000
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	171	4,01	0,040	0,000
Yönetsel Etkiler	171	4,00	0,045	0,000
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	171	4,02	0,051	0,000

Tablo 5 incelendiğinde iş kazaları ve meslek hastalıklarına etki eden faktörlerin ortalamalarına yönelik değerlendirmelerde farklılıkların olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalamalara bakıldığında ortalama değerlerin birbirine yakın olduğu, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek en etkin faktörün kişisel koruyucu donanımlar olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Independent T Test: Faktörlerin Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Hata	t	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	Erkek	162	4,20	0,043	0,783	0,435
	Kadın	9	4,05	0,108		
Motivasyon Etkileri	Erkek	162	4,03	0,041	0,436	0,663
	Kadın	9	3,95	0,098		
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	Erkek	162	4,00	0,041	-0,961	0,338
	Kadın	9	4,17	0,132		
Yönetsel Etkiler	Erkek	162	4,00	0,047	-0,521	0,603
	Kadın	9	4,11	0,114		
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	Erkek	162	4,01	0,054	-0,556	0,579
	Kadın	9	4,14	0,158		

Tablo 6 incelendiğinde değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Ortalamalara bakıldığında kişisel koruyucu donanım ve motivasyon etkileri faktörlerini erkeklerin, diğer faktörleri ise kadınların yüksek değerlendirdiği görülmektedir.

Tablo 7: One Way Anova: Faktörlerin Eğitim Düzeyine Göre Değerlendirilmesi

Faktörler	Eğitim Düzeyi (I)	Eğitim Düzeyi (J)	Ortalama Farklar (I-J)	N	Ortalama	Standart Hata	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	Lise	Ön Lisans	-0,05194	110	4,17	0,055	0,791
		Lisans	-0,03369				
		Lisansüstü	-0,53687				
	Ön Lisans	Lise	0,05194	26	4,25	0,096	
		Lisans	0,01825				
		Lisansüstü	-0,30000				
	Lisans	Lise	0,03369	34	4,21	0,079	
		Ön Lisans	-0,01825				
		Lisansüstü	-0,35000				
	Lisansüstü	Lise	0,53687	1	3,75	0,000	
		Ön Lisans	0,30000				
		Lisans	0,35000				
Motivasyon Etkileri	Lise	Ön Lisans	-0,11838	110	3,99	0,048	0,588
		Lisans	-0,08963				
		Lisansüstü	-0,16687				
	Ön Lisans	Lise	0,11838	26	4,12	0,119	
		Lisans	0,02876				
		Lisansüstü	-0,12000				
	Lisans	Lise	0,08963	34	4,08	0,084	
		Ön Lisans	-0,02876				
		Lisansüstü	0,12800				
	Lisansüstü	Lise	0,16687	1	4,80	0,000	
		Ön Lisans	0,12000				
		Lisans	-0,12800				
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	Lise	Ön Lisans	-0,15752	110	3,92	0,050	0,011
		Lisans	-0,32482*				
		Lisansüstü	-0,33990				
	Ön Lisans	Lise	0,15752	26	4,06	0,109	
		Lisans	-0,16730				
		Lisansüstü	-0,18333				
	Lisans	Lise	0,32482*	34	4,24	0,067	
		Ön Lisans	0,16730				
		Lisansüstü	0,07667				
	Lisansüstü	Lise	0,33990	1	4,41	0,000	
		Ön Lisans	0,18333				
		Lisans	-0,07667				

Yönetimsel Etkiler	Lise	Ön Lisans	-0,04461	110	3,99	0,058	0,945
		Lisans	-0,05169				
		Lisansüstü	-0,37172				
	Ön Lisans	Lise	0,04461	26	4,04	0,110	
		Lisans	-0,00708				
		Lisansüstü	0,03333				
	Lisans	Lise	0,05169	34	4,04	0,104	
		Ön Lisans	0,00708				
		Lisansüstü	0,16000				
	Lisansüstü	Lise	0,37172	1	4,83	0,000	
		Ön Lisans	-0,03333				
		Lisans	-0,16000				
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	Lise	Ön Lisans	-0,23019	110	4,14	0,065	0,079
		Lisans	-0,29519				
		Lisansüstü	-0,45387				
	Ön Lisans	Lise	0,23019	26	4,22	0,133	
		Lisans	-0,06500				
		Lisansüstü	0,20000				
	Lisans	Lise	0,29519	34	4,66	0,104	
		Ön Lisans	0,06500				
		Lisansüstü	0,04000				
	Lisansüstü	Lise	0,45387	1	4,02	0,000	
		Ön Lisans	-0,20000				
		Lisans	-0,04000				

Tablo7 incelendiğinde iş yerinden kaynaklanan etkiler faktörünü eğitim düzeylerine ilişkin değerlendirmelerde farklılıklar olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalamalara bakıldığında kişisel koruyucu donanım etkileri ve motivasyon etkileri faktörlerine ilişkin değerlendirmelerde eğitim düzeyi ön lisans olan çalışanların daha yüksek değerlendirmeler yaptığı görülürken, iş yerinden kaynaklanan etkiler, yönetimsel etkiler ve eğitimden kaynaklanan etkiler faktörlerine ilişkin değerlendirmelerde lisansüstü eğitim düzeyine sahip çalışanların daha yüksek değerlendirmeler yaptıkları görülmektedir. Ortalama farklara (I-J*) bakıldığında ise anlamlı farklılıkların olduğu görülen iş yerinden kaynaklanan etkiler faktörünü lisans eğitim düzeyindeki çalışanların lise eğitim düzeyindeki çalışanlara göre daha yüksek değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 8: One Way Anova Faktörlerin Çalışma Süresi Gruplarına Göre Değerlendirilmesi

Faktörler	Çalışma Süresi Grupları (I)	Çalışma Süresi Grupları (J)	Ortalama Farklar (I-J)	N	Ortalama	Standart Hata	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,15221	81	4,06	0,055	0,004
		9 ve üzeri	-0,32787*				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,15221*	54	4,23	0,066	
		9 ve üzeri	-0,17566				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,32787*	36	4,42	0,109	
		5-8 yıl	0,17566				
Motivasyon Etkileri	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,02412	81	3,95	0,054	0,004
		9 ve üzeri	-0,33206*				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,02412	54	3,97	0,073	
		9 ve üzeri	-0,30794*				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,33206	36	4,28	0,079	
		5-8 yıl	0,30794*				
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,08650	81	3,97	0,046	0,614
		9 ve üzeri	-0,09985				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,08650	54	4,05	0,069	
		9 ve üzeri	-0,01336				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,09985	36	4,04	0,122	
		5-8 yıl	0,01336				
Yönetimsel Etkiler	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,11992	81	3,96	0,064	0,522
		9 ve üzeri	-0,04135				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,11992	54	4,08	0,069	
		9 ve üzeri	0,07857				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,04135	36	4,00	0,125	
		5-8 yıl	-0,07857				
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,20973	81	3,98	0,070	0,047
		9 ve üzeri	0,14019				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,20973	54	4,19	0,078	
		9 ve üzeri	0,34991*				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	-0,14019	36	3,85	0,143	
		5-8 yıl	-0,34991*				

Tablo 8 incelendiğinde kişisel koruyucu donanım, motivasyon etkileri ve eğitimden kaynaklanan etkiler faktörlerinin çalışma sürelerine göre değerlendirilmesinde farklılıkların olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalamalar incelendiğinde kişisel koruyucu donanım etkileri ve motivasyon etkileri faktörlerine ilişkin değerlendirmelerde 9 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip çalışanların daha yüksek değerlendirmeler yaptıkları görülürken, iş yerinden kaynaklanan etkiler, yönetimsel etkiler ve eğitimden kaynaklanan etkiler faktörlerine ilişkin değerlendirmelerde ise 5-8 yıl arası çalışma deneyimine sahip çalışanların daha yüksek değerlendirmeler yaptıkları görülmektedir. Ortalama farklara (I-J*) bakıldığında ise anlamlı farklılıkların olduğu görülen koruyucu donanım etkileri faktörünü 9 yıl ve üzeri ile 5-8 yıl arası çalışma süresine sahip çalışanların 1-4 yıl arası çalışmaya süresine sahip çalışanlardan daha yüksek değerlendirdikleri, motivasyon etkileri ve eğitimden kaynaklanan etkiler faktörlerini de 9 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip çalışanların 5-8 yıl arası çalışma süresine sahip çalışanlardan daha yüksek değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

7. 2. ISO ve OHSAS Uygulamalarını Kullanmayan İşletme Verilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Araştırma Bulguları

ISO VE OHSAS kullanmayan işletme çalışanlarının, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşuma etki edebilecek kişisel koruyucu donanımlar, motivasyon etkileri, işyerinden kaynaklanan etkiler, yönetsel etkiler ve eğitimden kaynaklanan etkiler ile ISO ve OHSAS uygulamalarının etkilerine yönelik değerlendirmeler aşağıda tablolar ve yorumlarla açıklanmıştır.

ISO ve OHSAS kullanmayan işletme verilerine yönelik parametrik veya parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangisinin kullanılacağına karar vermek için veriler üzerinden normallik testi yapılmıştır. Yapılan normallik testine ait değerler tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 9: ISO Ve OHSAS Uygulamalarını Kullanmayan İşletmedeki Verilerin Normallik Testi

Faktörler	Çarpıklık	Basıklık
Kişisel Koruyucu Donanımlar	-0,33	-1,01
Motivasyon Etkileri	-0,23	-0,85
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	-0,87	0,43
Yönetsel Etkiler	-0,10	-0,98
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	-0,76	-0,42
ISO Uygulamalarının Etkileri	-1,29	1,85
OHSAS Uygulamalarının Etkileri	-1,05	1,19

ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanmayan işletme verilerine yönelik ölçek puanlarının normal dağılıma uygunluğunun incelenmesi için de verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanmıştır. Ölçek puanlarından elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3 ile -3 arasında olduğu görülmektedir. Belirtilen aralıklarda elde edilmiş olan değerler, verilerin normal dağılım gösterdiği belirtmektedir. Bu açıdan analizlerde parametrik yöntemlerin kullanılması uygun görülmüştür.

ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanan işletmedeki veriler için kullanılan analizler ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanmayan işletmedeki veriler için de sırasıyla kullanılmıştır.

Çalışmaya katılan çalışanların cinsiyet, eğitim düzeyleri, çalışma süreleri hakkındaki bilgiler tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10: Çalışmaya Katılanların Cinsiyet, Eğitim Düzeyi ve Çalışma Sürelerine Ait Bilgiler

	Değerler	%
Cinsiyet		
Erkek	127	91,4
Kadın	12	8,6
Eğitim Düzeyi		
Lise	99	71,2
Ön Lisans	10	7,2
Lisans	25	18,0
Lisansüstü	5	3,6
Çalışma Süresi		
1-4 yıl	35	25,2
5-8 yıl	46	33,1
9 yıl ve üzeri	58	41,7
TOPLAM	139	100

Tablo 6 incelendiğinde ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanmayan şirkette çalışmaya katılan toplam 139 kişinin çoğunluğunun erkek ve eğitim düzeyi lise olan çalışanlar olduğu görülmektedir. Çalışma süresi grupları açısından çoğunluğun 9 yıl ve üzeri arası çalışma deneyimine sahip katılımcılar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11: ISO ve OHSAS Uygulamalarını Kullanmayan İşletmedeki Verilerin Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha= 0,94		
N= 32		
Faktörler	Sorular	Cronbach's Alpha Silinirse
Kişisel Koruyucu Donanımlar	Kişisel koruyucu donanımların etkisi	0,940
	İşletmeme tarafından çalışanlara verilen koruyucu donanımların (eldiven, baret, kulaklık, maske vb.) kontrolünün etkisi	0,941
	İş yerinde işçilere kişisel koruyucu donanımların (kulaklık, baret, çelik burunlu ayakkabı vb.) düzenli periyodlarda verilmesinin etkisi	0,941
	Kişisel koruyucu donanımların eksikliğinin işveren temsilcisine haber vermenin etkisi	0,940
Motivasyon Etkileri	Motivasyonun düşük olması etkisi	0,939
	Uygun ve iyi ücret etkisi	0,938
	Yapılan işi sevmemenin etkisi	0,939
	İşverenin çalışanlara karşı kötü davranışlarının etkisi	0,941
	İşverenden memnun olmanın etkisi	0,942
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	Güvensiz ve sağlıksız işyerinin etkisi	0,938
	Çalışma ve dinlenme saatlerinin uygunsuzluğu	0,937
	İş yeri düzensizliğinin etkisi	0,937
	Koruyucusuz makine ve tezgâhların etkisi	0,937
	Kimyasal etmenlerin etkisi	0,938
	Psikolojik etmenlerin etkisi	0,938
	Biyolojik etmenlerin etkisi	0,938
	İş yerinde klinik olmasının etkisi	0,939
	İş yerinde sağlıkçı ve güvenlikçi bulundurmanın etkisi	0,940
	Ekipmanların periyodik muayenesinin yapılmamasının etkisi	0,938
	Kazaların sgk ve ilgili devlet kurumlarına raporlamanın etkisi	0,938
	Riski olan işlerin yapılmasının etkisi	0,937
Yönetimsel Etkiler	Risk analizi yapmamanın etkisi	0,937
	İş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda devletin iş yerini teftiş ve kontrol etmenin etkisi	0,937
	İş yerinde iş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda işveren tarafından işçilerle işbirliği ve koordinasyon sağlanmasının etkisi	0,938
	İşveren veya temsilcinin işi denetleme ve kontrol etkisi	0,938
	Görevi dışında iş yapmanın etkisi	0,940
	Devletin iş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda kanun ve kararlarının etkisi	0,939
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	İş sağlığı ve işçi güvenliği konusunda eğitim verilmesinin etkisi	0,940
	Yetkisiz ve izinsiz olarak tehlikeli bölgede bulunmanın etkisi	0,939
	Çalışanların eğitim düzeyinin etkisi	0,940
ISO Uygulamalarının Etkileri	İş yerinde ISO uygulamalarının olması iş kazalarının oluşumuna etki edebilecek faktörleri etkiler	0,939
OHSAS Uygulamalarının Etkileri	İş yerinde OHSAS uygulamalarının olması melek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek faktörleri etkiler	0,939

Tablo 11 incelendiğinde anket verilerine ilişkin güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha değeri 0,94 olarak bulunmuştur. Yıldız ve Uzunsakal 2018 çalışmalarında belirttikleri Cronbach's Alpha güvenilirlik değerlerine göre ($0.80 < R^2 < 1.00$ ise yüksek güvenilirlikte) ölçeğin güvenilirliği yüksektir. 32 değerlendirme sorusuna ilişkin ayrıntılı analizde ölçeğin güvenilirliğini azaltan herhangi bir soru olmayıp tüm sorular analize dâhil edilmiştir.

ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanmayan işletme çalışanlarının, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşuma etki edebilecek kişisel koruyucu donanım, motivasyon, işyeri, yönetsel ve eğitimsel olmak üzere 5 temel faktöre yönelik değerlendirmeler aşağıda tablolar ve yorumlarla açıklanmıştır.

Tablo 12: One Sample T Test: Faktörlerin Genel Ortalaması

Faktörler	N	Ortalama	Standart Hata	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	139	4,38	0,047	0,000
Motivasyon Etkileri	139	4,17	0,053	0,000
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	139	4,10	0,066	0,000
Yönetsel Etkiler	139	3,96	0,067	0,000
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	139	4,09	0,065	0,000

Tablo 12 incelendiğinde iş kazaları ve meslek hastalıklarına etki eden faktörlerin ortalamalarına yönelik değerlendirmelerde farklılıkların olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalamalara bakıldığında ortalama değerlerin birbirine yakın olduğu ve iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek en etkin faktörün kişisel koruyucu donanımlar olduğu görülmektedir.

Tablo 13: Independent T Test: Faktörlerin Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Hata	t	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	Erkek	127	4,40	0,048	1,54	0,125
	Kadın	12	4,14	0,202		
Motivasyon Etkileri	Erkek	127	4,19	0,057	1,39	0,166
	Kadın	12	3,93	0,131		
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	Erkek	127	4,12	0,071	1,04	0,298
	Kadın	12	3,88	0,165		
Yönetsel Etkiler	Erkek	127	3,97	0,071	0,60	0,545
	Kadın	12	3,83	0,180		
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	Erkek	127	4,10	0,071	0,58	0,562
	Kadın	12	4,05	0,037		

Tablo 13 incelendiğinde değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Ortalamalar incelendiğinde iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna neden olabilecek tüm faktörlere ilişkin değerlendirmelerde erkek çalışanların kadın çalışanlara göre daha yüksek değerlendirmeler yaptıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 14: One Way Anova: Faktörlerin Eğitim Düzeyine Göre Değerlendirilmesi

Faktörler	Eğitim Düzeyi (I)	Eğitim Düzeyi (J)	Ortalama Farklar (I-J)	N	Ortalama	Standart Hata	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	Lise	Ön Lisans	-0,23687	99	4,31	0,051	0,070
		Lisans	-0,18687				
		Lisansüstü	-0,53687				
	Ön Lisans	Lise	0,23687	10	4,55	0,226	
		Lisans	0,05000				
		Lisansüstü	-0,30000				
	Lisans	Lise	0,18687	25	4,50	0,135	
		Ön Lisans	-0,05000				
		Lisansüstü	-0,35000				
	Lisansüstü	Lise	0,53687	5	4,85	0,061	
		Ön Lisans	0,30000				
		Lisans	0,35000				
Motivasyon Etkileri	Lise	Ön Lisans	-0,04687	99	4,11	0,062	0,214
		Lisans	-0,29487				
		Lisansüstü	-0,16687				
	Ön Lisans	Lise	0,04687	10	4,16	0,240	
		Lisans	-0,24800				
		Lisansüstü	-0,12000				
	Lisans	Lise	0,29487	25	4,40	0,116	
		Ön Lisans	0,24800				
		Lisansüstü	0,12800				
	Lisansüstü	Lise	0,16687	5	4,28	0,293	
		Ön Lisans	0,12000				
		Lisans	-0,12800				
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	Lise	Ön Lisans	-0,15657	99	4,01	0,082	0,102
		Lisans	-0,41657				
		Lisansüstü	-0,33990				
	Ön Lisans	Lise	0,15657	10	4,16	0,220	
		Lisans	-0,26000				
		Lisansüstü	-0,18333				
	Lisans	Lise	0,41657	25	4,42	0,132	
		Ön Lisans	0,26000				
		Lisansüstü	0,07667				
	Lisansüstü	Lise	0,33990	5	4,35	0,265	
		Ön Lisans	0,18333				
		Lisans	-0,07667				

Yönetimsel Etkiler	Lise	Ön Lisans	-0,40505	99	3,82	0,077	0,012
		Lisans	-0,53172*				
		Lisansüstü	-0,37172				
	Ön Lisans	Lise	0,40505	10	4,23	0,293	
		Lisans	-0,12667				
		Lisansüstü	0,03333				
	Lisans	Lise	0,53172*	25	4,36	0,140	
		Ön Lisans	0,12667				
		Lisansüstü	0,16000				
	Lisansüstü	Lise	0,37172	5	4,20	0,000	
		Ön Lisans	-0,03333				
		Lisans	-0,16000				
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	Lise	Ön Lisans	-0,65387*	99	3,94	0,065	0,002
		Lisans	-0,49387*				
		Lisansüstü	-0,45387				
	Ön Lisans	Lise	0,65387	10	4,60	0,133	
		Lisans	0,16000				
		Lisansüstü	0,20000				
	Lisans	Lise	0,49387	25	4,44	0,104	
		Ön Lisans	-0,16000				
		Lisansüstü	0,04000				
	Lisansüstü	Lise	0,45387	5	4,40	0,326	
		Ön Lisans	-0,20000				
		Lisans	-0,04000				

Tablo 14 incelendiğinde yönetimsel etkiler ile eğitimden kaynaklanan etkiler olmak üzere iki faktörün eğitim düzeylerine ilişkin değerlendirmelerinde farklılıklar olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalamalara göre motivasyon etkileri, iş yerinden kaynaklanan etkiler ve yönetimsel etkiler faktörlerine ilişkin değerlendirmelerde lisans eğitim düzeyine sahip çalışanların daha yüksek değerlendirmeler yaptıkları anlaşılmaktadır. Ortalama farklara (I-J*) bakıldığında ise anlamlı farklılıkların olduğu görülen yönetimsel etkiler faktörünü lisans eğitim düzeyindeki çalışanların lise eğitim düzeyindeki çalışanlara göre daha yüksek değerlendirdikleri anlaşılırken, eğitimden kaynaklanan etkiler faktörünü ise lise eğitim düzeyindeki çalışanların ön lisans ve lisans eğitim düzeyine sahip çalışanlardan daha yüksek değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 15: One Way Anova Faktörlerin Çalışma Süresi Gruplarına Göre Değerlendirilmesi

Faktörler	Çalışma Süresi Grupları (I)	Çalışma Süresi Grupları (J)	Ortalama Farklar (I-J)	N	Ortalama	Standart Hata	p
Kişisel Koruyucu Donanımlar	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,01351	35	4,30	0,082	0,235
		9 ve üzeri	-0,17131				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,01351	46	4,32	0,082	
		9 ve üzeri	-0,15780				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,17131	58	4,47	0,077	
		5-8 yıl	0,15780				
Motivasyon Etkileri	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,08050	35	3,95	0,101	0,000
		9 ve üzeri	-0,46640*				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,08050	46	4,03	0,096	
		9 ve üzeri	-0,38591*				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,46640*	58	4,42	0,072	
		5-8 yıl	0,38591*				
İşyerinden Kaynaklanan Etkiler	1-4 yıl	5-8 yıl	0,09136	35	4,07	0,101	0,254
		9 ve üzeri	-0,16133				
	5-8 yıl	1-4 yıl	-0,09136	46	3,98	0,119	
		9 ve üzeri	-0,25269				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,16133	58	4,23	0,112	
		5-8 yıl	0,25269				
Yönetimsel Etkiler	1-4 yıl	5-8 yıl	-0,01263	35	3,87	0,129	0,305
		9 ve üzeri	-0,21765				
	5-8 yıl	1-4 yıl	0,01263	46	3,88	0,112	
		9 ve üzeri	-0,20502				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,21765	58	4,08	0,108	
		5-8 yıl	0,20502				
Eğitimden Kaynaklanan Etkiler	1-4 yıl	5-8 yıl	0,00828	35	4,09	0,140	0,989
		9 ve üzeri	-0,01396				
	5-8 yıl	1-4 yıl	-0,00828	46	4,08	0,103	
		9 ve üzeri	-0,02224				
	9 ve üzeri	1-4 yıl	0,01396	58	4,10	0,103	
		5-8 yıl	0,02224				

Tablo 15 incelendiğinde motivasyon etkileri faktörünün çalışma sürelerine göre değerlendirilmesinde farklılıkların olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalamalara bakıldığında iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörlere ilişkin değerlendirmelerde tüm faktörler açısından en yüksek değerlendirmeleri yapanların 9 yıl ve üzeri çalışma deneyime sahip çalışanların yaptıkları görülmektedir. Ortalama farklara (I-J*) bakıldığında ise anlamlı farklılıkların olduğu görülen motivasyon etkileri faktörünü 9 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip çalışanların 1-4 yıl ve 5-8 yıl arası çalışma süresine sahip çalışanlardan daha yüksek değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 16: One Way Anova: İş Kazaları ve Meslek Hastalıklarının Oluşumunu Engellemede ISO Etkisi

İşyerinizde ISO Var mı? (I)	İşyerinizde ISO Var mı? (J)	Ortalama Farklar (I-J)	N	Ortalama	Standart Hata	p
Evet	Hayır	0,28305	116	4,13	0,070	0,000
	Bilmiyorum	0,59334*				
Hayır	Evet	-0,28305	87	3,88	0,127	
	Bilmiyorum	0,31029*				
Bilmiyorum	Evet	-0,59334*	107	3,53	0,069	
	Hayır	-0,31029*				
Toplam			310	3,85	0,052	

Tablo 16 incelendiğinde iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede ISO uygulamalarının etkisinin çalışanların ISO uygulaması farkındalığına göre değerlendirmelerinde farklılıklar olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Ortalama farklara (I-J*) ve ortalamalara bakıldığında iş yerinde ISO uygulaması olduğunun farkında olan çalışanların, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede ISO uygulamasının etkili olduğunu diğer çalışanlara göre daha yüksek değerlendirdikleri görülmektedir.

Tablodaki 16'daki ortalama farklar (I-J*) ve ortalamalar H_1 hipotezini kanıtlamaktadır.

H_1 : ISO uygulamalarının bilincinde olan işletme çalışanlarının, ISO uygulamaların bilincinde olmayan çalışanlara göre iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olabilecek faktörleri engellemede ISO uygulamalarının etkin olabildiğini daha yüksek değerlendirmektedirler. (Kabul edildi).

Tablo 17: One Way Anova: İş Kazaları ve Meslek Hastalıklarının Oluşumunu Engellemede OHSAS Etkisi

İşyerinizde OHSAS Var mı? (I)	İşyerinizde OHSAS Var mı? (J)	Ortalama Farklar (I-J)	N	Ortalama	Standart Hata	p
Evet	Hayır	0,49167*	108	4,37	0,076	0,000
	Bilmiyorum	0,70505*				
Hayır	Evet	-0,49167*	75	3,86	0,139	
	Bilmiyorum	0,21339				
Bilmiyorum	Evet	-0,70505*	127	3,53	0,069	
	Hayır	-0,21339				
Toplam			310	3,90	0,055	

Tablo 17 incelendiğinde iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede çalışanların OHSAS uygulaması farkındalığına göre değerlendirmelerinde farklılıklar olduğu ve bu farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Ortalama farklara (I-J*) ve ortalamalara bakıldığında iş yerinde OHSAS uygulaması olduğunun farkında olan çalışanların, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede OHSAS uygulamasının etkili olduğunu diğer çalışanlara göre daha yüksek değerlendirdikleri görülmektedir.

Tablodaki 17'deki ortalama farklar (I-J*) ve ortalamalar H_2 hipotezini kanıtlamaktadır.

H_2 : OHSAS uygulamalarının bilincinde olan işletme çalışanlarının, OHSAS uygulamaların bilincinde olmayan çalışanlara göre iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olabilecek faktörleri engellemede OHSAS uygulamalarının etkin olabildiğini daha yüksek değerlendirmektedirler. (Kabul edildi).

8. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

İş kazaları ile meslek hastalıkları çalışanlar ve işletmeler açısından büyük sorun teşkil etmektedir. İşletmelerde iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olan bazı etmenleri ortadan kaldırmak veya minimum düzeye indirmek işletme bünyesindeki herkesin temel görevi olmakla birlikte, işletme sahiplerinin bu anlamda uygulayacağı uluslararası standart uygulamalar olumlu etkiler yaratabilmektedir.

Bu çalışma, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumundaki bazı faktörlerin ne kadar etkili olduklarını işletme çalışanları açısından değerlendirmeyi amaçlamıştır. Uluslararası standart uygulamalardan ISO ve OHSAS uygulamalarını bünyesinde barındıran bir işletme ile bu uygulamalara sahip olmayan başka bir işletmenin çalışanlarının, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunda etkili olabilecek faktörler ile ISO ile OHSAS farkındalıklarının iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede ne kadar etkili olabileceğini ortaya koymak istenmiştir. Elde edilen veriler çerçevesinde bazı değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmada ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanan işletme çalışanlarının iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunda etkili olan faktörlere yönelik değerlendirmelerde tüm faktörlerin istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa sahip olduğu ve ortalamalara göre en etkili faktörün kişisel koruyucu donanım faktörünün olduğu anlaşılmıştır.

ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanan işletme çalışanlarının cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma süreleri göz önünde bulundurularak iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olan bazı faktörlerin ne kadar etkili olduklarına ilişkin değerlendirmelerde; cinsiyete göre faktörler arasında istatistiksel açıdan bir farklılığın olmadığı anlaşılmıştır.

Eğitim düzeyine göre yapılan değerlendirmelerde sadece iş yerinden kaynaklanan etkiler faktörünün istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa sahip olduğu ve bu faktörü en etkili kabul eden çalışan grubunun lisansüstü eğitim düzeyine sahip çalışanlar olduğu görülmüştür.

Yapılan bir çalışmada eğitim alanları ile kişisel koruyucu donanım kullanımı arasında ilişkiyi incelenirken, üniversiteli çalışanların diğer çalışanlara göre kişisel koruyucu donanım değerlendirmesini daha iyi algıladıkları, yani eğitim seviyesinin artmasıyla çalışanların daha iyi kişisel koruyucu donanım kullandığını tanımladıkları anlaşılmıştır (Yağimli ve Kaçar, 2018: 59-60). Yapılan diğer bir çalışmada yine çalışanların demografik özelliklerinin iş kazalarına etkileri analizinde inşaat ve madencilik gibi iş kollarında çalışanların eğitim düzeylerinin düşük seviyede olmasının kaza oranlarının yüksek olmasıyla doğru orantılı olduğunu belirtmişlerdir (Kaplan ve Kaplan, 2019: 86).

Çalışma süreleri değişkenine göre ise kişisel koruyucu donanım etkileri, motivasyon etkileri ve eğitimsel etkiler faktörlerinin istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa sahip olduğu ve kişisel koruyucu donanım etkileri ile motivasyon etkilerinin iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunda en etkili faktörler olduğunu belirtenlerin 9 yıl ve üzeri çalışma deneyimine sahip çalışanların olduğu anlaşılmışken, 5-8 yıl çalışma deneyimine sahip çalışanların da eğitimsel etkiler faktörünün iş kazaları ve meslek hastalıkları üzerinde daha etkili olduğunu belirttikleri anlaşılmıştır.

Yağimli ve Kaçar 2018 yaptıkları çalışmada iş deneyim ve iş kıdemini artmasıyla kişisel koruyucu donanım kullanımı arasında pozitif bir algılama olduğu belirtmişlerdir (Yağimli ve Kaçar, 2018: 60).

ISO ve OHSAS uygulamalarını kullanmayan işletme çalışanlarının iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunda etkili olan faktörlere yönelik değerlendirmelerde tüm faktörlerin istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa sahip oldukları ve ortalamalara göre en etkili faktörün kişisel koruyucu donanım faktörünün olduğu anlaşılmıştır.

ISO ve OHSAS kullanmayan işletme çalışanlarının cinsiyet, eğitim düzeyi ve çalışma süreleri değişkenleri açısından iş kazaları ve meslek hastalıklarına neden olan bazı faktörlerin ne kadar etkili olduklarına ilişkin değerlendirmelerde; cinsiyete göre faktörler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Eğitim düzeyleri değişkenine göre yapılan değerlendirmelerde yönetsel etkiler ve eğitimsel etkiler faktörlerinin istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa sahip oldukları ve yönetsel etkiler faktörünü en etkili

faktör olarak görenlerin lisans eğitim düzeyine sahip çalışanlar olduğu, eğitimsel etkiler faktörünün en etkili faktör olduğunu belirtenlerin ise ön lisans eğitim düzeyine sahip olan çalışanların olduğu anlaşılmıştır. Çalışma sürelerine göre yapılan değerlendirmelerde ise sadece motivasyon etkileri faktörüne ait farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ve bu faktörü en etkili faktör olarak belirten çalışanların 9 yıl ve üzeri çalışma deneyimine sahip çalışanların olduğu anlaşılmıştır.

İzmir ilinde yapılan bir çalışmada eğitim düzeyi yüksek olan çalışanların ve çalışma süresi daha uzun olan çalışanların (11 yıl ve üzeri) iş sağlığı ve güvenliği konusunda kendilerini sorumlu görme algılarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Tozkoparan ve Taşoğlu, 2011: 204).

İşletme çalışanlarının iş yerlerinde ISO uygulamalarının var olup olmadığından haberdar olmalarına göre yapılan genel değerlendirmelerde ISO uygulamalarının etkilerine ait farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmüştür. İş yerlerinde ISO uygulamalarının uygulandığının bilincinde olan çalışanların ISO uygulamalarının bilincinde olmayan çalışanlara göre iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek faktörleri engellemede ISO uygulamalarının etkilerini daha yüksek (ortalama 4,13-3,53) değerlendirdikleri anlaşılmış ve bu doğrultuda oluşturulan H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Maden sektöründeki iş güvenliği farkındalığı konusunda yapılan birkaç çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yapılan bir çalışmada, çalışan güvenliği farkındalığına ilişkin algı puan ortalaması 4.09-4.40 arasında bulunmuştur (Mojapelo, Mafini ve Dhurup, 2016: 112). Türkiye’de Konya ilinde yapılan diğer bir çalışmada, bu boyuta ait ortalamalar 3.48 ile 3.88 arasında değişmektedir (Çınar, Köklü ve Özkan, 2018: 358). İlgez 2019 yaptığı çalışmada ise madencilik sektöründe çalışanların çalışan güvenliği farkındalığına ilişkin algıları boyutunda aldıkları puan ortalamalarının 3.17-4.16 arasında değiştiğini belirtmiş ve bu ortalamaların literatürde yer alan diğer benzer çalışmalardaki ortalamalara yakın veya düşük olduğunu dile getirerek çalışanların iş güvenliği hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmiştir (İlgez, 2019: 30).

İşletme çalışanlarının iş yerlerinde OHSAS uygulamalarının var olup olmadığından haberdar olmalarına göre yapılan genel değerlendirmelerde OHSAS uygulamalarının etkilerine ait farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmüştür. İş yerlerinde OHSAS uygulamalarının uygulandığının bilincinde olan çalışanların OHSAS uygulamalarının bilincinde olmayan çalışanlara göre iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki edebilecek faktörleri engellemede OHSAS uygulamalarının etkilerini daha yüksek (ortalama 4,37-3,53) değerlendirdikleri anlaşılmış bu doğrultuda oluşturulan H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Füzün 2008 çalışanlar için OHSAS’ın faydalarını belirttiği çalışmasında OHSAS belgesine sahip kuruluşların çalışanlarının, her işin hangi risk oranına sahip olduğunu ve yapılacak işin en risksiz şekilde nasıl yapılması gerektiğinden haberdar olduklarını, bu sayede iş kazaları ve meslek hastalıklarına maruz kalma durumlarının ortadan kalktığını belirtmiştir (Füzün, 2008: 35). OHSAS standardına sahip olan işletmeler, çalışanların sağlık ve güvenliğini çok önemsedikleri için çalışanlara gereken eğitimleri vererek, hakları konusunda onları bilgilendirerek ve koruyucu kullanımı konusunda denetleyerek, çalışanların bilinç seviyelerini yükseltmeye özen göstermektedirler (Tozkoparan ve Taşoğlu, 2011: 205).

Sonuç olarak, iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörlerin kabul gördüğü ve bazı faktörlerin diğer faktörlere oranla daha etkili olduğu anlaşılmıştır. ISO ve OHSAS uygulayan ve uygulayan işletme çalışanları arasında iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörler arasında az da olsa farklı görüş açıları olduğu görülmüş ayrıca ISO ve OHSAS uygulamalarının iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumunu engellemede göz önünde bulundurulması gereken etmenler olduğu oluşturulan ve kabul görülen hipotezler sayesinde anlaşılmıştır.

Elde edilen sonuçların literatürdeki bazı çalışmaları destekler nitelikte sonuçlar olduğunun görülmesi çalışmanın sağlıklı bir çalışma olduğunu göstermektedir.

Yapılan çalışmaya benzer çalışmalardan biri Tozkoparan ve Taşoğlu’nun 2011’de iş sağlığı ve güvenliği üzerine yaptıkları çalışmadır. Çalışmada İzmir ilinde faaliyet gösteren 6 orta ve büyük ölçekli işletmede, toplam 400 mavi yakalı çalışan üzerinde gerçekleştirilen çalışmada algının çalışanların demografik özelliklerine ve işletmenin OHSAS

standardına sahip olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Sonuç olarak çalışanların iş sağlığı ve güvenliği konusunda kendilerini sorumlu görme algıları, işletmenin OHSAS standardına sahip olma durumunda daha yüksek değerlendirildiği görülmüştür. Yapılan çalışmada Tozkoparan ve Taşoğlu'nun yaptıkları çalışmanın sonucuna benzer sonuçlar elde etmenin yanı sıra örneklem büyüklükleri ve ISO uygulamalarının etkilerinin de değerlendirilmesi çalışmayı farklı kılmaktadır.

İş sağlığı ve güvenliği üzerine benzer bir çalışmayı da Ilgaz 2019 yılında gerçekleştirmiştir. Maden sektöründe çalışanların iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin algı düzeylerinin ölçüldüğü çalışmada sadece kişisel koruyucu donanımlar faktörünü baz alarak demografik faktörlere göre anlamlı farklılıklar elde etmiştir.

Cerev ve Yıldırım'ın 2018 yılında çalışanların kişisel özelliklerinin iş kazası ve meslek hastalıklarına etkisi üzerine yaptıkları çalışmada iş kazaları ve meslek hastalıkları verileri ile çalışanların demografik özelliklerinin ilişkili olup olmadığının incelenmiştir. Yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarının iş kazası ve meslek hastalığı geçirmelerinde önemli bir etken olduğu gözlemlenmiştir.

Yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda iş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörlerin ile ISO ve OHSAS uygulamalarının etkileri üzerine yapılmış çalışmanın teori ve uygulama açısından literatürde bu alanda yapılmış çalışmaların eksik yönlerini tamamlayan bir çalışma ya da elde edilen ortak sonuçları destekleyici bir çalışma olduğu söylenebilir.

Standartlara uygun çalışma ortamlarının işletmelere ve çalışanlara önemli katkılar sağladığı bilinen bir gerçektir. Bundan dolayı ISO ve OHSAS uygulamalarının iş kazaları ve meslek hastalıklarını önlemede etkileri göz önünde bulundurulduğunda hem çalışanların sağlığı açısından hem de işletmenin iş kazaları ve meslek hastalıkları sonucunda katlanacağı maliyetlerin düşürülmesi ve işletmenin daha verimli bir şekilde çalışmasını sağlaması açısından önemli uygulamalar oldukları düşünülmektedir.

İş kazaları ve meslek hastalıklarının oluşumuna etki eden faktörlerin farklı işletme ortamlarına da uygulanması, ayrıca zamana ve duruma göre güncellenen ISO ve OHSAS uygulamaların işletmelere kazandırdıkları olumlu etkileri veyahut bu uygulamalardaki eksik yönleri ortaya koymak için bu alandaki çalışmaların tekrar edilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyan, S. (2002). İş Sağlığı ve Bazı Meslek Hastalıkları ile İş Kazaları Hemşireliği. Sakarya : Sakarya Üniversitesi Merkez.
- Aydemir, Y. (2008). OHSAS/TS 18001 İş Sağlığı ve İş Güvenliği Uygulamalarının Çalışma Yaşamı Kalitesine Etkisi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Programı (Yüksek Lisans Tezi.).
- Bilim, N., DüNDAR, S., & Bilim, A. (2018). Ülkemizdeki Maden Sektöründe Meydana Gelen İş Kazası ve Meslek Hastalıklarının Analizi . *BEÜ Fen Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 423-432.
- Cerev, G., & Yıldırım, S. (2018). Çalışanların Kişisel Özelliklerinin İş Kazası ve Meslek Hastalıklarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme . *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2 (1), 53-72.
- Ceylan, H. (2011). Türkiye’deki İş Kazalarının Genel Görünümü ve Gelişmiş Ülkelerle Kıyaslanması. *International Journal of Engineering Research and Development*, 3(2), 18-24.
- Çakıroğlu, N. (2007). İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Kapsamında Risk Analizi, Denetim ve Bir Firma Uygulaması. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı Toplam Kalite Yönetimi Programı.
- Çınar, İ., Köklü, M., & Özkan, İ. A. (2018). Investigation of Occupational Health and Safety Awareness of Workers in Metal Industry (Konya Province Example). *Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 350-364.
- Çoban, O., & Kartal, M. (2016). İktisadi Gelişmişlik-İş Sağlığı/Güvenliği ve Ölümlü İş Kazaları Arasındaki İlişkinin Tespit Edilmesi: Seçilmiş Ülke Örnekleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 201-227.
- DeCarlo, L. T. (1997). On The Meaning and Use of Kurtosis. *Psychological Methods*, 2(3), 292–307.
- Dizdar, E. N., & Kurtgöz, Y. (2005). Bilgisayar Destekli Erken Uyarı Modeli: Teum ve Kap Ergonomi. *İstanbul 11. Ulusal Kongresi*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü.
- Filizler, Y. (2015). Fabrika Yasalarından Ohsas 18001’e. *Türk Tabipler Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 40-51.
- Füzün, M. (2008). Ohsas 18001 İş Sağlığı Ve Güvenliği Yönetim Standardı ve Çimento Sektöründen Bir Firmada Risk Değerlendirilmesi . İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Programı (Yüksek Lisans Tezi.).
- Gençer, E. (2014). Kalite Yönetim Sistemi ile İş Sağlığı ve İşçi Güvenliği Yönetim Sisteminin İmalat Sektöründe İş Kazası ve Meslek Hastalıklarının Etkisinin Araştırılması (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.). Ankara: Gazi Üniversitesi .
- Groeneveld, R. A., & Meeden, G. (1984). Measuring Skewness and Kurtosis. *Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician) Vol. 33, No. 4*, 391-399.
- Hopkins, K. D., & Weeks, D. L. (1990). Tests for Normality and Measures of Skewness and Kurtosis: Their Place in Research Reporting. *Educational and Psychological Measurement*, 50(4), 717–729.
- Hoyle, D. C. (2001). *ISO 9000 Quality Systems Handbook*. Great Britain: Butterworth-Heinemann Publications. <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>. (tarih yok).
- İlgaz, S. M. (2019). Mermer ve Taş Ocağı İşletmelerinde Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin Algılarının Belirlenmesi. Kütahya : Kütahya Dumlupınar Üniversitesi (Yüksek Lisans Tezi.).
- János, S. (2016). Work Accidents in The Electronics Industry Annals of the Faculty of Engineering Hunedoara. *Hunedoara Vol. 14, Iss. 4*, 205-210.
- Kaplan, M., & Kaplan, M. Ç. (2019). Türkiye’de Çalışanların Demografik Özelliklerinin İş Kazalarına Etkilerinin Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 17 (2), 74-89.
- Karacan, E. (2018). İş Kazaları ve Meslek Hastalıklarının Önlenmesinde Ergonomik Koşulların Etkisi. *Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (56), 792-798.
- Karacan, E., & Erdoğan, Ö. N. (2011). İşçi Sağlığı ve İş Güvenliğine İnsan Kaynakları Yönetimi Fonksiyonları Açısından Çözümsel Bir Yaklaşım . *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 102-116.

- Karadeniz, O. (2012). Dünya’da ve Türkiye’de İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları ve Sosyal Koruma Yetersizliği. *Çalışma ve Toplum Dergisi*(3), 15-75.
- Kayhan, E., & Demirer, A. (2016). Polimer İşleme Sektörlerindeki Meslek Hastalıkları, Kazalar ve İş Güvenliği. *SAÜ Fen Bil Dergisi*, 20 (3), 497-507.
- Kurtuluş, K. (1998). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Avcıol Basım.
- Lale, S. (2007). Sosyal Güvenlik Sistemimizde İş Kazası ve Meslek Hastalığı Sigortası (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.). İstanbul: Marmara Üniversitesi .
- Mojapelo, J., Mafini, C., & Dhurup, M. (2016). Employee Perceptions of Occupational Health and Safety Standards in The Steel Industry. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 8(2), 106-121.
- Newman, I., & Benz, C. R. (1998). *Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring The Interactive Continuum*. New York: SIU Press.
- Özdemir, Ş., & Topçuoğlu, H. (1999). “BS8800 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Rehber Standardı” İş Sağlığı ve Güvenliği Konferansı. (s. 239). İstanbul: TMMOB Makine Mühendisleri Odası.
- Özkan, Y. (2008). *Toplam Kalite*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Panu, O., Riitta, S., Nina, T., Simo, V., & Jaakko, N. (2019). Trends in occupational diseases in Finland, 1975–2013: A Register Study. *BMJ Open; London Vol. 9, Iss. 4, 1-8*.
- Sabancı, A. (1999). *Ergonomi*. Adana: Baki Kitapevi.
- Sağlam, N. (2009). OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemleri ve Bir Uygulama. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.). İstanbul: Marmara Üniversitesi .
- Sanders, D. A., Judith, S. A., & Richard, J. H. (1994). *ISO 9000 Nedir? Niçin? Nasıl?* İstanbul: (G. Yenersoy, Çev.) Rota Yayınları.
- Sevinç , H., Bozkurt , E., & Sevinç, D. E. (2016). Ekonomik Gelişmişlik Göstergesi Olarak İş Sağlığı ve Güvenliği Üzerine Bir Araştırma. *Social Sciences Research Journal, Volume 5, Issue 4, 1-11*.
- Şahbaz, T. (2001). «Aralıklı Kontrol Muayeneleri.” . *Türk Tabipler Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 17-20.
- Tarım, M. (2017). Kimya Sektöründe İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 16(32), 49-64.
- Tezcan, E. (2007). “Kişisel Koruyucu Donanımda (KKD) da Standartlar.”. *Mühendis ve Makine Dergisi*, (48), 28-30.
- TMMOB Makine Mühendisleri Odası. (2018). *İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği*. Ankara: Yayın No: MMO/689.
- Tozkoparan, G., & Taşoğlu, J. (2011). İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamaları ile İlgili İşgörenlerin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 181-209.
- Yağımlı, M., & Kaçar, Ü. (2018). Tehlikeli Madde Çalışmalarında Kişisel Koruyucu Donanım Kullanımlarının İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 9 (23), 57-71.
- Yıldız, D., & Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 1, 15-28*.
- Yılmaz, F. (2019). *İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İş Sağlığı ve Güvenliği Programı.
- Yılmaz, G. (2007). “İş Kazalarının Nedenleri ve Maliyeti.” . *Mühendis ve Makine Dergisi*, 50(592), 28.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:12.12.2019 ✓Accepted/Kabul:21.07.202

DOI:10.30794/pausbed.658734

Araştırma Makalesi/ Research Article

Özbek, A. (2021). "Finansal Sağlığı Etkileyen Faktörlerin Bireyin Finansal Öz Yeterliliği Üzerindeki Etkilerinin Tespit Edilmesi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 27-33.

FINANSAL SAĞLIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BİREYİN FINANSAL ÖZ YETERLİLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN TESPİT EDİLMESİ

Adem ÖZBEK*

Öz

Öz yeterliliği, "ben yapabilirim" ifadesiyle anlatmak mümkündür. Bu ifade, kişilik özelliği, bilgi ve deneyim gibi birçok kavramı içerisinde barındırmaktadır. Finansal konularda, kişinin karar verici olarak, kendisi veya başkaları adına ekonomik kararlar alabilmesi, finansal öz yeterlilik olarak ifade edilmektedir. Yatırım, harcama, tasarruf gibi finansal davranışlarda atılan her bir doğru finansal adım, birey adına sağlıklı bir gelecek anlamına gelmektedir. Bireyin finansal sağlığı üzerinde etkili olan faktörleri, finansal sosyalizasyon, finansal eğitim, kredi kartı kullanımı, finansal stres ve endişe olarak dört gruba ayırmak mümkündür. Finansal sosyalizasyonu aile ile kredi kartı kullanımını finansal piyasalar ve ihtiyaçlar ile finansal eğitimi eğitim kurumlarımız ile ilişkilendirmek mümkündür. Her bir faktörün, var olup-olmaması, yeterli-yetersiz oluşu, bireyin finansal öz yeterliliğini olumlu ya da olumsuz etkilemektedir. Çalışmada, bu faktörlerin, bireyin finansal öz yeterliliği üzerinde olan etkileri belirlenerek, ailelerde özellikle de ebeveynler üzerinde, finansal piyasalarda özellikle bankacılık alanında, eğitim kurumlarında, bu alana yönelik farkındalığın artırılması amaçlanmıştır.

Araştırmada, bireyin finansal öz yeterliliği üzerinde etkili olan, yukarıda ifade edilen değişkenler kullanılarak bir model oluşturulmuştur. Modelin değerlendirilebilmesi ve değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla, Gümüşhane Üniversitesi'nde eğitim alan 323 öğrenciye anket uygulanarak veriler elde edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde faktör, korelasyon ve regresyon analiz yöntemleri kullanılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre bireylerin finansal öz yeterlilikleri üzerinde en fazla olumlu etkiye sahip olan bağımsız değişken finansal bilgi ve eğitim değişkenidir. Yapılan değerlendirmelerde, öğrencilerin finansal öz yeterlik seviyeleri üzerinde, finansal sosyalizasyon, finansal bilgi ve eğitim, finansal stres ve endişe, borçlanma durumlarının etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Finansal sağlık, Finansal öz yeterlilik, Finansal sosyalizasyon, Finansal stres ve endişe.*

DETERMINATION OF THE FACTORS AFFECTING FINANCIAL HEALTH ON THE EFFECTS OF THE INDIVIDUAL FINANCIAL SELF-SUFFICIENCY

Abstract

It is possible to express self-sufficiency as "I can do it". This expression includes many concepts such as personality traits, knowledge and experience. In financial matters, as the decision-makers, able to take economic decisions on behalf of himself or others, it is expressed as financial self-sufficiency. Every right financial step taken in financial behaviors such as investment, spending and saving means a healthy future for the individual. It is possible to divide into four groups of factors affecting the individual's financial health as financial socialization, financial education, credit-card usage, financial stress and anxiety. It is possible to associate to financial socialization with family, credit card usage, financial markets and needs and financial education with our educational institutions. The presence or absence and the sufficient or insufficient of each factor, affect the individuals' financial self-sufficiency positively or negatively. In the study, the effects of these factors on the individuals' financial self-sufficiency were specified, raising awareness in families, especially in parents, in financial markets, especially in banking, educational institutions were aimed.

*Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, GÜMÜŞHANE
e-posta: ademozbek@gumushane.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-6599-6337>)

In the investigation, a model has been formed by using the variables mentioned above which have an effect on the individual's financial self-sufficiency. In order to evaluate the model and specify the relationships between the variables, a poll was conducted to 323 students who are studying at Gümüşhane University. Factor, correlation and regression analysis methods were used to analyze the data. According to the results of the regression analysis, the independent variable that has the most positive effect on the financial self-efficacy of individuals is the financial information and education variable. In the carried assessments, it was found that financial socialization, financial information and education, financial stress & anxiety and borrowing conditions were effective on the students' financial self-sufficiency levels.

Key Words: *Financial health, Financial self-sufficiency, Financial socialization, Financial stress and anxiety.*

1. GİRİŞ

Öz yeterlilik, bireylerin, yaşantılarına etki eden olaylar ve durumlar karşısında kendi kontrollerini oluşturabilecek biçimde, hareket etme becerilerine yönelik kendileri hakkındaki yargıları olarak tanımlanmaktadır (Bandura, 1999:154). Kişinin öz-yeterlilik algısı, zorluklara nasıl yaklaşılacağına dair önemli bir rol oynar. Öz-yeterliliği düzeyi yüksek olan bireyler, zor görevleri başarabileceklerine inanırlar (Lown, 2011: 55). Bandura ve Wood (1989), öz-yeterliliğin kişisel kontrol duyguları ile ilişkili olduğunu ileri sürerek, düşük öz-yeterliliğin bir kişinin olası başarıdan ziyade potansiyel başarısızlığa odaklanmasına neden olabileceğini öne sürmüştür.

Finansal öz yetkinlik, kişinin finansal tutum ve davranışlarını kendi başına sergileyip finansal kararlar alabilme becerisi olarak tanımlanabilir (Pir, 2019:823). Bu becerinin geliştirilmesinde bireysel finansal sosyalizasyon süreci etkisi fazladır. Finansal bilgi ve davranışların temelinde, bireyin finansal sosyalizasyonu, finansal bilgi ve eğitim seviyesi, finansal stres ve endişe durumu, bireyin borçlanma durumu gibi faktörler önem arz etmektedir. Hira (2010), finansal davranışların kişilik, bireysel psikoloji ve biliş, aile geçmişi ve çevre gibi birçok sayıda faktörden etkilendiğini bildirmiştir.

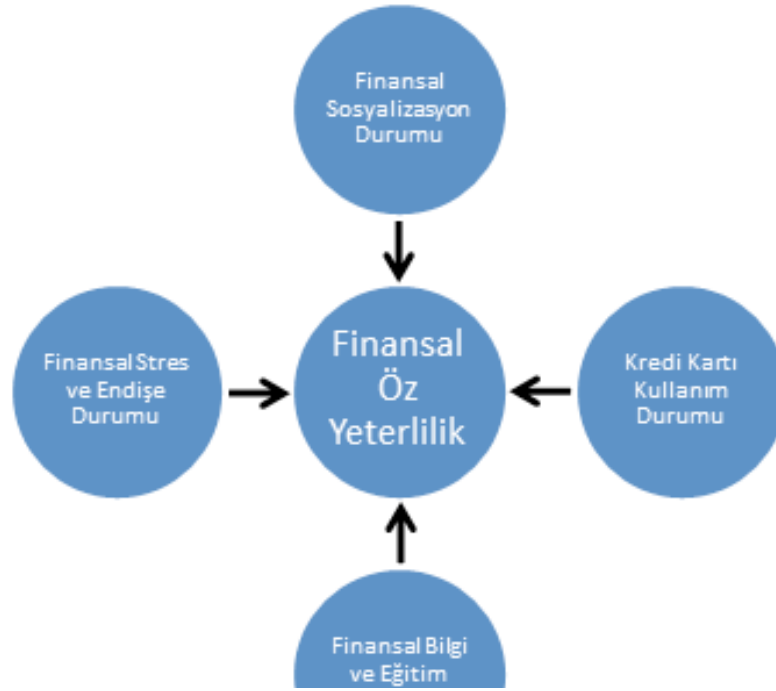
Finansal sosyalleşme, bireyin değer, tutum, bilgi, katkıda bulunan davranışları edinme ve geliştirme sürecidir (Danes, 1994:128). Roland-Le'vy (2002), finansal sosyalleşmeyi "bir çocuğun, ekonomik dünya hakkında bir anlayış geliştireceği süreç" olarak tanımlamıştır. Ayrıca finansal sosyalizasyon süreci kişisel finansal yetenekleri de önemli derecede etkilemektedir (Jorgensen vd., 2017:66).

Sosyalleşme öğrenme süreci üç mekanizmaya göre gerçekleşir: modelleme, güçlendirme ve sosyal etkileşim. Özellikle çocuklara göre, modelleme, sosyalleşme ajanlarının davranışlarını taklit etme eğilimini ifade eder (Shim vd., 2015:30). Davranışların taklit edilmesi sürecinde ebeveynler, çocuklarına rol model olabilecek önemli unsurlardır. Bu nedenle aile ilişkilerinin kalitesi, bireyin finansal sosyalleşmesi sürecinde önemli etkiler yaratmaktadır. Ebeveyn finansal sosyalleşmesi, finansal yeteneğin gelişimini önemli ölçüde etkilemekte ve bu gelişime bağlı olarak finansal öz yeterlilikteki artış, borçlanma davranışlarındaki azalmaya neden olmaktadır (Ahn vd., 2018:3) .

Finansal öz yeterlilik, finansal sonuçları iyileştirmeyi amaçlayan politikaların geliştirilmesinde önemli etkileri olan finansal okuryazarlıktan ve diğer demografik, sosyoekonomik ve finansal faktörlerden bağımsızdır.

Finansal okuryazarlık seviyesi yüksek olan birey için finansal öz yeterliliği yüksektir diyebilir miyiz? Finansal okuryazarlık yeteneği, bünyesinde teorik bilgiyi barındırır. Bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri sahip oldukları finansal bilgi seviyesi ile belirlenir. Finansal öz yeterliliği sadece finansal bilgi ile sınırlandırmak yanlış olur. Tasarruf, harcama ve yatırım gibi finansal davranış boyutları da finansal öz yeterliliğin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Kendi kendini yönetebilme, kendi kararlarını alabilme, alınan kararları kontrol edebilme, gelecek adına planlar yapabilme ve bir sorun ile karşılaşıldığında çözüm üretebilme gibi davranışlar öz yeterliliği belirleyen parametrelerdir. Bu parametreler hem bilgiyi hem de davranışları kapsamaktadır.



Şekil 1. Bireylerin Finansal Öz Yeterlilikleri Üzerinde Etkili Olan Finansal Sağlık Faktörleri

Bireyin, kişisel mali durumu hakkında kaygı hissetmesi, nakit ihtiyaçlarını karşılama amaçlı kredi veya kredi kartı ile borçlanması, ebeveynleri aracılığıyla sağlıklı finansal sosyalizasyon süreci geçirmesi, yeterli finansal bilgi ve eğitime sahip olması veya olmaması gibi faktörler finansal öz yeterliliği olumlu yâda olumsuz etkilemektedir. Bu doğrultuda finansal okuryazarlık ve sosyalizasyon literatürü dikkate alınarak Kim, Lim, Maleku, Kagotho ve Yang (2019), tarafından geliştirilen model çalışmasına finansal sosyalizasyon ve finansal eğitim ölçekleri eklenerek, araştırma modeli faktörleri oluşturulmuştur. Şekil 1’de bu faktörler, finansal stres ve endişe, finansal bilgi ve eğitim, kredi kartı kullanımı, finansal sosyalizasyon durumları olarak dört grupta ifade edilmiştir. İfade edilen faktörler, geleceğin ekonomik anlamda planlanması, mali kontrolün ve finansal yönetim sağlanması, doğru finansal kararların alınması gibi finansal yetkinliklerin gelişmesine altyapı sağlamaktadır.

Bu çalışmada, finansal okuryazarlık literatürü farklı bir açıdan ele alınarak, finansal okuryazarlık genelinde finansal öz yeterlilik değerlendirmeye çalışılmış ve bu alana yönelik bilgi eksikliği giderilmeye çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR

Shim vd. (2019), öğrenciler üzerinde yapılan çalışmalarında, problem çözme yönelimleri ve finansal öz-yeterlilik ile genç yetişkinlerin kredi geri ödeme zorlukları ve ortaya çıkan stres arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda problem çözme becerileri ve finansal öz-yeterliliğin borçların geri ödenmesinde önemli rol oynadığı bildirilmiştir.

Montalto (2019), üniversite öğrencilerin finansal sağlık durumlarının anlaşılmasına yönelik çalışmalarında, öğrencilerin genel finansal sağlıklarının tam olarak anlaşılması sadece öğrenci kredilerini değil aynı zamanda ek borç kaynaklarını, öğrencilerin üniversite deneyimlerine getirdikleri tutumları ve davranışları da içerdiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca yazarlar, öğrenci kredilerinin kullanımının, öğrencilerin finansal davranışları, okuryazarlıkları, stresleri ve öz-yeterlilikleri de dahil olmak üzere, öğrencilerin finansal sağlıkları ile bağlantılı olduğunu bildirmişlerdir.

Haykoe vd. (1999), üniversite öğrencilerinin önemli bir finansal olay yaşayınca kadar genellikle finansal yönetim hakkında bilgi almaktan kaçındıklarını ifade etmişlerdir. Micomono (2003), üniversite öğrencilerinin, finansal sorumluluğa uygun bilgiye sahip olmadıklarını, finansal yönetimin temellerini doğru bir şekilde anlamadıkları takdirde yanlış finansal yönetime maruz kalmaları olasılığının artacağını bildirmişlerdir.

Lim vd. (2014), çalışmalarında finansal stres, finansal öz-yeterlilik ve finansal yardım alma arasındaki ilişkiyi vurgulayarak, öğrencilerin finansal stresleriyle ilgili endişeleri arttıkça finansal yardım aramaya yöneleceklerini, bu durumun da öğrencilerin finansal refahını iyileştirmenin etkili bir yolu olabileceğini iddia etmişlerdir. Üniversite öğrencilerinin borçlanma durumları ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ruh sağlığı ile ilgili yapılan araştırmalarda, üniversite öğrencilerinin finansal ve psikolojik durumlarına yönelik odaklanılması gerektiği ileri sürülmüştür. Qamar vd. (2016), Amerika’da iki üniversitenin kamu, üç üniversitenin özel sektörden olduğu beş üniversitede toplam 500 öğrenciye yapılan çalışma sonucunda, öğrencilerin para tutumlarının kişisel finansal yönetim davranışları üzerinde, finansal bilgi ve finansal öz-yeterliliğin kişisel finansal yönetim davranışları üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu bildirmişlerdir.

Heckman vd. (2014), 2010 yılında yapılan Ohio Finansal Sağlık Araştırmasından aldıkları yanıtları çok değişkenli lojistik regresyonlar kullanarak analiz etmişler. Elde edilen sonuçlarda, finansal stresin öğrenciler arasında yaygın olduğunu, finansal öz-yeterliliği ve geleceğe ilişkin finansal iyimserliği daha yüksek olan öğrencilerin finansal stres bildirme olasılıklarının daha düşük olduğunu ifade etmişlerdir. Kişisel finans ile bilişsel etkileşime yönelik endişeli bir eğilim olan finansal kaygı, finansa yönelik olumsuz duygularla ilişkilidir (Shapiro ve Burchell, 2012:94).

Herawati ve diğ. (2018), Bali’de 518 muhasebe öğrencisi üzerinde yaptıkları çalışmada, finansal okuryazarlık, finansal öz-yeterlilik ve ebeveynlerin sosyal ekonomik durumlarının, öğrencilerin finansal davranışları üzerinde doğrudan etkilerinin olduğunu bildirmişlerdir.

Limbu ve Sato (2019), üniversite öğrencilerinin kredi kartı okuryazarlığı, öz-yeterlilik ve finansal refah arasındaki ilişkileri inceledikleri çalışmalarında, öğrencilerin öz-yeterliliklerinin kredi kartı okuryazarlığı ile finansal refah arasındaki ilişkiye müdahale eden bir değişken olarak merkezi rol oynadığını ifade etmişlerdir.

Roberts vd. (2000), üniversite öğrencilerinin iyi olmayan mali durumları ile zihinsel ve fiziksel sağlık durumları arasında olumsuz etkilerin varlığından bahsetmişlerdir. Andrews ve Wilding (2004), çalışmalarında, finansal stres kaynaklarının Birleşik Krallıkta üniversite öğrencileri arasında artan endişe ve depresyon düzeyleri ile pozitif ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Joo vd. (2008), finansal stres’i akademik başarı ile ilişkilendirmişler ve İngiliz üniversite öğrencilerinin finansal baskıdan dolayı akademik programlarından ayrılmayı düşündüklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca Netemeyer vd. (2018), çalışmalarında para yönetimi ve finansal güvenlik ile ilgili stresin genel refahın kilit belirleyicisi olduğunu belirtmişlerdir.

Asarta vd. (2014), tarafından yapılan çalışmada, öğrencilere Finansal Başarı Müfredatının uygulandığını ve bu müfredat ile lise öğrencilerinin finansal bilgilerinin %61 oranında arttığını tespit etmişlerdir. Lyons (2008), Midwest kampüsündeki öğrencilere yönelik çalışmada, kişisel finans kursu alan üniversite öğrencisinin kredi kartı davranışlarıyla meşgul olma olasılığını önemli ölçüde azalttığını bulmuştur. Finansal eğitim özellikle de düşük eğitim ve gelir düzeyine sahip kişiler için yüksek finansal okuryazarlık düzeyleri ile pozitif olarak ilişkili görülmektedir (Wagner, 2019:13).

Taylor (2011), finansal bilgi, beceri, öz yeterlilik ve finansal davranışlardan oluşan finansal yeteneğin, genç yetişkinlerin ekonomik başarısı için kilit faktör niteliği taşıdığını ifade etmiştir.

3. VERİ SETİ ve BULGULAR

Bu çalışmanın amacı, bireylerin finansal sağlık durumları üzerinde etkili olduğu düşünülen kredi kartı kullanımı ve borçlanma, finansal sosyalizasyon, finansal bilgi ve eğitim, finansal stres ve endişe durumlarının, finansal öz yeterlilik üzerindeki etkilerinin tespit edilmesidir. Araştırma modelinde, finansal öz yeterlilik bağımlı değişken faktörünü, borçlanma, finansal sosyalizasyon, kredi kartı kullanımı, finansal bilgi ve eğitim, finansal stres ve endişe faktörleri ise bağımsız değişkenleri oluşturmaktadır. Çalışmanın içeriğine uygun veriler, Gümüşhane Üniversitesinde 2019-2020 eğitim öğretim döneminde eğitim almakta olan, basit tesadüfi örneklem yöntemi ile belirlenmiş 323 öğrenci ile yüz yüze görüşme yapılmak suretiyle anket yöntemiyle elde edilmiştir. Örneklem

büyükliğünün belirlenmesinde 0,05 hata payı ile 100.000'den fazla evren büyüklüğünde 384 örneklem sayısı yeterli sayılmaktadır (Altunışık vd., 2010: 135). Gümüşhane Üniversitesinde 2019-2020 eğitim öğretim yılında yaklaşık olarak 14.000 öğrencinin eğitimlerine devam ettiği düşünüldüğünde 323 kişi örneklem büyüklüğü yeterli olarak belirlenmiştir.

3.1.Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Finansal sosyalizasyon ile finansal bilgi ve eğitim faktörleri, finansal okuryazarlığın önemli parametrelerindedir. Finansal okuryazarlık düzeyi iyi olan bireylerin daha doğru finansal kararlar verebileceği düşünülmektedir. Doğru ve yerinde verilen finansal kararlar bireylerin finansal öz yeterliliklerini pozitif yönde etkileyebilmektedir. Araştırma modeli oluşturulurken hem finansal okuryazarlık üzerinde etkili olan finansal sosyalizasyon ve finansal bilgi-eğitim hem de bireylerin finansal öz yeterliliklerini etkileyen borçlanma ve finansal stres-endişe durumları dikkate alınmıştır.

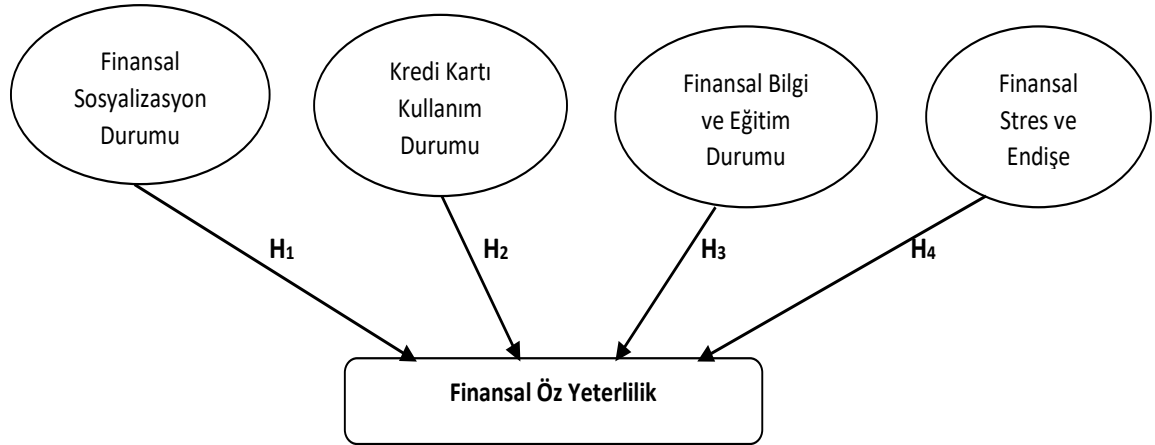
Finansal sağlık üzerinde etkili olan faktörlerin finansal öz yeterliliği etkisine yönelik oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H₁: Bireyin finansal sosyalizasyon durumu, kendi finansal öz yeterliliği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H₂: Bireyin kredi kartı kullanım durumu, kendi finansal öz yeterliliği üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.

H₃: Bireyin finansal bilgi ve eğitim durumu, kendi finansal öz yeterliliği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H₄: Bireyin finansal stres ve endişe durumu, kendi finansal öz yeterliliği üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.



Şekil 2.Araştırma Modeli

3.2.Araştırmanın Bulguları

3.2.1.Demografik Bilgiler ile İlgili Bulgular

Tablo1.Demografik Veriler

Cinsiyet			
	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde
Kadın	196	60,7	60,7
Erkek	127	39,3	100,0
Yaş			
18-23	316	97,8	97,8
24 ve üzeri	7	2,2	100,0
Çalışma Durumu			
Tam zamanlı	6	1,9	1,9
Kısmi zamanlı	27	8,4	10,2
Çalışmıyor	290	89,8	100,0
Öğrenci Kredisi Kullanma Durumu			
Evet	247	76,5	76,5
Hayır	65	20,1	96,6
Bilmiyorum	11	3,4	100,0
Kullanılan Borç Tipi			
Devlet Kredisi	258	79,9	79,9
Özel Kredi	44	13,6	93,5
Her ikisi	3	,009	94,5
Bilmiyorum	18	,06	100,0
2020 Yılına Kadar Alınan Borçların Toplamı(TL)			
1-10000	238	73,7	73,7
10001-20000	74	22,9	96,6
20001-30000	3	,009	97,5
30001 ve üzeri	8	2,5	100,0

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin %60,7'sini kadınlar,%39,3'ünü erkekler, %97,8'ini ise 18-23 yaş arasındaki öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin %89,8'inin herhangi bir işte çalışmadığı, %76,5'inin öğrenci kredisi kullandığı ve bu kullanılan kredilerin %79,9'unun devlet kredisi olduğu tablodan görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin 2020 yılına kadar olan toplam borçlarının %73,7'sinin 10.000 TL, %22,9'unun ise 20.000 TL'ye kadar olan borçlar olduğu ifade edilmiştir.

3.2.2.Faktör Analizi ve Değerlendirmesi

Faktör analizi, ölçülebilir ve gözlemlenebilir değişkenlerin, ortak bir varyansı paylaşan ve ölçülemeyen, boyutsallığın azaltılması olarak bilinen daha az gizli değişkene indirgenebileceği düşüncesiyle çalışır (Bartholomew vd., 2011). Bu gözlenemeyen faktörler doğrudan ölçülmez ancak bunlar değişkenleri temsil etmek için kullanılan varsayımsal yapılarıdır (Cattell, 1973). Önemsiz olabilecek çok fazla değişkeni dikkate almak yerine bazı temel faktörlere odaklanmak daha kolaydır, bu nedenle faktör analizi değişkenleri anlamlı kategorilere yerleştirmek için yararlıdır (Rummel, 1970). Çalışmada, veri temininde kullanılan anket içeriğinde toplam 48 soru yer almaktadır. Ankette birbirleriyle yakın ilişkide olan verileri bir araya getirmek ve yüksek korelasyon içindeki değişkenleri tespit edip bunlar arasındaki en önemlisini seçerek regresyon modeline dahil etmek için faktör analizi yapılmıştır. Birbirine bağlantılı olan değişkenler faktör analizi ile "faktör" adı altında beş gruba ayrılmış ve 48 olan soru sayısı 26'ya indirilmiştir.

Öğrencilere uygulanan anket sorularının güvenilirliğini ölçmek için en yaygın olarak kullanılan güvenilirlik katsayısı olan Cronbach α katsayısı uygulanmıştır. Tüm soru grupları için Cronbach α değeri 0,794 olarak hesaplanmış ve bu sonuç, 0,70'in üzerinde olduğundan kullanılan ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Kaiser-Mayer Olkin (KMO) ve Bartlett testleri ile elde edilen katsayı sonuçlarına bakılmıştır. Uygulanan anketin KMO örnekleme yeterliliği ölçüsü 0,782 olarak hesaplanmış ve bu sonuca göre veri seti faktör analizi için "çok iyi" olarak tespit edilmiştir (Kalaycı, 2014.). Verilere uygulanan Bartlett'in küresellik testi anlamlı çıkmıştır [$\chi^2 = 4332,270$, $df = 231$ ($p = 0.000$)]. Elde edilen bu sonuçlar, çalışmada faktör analizinin uygulanabilirliğini ve değişkenler arasındaki korelasyonun varlığını göstermektedir.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1. Finansal Sosyalleşim	
Değişkenler	Faktör Yükleri
Ekonomik tavsiye için aile üyelerine güvenirim	0,766
Ebeveynlerim benimle parasal konular hakkında rahatça konuşurlar	0,775
Ebeveynlerim para yönetimi hakkında bilmem gerekenleri bana aktarmışlardır	0,767
Ebeveynlerim sağlam finansal yönetimim için rol modelleridir	0,780
Faktör 2. Kredi Kartı Kullanımı	
Değişkenler	Faktör Yükleri
Kredi kartı kullanımının gereklilik olduğunu düşünüyorum	0,668
Kredi kartı ekstrem geldiğinde, genellikle aylık asgari ödemeyi yaparım	0,718
Kredi kartı ekstrem geldiğinde, genellikle aylık asgari ödemenin üzerinde ödeme yaparım	0,848
Kredi kartı ekstrem geldiğinde, genellikle bakiyenin tamamını öderim	0,817
Kredi kartınızla aylık ödemeleri yaptıktan sonra kredi kartımda az miktarda limit kalmaktadır	0,764
Mezun olduğumda az miktarda kredi kartı borcum olacağını düşünüyorum	0,793
Kredi kartımı kullanırken kredi kartı faiz oranlarını dikkate alarak harcama yaparım	0,680
Faktör 3. Finansal Stres ve Endişe	
Değişkenler	Faktör Yükleri
Genel olarak kişisel mali durumun konusunda kendimi stresli hissederim	0,750
Mevcut aylık giderlerimi ödeyemediğimde endişe duyarım	0,737
Eğitimin için yeterli param olmadığından endişe duyuyorum	0,814
Tahakkuk eden kredi kartı borcum bana fazla stres yüklemekte	0,837
Tahakkuk eden öğrenim kredisi borcum bana fazla stres yüklemekte	0,850
Toplam borcum bana fazla stres yüklemekte	0,794
Faktör 4. Finansal Bilgi ve Eğitim	
Değişkenler	Faktör Yükleri
Enflasyon fiyatlar genel düzeyindeki artıştır	0,662
Yüksek getirili bir yatırımın riski yüksektir	0,750
10.000 TL borç aldınız. Ayda %2 faizle 3 ay sonra aldığınız borç toplam 10.200 TL'den fazla olur	0,743
Yatırımcı yatırımlarını farklı varlıklara dağıtırken, para kaybetme artar	0,654
Faktör 5. Finansal Öz Yeterlilik	
Değişkenler	Faktör Yükleri
Kendi finansımı yönetebileceğime eminim	0,820
İyi finansal kararlar verebilirim	0,825
Mali durumumun kontrolünü kendimde hissediyorum	0,780
Finansal geleceğim adına planlama yapabiliyorum	0,867
Finans hakkında ihtiyacım olan bilgiye ulaşabiliyorum	0,786

Tablo 2’de araştırma modelinde yer alan beş faktör görülmektedir. Finansal sosyalizasyon boyutu içerisinde ankette yedi ifade yer alırken, faktör analizi sonucunda ifade sayısı dört’e düşmüştür. Kredi kartı kullanımı boyutu içerisinde başlangıçta ankette sekiz ifade yer alırken faktör yükleri itibariyle bu sayı yediye, finansal stres ve endişe boyutunda on olan sayı altıya, finansal bilgi ve eğitim boyutunda beş olan sayı dört’e ve finansal öz yeterlilik boyutundaki altı olan sayı beş’e düşmüştür.

Tablo 3. Araştırmaya İlişkin Değişkenler Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	1	2	3	4	5
Finansal Sosyalizasyon(1)	1				
Kredi kartı Kullanımı(2)	-,155**	1			
Finansal Bilgi ve Eğitim(3)	,098	,199**	1		
Finansal Stres ve Endişe(4)	,040	,018	,308**	1	
Finansal Öz Yeterlilik(5)	,326**	,134*	,407**	-,026	1

** 0,01 anlamlılık seviyesinde korelasyon (çift yönlü).

* 0,05 anlamlılık seviyesinde korelasyon (çift yönlü).

Araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkinin yönünün ve gücünün test edilmesi (Köse, 2008), için korelasyon analizi yöntemi uygulanmıştır. Faktörlerin kendi aralarındaki korelasyonuna bakıldığında, değişkenler arasında 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde ilişkiler olduğu görülmektedir. Tablo 3’deki analiz verilerine göre en yüksek korelasyon ilişkisi orta düzeyde 0,407 ile finansal öz yeterlilik ile finansal bilgi ve eğitim arasında gerçekleşmiştir. Finansal öz yeterlilik ile finansal sosyalizasyon (0,326), kredi kartı kullanımı ile finansal bilgi ve eğitim arasında (0,199), finansal stres ve endişe ile finansal bilgi ve eğitim arasında (0,308), finansal öz yeterlilik ile kredi kartı kullanımı arasında (0,134) zayıf düzeyde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Diğer taraftan finansal sosyalizasyon ile finansal bilgi ve eğitim arasında (0,098), finansal stres ve endişe ile finansal sosyalizasyon arasında (0,040), finansal öz yeterlilik ile finansal stres ve endişe arasında (-0,026), finansal stres ve endişe ile kredi kartı kullanımı arasında (0,018) anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Diğer taraftan tabloda kredi kartı kullanımı ile finansal sosyalizasyon arasında ters yönlü (-0,155) ilişki görülmektedir.

Tablo 4: Araştırmaya İlişkin Değişkenlerin Regresyon Analizi Sonuçları

Finansal Öz Yeterlilik		
Bağımsız Değişkenler	Beta Katsayıları	VIF Değerleri
Finansal Sosyalizasyon	,309**	1,043
Kredi Kartı Kullanımı	,104*	1,078
Finansal Bilgi ve Eğitim	,406**	1,171
Finansal Stres ve Endişe	-,165**	1,107
F Model Değeri	31,547**	
Düzeltilmiş R ²	,284	
Durbin-Watson	1,747	
*p<0,05; **p<0,01		

Tablo 4’de araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasındaki regresyon analizleri verilmiştir. Araştırma değişkenlerinin normal dağılım sergileyip sergilemediğini test etmek adına Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda araştırma modelinde yer alan değişkenlerin normal dağılım sergilediği sonucuna varılmıştır. Otokorelasyon sorununun var olup olmadığı görebilmek adına Durbin-Watson değerine bakılmıştır. Söz konusu değer 1,747 ile istenilen aralıkta (1,5-2,5) yer alıp, oto korelasyon sorununun olmadığı gözlemlenmiştir. Son olarak değişen varyans sorununun testi için Stata İstatistik programı aracılığı ile White test uygulanmıştır. Söz konusu testin sonuçları $p < 0,05$ düzeyinde olduğu için araştırma modelinde değişen varyans sorununun var olduğu tespit edilmiştir. Bu sorunu çözebilmek adına, söz konusu sorunu çözdüğü iddia edilen (Tatoğlu, 2013) Robust dirençli tahminci kullanılmış ve hipotezlerin anlamlılıkları bu tahminci kullanılarak elde edilen sonuçlara göre yorumlanmıştır.

Regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında bireylerin finansal öz yeterlilikleri üzerinde en fazla olumlu etkiye sahip olan bağımsız değişkenin finansal bilgi ve eğitim olduğu görülmektedir. Bireylerin finansal sosyalizasyon durumlarının finansal öz yeterlilikleri üzerine etkisi ($\beta = 0,309$; $p < 0,01$) istatistikî olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür. Bu sonuç, bireylerin finansal sosyalleşme seviyelerinin artması onların finansal öz yeterliliklerini de olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Doğru kredi kartı kullanımı sayesinde finansal öz yeterliliğin bundan olumlu etkilendiğini ($\beta = 0,104$; $p < 0,01$) dolayısıyla da doğru ve dengeli borçlanmanın finansal öz yeterlilik üzerine etkisi istatistikî olarak anlamlıdır. Sahip olunan finansal bilgi ve alınan finansal eğitim finansal öz yeterlilik üzerine etkisi ($\beta = 0,406$; $p < 0,01$) anlamlı ve pozitif yönlüdür. Diğer taraftan yaşanan finansal stres ve endişenin bireyin finansal öz yeterliliği üzerindeki etkisi ($\beta = -0,165$) anlamlı ve negatif yönlüdür. Yani maddi olarak yaşanan sıkıntı ve kaygı düzeyi arttıkça bireysel verilen finansal kararların yeterlilik seviyelerinde bir azalma söz konusu olmaktadır. Regresyon analizi sonuçlarının F model değerlerine bakıldığında ise modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Çalışmada değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun kontrol edilebilmesi için ayrıca Varyans Şişirme Faktörleri (VIF) değerlendirilmiştir. Çoklu doğrusal bağlantı sorununun meydana gelmemesi için söz konusu VIF değerlerinin 10’a eşit veya daha küçük olması gerekmektedir (Freund ve diğerlerinden aktaran Okan, 2012:78). Tablo 4’de yer alan VIF değerlerine bakıldığında ise (1,043- 1,171) çoklu doğrusal bağlantı sorununun oluşmadığı görülmektedir.

4. SONUÇ

Finansal öz yeterliliğin kriterleri olarak, kişisel finans yönetimi, doğru finansal kararlar verebilme yeteneği, mali durumun kontrol edilebilmesi, gelecek adına finansal planlama yapabilme becerisi gibi yetenekleri sayabiliriz. İfade edilen her bir yeteneğin alt yapısında, finansal sosyalizasyon, finansal bilgi ve eğitim, finansal stres ve endişe, borçlanma alışkanlıkları gibi faktörleri belirtmemiz gerekir. Finansal öz yeterlilik bireylerin finansal yönetimlerinde de önemli bir rol oynamaktadır (Farrell vd., 2016).

Bireyin öz güveninin ve yeterliliği üzerinde etkili olan en önemli faktör ailedir. Özellikle de ekonomik ve finansal kararlarla ilgili sağlam bir alt yapının oluşması, sağlıklı ve doğru ebeveyn ilişkisine bağlıdır. Yirmili yaşlara gelmiş üniversite eğitimi alan öğrencilerin birçoğu ailesinden uzakta yaşamakta ve ekonomik kararlarını kendileri vermektedirler. Dolayısıyla bu yaş dönemine kadar ailesinde, finansal sosyalizasyon dönemini sağlıklı geçirmiş bireyin finansal öz yeterlilik seviyesi de yüksek olacaktır. Çalışmada, öğrencilerin ailelerinden almış oldukları, parasal konulardaki bilgi, tavsiye ve gözlemlerin, onların finansal öz yeterlilikleri üzerinde olumlu etkiler yarattığı sonucu elde edilmiştir. Ahn vd. (2018), çalışmalarında ebeveyn finansal sosyalizasyonunun çocuğun finansal kapasitesinin gelişimine önemli ölçüde etki ettiğini vurgulayarak, politika yapımcıların genç ebeveynlerin finansal yetenek gelişimlerini takip etmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir.

Ailede sosyalizasyon süreci ile elde edilen informal bilgiler, okulda alınan eğitimle anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla finansal anlamda eğitimi ne sadece aile, ne de sadece okul eğitimi olarak sınırlandırmamak gerekir. Finansal bilgi ve eğitimin bireye kazandırdığı en önemli yetenek, riskin anlamlandırılması ve farkındalığının sağlanmasıdır. Çalışmada, öğrencilerin finansal bilgi ve eğitim seviyeleri ile finansal öz yeterlilikleri arasında olumlu bir sonuç elde edilmiştir. Kemnitz (2018), finansal öz yeterlilik ve finansal sosyalleşmenin finansal stresi etkilediğini bu nedenle de ebeveynler ve eğitimciler tarafından sağlanan finansal öz yeterliliğin önemin yüksek olduğunu ifade etmiştir.

Maddi yetersizlikler, ekonomik kaygılar, dengesiz borçlanma durumu, yetersiz finansal eğitim gibi faktörler bireyin finansal stres ve endişe durumunu olumsuz etkiler. Yaşanılan bu durumdan öğrencilerin akademik ve güncel yaşantıları da olumsuz etkilenmektedir. Özellikle maddi yetersizlik nedeniyle birçok öğrenci eğitimlerine ara vermekte yâda okulla ilişkisini koparmaktadır. Araştırmanın sonuçlarında da görüldüğü gibi bireyin yaşadığı stres ve endişe seviyesi yükseldikçe, bu iyi finansal kararlar verememe, maddi durumun kontrolünü sağlayamama gibi öz yetersizlik durumlarını ortaya çıkarmaktadır.

Bu noktada başta ebeveynlere, finansal ve ekonomik davranış anlamında doğru rol model olabilmelerini, öğrencilerin kullanma ve borçlanma aracı olarak kredi kartı tahsisini yapan finansal piyasa aktörü olan bankalara, öğrencilere kredi verirken daha gerçekçi olmalarını, son olarak da eğitim kurumlarımızın öğrencilere yönelik, eğitim anlamında daha gerçekçi ve daha somut finansal adımlar atmalarını temenni ediyoruz.

KAYNAKLAR

- Ahn, S. Y. ve College, W. (2018). "Parental Financial Socialization and Financial Instability of Young Adults: The Mediating Role of Financial Capability Trajectory", *Consumer Interests Annual*, 64, 1-7.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). "Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, SPSS uygulamalı", Sakarya: *Sakarya Yayıncılık*.
- Andrews, B. ve Wilding, J. M. (2004). "The relation of depression and anxiety to life-stress and achievement in students", *British Journal of Psychology*, 95, 509-521.
- Asarta, C. J., Hill, A. T. ve Meszaros, B. T. (2014). "The features and effectiveness of the Keys to Financial Success curriculum", *International Review of Economics Education*, 16, 39-50.
- Bandura, A. (1999). "A Social Cognitive Theory of Personality", In L. Pervin & O. John (Ed.), *Handbook of personality*, 154-196.
- Bandura, A. ve Wood, R. (1989). "Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making", *Journal of personality and social psychology*, 56(5), 805.
- Bartholomew, D., Knotts, M. ve Moustaki, I. (2011). "Latent variable models and factor analysis: A unified approach", *West Sussex, UK: John Wiley & Sons*.
- Cattell, R.B. (1973). "Factor analysis", Westport, CT: Greenwood Press.
- Danes, S. M. (1994). "Parental perceptions of children's financial socialization", *Financial Counseling and Planning*, 5, 127-149.
- Farrell, L., Fry, T.R. ve Risse, L. (2016), "The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behavior", *Journal of Economic Psychology*, 54, 85-99.
- Hayhoe, C., Leach, L. ve Turner, P. R. (1999). "Discriminating the number of credit cards held by students using credit and money attitudes", *Journal of Economic Psychology*, 20, 643-656.
- Heckman, S., Lim, H. N. ve Montalto, C. (2014). "Factors related to financial stress among college students", *Journal of Financial Therapy*, 5(1), 19-39.
- Herawati, N. T., Candiasa, I. M., Yadnyana, I. K. ve Suharsono, N. (2018). "Factors that influence financial behavior among accounting students in Bali", *International Journal of Business Administration*, 9(3), 30-38.
- Hira, T. (2010). "The NEFE quarter century project: Implications for researchers, educators, and policy makers from a quarter century of financial education", *Denver: National Endowment for Financial Education*.
- Joo, S., Durband, D. B. ve Grable, J. (2008). "The academic impact of financial stress on college students", *Journal of College Student Retention*, 10(3), 287-305.
- Jorgensen, B. L., Rappleyea, D. L., Schweichler, J. T., Fang, X. ve Moran, M. E. (2017). "The financial behavior of emerging adults: A family financial socialization approach", *Journal of Family and Economic Issues*, 38(1), 57-69.
- Kalaycı, Ş. (2014). "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri", Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kemnitz, R. J. (2018). "The influences of financial self-efficacy and financial socialization on college students' financial stress and coping", (Doctoral dissertation).
- Kim, Y. K., Lim, Y., Maleku, A., Kagotho, N. Ve Yang, M. (2020). Financial Stress and Depression Among African Refugees in the Southern United States: A Serial Multiple Mediation Analysis of Financial Self-Efficacy and Financial Anxiety, *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 18(2), 151-171.
- Köse, S. K. (2008). Korelasyon ve regresyon analizi. Çevrimiçi) <http://tr.scribd.com/doc/2066772/korelasyon-analizi>, 9.
- Lim, H., Heckman, S., Montalto, C. P. ve Letkiewicz, J. (2014). "Financial stress, self-efficacy, and financial help-seeking behavior of college students", *Journal of Financial Counseling and Planning*, 25(2), 148-160.
- Limbu, Y. B. ve Sato, S. (2019). "Credit card literacy and financial well-being of college students", *International Journal of Bank Marketing*.
- Lown, J. M. (2011). "Development and validation of a financial self-efficacy scale", *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), 54.

- Lyons, A. C. (2008). "Risky credit card behavior of college students", *In Handbook of consumer finance research*, 185-207.
- Micomonaco, J. P. (2003). "Borrowing Against the Future: Practices, attitudes and knowledge of financial management among college students", (*Doctoral dissertation, Virginia Tech*).
- Montalto, C. P., Phillips, E. L., McDaniel, A. ve Baker, A. R. (2019). "College student financial wellness: Student loans and beyond", *Journal of Family and Economic Issues*, 40(1), 3-21.
- Netemeyer, R. G., Warmath, D., Fernandes, D. ve Lynch, J. G. (2018) "How am I doing? Perceived financial well-being, its potential antecedents, and its relation to overall well-being", *Journal of Consumer Research*, 45(1), 68-89.
- Pir, E. Ö. (2019). "Üniversite Öğrencilerinin Hedonistik Eğilimleri ve Duygusal İstikrarlılıklarının Alışveriş Bağımlılıklarına Etkisinde Finansal Öz Yetkinliklerinin Rolü", *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 815-851.
- Rummel, R.J. (1970). "Applied factor analysis", Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Qamar, M. A. J., Khemta, M. A. N. ve Jamil, H. (2016). "How knowledge and financial self-efficacy moderate the relationship between money attitudes and personal financial management behavior", *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 5(2), 296.
- Roberts, R., Golding, J., Towell, T., Reid, S., Woodford, S., Vetere, A. ve Weinreb, I. (2000). "Mental and physical health in students: the role of economic circumstances", *British Journal of Health Psychology*, 5(3), 289-297.
- Roland-Le 'vy, C. (2002). "Economic socialization: How does one develop an understanding of the economic world? Young people's understanding of economic issues in Europe", *European issues in children's identity and citizenship*, 17-30.
- Shapiro, G. K. ve Burchell, B. (2012). "Measuring financial anxiety. *Journal of Neuroscience*", *Psychology, and Economics*, 5(2), 92-103.
- Shim, S., Serido, J., Tang, C. ve Card, N. (2015). "Socialization processes and pathways to healthy financial development for emerging young adults", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 38, 29-38.
- Shim, S., Serido, J. ve Lee, S. K. (2019). "Problem-Solving Orientations, Financial Self-Efficacy, and Student-Loan Repayment Stress", *Journal of Consumer Affairs*, 53(3), 1273-1296.
- Okan, T. (2012). Kurumsal Yönetimin Ve Kurumsal Mesafenin Gelişmekte Olan Ülke Kökenli Çokuluslu İşletmelerin Strateji Tercihleri Üzerindeki Etkileri. Türkiye Örneği, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Tatoğlu, Y. F. (2013). Panel veri ekonometrisi: Stata uygulamalı. Baskı, İstanbul, Beta Yayınları.
- Taylor, M. (2011). "Measuring financial capability and its determinants using survey data", *Social Indicators Research*, 102(2), 297-314.
- Wagner, J. (2019). "Financial Education and Financial Literacy by Income and Education Groups", *Journal of Financial Counseling and Planning*, 30(1), 132-141.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:12.02.2020 ✓Accepted/Kabul:20.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.688516

Araştırma Makalesi/ Research Article

Başalp, A. A. ve Altın Gülova, A. (2021). "Yönetici Yetkinliklerinin Geliştirilmesinde Zorlu Görevler ve Erişimi ile Öğrenme Odaklılık ve Geri Bildirim Rolü", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 39-40.

YÖNETİCİ YETKİNLİKLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE ZORLU GÖREVLER VE ERİŞİMİ İLE ÖĞRENME ODAKLILIK VE GERİ BİLDİRİMİN ROLÜ

Afet Ayçe BAŞALP*, Asena ALTIN GÜLOVA**

Öz

İşletmeler hem ulusal hem de uluslararası alanda rekabet edebilmek için yönetici geliştirme programlarına yatırım yapmaktadırlar. Yönetici geliştirme programlarının en önemli parçalarından birisi de yönetici yetkinliklerini geliştirmektir. Yönetici yetkinliklerinin geliştirilmesinin unsurları ise; zorlayıcı yönetsel görevler, gelişimsel özelliğe sahip yönetsel görevlere erişim, geri bildirim ve öğrenme odaklılıktır. Yapılan çalışmalarda yöneticilerin gelişmelerine yönelik verilen zorlayıcı görevlerin, öğrenme odaklılık, zorlu görevlere erişim ve geri bildirim gibi kavramların yönetici yetkinlikleri üzerindeki pozitif ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma, birbirlerinden bağımsız olarak ortaya çıkan söz konusu değişkenlerin yönetici yetkinlikleri üzerindeki etkisi ve ilişki düzeylerini araştırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yönetici yetkinlikleri, Yöneticilere verilen zorlu görevler, Zorlu görevlere erişim, Geri bildirim alma, Öğrenme odaklılık*

THE ROLE OF GOAL ORIENTATION AND FEEDBACK WITH DEVELOPMENTAL CHALLENGE AND ACCESS IN DEVELOPING MANAGERIAL COMPETENCIES

Abstract

Businesses invest in executive development programs to compete both nationally and internationally. One of the most important parts of executive development programs is to develop end-state competencies. The elements of the development of end-state competencies are; compelling managerial tasks are access to develop mentally managerial tasks, feedback and learning orientation. In the studies carried out, it has been determined that the compelling tasks given for the development of the manager shave a positive relationship on the management competencies of the concepts such as learning focus, Access to highly developmental managerial assignment and feedback. This study investigates the effect and relationship levels of the sevariables, which occur independently of each other, on end-state competencies.

Keywords: *Managerial end-state competencies, Developmental challenge, Access to highly developmental managerial assignment, Feedback, Goal orientation.*

* Arş. Gör. Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, MANİSA.
e-posta: ayce.basalp@cbu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-2914-0632>)

** Prof. Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, MANİSA.
e-posta: asena.gulova@cbu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-0094-8227>)

1. GİRİŞ

İşletmeler hem ulusal hem de uluslararası alanda rekabet edebilmek için yönetici geliştirme programlarına yatırım yapmaktadırlar. Mc Call ve Hollenbeck'in (2002:127) "yöneticilik iş başında tecrübe ile öğrenilir" ifadesinde belirtildiği üzere formal olan iş başındaki programlar yöneticilerin öğrenmesinde önemli yer taşımaktadır. Bunun yanı sıra ABD'de her yıl işletmelerin ayırdığı bütçe ise yönetici geliştirme için yıllık olarak 2007 yılında 16,5 trilyon dolardan, 2016 yılında 45 trilyon dolara yükselmiştir. 2004'te yapılan anket sonuçlarına göre (Bolt, 2007) üst düzey yöneticiler için harcanan paranın 7 milyar dolar olduğu, bu bütçenin içerisinde formal programlar, koçluk ve zorlu görevlerin dahil olduğu belirtilmiştir. Harvard ve Stanford Üniversitelerinde yapılan araştırmalara göre ABD'deki işletmelerin 2016 yılında yönetici geliştirme programlarına 31 milyar dolarlık harcama yaptıkları tespit edilmiştir (Wakefield vd., 2016: 27). ABD Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın 24 Mayıs 2017'de yaptığı basın açıklamasında "iş ve yönetici geliştirme programlarına ABD bütçesinde ayrılan 1,6 milyar doların (2016), %40 oranında arttırıldığı ve 2,7 milyar dolara çıkarıldığı belirtilmiştir" (CNN Money Report; 2017). Bu yatırımların birçoğu iş dışı eğitim programları ve aktivitelerine (gezi, yurt dışı eğitimleri gibi çalışanlar ile yapılan sosyal aktiviteler), kurslara, yetiştirme programlarına ve koçluk programlarına ayrılmıştır. Yukarıda açıklamasına yer verilen çalışmalara bakıldığında, bu çalışma ile Türkçe literatürdeki eksik bırakılan konu olan yöneticilere verilen zorlayıcı görevlerin neler olduğu ve bu alan yazınındaki çalışmaların kısıtlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu çalışma ile yönetici yetkinliklerinin geliştirebilir olduğu aynı zamanda yönetici geliştirme programlarına hem üniversitelerin hem de kamu kurumlarının destek vermesinin önem taşıdığı vurgulanmıştır.

Yönetici geliştirme teorisinin temelinde, yönetici yetkinliği ve yetenek kavramları öne çıkmaktadır (McCall, 1988; McCauley vd., 1994). Yönetici yetkinliklerinin geliştirilmesi amacıyla yapılan çalışmalarda; zorlu görevlerin yöneticilere verilmesi ve geri bildirimde bulunulması da dikkati çeken diğer kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dragoni ve diğerlerine (2009: 731) göre yöneticilerin performanslarını arttırmak için yöneticilere zorlu görevler verilmesi gerekmektedir ve geleneksel modelde işi iş başında öğrenmek ve öğretmek önemlidir. Tesluk ve Jacobs'a (1998) göre de bir işi öğrenebilmek için yöneticinin o işi iş başında uygulaması gerekmektedir (Dragoni vd., 2009: 732).

Yöneticilik yetkinliklerini geliştirmek için iş başında öğrenmenin büyük önem taşıdığı bilinmektedir. McCall ve Hollenbeck'in (2002: 127) "yöneticilik iş başında ve tecrübe ile öğrenilir" ifadesinde belirtildiği üzere iş başında öğrenmenin temelinde tecrübe bulunmaktadır. İş başında öğrenmeyi kapsayan yöneticilik geliştirme programlarında %70 başarı sağlanırken, iş dışındaki eğitimlerde %10 başarı sağlandığı tespit edilmiştir (McCall, 2004). İş ve yöneticiliğin iş başındayken öğrenildiğine (McCall vd., 1988: 15) dikkat çekilirken, yapılan bir diğer çalışmada (Öner, 2008) iş başında ve iş dışında yapılan eğitimlerin değerlendirilmesi gerekliliği ele alınmış, bu eğitimlerin neler olduğu ve yönetici geliştirmeyi nasıl etkilediğinin tespit edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda yönetici geliştirmede iş başında eğitim çeşitlerinden hangilerinin tercih edileceğinin doğru analiz edilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan yönetici geliştirme programlarının hem yöneticinin kariyeri hem de örgütün verimli ve başarılı bir şekilde yönetilmesindeki anahtar rolünün daha iyi anlaşılması gerekmektedir. Türkçe yönetim ve organizasyon literatüründe, yönetici geliştirme programları ve yöneticileri geliştirmeye yönelik etkenleri araştıran sınırlı sayıda çalışma mevcuttur (Budak, 2008; Eren, Tokgöz ve Gül, 2013; Yılmaz, Alpkan ve Bulut, 2009). Öte yandan bu çalışma ile yönetici geliştirmede, iş başında eğitimin ve iş başında edinilen önemi de tespit edilmiştir. Aynı zamanda yöneticilere verilen zorlu görevlerin yönetici yetkinlikleri üzerindeki etkisi de tespit edilmiştir. Buradan hareketle, bu çalışmanın ana konusu yöneticilere verilen zorlayıcı görevler ölçeğinin Türkçeye adapte edilmesi ve geliştirilmesidir. Yönetici yetkinliklerinin yöneticilere verilen zorlayıcı görevlerin üzerindeki etkisini tespitini yapmaktır. Bu çalışmada; literatür incelemesi yapılırken yöneticilere verilen zorlayıcı görevler üzerine yapılmış olan çalışmalar üzerine odaklanmıştır. Literatür anlamında yazındaki bu eksiği gidermek temel amacımızdır. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalar yöneticilere verilen zorlayıcı görevlerin diğer değişkenler (iş tatmini, örgütsel bağlılık, çalışan yaratıcılığı, inovasyon vb.) üzerindeki etkisini incelemek olmalıdır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Wilson ve Yip'e göre (2010: 63), verimli yöneticilerin kariyerleri incelendiğinde, kendilerini bu noktaya kadar getiren faktörler; üstlenmiş oldukları zorlu görevler, geliştirici ilişkiler ve yaşadıkları zor durumlardır ve

yazarlar iyi ve faydalı bir yönetici olabilmek için iş başında zorlu görevler almak ve kazanılan tecrübelerden ders çıkarmak önemlidir. Örgütler/yöneticiler/birimler zorlu görevlerin ve kazandıkları tecrübelerin yöneticileri geliştiren en önemli iki öğrenme aracı olduğunu bildikleri düşünülmektedir. McCall ve diğerlerine (1997: 68) göre zorlu görevlerin içeriği şu şekildedir; Aşağıdaki tabloda yöneticilere verilen zorlu görevlerin neler olduğu yer almaktadır. Buradan hareketle yöneticilerin geliştirilmesini sağlamak için verilmesi gereken görevler sırasıyla aşağıda verilmiştir. Zorlu görevleri açıklamak gerekir ise; yeni yönetici olmuş kişilere verilen görevler, ilk deneyimleri, işletme içerisinde daha önce yapılmamış ya da öngörülmemiş görevlerin verilmesi, ast –üst ilişkilerindeki görev tanımları veya görev artışları, çeşitli kaos yaratabilecek sorunlar ve krizler, kişisel yaşanan travmalar, personelin yaşadığı kişisel problemler ve görev başındaki başarısızlıklarla yöneticilerin mücadelesi örnekleri verilebilmektedir. Bir yöneticinin gerçekten gelişim yaşaması için aşağıda sayılan görevlerine ne ölçüde yerine getirdiği performansı ile ilişkilidir.

Tablo 1: Yöneticilere verilen zorlu görevler

yeni yöneticilere verilen görevler	kaçırılan iş ve terfi fırsatları
ilk süpervizörlük görevi	personel verimliliğinin düştüğü zaman dilimleri
işletme içerisinde yapılan ilk değişimler	farklı pozisyon ve görevlerde çalışmak
yeni projelerin sorumluluğu	kişisel travmalar (hastalık, ölüm, boşanma)
astların sayısındaki artış	rol model olma
astların rotasyonunu gerçekleştirme	iş başındaki eğitimlerdeki başarı
başarısız iş süreçlerinden çıkarılan sonuçlar	kişisel deneyimler
	işletme içi önceliklerin değişimidir

Literatür incelemesinde yöneticilere verilen zorlu görevlere ilişkin yapılan araştırmaların bir özeti ise tablo 2 ve 3'te yer almaktadır.

Tablo 2: Yönetici Geliştirme Üzerine Yapılan Tez Çalışmaları ve Bulgular (1999-2018)

Çalışmanın Adı	Örneklem	Kullanılan Ölçekler	Bulgular
Türk İlaç Endüstrisinde Yönetici Geliştirme Faaliyetleri Serap Hepkaya Yüksek Lisans Tezi (2000)	31 ilaç Firmasının İnsan Kaynakları Müdürleri veya Personel Müdürleri.	Yönetici Geliştirme ile ilgili 1999'a kadar yapılan çalışmalar incelenmiş olup o çalışmalardan (Marşap, 1992; Gündüz, 1994; Göncüler, 1996; Uygur, 1996) alınan sorularla anket formu olarak hazırlanmıştır.	1) Türkiye'deki ilaç firmalarının yönetici geliştirmesi için uygulanan hizmet içi (iş başında eğitim) eğitimlerin katkısı önemli bulunmuştur. 2) Yöneticilerin gelişmesi için yetki devri (zorlu görevlere katılım) yönetime katılmalarının önemi vurgulanmıştır.
Türk Kamu Yönetiminde Yönetici Geliştirme İbrahim Avcı Doktora Tezi (2004)	Türkiye'de görev yapmakta olan (valiler hariç) 146 Mülki İdari Amiri.	▪ Yönetici Yeterlilikleri (Peker, 1994) ▪ Mesleki Değerlendirme (Peker,1994)	Temel eğitim becerilerinin kazanımı için en aktif yöntemin konferanslar dışında iş başında uygulamalı eğitimler olduğu düşünülmektedir.

Management Development In Human Resource Management And A Research Hasan Başusta Yüksek Lisans Tez Çalışması (2006)	7 yönetici ve 1 Genel Müdür örnek olay incelemesi. Allport İşletmesi (havayolu şirketi)	İşletmenin Yönetici geliştirme Programı ile ilgili tüm dataları (eğitimlerin içeriği, süresi, katkısı, faydası, eksik yönleri v.b.) ve 86 yöneticiden yönetici geliştirme tekniği hakkında bilgi alınmıştır.	1) Her bir yönetici geliştirme tekniği hakkında bilgi sahibi olunmuştur. 2) Yönetici geliştirme tekniklerinden; iş başında verilen eğitimlerin (özellikle mentorluk, role play, örnek olay v.b.) daha yararlı olduğu görülmüştür.
The Mediating Effect of Organizational Justice: Moderating Roles of Sense of Coherence and Job Complexity on The Relationship Between Servant Leadership, and Work Engagement Zeynep Hale Öner Doktora Tezi (2008)	İstanbul'da faaliyet gösteren 26 işletmede çalışan 305 orta düzey yönetici.	<ul style="list-style-type: none">▪ Hizmetkar yöneticilik Ölçeği John E Barbuto, JR. W. Wheeler(2002); Page ve Wong (2000); RobDennis (2004).▪ Tutarlılık anlayışı ölçeği (Antonovsky, 1987).	1) Çalışmada hizmetkar yöneticilik özelliklerinden, literatürde belirtilen yöneticinin, vizyona yönelik kavramsal düşünebilme yeteneği, ahlak ve etik tutumu, sosyal sorumluluk olarak adlandırabileceğimiz şirket dışı toplum için bir değer yaratma özellikleri ise ortaya çıkmamıştır.
İşletmelerde Performans Değerlendirme, Geri Bildirim, Kariyer Planlama ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma Umut Kocabey Yüksek Lisans Tez Çalışması (2010)	Gebze Organize Sanayi Bölgesinde 76 işletme ve 200 orta düzey çalışandan oluşmaktadır.	<ul style="list-style-type: none">▪ Performans değerlendirme (Torrington ve Heil, 1995)▪ Geri Bildirim (Sherer ve Adams, 1983)▪ Kariyer Planlama (Sherer ve Adams, 1983)▪ Örgütsel Bağlılık (Allen ve Meyer, 1990)	1) Performans değerlendirme ve geri bildirim uygulamaları ile kariyer planlaması ölçeğinin alt boyutu geleceğe odaklılık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. 2) Performans değerlendirme ve geri bildirim uygulamaları ile kariyer planlamasının öz değerlendirme boyutu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır.

Yönetici Geliştirme ve Örgüt Geliştirme: T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'de Bir Uygulama Belma Nesrin Durusu Yüksek Lisans Tez Çalışması (2010)	Bu çalışmada, T.C.Ziraat Bankası A.ş. yöneticilerinin liderlik ve yöneticilik açısından gelişim dereceleri değerlendirilmiştir. Genel Müdürlük Birimleri ile, Ankara1. ve 2. Bölge Müdürlükleri'ne bağlı Şubelerdeki yöneticilere uygulanmıştır. (sayısı mevcut değildir)	Blake ve Mouton (1987) yönetsel ölçek kullanılmıştır. Drucker, 2007 Best Practices in Organization Development andChange kitabı ışığında 31 önerme kullanılmıştır.	1) Yönetici geliştirme, yöneticilerin beceri, nitelik ve yönetim gücü açısından gelişmesini sağlar. 2) Yönetici yetiştirmek için düzenlenen Bankacılık Okulu ve yönetici geliştirmek için düzenlenen 144 Davranış Geliştirme Eğitimleri ve Yönetici Akademisi gibi eğitimler bankanın bu konudaki dikkatini ve başarısını göstermektedir.
--	---	---	--

(Kaynak:Başalp,2018)

Tablo 3. 2001-2018 Yılları Arasında Yönetici Yetkinlikleri Üzerine Yapılan, Örneklem Büyüklüğü 180 Yönetici ve Üzeri Olan Nicel Makale Çalışmaları

Çalışmanın Adı ve Yazarı	Örneklem	Kullanılan Ölçekler	Bulgular
The Unlearning of Managerial Skills: A Qualitative Study of Executive Officers Makoto Matsuo (2017)	Orta ve büyük ölçekli Japon işletmelerinin yönetici geliştirme programlarına katılan 46 üst düzey yöneticileri	☐ Yönetici yetkinlikleri (Katz,1955) ☐ Leadership Pipeline model, (Charan, Drotter ve Noel, 2000) ☐ Unlearning at organizational and individual levels (Tsang and Zahra, 2008).	Öğrenilen yönetici yetkinliklerinin %61 oranında yöneticilerin karar verme mekanizmasını geliştirdiği, %59 oranında motivasyonu arttırdığı ve %35.9 oranında bilgi aktarımı sağladığı söylenmiştir.
Exploring factors influencing employees' impression management feedback-seeking behavior: The role of managerial coaching skills and affective trust Hui-Hsien, Jie-Tsuen (2018)	Taiwan'daki 5 hizmet işletmesinde çalışan 321 orta düzey çalışandan toplanmıştır.	☐ Managerial Coaching Skills (McLean vd. 2005) ☐ MCS and affective trust in supervisors (McAllister, 1995) ☐ Employee development (Kim & Kuo,2015)	Araştırmacılar, yardımsever liderliğin çalışanlar ve denetçiler arasında olumlu bir duygusal bağ oluşturmaya katkıda bulunabileceğini ortaya çıkarmıştır. Çalışanların koçlarına duydukları güveni artırabileceklerini tespit etmişlerdir.
The impact of leaders' technical competence on employees'innovation and learning Nguyen Van Minha, Yuosre F. Badira, Nguyen NgocQuanband Bilal Afsarc (2017)	Vietnam'daki 68 telekomünikasyon işletmesinde çalışan 52 yönetici ve 127 çalışandan toplanmıştır.	☐ Leader Technical Competence (De Jong and Den Hartog, 2010) ☐ Innovative Work Behaviour (Chien, 2007)	Teknolojili sanayilerde, liderlerin teknik bilgi ve teknik görevlerini astlarından daha iyi bir şekilde yerine getirme yeteneğine teknik yetenek denilmektedir.

Intelligence and its impact on managerial effectiveness and career success (evidence from insurance sector of Pakistan) Usman Aslam, Muhammad Ilyas, Muhammad Kashif Imran and Ubaid Ur Rahman (2016)	Sigorta şirketlerinde çalışan 202 üst düzey yöneticiden toplanmıştır.	Cognitive intelligence scales (Wechsler, 2008); Cultural intelligence (Ang, Dyne, Koh ve Ng, 2007); Career success scale (Turban and Dougherty, 1994); Managerial Effectiveness scale (Gupta, 1996).	İşletmeler dinamik bir iş ortamı ile karşı karşıyadır, küreselleşme; durgunluk, satın alma, deregülasyonlar, teknolojik gelişmeler dolayısıyla önemli karar alıcılar küresel belirsiz iş ortamında hayatta kalmak için daha fazla bilince sahip olmalıdırlar.
How Relevant Is the MBA? Assessing the Alignment of Required Curricula and Required Managerial Competencies Robert S. Rubin and Erich C. Dierdorff (2009)	ABD’de 373 üniversitede MBA yapan 8.633 yöneticiden toplanmıştır.	Managerial competency information document Managing Decision Managing Human Capital Organizational Behavior Managing Strategy and Innovation Managing the Task Managerial Economics task tekniklerinden yararlanılmıştır.	MBA programlarının yönetici geliştirme üzerinde ortalama %70’lerde etkili olduğu görülmektedir. Boyut bazında bakıldığında: İnsan sermayesine (%93,57) ve karar verme süreçlerinin yönetilmesinde (%71.31)

(Kaynak: Başalp, 2018).

3. YÖNTEM

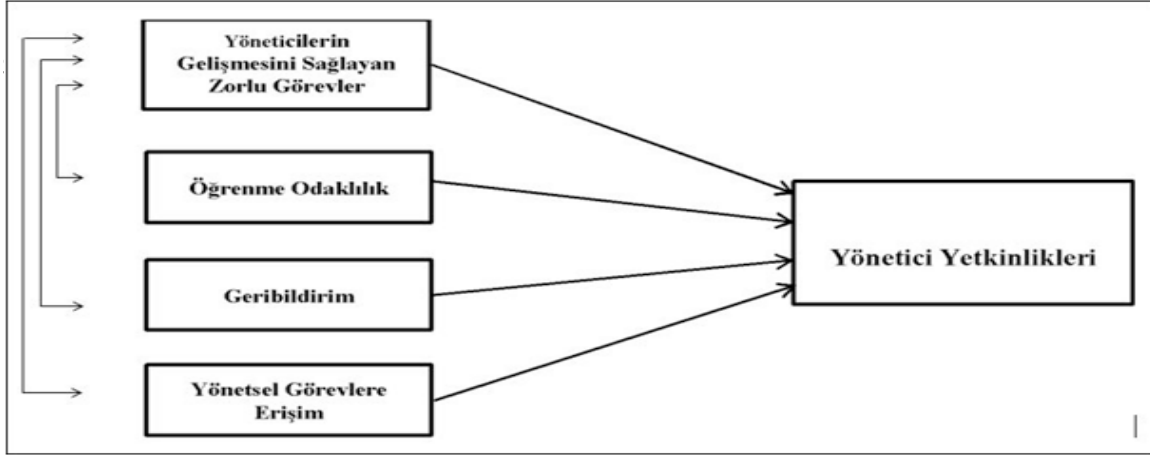
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı yöneticilerin gelişmelerine yönelik verilen zorlu görevler, öğrenme odaklılığı, zorlu görevlere erişiminin ve geri bildirim almanın, yönetici yetkinliklerini geliştirmeye etkilerini ortaya koymaktır.

Türkçe literatürde bu çalışmada kullanılan değişkenlerle ilgili yönetici yetkinlikleri ve yöneticilerin gelişmelerine yönelik verilen zorlu görevler ile ilgili ölçeklerin bulunmaması, çalışma sonucunda yönetici yetkinlikleri, zorlu görevler ölçeği, geri bildirim alma, zorlu görevlere erişim ve öğrenme odaklılık ölçeklerinin Türkçe’ye uyarlanması neticesinde alan yazınına teorik ve uygulamaya yönelik katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Yönetici yetkinliklerinin kavramsallaştırılması ve operasyonel hale getirilmesi yazında Dragoni (2009), McCall (2004) ve McCauley (1994) tarafından detaylı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu konu çok geniş içerik ve kapsama sahip olduğundan Türk yazınına kazandırılması faydalı olacaktır. Pilot çalışması Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nde orta ve üst düzey yöneticilerden 01.01.2014-03.03.2014 tarihleri arasında veri toplanmıştır. 74 anket e-mail, 50 anket ise yüz yüze olmak üzere toplam 124 anket elde edilmiştir. Toplanan anketlerden ortaya çıkan verilen sonucunda öğrenme odaklılık, zorlu görevlere erişim, yöneticilerin gelişmelerini sağlayan zorlu görevler ve yönetici yetkinlikleri değişkenleri toplanarak, madde sayısına bölünerek tek bir sayı olarak hesaplanmıştır. Bu dört değişkenin iç tutarlılık katsayıları ,749 ile ,870 arasında olup, iç tutarlılık gösterdiği görülmektedir. Pilot çalışmada yapılan regresyon analizi sonucunda öğrenme odaklılık ve zorlu görevler, yönetici yetkinlikleri üzerinde %53 oranında açıklayıcı olmuştur. Pilot çalışmadan sonra bu çalışmaya aşağıdaki şekilde yön verilmiştir.

Makale çalışmasının evreni, Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nde faaliyet göstermekte olan 173 firmada çalışan genel müdür (veya yardımcısı) ve bölüm yöneticilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nde bulunan 30 firmanın 3 farklı birimindeki 230 orta düzey yönetici ve onların amirlerinden 53 üst düzey yöneticiden oluşmaktadır. Bu çalışmada veriler toplanırken hem departman yöneticilerinden hem de onların amirleri konumundaki Genel Müdür ve yardımcılardan toplanmıştır. Bu şekilde, veriler bağımlı ve bağımsız değişkenden toplandığından ortaya çıkabilecek taraflılık sorununun üstesinden gelinmiştir. Doktora tez çalışması olan bu çalışmanın anketleri, Ocak 2018- Haziran 2018 aralığında elden anket dağıtımı ve e-mail yöntemiyle toplanmıştır.



3.2. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri

Araştırmanın kavramsal modelinde yöneticilerin gelişimini arttıran zorlu görevler, öğrenme odaklılık, geri bildirim alma ve zorlu görevlere erişim bağımsız değişkenler olup yönetici yetkinlikleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu ileri sürülmektedir (Dragoni vd., 2009; DeRue, 2009; McCauley, 2001; McCall vd., 2002). Aynı zamanda bağımsız değişkenler arasında ilişki incelenmiş ve yönetici yetkinlikleri alt boyutları demografik değişkenlere göre de test edilmiştir.

3.2.1. Yönetici Yetkinlikleri Ölçeği

Yönetici yetkinlikleri (end-stateskills/managerial competencies) yöneticilerin kariyerleri boyunca terfiler ve edindikleri tecrübeler sonucunda kazandıkları yönetim becerilerinin tümüdür (Lesliev.d., 2002). Yönetici yetkinlikleri kavramı 3 boyutta da incelenmektedir. Bunlar; genel yetenek (Business Knowledge), girişimcilik (Negotiator) ve yenilikçilik (Innovator) olarak kavramsallaştırılmaktadır (Lesliev.d., 2002: 82). Genel yetenek boyutu iş bilgisi boyutunu da içeren bir boyuttur. Bu kavramı iki boyut yerine tek bir kavramla anlatmanın doğru olduğu belirten (Spreitzer vd., 1997) yeni yapılacak olan çalışmalarda tek boyut olarak kullanılabilirliğini belirtmişlerdir. Girişimcilik kavramı, kişilerarası beceri ve bağlılık kavramlarının tek bir boyut olarak isimlendirilmesidir. İçerik olarak konuları aynıdır. Yenilikçilik boyutu da cesaret ve kültürlerarası boyutu kapsamaktadır.

3.2.2. Zorlu Görevlere Erişim Ölçeği

Zorlu görevlere erişim, yöneticilerin kişisel gelişimini sağlayan iş fırsatlarını elde etme isteği olarak tanımlanabilir. Zorlu görevlere erişim ölçeği Dragoni vd. (2009) tarafından geliştirilmiş olup üç ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadeler: (1) "Yeni bilgi ve becerileri öğrenmeyi gerektiren işlerde/görevlerde çalışma imkânım oldu", (2) "Bu şirkette çalışırken gelişmemi sağlayacak zorlu görevler/işlerde çalıştım", (3) "Bu işletmede çalışmaya başladığımdan beri birçok zorlu ve fırsatlarla dolu görevlerde çalışma şansı yakaladım" şeklindedir.

3.2.3. Öğrenme Odaklılık Ölçeği

Öğrenme odaklılık, örgütün öğrenmek istediği tüm bilgileri veya ihtiyaç duyduğu değişimi elde etmek ve sürekli değişen dış çevreye uyum sağlayabilmek için işletmelerin ve yöneticilerin kullandığı yöntemdir (Mavondovd., 2005: 1237). Vande Welle (1997) tarafından geliştirilen ölçek 5 maddeden oluşmaktadır. "Çok şey öğrenebileceğim gelişmemi sağlayacak zorlu görevleri tercih ederim" ve "Yeni yetenekler kazanabileceğim zor ve fırsatlarla dolu görevlerden hoşlanırım" gibi ifadelerden oluşmaktadır.

3.2.4. Geri Bildirim Alma Ölçeği

Geri bildirim, iş tanımında ve iş analizinde saptanan standartlara ne ölçüde yaklaşıldığı konusunda bireylere bilgiler vermektir (Maitland, 1998: 70). Geri bildirim alma ölçeği Morgeson ve Humphrey (2006) tarafından geliştirilen 6 maddeden oluşan bir ölçektir. Örnek olarak, "İşimde gerçekleştirdiğim görevler performansımı

değerlendirmem için bana bilgi sağlamış olur” ve “İşimde yaptıklarım performansım hakkında bana geri bildirim sağlamış olur” gibi ifadeler sorulmuştur. Geri bildirim aslında farklı kanallardan karşımıza çıkabilir: örneğin: işin kendisi bize performansımız hakkında bilgi verebilir, yöneticiler tarafından verilen geri bildirimler ve en hızlı şekilde aldığımız çalışma arkadaşları tarafından verilen geri bildirim gibi.

3.2.5.Yöneticilere Verilen Gelişmelerine Yönelik Zorlu Görevler Ölçeği ve Boyutları

Yukarıdaki Tablo 1’de sunulan 15 boyutun niceliksel olarak fazla olması sebebiyle yapılan yeni çalışmada 5 boyutun diğer 10 boyut altında toplandığı görülmüştür (DeRue ve Welman, 2009). Bu boyutlar dikkate alınarak inceleme yapıldığında; zorlu görevleri az olan yöneticilerin diğer yöneticilere göre daha az gelişim gösterdiği ve zorlu görevi çok olan yöneticilerin ise gelişimsel durumunun daha kaliteli ve işletmeye daha faydalı olduğu yönündedir. Genelde zorlu görevlerin boyutlarından bir tanesinin bile güncel ve yenilikçi olması diğer boyutların da aynı şekilde seyretmesine neden olmaktadır (McCauley,1999). McCauley ve diğerlerinin (1999) geliştirmiş olduğu Gelişmeye Yönelik Zorlu Görevler Ölçeği (Developmental Challenge Profile) 50 madde ve 10 boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; 1) alışılmadık sorumluluklar, 2) örgüte yeni yön verme, 3) önceden çözölemeyen problemler, 4) çalışanlarla olan problemler, 5) zor şartlarda karar verme, 6) yönetim alanı genişliği, 7) üst yönetimi etkileyebilme, 8) dış baskıyla başa çıkabilme, 9) kültürlerarası çalışabilme ve 10) işgücü çeşitliliğini yönetmedir (DeRue ve Welman, 2009).

Yöneticinin üstlendiği bir görevin, gelişmesini sağlayacak bir görev olup olmadığını anlamak için belirli koşullar gerekebilir. Bu koşulların sağlanmasında bu 10 boyut önem taşımaktadır. Her bir görev her boyutun içeriğini taşımayabilir ancak bir boyutun bile özelliğini taşıması bu görevin yönetici için gelişimsel ve zorlu bir görev olduğunu göstermektedir (Lawvd., 1998). 1998 yılında yapılan çalışmada 10 boyuttan oluşan anket sorularının uzun olacağı düşünülmüş ve bu nedenle de ölçeğin daha kolay kullanılabilmesi için (De Rue ve Wellman, 2009) 25 soru ve 5 boyuta indirgenmiştir. Bu boyutlar; alışılmadık sorumluluklar, zor şartlarda karar verme, örgüte yeni yön verme, işgücü çeşitliliği ve kültürlerarası çalışmadır (DeRue vd., 2009: 865).

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın modeline göre; yöneticilere gelişimini arttıran zorlu görevler verilmesi, öğrenme odaklılık, yöneticilerin geri bildirim almaları ve yönetsel görevlere erişim gibi faktörler yönetici yetkinliklerini arttırmaktadır. Aynı zamanda bağımsız değişkenler arasında da ilişki varsayılmaktadır. Buradan hareketle aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

Hipotez 1. Zorlu görevlerin yöneticilik yetkinlikleri üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 2. Öğrenme odaklılığın yönetici yetkinlikleri üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 3. Geri bildirim almanın yönetici yetkinlikleri üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 4. Zorlu görevlere erişimin yönetici yetkinlikleri üzerinde etkisi vardır.

Düşük öğrenme odaklılık düzeyine sahip bireyler görevleri zorlu bulma eğilimindedirler; çünkü gelişimsel görevlendirmeler yeterince gelişmemiş becerilerin kullanılmasını gerektirmektedir (McCauley vd., 1999). Dolayısıyla da yüksek öğrenme odaklı bireyler bu tip görevleri yerine getirme konusunda isteklidirler. Bu bireyler sahip oldukları üstün özellikleri sergileyebilecekleri görevlere yönelirler. Diğer taraftan yüksek öğrenme odaklı bireyler gelişmelerine yönelik zorlu görevleri kabul edebilirler, zira bu görevleri var olan yeteneklerini ortaya çıkarma fırsatı olarak görebilirler.

Alt düzey yöneticinin öğrenme odaklılığı ile görevlendirildiği zorlu görevler arasındaki ilişkinin pozitif olması beklenmesine karşın; bu ilişkinin gücü becerilerini geliştirme konusunda motive olan yöneticilerin gelişmelerini arttıran zorlu görevlere erişim derecelerine göre değişebilmektedir. Burada erişim, yöneticilerin gelişimini arttıran zorlu görevleri güvence altına almak için algılanan bir fırsat olarak tanımlanmaktadır. Erişim birey davranışını zorlaştıran ya da kolaylaştıran sosyal bir yapıdır ve önceki araştırmalarda, yöneticilerin zorlu görevlere erişimlerinin farklılık gösterdiği ortaya konmuştur (Campion vd., 1994).

Yüksek öğrenme odaklılığa sahip olmak motive olsalar dahi yöneticilerin bu tip görevleri elde etmek için baskı kurması beklenmektedir. Bunun tersine, yöneticiler gelişimsel görevlendirmelere erişim elde ettiklerinde bu yöneticilerin güçlü olan öğrenme odaklılıkları desteklenmiş olacaktır ve aktif olarak gelişimsel görevlendirmeleri takip etmeleri ve bu görevler içinde yer almaları daha kolay hale gelecektir. Buradan hareketle;

Demografik değişkenlere göre yönetici yetkinlikleri alt boyutlarında farklılık olup olmadığını test etmek için kurulan hipotezler de aşağıda yer almaktadır;

Hipotez 5. Yönetici yetkinlikleri ölçeği ve alt boyutları ile cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 6. Yönetici yetkinlikleri ölçeği ve alt boyutları eğitim duruma göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 7. Yöneticilik yetkinlikleri ölçeğinden ve alt boyutlardan elde edilen ortalama puanları faaliyet sektörüne göre farklılık göstermektedir.

3.4. Örneklem

Araştırmanın evreni, Manisa Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet göstermekte olan kayıtlı 173 firmada çalışan genel müdür (veya yardımcıları) ve bölüm yöneticilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise 30 firmanın 3 farklı birimindeki 230 orta düzey yönetici (örnek: insan kaynaklarından sorumlu yönetici veya insan kaynakları müdürü; finans müdürü veya finans sorumlu birim yöneticisi; en az 3 bölüm yöneticisinden ve orta düzey yöneticisinden) ve onların amirlerinden 53 üst düzey yöneticiden oluşmaktadır.

Araştırmada kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Uygulama öncesinde üst düzey yöneticilere ve orta düzey yöneticilere çalışma ile ilgili bilgi verilmiş olup analizlerin tümünde SPSS 20 (Statistical Package for Social Sciences) paket programından yararlanılmıştır.

3.5. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmada, ölçeklerin geçerliliğini tespit etmek amacıyla keşfedici faktör analizi kullanılmış ve ilgili analizin uygunluğunu test etmek için de KMO Örnekleme Uygunluğu Ölçümü (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ile Bartlett's Testi (Bartlett's Test of Sphericity) uygulanmıştır.

Literatür incelendiğinde birçok araştırmada yapıldığı üzere toplanan verilerin her bir değişkeninin boyutlarını görmek için ve ölçek maddelerinin faktörlerle ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla temel bileşenler yöntemi varimaxa dönüştürülmektedir. Buna göre değişkenlerin her birine (yönetici yetkinlikleri; yöneticilere verilen zorlu görevler, öğrenme odaklılık, geri bildirim alma, gelişimsel özelliğe sahip zorlu görevlere erişim) ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 4: Yönetici Yetkinlikleri Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler ve maddeler	Faktör Yüğü	Öz Değer (Λ)	Açıklanan Varyans (%)
F1: Girişimcilik ($\alpha=0,865$)			
21.Kendi kendini denetleyen ve uzaktan etkin bir şekilde idare edilebilen iş ve yönetim sistemleri kurabilir.	0,782	6,384	18,831
19.Büyük, uzun vadeli projeler düzenleyebilir ve yönetebilir	0,758		
20.Uzun vadeli stratejileri uygulamaya geçirir	0,752		
24.Riski yüksek ve bilinmeyenleri içeren konulardaki müzakere ve görüşmeleri yapabilir.	0,724		
23.Birey ve grupların rollerinin ve kaynaklarının dağılımını ustaca gerçekleştirir.	0,717		
22.Sık görmediği çalışanlarını idare etmek için etkin yönetim uygulamaları gerçekleştirir	0,616		
18.Yapılması planlanan eylemlerin muhtemel sonuçlarını dikkatlice değerlendirir.	0,577		
F2: Yenilikçilik ($\alpha=0,841$)			
15.Girişimcidir, yeni fırsatları değerlendirir.	0,853	3,18	17,23
16.Sürekli yeni fikirler üretir.	0,824		
14.Yönetim faaliyetlerinde yeni yaklaşım ve uygulamaları dener.	0,699		
17.Bir fikri veya vizyonu oluşturmada ve diğerlerini bu doğrultuda yönlendirmede iyidir	0,683		
13.Gerekli olduğu zamanlarda, genel kabul görmüş düşünce ve davranış kalıplarından farklı davranır	0,636		
12.Problemleri çözmede farklı yollar bulabilmek için yeni yöntem ve fikirler oluştur.	0,600		
11.Yönetici pozisyonunun verdiği gücü kullanır.	0,578		
F3: Genel Yetenek($\alpha=0,798$)			
2.Karar verme sürecini uzatmaz, çabuk karar verir.	0,764	1,90	16,055
4.Kararları hızlı bir şekilde uygulamaya geçirir, süreci ve sonuçları takip eder.	0,677		
1.İş yapmaya odaklıdır, hemen sonuçlara ulaşmaya çalışır.	0,627		
5.Zamanlama ve hız önemli olduğunda çabuk kararlar alabilir	0,600		
10.Karar verme sürecini etkin bir şekilde yönetebilir, kimin hangi işten sorumlu olacağını iyi bilir	0,599		
3.Sorun çözücüdür, problemleri çözmekten keyif alır.	0,577		
6.Baskı altındayken, bilgi yetersizliği olsa bile iyi kararlar alır	0,476		
8.Örgütsel yapıda (hiyerarşi, departmanlaşma, proje ekipleri oluşturma vb) önemli değişiklikler yapabilir.	0,469		
Toplam($\alpha=0,877$) Toplam Açıklanan Varyans=52,124 KMO =0,690; $\chi^2(231) =3054,720$; Bartlett Küresellik Testi (p) = 0,000			

Yapılan analiz sonucunda örneklem büyüklüğünü test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. KMO değeri 0,690 olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi yapmak için yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çokluk ve ark., 2012:207). Birinci faktörün Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı 0,865, ikinci faktörün 0,841, üçüncü faktörün ise 0,798 olarak bulunmuştur. Ölçeğin ve alt boyutlarının yeterli güvenirlikte olduğu tespit edilmiştir. Analize temel olarak 22 madde için öz değeri 1'in üzerinde olan üç boyut olduğu görülmüştür. Bu boyutların toplam varyansa yaptıkları katkı %52,124'dır. Üç faktör için tekrarlanan analizde, faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkının birinci faktör olan "girişimcilik" için %18,831; ikinci faktör olan "yenilikçilik" için %17,23; üçüncü faktör olan "genel yetenek" için %16,055 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Yöneticilerin Gelişmesine Yönelik Verilen Zorlu Görevler Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler ve maddeler	Faktör Yüğü	Öz Değer (A)	Açıklanan Varyans (%)
F1: Dış baskı ile başa çıkabilme ($\alpha=0,743$)			
30.Farklı cinsiyetten ve etnik gruplara mensup çalışanlardan yöneticiler yetiştirmekteyim	0,816	5,032	15,159
36.Birçok farklı birim ve ekiplerden sorumluyum	0,768		
48.İşiniz diğer örgütsel birim veya bölümler ile yoğun bir koordinasyon gerektirmektedir	0,696		
8.Doğrudan yönetme yetkisine sahip olmadığım farklı iş birimlerini koordine etmem gerekmektedir	0,661		
35.Önemli hedeflerinizi gerçekleştirmek için zaman kısıtınız bulunmaktadır.	0,638		
6.Şu anki pozisyonumda benim yönetim fonksiyonlarım ve sorumluluklarım artmıştır.	0,624		
F2: Yönetim alanı Genişliği ($\alpha=0,745$)			
19.İşiniz (zaman zaman) farklı bir kültüre sahip yabancı bir ülkede çalışmanızı gerektirmektedir.	0,824	3,026	12,153
9.İşim gereği farklı ülkelerdeki kişilerle iş bağlantısı yaparım.	0,798		
20.Farklı özelliklere sahip bir çalışma grubunun parçasıyım	0,715		
49.İşimde, farklı kültürlerden gelen insanların geleneklerini ve değerlerini anlamak zorundayım.	0,668		
F3: Üst yönetimi etkileme ($\alpha=0,704$)			
13.Biriminizin güvenirliğini tüm işletmede yeniden tesis etmek ihtiyacını duymaktasınız.	0,757	2,23	11,639
43.Benden önceki yöneticilerin yarattığı büyük problemleri çözerim.	0,714		
18.Önemli hedeflerinize ulaşmak için, diğer birim veya bölümlerde aynı seviyede bulunduğunuz yöneticileri etkilemeniz gerekmektedir	0,713		
29.İşim, işletmemiz üzerinde önemli etkiye sahip yabancı firmalar, araçlar ve devletler ile ilişkileri yönetmeyi de içermektedir.	0,661		
7.Çalıştığım müşteri grupları (portföyü) çok çeşitlidir.	0,567		
F4: İş gücü çeşitliliğini yönetme ($\alpha=0,783$)			
45.İşimi çabuk tamamlamam için çoğu zaman üzerimde baskı vardı	0,710	2,14	10,787
46.İşinizde sürekli baskı altındasınız, nefes alacak zamanınız bulunmamaktadır	0,688		
38.Hedeflerinizi başarmak için bağlı olduğunuz amirinizin üstündeki yöneticileri etkilemeli ve onlarla birlikte çalışmalısınız.	0,627		
47.Sendikalarla, müşterilerle ya da ortaklarınızla, düzenli olarak görüşme/pazarlık yapmak zorundasınız.	0,617		
16.Mevcut işim tecrübeli bir yöneticinin bile başa çıkabileceğinden daha zordur.	0,570		
4.Astlarınız aldığınız kararlarınızın uygulanmasına karşı çıkarlar.	0,409		
F5: Zor şartlarda karar verme ($\alpha=0,680$)			

17.Önemli hedeflerinize ulaşmak için, işletme dışındaki kişi ve kurumları etkilemeniz gerekmektedir (örn. Müşteriler, tedarikçiler, sendikalar, resmi kurumlar)	0,762	1,63	8,910
27.İşimin bir parçası olarak devlet yetkilileri ya da kurumları ile ilişkileri yönetiyorum.	0,750		
26.Birçok farklı ürün, teknoloji ve hizmetin sağlanmasında sorumluluğa sahipsiniz.	0,629		
Toplam($\alpha=0,761$) Toplam Açıklanan varyans=58,649			
KMO =0,754; $\chi^2(276) = 2184,199$;			
Bartlett Küresellik Testi (p) = 0,000			

Yapılan analiz sonucunda örneklem büyüklüğünü test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. KMO değeri 0,754 olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi yapmak için yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çokluk ve ark., 2012:207).Birinci faktörün Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı 0,743, ikinci faktörün 0,745, üçüncü faktörün ise 0,704, dördüncü faktör 0,783 ve beşinci faktör 0,680 olarak bulunmuştur. Ölçeğin ve alt boyutlarının yeterli güvenilirlikte olduğu tespit edilmiştir. Analize temel olarak 24 madde için öz değeri 1'in üzerinde olan beş boyut olduğu görülmüştür. Bu boyutların toplam varyansa yaptıkları katkı %58,649'dur. Beş faktör için tekrarlanan analizde, faktörlerin toplam varyansa yaptıkları katkının birinci faktör olan "dış baskı ile başa çıkabilme" için %15,2; ikinci faktör olan "yönetim alanı genişliği" için %12,153; üçüncü faktör olan "üst yönetimi etkileyebilme" için %11,639; dördüncü faktör olan "işgücü çeşitliliğini yönetme" için %10,787; beşinci faktör olan "zor şartlarda karar verme" için %8.910 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Öğrenme Odaklılık Düzeyine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Maddeler	Faktör Yüğü	Öz Değer (Λ)	Açıklanan Varyans
Öğrenme Odaklılık ($\alpha=0,906$)			
Çok şey öğrenebileceğim gelişmemi sağlayacak zorlu görevleri tercih ederim	0,896	3,782	75,649
İşimde yeni yetenek ve bilgiler edinebileceğim fırsatları ararım	0,868		
Yeni yetenekler kazanabileceğim zor ve fırsatlarla dolu görevlerden hoşlanırım	0,910		
Yeteneklerimi geliştirmek, benim için risk almaya değer bir öneme sahiptir	0,860		
Yüksek yetenek ve kabiliyet gerektiren işlerde çalışmayı tercih ederim	0,864		
Toplam Açıklanan varyans=75,649			
KMO =0,850;			
$\chi^2(10) = 855,926$;			
Bartlett Küresellik Testi (p) = 0,000			

Analiz sonucunda KMO değerinin 0,850 olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için "iyi derecede yeterli" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Bartlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin anlamlı olduğu görülmüştür ($\chi^2(10)=855,926;p<0,01$). Bu doğrultuda, verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği kabul edilmiştir. Bu çerçevede, tanımlanan bir faktörün, toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere "Öğrenme Odaklılık" varyansın %75,649'unu açıklamaktadır.

Tablo 7: Gelişim Özelliğine Sahip Zorlu Görevlere Erişim Düzeyine İlişkin Faktör Analizi

Faktörler ve Maddeler	Faktör Yüğü	Öz Değer (Λ)	Açıklanan Varyans
Gelişim Özelliğine Sahip Zorlu Görevlere Erişim ($\alpha=0,884$)			
Yeni bilgi becerileri öğrenmeyi gerektiren işlerde/görevlerde çalışma imkanım oldu	0,836	2,442	81,413
Bu şirkette çalışırken gelişimimi sağlayacak zor işlerde/görevlerde çalıştım	0,931		
Bu işletmelerde çalışmaya başladığımdan beri birçok zorlu ve fırsatlarla dolu görevlerde çalışma şansı yakaladım	0,936		
Toplam Açıklanan varyans=81,413			
KMO =0,701;			
$\chi^2(10) = 446,607$;			
Bartlett Küresellik Testi (p) = 0,000			

Analiz sonucunda KMO değerinin 0,701 olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede, tanımlanan bir faktörün, toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere “Gelişim Özelliğine Sahip Zorlu Görevlere Erişim” varyansın %81,413’ünü açıklamaktadır. Anket formunda yer alan katılımcıların gelişim özelliğine sahip zorlu görevlere erişim(0,884) güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8: Geri Bildirim Düzeyine İlişkin Faktör Analizi

Faktörler ve Maddeler	Faktör Yüğü	Öz Değer (Λ)	Açıklanan Varyans
Geri Bildirim Alma ($\alpha=0,884$)			
İşimde yaptığım faaliyetler niteliksel olarak performansımın etkinliğini açıkça ortaya koyar	0,827	4,552	75,873
İşimde yaptıklarım performansım hakkında bana geri bildirim sağlamış olur	0,881		
İşimde gerçekleştirdiğim görevler performansımı değerlendirdiğim için bana bildi sağlamış olur	0,878		
Yöneticilerim ve çalışma arkadaşlarımdan iş performansım hakkında oldukça geri bildirim alırım	0,883		
Yönetici ve çalışma arkadaşlarım niteliksel ve niceliksel olarak performansımın etkinliği konusunda geri bildirim sağlar	0,897		
Örgütte diğer çalışanlar ve yöneticilerden performansım hakkında geri bildirim alırım	0,858		
Toplam Açıklanan varyans=75,873			
KMO =0,852;			
$\chi^2(10) = 1375,137$;			
Bartlett Küresellik Testi (p) = 0,000			

Analiz sonucunda KMO değerinin 0,852 olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “iyi derecede yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çerçevede, tanımlanan bir

faktörün, toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere “Geri Bildirim Alma” varyansın %75,873’ünü açıklamaktadır. Anket formunda yer alan katılımcıların geri bildirim alma (0,930) güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

3.6. Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Değişkenler arasında birebir ilişkileri açıklamak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 9’da görüldüğü üzere her bir sürekli değişkenin birbiriyle ilişkisi hesaplanmıştır.

Tablo 9: Korelasyon Analizi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
DBÇ	1	,057	,245**	,086	,197**	,105	,155**	,097	,206**	0,74	,024
YAG	,057	1	,205**	,261**	,185**	,058	,151*	,159*	,237**	-,069	,125
ÜYE	,245**	,205**	1	,193**	,395**	,259**	,283**	,291**	,299**	,090	,161*
İÇY	,086	,261**	,193**	1	,082	-,096	,014	,138*	,334**	,016	,0331
ZKV	,197**	,185**	,395**	,082	1	,168*	,273**	,264**	,160*	,046	,197**
ÖO	,105	,058	,259**	,096	,168*	1	,460**	,484**	,072	,106	,163*
GÖS	,155*	,151*	,283**	,014	,273**	,460**	1	,668**	,173**	,088	,106
GBA	,097	,159*	,291**	,138*	,264**	,484**	,668**	1	,065	,000	,061
GB	,206**	,237**	,299**	,334**	,160*	,072	,173**	,065	1	-0,09	,182**
YB	,074	-,069	,090	,016	-,046	,106	,088	,000	-,009	1	,087
GYB	-,024	,125	,161*	,031	,197**	,163*	,106	,061	,182*	,087	1

DBÇ=Dış baskı ile başa çıkabilme YAG=Yönetim alanı genişliği ÜYE=Üst yönetimi etkileme İÇY=İşgücü çeşitliliğini yönetme ZKV=Zor şartlarda karar verebilme ÖO=Öğrenme odaklılık GÖS=Gelişim özelliğine sahip zorlu görevlere erişim GBA=Geri bildirim alma GB=Girişimcilik boyutu YB=Yenilikçilik boyutu GTY=Genel yetenek boyutu

Çoklu değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizinde Tablo 8’de sunulan Beta değerleri bağımsız değişkenin bağımlı değişkenlerle olan ilişkilerinde göreceli önemlerini göstermektedir. Bunun yanı sıra p- değerleri değişkenlerin anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Tablo 10: Yöneticilerin Gelişmesine Yönelik Verilen Zorlu Görevlerin Alt Boyutları ve Öğrenme Odaklılık, Geri Bildirim Alma ve Gelişim Özelliğine Sahip Zorlu Görevlere Erişimin Yönetici Yetkinlikleri Girişimcilik Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri	R-square (düzeltlm)	F değişkeni	Anlamlılık
Girişimcilik	DBÇ	,128	2,052	,041	198(,181)	11,089	,000
	YAG	,122	1,935	,054			
	ÜYE	,187	2,764	,006			
	İÇY	,253	4,036	,000			
	ZKV	,018	,267	,790			
	Öğrenme Odaklılık	,043	,339	,691	,199(,174)	0,93	,911
	Geri bildirim Alma	,030	-,019	,985	,207(,179)	2,289	,132

(DBÇ=Dış baskı ile başa çıkabilme YAG=Yönetim alanı genişliği ÜYE=Üst yönetimi etkileme İÇY=İşgücü çeşitliliğini yönetme ZKV=Zor şartlarda karar verebilme)

Tablo 9’da izlenebileceği gibi, dış baskı ile başa çıkabilme boyutu (Beta=,128, t=2,052, p=,041), üst yönetimi etkileyebilme boyutu (Beta=,187, t=2,764, p=,006) ve iş gücü çeşitliliğini yönetme boyutu (Beta=,253, t=4,036, p=,000) girişimcilik üzerinde %2 oranında açıklayıcı olmuştur. Dragoni vd. (2009) çalışmasında da yöneticilere verilen zorlu görevlerin yönetici yetkinlikleri üzerinde etkili unsurlar olduğu belirtilmektedir.

Tablo 11: Yöneticilerin Gelişmesine Yönelik Verilen Zorlu Görevlerin Alt Boyutları ve Öğrenme Odaklılık, Geri Bildirim Alma ve Gelişim Özelliğine Sahip Zorlu Görevlere Erişimin Yönetici Yetkinlikleri Yenilikçilik Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri	R-square (düzeltlm)	F değişkeni	Anlamlılık
Yenilikçilik	DBÇ	-,084	-1,252	,212	,060(,039)	2,855	,016
	YAG	,804	1,220	,224			
	ÜYE	,105	1,441	,151			
	İÇY	-,017	-,248	,085			
	ZKV	,158	2,205	,031			
	Öğrenme Odaklılık	,162	2,166	,031	,080(,048)	2,398	,093
	Geri bildirim Alma	-,093	-1,202	,231	,081(,048)	,305	,581
	Zorlu Görevlere Erişim	,050	,552	,581			

Tablo 10’a göre zor şartlarda karar verme boyutu (Beta=,158, t=2,205, p=,031) yenilikçilik üzerinde %6 oranında açıklayıcı olmuştur. Dragoni vd. (2009) çalışmasında da yöneticilere verilen zorlu görevlerin yönetici yetkinlikleri üzerinde etkili unsurlar olduğu tespit edilmiştir. Öğrenme odaklılık (Beta=,162, t=2,166, p=,031) yenilikçilik üzerinde %8 oranında açıklayıcı olmuştur.

Tablo 12: Yöneticilerin Gelişmesine Yönelik Verilen Zorlu Görevlerin Alt Boyutları ve Öğrenme Odaklılık, Geri Bildirim Alma ve Gelişim Özelliğine Sahip Zorlu Görevlere Erişimin Yönetici Yetkinlikleri Genel Yetenek Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri	R-square (düzeltlm)	F değişkeni	Anlamlılık
Genel yetenek	DBÇ	,066	,957	,340	,027(,005)	1,229	,297
	YAG	-,085	-1,226	,222			
	ÜYE	,126	1,687	,093			
	İÇY	,016	2,235	,814			
	ZKV	-,094	-1,294	,197			
	Öğrenme Odaklılık	,121	1,581	,115	,038(,007)	1,250	,288
	Geri bildirim Alma	-,055	-,696	,487			
	Zorlu Görevlere Erişim	,037	1,427	,155	,046(,012)	2,037	,155

p değeri p<.05 olmadığında model anlamsızdır. Yöneticilere verilen zorlu görevlerin alt boyutlarının, yönetici yetkinlikleri alt boyutu olan genel yetenek üzerinde açıklayıcı bir etki tespit edilememiştir.

Yukarıdaki analizlerden hareketle Hipotez 1, 2, 3 ve 4’ün kabul olduğu söylenebilir.

Demografik Değişkenlere Göre Yönetici Yetkinlikleri Alt Boyutlarına İlişkin Testler

Aşağıdaki tablolarda cinsiyet, eğitim durumu ve faaliyet sektörüne göre yönetici yetkinliklerinin farklılık gösterip göstermediği testleri yapılmıştır.

Tablo 13: Yönetici Yetkinlikleri Ölçeği ve Alt Boyutlardan Elde Edilen Ortalama Puanların Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Değişken	Cinsiyet	n		SS	t	p
Yönetici Yetkinlikleri Ölçeği	Kadın	89	3,87	0,46	-2,900	0,004*
	Erkek	141	4,08	0,42		
Girişimcilik	Kadın	89	3,94	0,66	-2,038	0,043*
	Erkek	141	4,14	0,51		
Yenilikçilik	Kadın	89	3,75	0,65	-4,731	0,000*
	Erkek	141	4,22	0,53		
Genel yetenek	Kadın	89	3,92	0,53	0,223	0,824
	Erkek	141	3,90	0,55		

Girişimcilik boyutu ($p=0,043$) ile yenilikçilik ($p=0,000$) boyutunun cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Genel yetenek alt boyutundan elde edilen puanların ortalamasının cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Medeni duruma göre bir farklılık tespit edilmediğinden tabloya yer verilmemiştir. “Yönetici yetkinlikleri ölçeği ve alt boyutları ile cinsiyete göre farklılık göstermektedir” şeklinde ifade edilen Hipotez 5 kabul edilmiştir.

Tablo 14: Yönetici Yetkinlikleri Ölçeği ve Alt Boyutlardan Elde Edilen Ortalama Puanların Eğitim Duruma Göre Karşılaştırılması

Değişken	Eğitim durumu	n	\bar{X}	SS	F	p	Gruplar Arası Fark*
Yönetici Yetkinlikleri Ölçeği	M.Yüksekökol(1)	8	4,00	0,14	0,401	0,670	-
	Üniversite (2)	172	3,93	0,41			
	Yüksek Lisans (3)	41	3,89	0,52			
Girişimcilik	M.yüksekökol (1)	8	4,00	0,30	0,090	0,914	
	Üniversite (2)	172	4,00	0,63			
	Yüksek Lisans (3)	41	3,96	0,67			
Yenilikçilik	M.yüksekökol (1)	8	4,35	0,38	3,368	0,036*	1>2; 1>3
	Üniversite (2)	172	3,89	0,58			
	Yüksek Lisans (3)	41	3,77	0,74			
Genel Yetenek	M.Yüksekökol(1)	8	3,68	0,33	0,746	0,475	
	Üniversite (2)	172	3,91	0,49			
	Yüksek Lisans (3)	41	3,92	0,60			

Yenilikçilik boyutu ($p=0,036$) eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Meslek yüksekökol mezunu kişilerin puan ortalaması üniversite ve yüksek lisans mezunu kişilerin puan ortalamasından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle “Yönetici yetkinlikleri ölçeği ve alt boyutları eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir” şeklinde ifade edilen Hipotez 6 kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 15: Yöneticilik Yetkinlikleri Ölçeğinden ve Alt Boyutlardan Elde Edilen Ortalama Puanların Faaliyet Sektörüne Göre Karşılaştırılması

Değişken	Sektör	n		SS	F	p	Gruplar Arası Fark*
Yönetici yetkinlikleri ölçeği	Ambalaj (1)	36	3,77	0,53	4,900	0,001*	2>1; 2>5
	Gıda (2)	52	4,09	0,55			
	Otomotiv (3)	20	4,00	0,18			
	Elektronik (4)	118	3,89	0,39			
	İnşaat (5)	4	3,34	0,09			
Girişimcilik	Ambalaj (1)	36	3,98	0,84	1,166	0,327	-
	Gıda (2)	52	3,92	0,69			
	Otomotiv (3)	20	4,05	0,68			
	Elektronik (4)	118	4,02	0,53			
	İnşaat (5)	4	3,39	0,59			
Yenilikçilik	Ambalaj (1)	36	3,72	0,66	5,462	0,000*	2>1; 2>5; 2>4
	Gıda (2)	52	4,15	0,53			
	Otomotiv (3)	20	3,74	0,59			
	Elektronik (4)	118	3,82	0,65			
	İnşaat (5)	4	2,96	0,99			
Genel yetenek	Ambalaj (1)	36	3,64	0,52	8,977	0,000*	2>1; 2>4; 3>1
	Gıda (2)	52	4,20	0,56			
	Otomotiv (3)	20	4,17	0,20			
	Elektronik (4)	118	3,83	0,50			
	İnşaat (5)	4	3,62	0,51			

Gıda sektöründe çalışan orta düzey yöneticilerin yenilikçilik yaratmakta daha ileri olduğu görülmektedir. Gıda sektörü çok fazla değişkenliğin, farklı ürünlerin yer aldığı ve sürekli değişim geçiren bir sektördür. Otomotiv sektörünün puan ortalaması ambalaj sektörüne göre istatistiksel olarak farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Otomotiv sektörünün puan ortalamasının ambalaj sektörüne göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Böylelikle “Yöneticilik yetkinlikleri ölçeğinden ve alt boyutlarından elde edilen ortalama puanları faaliyet sektörüne göre farklılık göstermektedir” şeklinde ifade edilen Hipotez 7 kabul edilmiştir.

4. SONUÇ

Bu araştırma, yöneticilere verilen zorlu görevler ve yönetici yetkinlikleri, geri bildirim alma, öğrenme odaklılık ve zorlu görevlere erişim üzerindeki etkilerini araştırmaya yönelik yapılmıştır. Literatür incelendiğinde yöneticilere verilen zorlu görevler işletmelerde yöneticilere verilmesi gereken zor görevler olarak nitelendirilmektedir. Bu zor görevler arasında yöneticilere alışılmadık sorumluluklar verilmesi, zor durumlara baş edebilmeleri ve farklı stratejiler geliştirmeleri gibi sorumluluklar yer almaktadır. Yöneticilere verilen zorlu görevler yönetici geliştirmenin bir parçasıdır ve bu çalışmada yöneticilere verilen zorlu görevlerin ve yönetici yetkinliklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Buna bağlı olarak zorlu görevler ile ilgili tüm literatürdeki çalışmalar incelenmiş olup yönetici yetkinliklerinin artırılmasını sağlayan faktörler bir araya getirilerek zorlu görevler kavramı bu çalışma ile yazına kazandırılmıştır.

Alan yazınında yöneticilere verilen zorlu görevler ile ilgili çalışmalara bakıldığında geri bildirim alma, gelişim özelliğine sahip zorlu görevlere erişim, öğrenme odaklılık ve yönetici yetkinlikleri değişkenlerinin bir arada değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Çalışmada yöneticilere verilen zorlu görevler 10 boyut olarak incelenmiştir. Buna bağlı olarak yönetici yetkinlikleri ise 3 boyut olarak incelenmiştir. Türkçe alan yazınında ikisini bir arada ölçümleyen bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Araştırmada yöneticilere verilen zorlu görevler kavramının ölçülmesinde Dragoni, Tesluk ve Oh’un (2009) ve DeRue ve Wellman’in (2009) çalışmalarında kullanılan yöneticilere verilen zorlu görevler ölçeği Türkçe’ye uyarlanmıştır. Zorlu görevler ölçeğinin 50 madde ve 5 boyut hali kullanılmıştır. Yönetici yetkinliklerinin ölçülmesinde Spreitzer’in (1999) 3 boyuttan oluşan ölçeğinden yararlanılmıştır. Öğrenme odaklılık ölçeği 5 madde olarak geliştirilen VandeWelle (1997) anket sorularından yararlanılmıştır. Morgeson ve Humphrey’nin (2006) geliştirdiği 6 maddelik geri bildirim alma ölçeğinden

yararlanılmıştır. Dragoni, Tesluk ve Oh'un (2009) yaptıkları çalışma için geliştirdiği 3 soruluk gelişim özelliğinin sahip zorlu görevlere erişim ölçeğinden yararlanılmıştır.

Çalışmada kullanılan modelde yönetici yetkinlikleri (Spreitzer, 1997) 24 madde ve 3 boyut ile ölçülmektedir. Bu boyutlar; genel yetenek, girişimcilik ve yenilikçilik (Kaplan, 1997; McCall, Spreitzer ve Mahoney, 1997; Leslie, Dalton, Ernst ve Deal, 2002: 6) olarak tespit edilmiştir.

Yönetici yetkinlikleri, bu araştırmada yöneticilerin liderlik, entelektüel yeteneklerini geliştirici, idari becerilerini arttırıcı ve kişilerarası becerilerinin gelişimini destekleyici bir kavram olarak yer almaktadır (Spreitzer, 1997; Dragoni, 2009). Bu çalışmalardan yola çıkarak kavramsallaştırmayı oluşturan 6 boyut genel yetenek, iş bilgisi, kişilerarası beceri, bağlılık ve kültürler arası sorun çözme ve cesaret kavramları bir araya getirilerek kavram 3 boyut olarak genel yetenek, girişimcilik ve yenilikçilik olarak operasyonel hale getirilmiştir. Bu çalışmada yönetici yetkinlikleri ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı ($\alpha = ,877$) yüksek güvenilirlik derecesine sahip olduğu tespit edilmektedir. Yapılan pilot çalışmada anketi cevaplayan uzmanlar, yönetici yetkinlikleri ölçeğinin maddeleri ve faktörleri üzerinde %90 oranında onayı alınarak, ölçek içerik/kapsam geçerliliği açısından kullanılabilir hale gelmiştir. Bu çalışmada boyut bazında iç tutarlılık katsayıları sırasıyla girişimcilik boyutu ($\alpha = ,865$); yenilikçilik boyutu ($\alpha = ,841$) ve genel yetenek boyutu için ($\alpha = ,798$) olup yüksek iç tutarlılık katsayısına sahiptirler. Dragoni ve ark. (2009) yapmış olduğu çalışmada Cronbach alfa değerleri yaptığımız çalışma ile büyük oranda örtüşmektedir. Genel yetenek ($\alpha = ,77$); yenilikçilik boyutu ($\alpha = ,86$) ve girişimcilik boyutu ($\alpha = ,85$) olarak iç tutarlılık katsayılarına sahiptir. Doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulan ölçek maddelerinin 6 boyut altında toplandığı ve yapı geçerliliği sağladığı tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucu olarak yönetici yetkinlikleri ölçeği bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda 24 madde ve 3 boyut olarak kullanılabilir olacaktır.

Yönetici yetkinlikleri kavramı yönetici geliştirme teorisi kapsamında yapılan çalışmalarda zorlu görevler (Dragoni, v.d., 2009) ve öğrenme odaklılık (DeRue ve Wellman, 2009) altında incelenen çalışmalarda yönetici yetkinliklerini geliştirici faktörler (genel yetenek, iş bilgisi, kişilerarası beceri, bağlılık ve kültürler arası sorun çözme ve cesaret) 6 faktör olarak temsil edilmekte bunun yanı sıra yapmış olduğum çalışmada yönetici yetkinliklerini arttırıcı faktörlerin 3 boyut (Leslie, Dalton, Ernst ve Deal, 2002) olarak (genel yetenek, yenilikçilik ve girişimcilik) ölçülebileceği tespit edilmiştir. Bu şekilde yönetici yetkinliklerinin kapsam açısından 3 boyutlu olarak ele alınması yöneticilerin geliştirilmesi için daha da kapsayıcı olmaktadır.

Araştırmada yöneticilere verilen zorlu görevler kavramının ölçülmesinde Dragoni vd. (2009) ile DeRue ve Wellman'ın (2009) çalışmalarında kullanılan yöneticilere verilen zorlu görevler ölçeği Türkçe'ye uyarlanmıştır. Bu araştırma, yöneticilere verilen zorlu görevler ölçeğinin Türkçe'ye adapte edilmesi ve kullanılabilir hale gelmesi açısından önem taşımaktadır. İki farklı anket oluşturulması ve hem orta düzey yöneticilerden hem de üst düzey yöneticilerden veri sağlanması açısından diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Yöneticilere verilen zorlu görevler, yönetici yetkinlikleri ile geri bildirim alma, zorlu görevlere erişim ve öğrenme odaklılık kavramlarının niceleyici ilişkilerinin model aracılığıyla geliştirilmesi ve stratejik yönetim alanında yapılacak olan çalışmalara yol göstermesi açısından büyük öneme sahiptir.

Araştırma sonuçlarına göre yöneticilere verilen zorlu görevler ölçeğinin 24 madde ve 5 faktör ile ölçülebildiği tespit edilmiştir. Sonuçlar, yöneticilere verilen zorlu görevlerin 10 faktörlü bir ölçüm modeli geliştiren Dragoni vd. (2009) zorlu görevlerin çok faktörlü olarak ölçülmesine olanak vermekte ise de ölçmeyi kolaylaştıran 5 faktörlü (De Rue ve Wellman, 2009: 865) ölçeği kullanmanın ölçmeyi kolaylaştırdığı ve daha güvenilir sonuçlar verdiğine ulaşılmıştır. Bu nedenle bu çalışmada yöneticilere verilen zorlu görevler ölçeği 24 madde ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Bu 5 boyut ise; (1) dış baskı ile başa çıkabilme, (2) yönetim alanı genişliği, (3) üst yönetimi etkileme, (4) iş gücü çeşitliliğini yönetme ve (5) zor şartlarda karar vermeden oluşmaktadır.

Araştırmanın kavramsal modeli test edildiğinde yöneticilere verilen zorlu görevlerin yönetici yetkinliklerini geliştirici güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu sonuç ile işletmelerin yöneticilerine vereceği zorlu görevler ile üst düzey ve orta düzey yöneticilerinin yönetici yetkinliklerine geliştirici etki edebilecekleri söylenebilir. Literatürde geri bildirim almanın yönetici yetkinliklerini geliştirdiği, gelişimsel özelliğe sahip zorlu görevlere erişimin yönetici yetkinliklerini desteklediği, öğrenme odaklılığın ise yönetici yetkinliklerini geliştirici ve öğrenmelerini kolaylaştıran

bir etkisinin olduğu yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir. Bu çalışma ile McCauley v.d (1994) çalışmasındaki sonuçların benzerlik gösterdiği görölmektedir.

Çalışmanın önemli bulgularından biri de yöneticilere verilen gelişimsel özelliğe sahip zorlu görevlere erişimin yönetici yetkinliklerini olumlu yönde arttırdığı ve yöneticilerin gelişmesinde büyük rol oynadığıdır. Bu doğrultuda Dragoni ve diğerlerinin (2009) yaptıkları çalışmada yöneticilere verilen gelişimsel özelliğe sahip zorlu görevler sayesinde yönetici yetkinliklerinin arttırılabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmada da Dragoni'nin çalışması ile paralel sonuçlar ortaya çıktığı görölmektedir.

Araştırma modelinde görüldüğü üzere yöneticilere verilen zorlu görevler ile yönetici yetkinlikleri arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve geri bildirim alma, öğrenme odaklılık ve gelişimsel özelliğe sahip zorlu görevlerin yönetici yetkinlikleri üzerinde istatistiksel açıdan pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu görölmektedir. Boyut bazında bakıldığında; dış baskı ile başa çıkabilme, üst yönetimi etkileyebilme ve iş gücü çeşitliliğini yönetme boyutlarının girişimcilik üzerinde etkisi olduğunu; zor şartlarda karar vermenin aynı zamanda yenilikçilik boyutu üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Yönetici yetkinliklerinin artırılmasını sağlayan faktörlerin belirlenmesine yönelik az sayıda nicel çalışmaya rastlanmaktadır. Literatürdeki bu eksikliği gidermek amacıyla yönetici yetkinliklerini doğrudan etkileyen faktörlerin bir araya getirildiği ve kullanıldığı bir çalışma ortaya çıkarılmıştır.

Yöneticilere verilen zorlu görevler üzerine çalışma yapacak olan akademisyenler bu ölçeği farklı sektörlerde veya farklı departmanlarda uygulayarak işletmeler üzerine yönetici yetkinliklerini geliştirici faktörleri tespit edebilir veya test edebilirler. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda yöneticilere verilen zorlu görevlerin alt boyutlarının işletmelerin farklı özellikleri ile değerlendirilmesi gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra yönetici yetkinliklerinin de farklı değişkenler ve kavramlarla ilişkileri dolaylı etkileri veya direkt etkileri test edilebilir hale gelmiştir. İşletmeler üzerinde etkili olabilecek yönetici yetkinliklerini geliştirici diğer değişkenler de incelenebilir. Yöneticilerin seçiminde araştırmada kullanılan yönetici yetkinlikleri ölçeği insan kaynakları birimi tarafından kullanılabilir. Bu doğrultuda işletmede görev alacak olan yöneticinin, işe uygunluğu, genel yetenekleri, kişisel becerileri, girişimcilik düzeyi tespit edilebilir. İşletmelerde mevcut durumda çalışan yöneticiler için de ölçek yardımıyla yönetici yetkinlikleri kazanımı konusunda hangi durumda oldukları ile durum tespiti yapılabilir. Bu bağlamda da yöneticilere verilecek olan eğitimler belirlenebilir.

KAYNAKLAR

- Ang, S., Dyne, L.V., Koh, C., ve Ng, K.Y. (2007). "Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance", *Management and Organization Review*, 3/3, 335-371.
- Antonovsky, A. (1987). "Health-promoting factors at work: The sense of coherence". *Psychosocial Factors at work and their Relation on Health* (Eds: R. Kalimo, M.A. El Batawi & C.L.Cooper), World Health Organization, Geneva, pp. 153-167.
- Aryee, S.C ve Chris W.L. (2012). "Antecedents and outcomes of challenging job experiences: a social cognitive perspective", *Human Performance*, 25, 215-234.
- Aslam, U., Ilyas, M., Imran, M.K. ve Rahman, U.U. (2016). "Intelligence and its impact on managerial effectiveness and career success (evidence from insurance sector of Pakistan)", *Journal of Management Development*, 35/4, 505-516.
- Avcı, İ. (2004). *Türk kamu yönetiminde yönetici geliştirme (Mülki idare amirleri örneği)*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Barbuto, J.E. ve Wheeler, D.W. (2002). *Becoming a servant leader. Do you have what it takes? NebGuide G02-1481*, A. Lincoln: University of Nebraska, Nebraska Cooperative Extension.
- Başalp, A.A. (2018). *Yönetici Yetkinliklerinin Geliştirilmesinde Zorlu Görevler ve Erişimi İle Öğrenme Odaklılık Ve Geri Bildirimin Rolü*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Başusta, H. (2006). *Management development in human resource management and a research*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Blake, Robert R., Mouton, Jane S., Barnes, Louis B., Greiner, Larry E. (1964). "Breakthrough in Organization Development", *Harvard Business Review*, 42/6, 133-155.
- Bolt, J.F. (2007). *Mapping The Future Leadership Development. The 2007 Pfeiffer Annual: Leadership Development*, John Wiley and Sons, San Francisco, CA.
- Campion, M.A., Cheraskin, L. ve Stevens, M.J. (1994). "Career-related antecedents and outcomes of job rotation", *Academy of Management Journal*, 37, 1518-1542.
- Charan, R., Drotter, S. ve Noel, J. (2011). *The Leadership Pipeline: How To Build The Leadership Powered Company*, Jossey-Bass.
- Chien, T.C. (2007). "Technical competency needs assessment for the telecommunications professional", *Journal of Human Resource Adult Learn*, 3/2, 90-96.
- Dennis, S. R. (2004). *Servant leadership theory: development of the servant leadership assessment instrument*. (Doctoral dissertation). School of Leadership Studies, Regent University, Virginia.
- DeRue, D.S. ve Wellman, N. (2009). "Developing leaders via experience: the role of developmental challenge, learning orientation, and feedback availability", *Journal of Applied Psychology*, 94/4, 859-875.
- De Jong, J. ve Den Hartog, D. (2010). "Measuring innovative work behavior", *Creativity and Innovation Work Behaviour*. 19/1, 23-36.
- Dragoni, L., Tesluk, P.E., Russell, J.E.A. ve Oh, I. (2009). "Understanding managerial development: integrating developmental assignments, learning orientation, and Access to developmental opportunities in predicting managerial competencies", *Academy of Management Journal*, 52/4, 731-743.
- Durusu, B.M. (2010). *Yönetici geliştirme ve örgüt geliştirme: T.C. Ziraat bankası A.Ş.'de bir uygulama*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ford, J.K., Quinones, M., Segö, D.J. ve Speer-Sorra, J. (1992). "Factors affecting the opportunity to perform trained tasks on the job", *Personnel Psychology*, 45, 511-527.
- Global Human Capital Trends (2016). The Ne Organization: Different by Design. (06.07.2016) www2.deloitte.com.

- Göncüler, Ş. (1996). *Yönetici Yetiştirme ve Geliştirme Faaliyetlerinin Yönetim Sorunlarının Çözümüne Katkısı*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Gupta, S. (1996). "Managerial effectiveness: conceptual framework and scale development", *Indian Journal of Industrial Relations*, 31/3, 392-409.
- Gündüz, H. (1994). *Yönetici Geliştirme ve Yönetici Geliştirmenin Yönetici Başarısına Katkısı*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hepkaya, S. (2000). *Türk İlaç Endüstrisinde Yönetici Geliştirme Faaliyetleri*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hsieh, H. ve Huang, J.T. (2018). "Exploring factors influencing employees' impression management feedback-seeking behavior: The role of managerial coaching skills and affective trust", *Human Resource Development Quarterly*, 29, 163-180; Wiley.
- Katz, R. (1955). "Skills of an effective administrator", *Harvard Business Review*, 33, 33-42.
- Kim, S., ve Kuo, M. H. (2015). "Examining the relationships among coaching, trustworthiness, and role behaviors a social exchange perspective", *The Journal of Applied Behavioral Science*, 51/2, 152-176.
- Kocabey, U. (2010). *İşletmelerde performans değerlendirme, geri bildirim, kariyer planlama ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilere yönelik bir araştırma*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze, Kocaeli.
- Law, K.S., Wong, C.S. ve Mobley, W.H. (1998). "Toward a taxonomy of multidimensional constructs", *Academy of Management Review*, 23, 741-755.
- Leslie, B.L., Dalton, M, Ernst, C. ve Deal, J. (2002). *Managerial effectiveness in a global context*, Center for Creative Leadership, North Carolina, USA.
- Maitland, I. (1998). *Personel yönetimi* (Çev: D. Uğur), Epsilon Yayınları, İstanbul.
- Marşap, A. (1992). *Yönetici Eğitimi*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi İşletme Fakültesi, İstanbul.
- Matsuo, M. (2017). "The unlearning of managerial skills: a qualitative study of executive officers", *European Management Review*, 16/2, 303-315.
- Mavondo, Felix T., Chimhanzi, J. ve Stewart, J. (2005). "Learning orientation and market orientation relationship with innovation, human resource practices and performance", *European Journal of Hospitality Management*, 17, 391-406.
- McAllister, D. J. (1995). "Affect and cognitive-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations", *Academy of Management Journal*, 38/1, 24-59.
- McCall, M.W., Lombardo, M.M. ve Morrison, A.M. (1988). *The Lessons of Experience: How Successful Executives Develop on The Job*, Lexington Books, Lexington, MA.
- McCall, M.W. (2004). "Leadership development through experience", *Academy of Management Executive*, 18, 127-130.
- McCall, M.W. ve Hollenbeck, G.P. (2002). *Developing global executives: The lessons of international experience*, Harvard Business School Press, Boston.
- McCall, MW., Spreitzer, G.M. ve Mahoney, J. (1997). *Prospector*, Center for Creative Leadership, Greensboro, NC.
- McCauley, C.D. (1999). *Job challenge profile participant workbook*, John Wiley & Sons, San Francisco.
- McCauley, C.D. (2001). "Leader training and development", *The nature of organizational leadership*, (Ed: Stephen Zaccaro, Richard J. Klimoski), Jossey-Bass, San Francisco.
- McCauley, C.D., Ruderman, M.N., Ohlott, P.J. ve Morrow, J.E. (1994). "Assessing the developmental components of managerial jobs", *Journal of Applied Psychology*, 79, 544-560.
- McLean, G. N., Yang, B., Kuo, C., Tolber, A., ve Larkin, C. (2005). "Development and initial validation of an instrument measuring coaching skill", *Human Resource Development Quarterly*, 16/2, 157-217.

- Minha, N. V., Badira, Y. F., Quangb, N. N. ve Afsarc, B. (2017). "The impact of leaders' technical competence on employees' innovation and learning", *Journal of Engineering and Technology Management*, 44, 44-57.
- Morgeson, F.P.ve Humphrey, S.E. (2006). "The Work Design Questionnaire (WDQ): developing and validating a comprehensive measure for assessing job design and the nature of work", *Journal of Applied Psychology*, 91/6, 1321-1339.
- Öner, Z.H. (2008). *The mediating effect of organizational justice: moderating roles of sense of coherence and job complexity on the relationship between servant leadership, and work engagement*. (YayımlanmamışDoktoraTezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Page, D. ve Wong, T.P. (2000). "A conceptual framework for measuring servant leadership", *The human factor in shaping the course of history and development*, (Eds: B. S. AdjGiboloso), University Press of AmericaInc., New York, pp.109-141.
- Peker, Ö. (1994). *Yönetici Eğitimi*, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü ÜçBilek Matbaası, Ankara.
- Rubin, R.S. ve Dierdorff, E.C. (2009). "How relevant is the MBA? assessing the alignment of required curricula and requiredmanagerial competencies", *Academy of Management Learning & Education*, 8/2 (Jun.), 208-224.
- Seibert, S.E., Sargent, L.D.,Kraimer, M.L.veKiazad, K. (2017). "Linking Developmental Leader Effectiveness and Promotability: The Mediating Role of Leadership Self-Efficacy and Mentor Network", *Personnel Psychology*, 70, 357-397.
- Spreitzer, G.M., McCall, M.W.ve Mahoney, J.D. (1997). "Early identification of international executive potential", *Journal of Applied Psychology*, 82, 6-29.
- Sherer, M. ve Adams, C. H. (1983). "Construct validation of the Self-efficacy Scale", *Psychological Reports*, 53, 899-902.
- Tesluk, P.E.ve Jacobs, R.R. (1998). "Toward an integrated model of work experience", *Personnel Psychology*, 51/2, 321–355.
- Torrington, D. ve Heil, L. (1995). "Personel Management", HRM in Action.
- Tsang, E. ve Zahra, S. (2008). "Organizational unlearning", *Human relations*, 61, 1435-1462.
- Turban, D. ve Dougherty, T. (1994). "Role of protege personality in receipt of mentoring and career success", *Academy of Management Journal*, 37/3, 688-702.
- Uygur, H. (1996). *Yönetici Geliştirme ve Yönetici Eğitimi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- VandeWalle, D. (1997). "Development and validation of a work domain goal orientation instrument", *Educational and Psychology Measurement*, 57, 995–1015.
- Velsor, E.V., Wilson, M., Criswell, C.ve Chandrasekar, A. (2013). "Learning to lead: a comparison of developmental events and learning among managers in China, India and the United States", *Asian Business and Management*, 12/4, 455-476.
- Wakefield, N.,Abbatiello, A., Agarwal, D.,Pastakia, K.veBerkelV.A. (2016). "Leadership awakened: generations, teams, science", *Global Human Capital Trends 2016 Report*, Deloitte insights.
- Wechsler D. Wechsler Adult Intelligence Scale–Fourth Edition. Pearson; San Antonio, TX: 2008.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



FARKLI TÜRDE REKLAM FİLMLERİNİN ETKİNLİĞİNİN VE HATIRLANABİLİRLİĞİNİN GÖZ İZLEME VE ANKET YÖNTEMİ İLE ANALİZİ*

Ali TOKER**, Harun SULAK***

Öz

Reklam filmlerinin tüketiciye ulaşmakta önemli bir araç haline geldiği günümüzde firmalar, farklı reklam stratejileri ve etkili reklam çekicilikleri kullanarak rekabet üstünlüğü sağlamaya çalışmaktadır. Tüketici endeksli pazarlama anlayışında, tüketicilerin tutum ve davranışlarını daha iyi ölçme ve anlamayı amaçlayan nöropazarlamanın, pazarlama araştırmalarında kullanımı her geçen gün artmaktadır. Bu çalışmada; mizah, korku, duygusallık, cinsellik olmak üzere dört farklı türde reklam filmlerinin etkinliği, 25 erkek ve 25 kadın olmak üzere 50 katılımcı üzerinde göz izleme ve anket yöntemi kullanılarak araştırılmış ve bulgular karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Üç aşamada uygulanan çalışmada, reklam filmlerinin dikkat çekme ve istenilen mesajı iletebilme, beğeni kazanma, hatırlana bilirlilik, marka ve satın alma tutumlarını nasıl etkilediği ile tüketicilerde oluşturduğu tepkiler araştırılmıştır. İlk aşamada, katılımcıların demografik yapıları, reklam filmleri ve reklam mecralarına yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla 1. anket uygulaması yapılmıştır. İkinci aşamada, katılımcılara seçilen reklam filmleri izletilerek göz izleme çalışması yapılmış ve hemen sonrasında reklam çekiciliklerinin ve reklam bileşenlerinin etkisini, dikkat çeken ve beğenilen noktalar, marka ve logonun hatırlana bilirliliğini tespit için 2. anket uygulaması yapılmıştır. Üçüncü aşamada, göz izleme çalışmasından yedi gün sonra aynı katılımcılara, izletilen reklamların hatırlana bilirliliği ile ürün/markaya yönelik tutum oluşturma durumuyla ilgili 3. anket uygulaması yapılmıştır. Sonuç olarak farklı reklam çekiciliklerinin tüketicinin ilgisini çekmede etkili olduğu ve bunda reklam ve ürün/markanın hatırlana bilirliliğinin artırdığı, marka ve logoların reklam filmlerinde ekran ortasına konumlandırılmasının daha dikkat çektiği görülmüştür. Ayrıca toplumsal yapıya göre değişimle birlikte reklamlarda mizah ve duygusallık kullanımının daha fazla beğenildiği tespit edilmiştir. Çalışma sonuçları reklam filmlerinin tasarımında ve çekicilik kullanımına önemli katkılar sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Nöropazarlama, Göz İzleme, Reklam Çekicilikleri, Reklam Etkinliği.

ANALYSIS OF EFFECTIVENESS AND REMEMBERABILITY OF ADVERTISING FILMS IN DIFFERENT TYPES BY EYE TRACKING AND SURVEY METHOD

Abstract

In today's world, where advertising films have become an important tool for reaching consumers, companies try to achieve a competitive advantage by using different advertising strategies and effective advertising appeals. The use of neuromarketing, which aims to better measure and understand the attitudes and behaviors of consumers, is increasing day by day in marketing research. In this study; The effectiveness of four different types of advertising films, including humor, fear, sensuality, and sexuality, was investigated on 50 participants, 25 men and 25 women, using eye-tracking and survey methods, and the findings were analyzed comparatively. In the research, which was applied in three stages, how advertising films affect the attitudes

*Bu çalışma Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora öğrencisi Ali TOKER'in Doç. Dr. Harun SULAK danışmanlığında tamamladığı ve Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 5041-D1-17 No'lu doktora projesi ile desteklenen "Seçilmiş Reklam Filmlerinin Nöropazarlama Kapsamında Göz İzleme Yöntemi ile Analizi" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

** Dr., Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, ISPARTA.

e-posta: alitokers@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0003-4122-9904>)

***Doç. Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Ekonometri Anabilimdalı, ISPARTA.

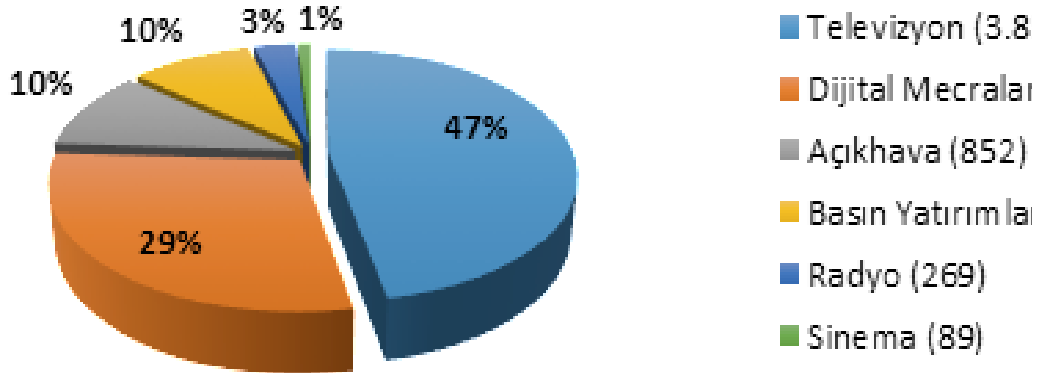
e-posta: harun.sulak@sdu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-8286-1813>)

of attracting attention and transmitting the desired message, gaining appreciation, rememberability, influencing brand and purchasing attitudes and the reactions it creates in customers were investigated. In the first stage, the first survey was applied to determine the attitudes of the participant's demographic structures, and their attitudes towards advertising films and advertising media. In the second stage, an eye-tracking study was carried and a second survey application was carried out to determine the effect of advertisement appeal and advertising components, remarkable and admirable points, brand and logo recall. In the third stage, seven days after the eye-tracking study, the third survey was applied to the same participants and rememberability of the advertising films being watched and their attitudes towards the product were investigated. As a result, it has been observed that different advertising appeals are effective in attracting the attention of the consumers, and in this, the advertisement product and brand increase the recall, and the positioning of the brands and logos in the middle of the screen in the advertisement films attract more attention. In addition, it has been determined that the use of humor and emotionality in advertising is more liked, depending on the social structure. The results of the study will make a significant contribution to the design of advertisement films and the use of appeal.

Key Words: *Neuromarketing, Eye Tracking, Advertising Appeal, Advertising Effectiveness.*

1. GİRİŞ

Günümüz iletişim çağında tüketiciye ulaşmak, artık daha hızlı ve kolaydır. Televizyon, bilgisayar, tablet, cep telefonu ve diğer dijital mecralar ile ekranlardan ibaret hayatımızda, reklamlar yaşamımızı, hayat tarzımızı etkileyen en önemli etkenlerinden biri haline gelmiştir. Dünyada reklam verileri incelendiğinde, en fazla reklam harcamasının reklam filmlerine yapıldığı ve en etkili reklam mecrası olarak dijital medya ve televizyonun liderliğini koruduğu görülmektedir (<https://www.statista.com/topics/990/global-advertising-market/>) Erişim: 18.11.2018). İster televizyonlarda isterse dijital platformlarda yayınlansın reklam filmleri, önemi, etkisi ve reklam harcamalarındaki payı ile reklamcılıkta oldukça önemli bir yere sahiptir. Reklamcılar Derneği verilerine göre medya yatırımlarında 2017 yılından itibaren dijital medya yatırımları en büyük paya sahip olmuştur. 2018 yılında toplam medya yatırımlarının %41' dijital mecralarda yapılırken, bunu %33 ile TV, %7 ile Açık hava, %6 ile radyo, %1 ile sinema izlemiştir. Türkiye'de 2018 yılında medya (8,2 milyar TL) ve reklam (2,9 milyar TL) yatırımları yaklaşık 11 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Medya yatırımlarında en büyük payı %47 ile televizyon kuruluşları almıştır. Dijital mecraların pastadaki payı %28,9'a yükselirken, üçüncü sırada %10,3 ile Açık hava reklamları yer almıştır. Basın yatırımları %19 düşerek %9,5 pazar payı ile 2018'de dördüncü sıraya gerilemiştir (<https://www.rd.org.tr/Assets/uploads/bf6ab5b5-0d86-4bc3-92a7-da47c165cb61.pdf>).



Şekil 1. Medya Yatırımlarının Reklam Mecralarına Göre Dağılımı (Milyon TL)

Tüketiciyi daha iyi anlama çalışmalarında geleneksel araştırma yöntemleri yeterli gelmemektedir. Nitelikli çeşitli nedenlerle (utanma, mahalle baskısı, korkma vb.) tüketiciler hissettiklerini, düşündüklerini açıkça ifade edememektedir. Tüketicilerin tutumlarının tespit edilebilmesi için sözel cevaplarının yanında uyarılara karşı tüketicilerin nörometrik, biyometrik ve psikometrik tepkilerinin ölçülmesi ve anlamlandırılmasını içeren nöropazarlama denilen çalışmalar daha gerçekçi verilere ve hedeflenen sonuçlara ulaşılmasında oldukça etkilidir.

Bu çalışmada reklam çekiciliklerinin reklam filmlerinin etkinliğine ve hatırlanmasına olan katkısının nöropazarlama tekniklerinden biri olan göz izleme tekniği ve anket yöntemi kullanılarak belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma mizah, korku, duygusallık ve cinsellik olmak üzere 4 farklı türde çekicilik içeren reklam filmleri üzerinde yapılmıştır. Araştırmada, seçilen reklam filmlerinde kullanılan çekiciliklerin ve reklamlarda kullanılan objeler, figürler, marka/logo-ürün yerleştirmeleri gibi reklam bileşenlerinin tüketici ilgisini çekmede, beğenisini kazanmada, satın alma tutumu oluşturmada ve reklamın hatırlanmasında ne derece başarılı olduğunu tespit edilmeye çalışılmıştır. Her iki yöntemle elde edilen veriler ayrı ayrı ve birlikte değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçları kısıtlı düzeydeki nöropazarlama çalışmalarına katkı sağlarken, reklamcılık sektörü ve işletmeler için yol gösterici olacaktır.

2. REKLAM ÇEKİCİLİĞİ VE REKLAM ETKİNLİĞİ

Reklam, ürün/hizmetin geniş bir tüketici kitlesine tanıtılması ve talep oluşturmada en sık başvurulan araçlarının biri olup, (Yoldaş ve Ergezer, 2013: 281) ürün ve markanın tanıtımı yanında, bilgilendirme, ikna, hatırlatma ve pekiştirme görevlerini de yerine getiren pazarlama iletişim elemanlarından (Fırat ve Kömürcüoğlu, 2016: 27). Reklamlar, tüketiciler açısından çevrelerindeki birbirine benzer sayısız ürün arasında en doğru kararı vermek (Çakır, 2006: 32), bilgilenecek, yenilikleri, değişim ve dönüşümleri takip etmek için önemli bir kaynak iken, işletmeler açısından ise, mümkün olduğu kadar çok insana ulaşmak, mesajlarını en doğru ve etkili şekilde iletmek, satışlarını artırmak, marka ya da ürününe ilişkin pozitif duygular oluşturarak müşterisi ile bağ kurmak (Aizezi, 2017: 13) ve diğer ticari amaçları için önemli bir araçtır (Batı, 2012: 5).

Reklam filmlerinin tasarlanması, hazırlanması ve yayınlanması reklam etkinliği açısından önemli olduğu kadar emek, maliyet ve zaman olarak da oldukça külfetli bir süreçtir. Firmalar tüketicilerin dikkatini çekmek, mesajlarını etkili bir şekilde iletebilmek, satın alma davranışı oluşturabilmek ve hafızalarda uzun süre kalıcı olabilmek amacıyla reklam filmlerinde dikkat çekici farklı unsurlar kullanmaktadır. Nitekim tüketiciler reklamları sadece rasyonel değil duygusal ve hedonik gibi süreçlerden de geçirdikten sonra olumlu ya da olumsuz tutum geliştirir (Karabaş, 2013:144-145). Reklamcılık oldukça sık kullanılan bu çekicilik unsurları, tüketicilerin fiziksel, psikolojik, duygusal, toplumsal gereksinimlerine seslenen, reklamı yapılan ürüne/hizmete ve hatta reklamın kendisine dikkat çeken, ilgi uyandıran, tüketici tutum ve davranışlarına etki eden, yön veren bir ikna aracı işlevini görmektedir (Elden ve Bakır, 2010: 7, Salmonova vd., 2018: 213). Clow ve Baack (2005: 5) reklam çekiciliklerini mizah, korku, müzik, cinsellik, kıtlık, akıl ve duygular olmak üzere 7 kategoride tanımlamıştır. Kotler ve Armstrong (1999: 426-427) çekicilikleri; duygusal (emotional), akılcı (informational) ve ahlaksal (moral) olmak üzere üç gruba ayırmaktadır. Reklam çekicilik unsurları sadece dikkat çekmek, farkındalık oluşturmak, marka bilinirliği sağlamak ve satın alma davranışını etkilemekle kalmaz, tüketicilerin algılarını, duygularını, davranışlarını ve yaşam tarzını etkiler, yönlendirebilir (Chang vd., 2016: 538).

Gerek reklam veren firmalar gerekse reklam ajansları yayınlanan reklamların sonuçlarını görmek isterler. Reklam etkinliği ölçülmesine yönelik çalışmalar ile reklam hataları, eksiklikleri en aza indirilip, reklam başarısının en üst düzeye çıkarılması ve amaçlara ulaşılması hedeflenir. Reklam etkinliğinin doğru ölçülmesi reklam stratejisinin belirlenmesinde de önemli rol oynamaktadır (Er, 2014: 61). Reklamın etkinliği ve başarısının tespiti için farklı yöntemler kullanılmakta olup, amaç, zaman, içerik, tüketici tepkisi, reklam mecrası, reklam araçları gibi hususlar göz önüne alınarak farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar dikkate alınarak oluşturulan sınıflandırma aşağıda sunulmuştur.

Yapıldığı Zamana Göre Reklam Etkinliğinin Ölçülmesi	<ul style="list-style-type: none">•Yayın Öncesi Reklam Testleri (Pre Test)•Yayın Sırası Reklam Testleri•Yayın Sonrası Reklam Testleri (Post Test)
Yapılış Amacına Göre Reklam Etkinliğinin Ölçülmesi	<ul style="list-style-type: none">•İletişim ve Bilgilendirme Amacı•Satış Amacı•Sözel Ölçütlere-Tepkilere Göre
Tüketici Tepkilerine Göre Reklam Etkinliğinin Ölçülmesi	<ul style="list-style-type: none">•Davranışsal Ölçütlere-Tepkilere Göre•Psikofizyolojik Ölçütlere-Tepkilere Göre

Şekil 2. Reklam Etkinliği Ölçüm Çalışmalarının Sınıflandırılması

Kaynak: Özkaya, 2008:104-111 den faydalanarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Reklam etkinliği çalışmaları; reklamın içeriği, reklam bileşenleri, reklam süresi gibi hususların analiz edildiği, reklam mesajını iletebilme, reklamın beğeni ve hatırlanma durumu, tüketicide bıraktığı izler, iletişim ve satış amacına olan etkilerinin ölçülmesini kapsar. Bu amaçla sözel ve davranışsal testler ile psikofizyolojik ve nörolojik tepki testleri ölçümleri, satış etkisi araştırmaları, reyting ölçümleri marka değeri gibi diğer kazanımlar analiz edilebilir.

3. NÖROPAZARLAMA VE GÖZ İZLEME

Nöropazarlamanın temel amacı; tüketici davranışları üzerinde etkili olan dikkat, duygusal bağlılık ve akılda tutma gibi parametreler üzerinden herhangi bir pazarlama uyarını karşısında gösterilen tepkinin ölçülüp analiz edilerek karar verme sürecindeki bilinmeyenlerin ortaya çıkarılması, tüketici tutum ve davranışlarının belirlenmesi ve yönlendirilmesidir (Hubert ve Kenning 2008: 273; Aytekin ve Kahraman, 2014: 50). Nöroloji, psikofizyoloji, sosyoloji ve pazarlama bilimlerinin etkileşimi ile oluşan bir disiplin olan nöropazarlama, tüketicinin satın alma sürecinde nasıl karar aldığı, nelerden hangi düzeyde etkilendiği, karar almada rasyonel mi duygusal mı davrandığını tespit etmek, satın almaya giden süreci en iyi şekilde analiz etmek, tüketicinin istek, ihtiyaç ve beklentilerine uygun ürün, mal veya hizmet sunumu sağlanması konularında işletmelere yol göstermektedir. Nöropazarlama teknikleri reklam tasarımı, planlanması, reklam etkinliğinin ölçülmesi, gerekli durumlarda değişim yapmayı sağlayan araştırmalar, daha etkili reklamların oluşturulması yanında reklam bütçesinin de daha ekonomik kullanılmasını sağlar. Reklam mesajlarının doğru iletilip iletilmediğine yorumlar getirmeye imkân sunar. Türkiye’de ise 2011 yılından itibaren nöropazarlama çalışmaları hız kazanmıştır.

Göz İzleme Yöntemi (Eye Tracking) nöropazarlama araştırmalarında en fazla kullanılan biyometrik yöntemlerden biri olup, göz bebeği hareketlerinin kızılötesi ışınlar yardımı ile yüksek çözünürlükte kameralar kullanılarak izlenmesi, biyolojik ve fizyolojik değişiminin ölçümü ve analiz edilmesi ile nitel ya da nicel sonuçlar sunan bir teknolojidir. Görsel dikkati değerlendirebilmeyi, gözün nereye, ne kadar süre odaklandığını, nasıl bir rota izlediğini takip edebilmeyi sağlar. İzleyicilerin aslında ne gördüğü, nelere odaklandığı ile ilgili çıkarımlar yapma imkânı sunar (Baş ve Tüzün 2014: 221). Göz izleme çalışmalarında yapılan ölçümler neticesi izleyicilerin uyarılara karşı gösterdiği dikkat, ilgi ve uyarılma seviyesinin belirlenmeye çalışılır (www.imotions.com). Göz izleme tekniğiyle elde edilen veriler şöyledir:

Isı Haritaları (Heat Map): Kullanıcıların hangi noktalara ve ne kadar süre baktıklarını gösteren haritalardır. Bakış noktalarının, sabitlenme noktalarının ve dinamik (hareketli) noktaların bir araya getirilmesi ile oluşan renk kodlu bir ölçüm verisidir. Isı haritaları kullanıcıların yoğunlaştıkları, ilgi gösterdikleri bölgeleri yeşilden kırmızıya, az yoğunundan daha yoğununa göstermektedir (Baş ve Tüzün 2014: 223).

Bakış Grafiği (Gaze Plot): Yol haritaları ya da bakış hareketleri olarak da ifade edilebilir Kullanıcının bakış ve sıçramalardan oluşan göz hareketlerini sırasıyla gösterir. İlk bakılan yer 1 olmak üzere numaralandırılan dairelerden oluşur. Daire büyüklüğü bakış süresi ile doğru orantılıdır (<https://imotions.com/blog/eye-tracking/>).

İlgi Alanları (Area Of Interest-AOI): Araştırmacılar tarafından özellikle belirlenen, görüntülenen bir uyarının tanımlı alt bölgelerinin kullanıcı göz hareketi verilerinin işlenmesiyle oluşturulan görsel verilerdir. (<http://www.userspots.com/userspotsdam-goz-izleme-teknigi-e-kitabi/>).

Kümeleme (Cluster): Kullanıcıların sıklıkla odaklandıkları yerlerin sınırları ile birlikte bir alan olarak gösterildiği verilerdir (Baş ve Tüzün, 2014: 224).

Bu ölçümlerin yanında; *İlk Tespit Süresi (TTFF), Harcanan Zaman, Göz Bebeği büyümesi, genişlemesi, Göz kapağı hareketleri, zaman istatistikleri, kullanıcı videoları* gibi ölçümlerde yapılabilir. (Erdemir ve Yavuz 2016: 101-106).Tablo 1’de göz izleme tekniğinin genel bir değerlendirmesi sunulmuştur.

Tablo 1. Nöropazarlama Açısından Göz İzleme Tekniğine Genel Bir Bakış

Ölçümlenenler	Kullanım Alanları
<ul style="list-style-type: none">- Görsel Odaklanma- Arama- Göz Hareketleri- Uzaysal Çözünürlük- Heyecan- Dikkat- Gözbebeği genişlemesi	<ul style="list-style-type: none">- Web sitesi kullanılabilirlik araştırması- Mağaza hareket testi Raf düzeni testi- Ambalaj tasarımı- Reklam ve video testi- Baskı ve resim tasarım testi- Önce algılanan öğelerin tespit edilmesi- Tüketici bilgi filtrelerinin hazırlanması
Avantajları	Kısıtlılıkları
<ul style="list-style-type: none">- Gözbebeği genişlemesi ve göz kırpmaya hızındaki değişiklikler imge işleme ve heyecan konusunda doğru veriler sağlar- Taşınabilir nitelikte, hafif ve kolay kullanılabilirliği sayesinde mekân sınırlaması olmadan kullanılabilme- Non-invazif bir tekniktir	<ul style="list-style-type: none">- Orta derece Yüksek maliyet- Güvenilir olmadığı düşünülmektedir- Sonuçlar katılımcıların göz koşullarına bağlıdır

Kaynak: Olteanu (Bercea) 2012: 9

Pazar araştırmalarında göz izleme yönteminin kullanımının iki farklı odak noktası olduğunu söylenebilir. İlki tüketicilerin tanınması ve tüketim davranışlarının incelenmesi, ikinci ise ürünlerin etkililiği ve verimliliği üzerinedir. Elbert (2013), göz izleme yöntemi ile alışveriş sitelerinde yer alan bileşenlerin (ürünler, menu, logo ve güvenlik etiketi) ürün seçimine etkisi araştırmış, güvenlik etiketinin bu seçimlerde etkisinin olduğunu ifade etmiştir. Kurnaz (2018), online kitap satışı yapan 3 web sitesinde göz izleme ile yaptığı çalışmada en fazla ilgilenmenin kitap görselleri ve fiyatları üzerine olduğunu, katılımcıların birçoğunun ana sayfada bulunan öğelerle ilgilenmeden direkt arama motoruna yöneldiği tespit etmiştir. Göker (2018), yardım kampanyası içerikli reklam afişleri göz izleme yöntemi ile değerlendirmiş. Katılımcıların dikkatinin görsellere yoğunlaştığı, yardım kuruluşunun bilgilerinin olduğu kısımlarda fazla odaklanma olmadığını tespit etmiştir. Zhang ve Yuan (2018) göz izleme yöntemi kullanarak 6 farklı reklam filmi üzerinde yaptığı çalışmada ürün üzerindeki toplam odaklanma süresi ile reklam beğenilirliği ve marka tutumu arasında pozitif ilişki olduğunu belirtmiştir. Başev (2015) yaptığı çalışmada reklam filmlerinin ile etkinliğini belirlemede EEG ve göz izleme yönteminin geleneksel yöntemlerden daha iyi daha güvenilir sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir. Akgül ve Güneş (2017), ağız-diş sağlığı ürünlerinin market içi raf düzeni üzerine yaptığı göz izleme çalışmasında “beyazlatıcı” özelliğinin daha çok dikkat çektiği, düşük gelirli, evli ve çocukluların daha çok fiyata odaklandığı, sağlıklı diş vadeden markaların odaklanma zamanları daha uzun olduğunu belirtmiştir.

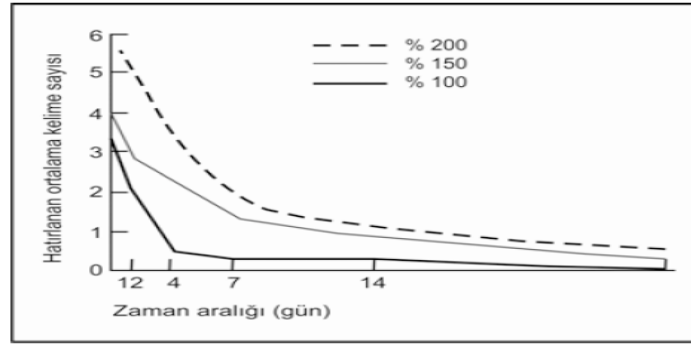
4. MATERYAL VE METOT

Araştırma, 25 kadın ve 25 erkek olmak üzere 50 katılımcı üzerinde yüz yüze anket ve göz izleme yöntemi kullanılarak 3 aşamada yapılmıştır. Anketler çalışmanın amacına uygun olarak oluşturulmuştur.

I. Aşamada, anket yöntemi ile katılımcıların demografik yapıları ve reklam filmleri, reklam mecralarına yönelik görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Anket çalışmanın amacına uygun olarak tanımlayıcı, çoktan seçmeli, açık uçlu ve 5 'li Likert kullanılan derecelendirme sorularından oluşturulmuştur.

II. Aşamada, dört farklı çekicilik türünde seçilen reklam filmleri katılımcılara izletilerek göz izleme verileri elde edilmiş, hemen sonra II. Anket uygulaması ile katılımcıların izledikleri reklamlar ile ilgili olarak, reklam çekiciliklerinin ve reklam bileşenlerinin etkisini, dikkat çeken ve beğenilen noktalar, marka ve logonun hatırlanabilirliği tespit edilmeye çalışılmıştır. Ankette hatırlatıcı, çoktan seçmeli, açık uçlu sorular ve 5'li Likert soruları kullanılmıştır

III. Aşamada, göz izleme çalışmasından 7 gün sonra aynı katılımcılara izledikleri reklam filmlerini ve içeriklerini, markayı hatırlama durumu, tespit etmek amacıyla III. Anket uygulaması yapılmıştır. Çoktan seçmeli, açık uçlu soruların kullanıldığı ankette hatırlanabilirlik yanında reklamlardaki ürünlere karşı satın alma davranışı oluşup oluşmadığı da sorgulanmıştır. III. Aşamanın zamanlamasında Morgan'ın Unutkanlık Eğrisi temel alınmıştır. Şekil 3'de görüleceği üzere Morgan (2011) yapmış olduğu deneysel çalışmada %100, %150, %200 düzeyinde öğrenme gerçekleştiği durumda hatırlanan kelime sayısının zamana göre değişiminin incelendiğinde, 7. güne kadar tüm öğrenme düzeylerinde sert bir düşüş yaşandığı 7. günden itibaren biraz daha stabil hal aldığı görülmüştür.



Şekil 3. Hatırlama – Zaman İlişkisi

Kaynak: Morgan, 2011:122

Anket uygulamasında, tanımlayıcı, hatırlatıcı, açık uçlu ve 5 'li Likert derecelendirme soruları, göz izleme çalışmasında ise Tobii X60 taşınabilir göz izleme cihazı kullanılmıştır. Çalışmada görme problemi ve anormalileri, nörolojik ya da psikiyatrik bir hastalığı olanlar çalışmaya dâhil edilmemiştir. Reklam filmlerinin tespitinde ise, yapılan araştırmalar neticesi 4 kategoride (mizah, korku-kaygı, duygusallık, cinsellik) 3'er adet olmak üzere toplam 12 adet reklam belirlenmiştir. Tespit edilen 12 reklamı 4 reklama indirgemek için 140 kişiye reklamlar izletilerek anket yapılmıştır. İzleyicilerin gösterilen her reklamın uyandırdığı duyguyu yoğunluğuna göre en az 1 en çok 5 olacak şekilde anket formunda belirtilmesi istenmiştir. Seçilen reklamlar aşağıda sunulmuştur. Toplam reklam izleme süresi 266 sn. olup reklam geçişleri arasında 5 sn. karartı bırakılmıştır.

Tablo 2. Araştırmada Kullanılan Reklam Filmleri ve Özellikleri

Reklam Çekiciliği Kategorisi	Reklam Filmi	Reklam Süresi(sn.)	İzletme Sırası
Mizah	Doritos Alaturka	76	1
Korku-Kaygı	Ford	74	2
Duygusallık	Turkcell	71	3
Cinsellik	LP7 Parfüm	45	4

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada göz izleme yöntemi ile elde edilen veriler ile anket yöntemi ile elde edilen veriler ayrı ayrı ve karşılaştırmalı analiz edilerek bulgular yorumlanmıştır. Göz izleme verileri analizinde ısı haritaları, anket verileri analizinde (SPSS) 20.0 paket programı kullanılarak frekans ve yüzde dağılım tabloları ve ki kare testi uygulanmıştır.

Ki kare testinde cinsiyete göre farklılık bulunan durumlar da ki kare sonuçları tablo altında gösterilmiş, anlamlı düzeyde farklılık tespit edilmeyen sonuçlar için ki kare değerleri yazılmamıştır. Araştırma aşamaları ve bulguları şöyledir:

Anketlerin güvenilirlik analizi değerleri şöyledir; I. Anket: Cronbach's Alpha: 0,839; II. Anket: Cronbach's Alpha: 0,836; III. Anket: Cronbach's Alpha: 0,674.

5.1. 1. Anket Çalışması Bulguları Ve Değerlendirmesi

Birinci anket uygulamasında katılımcıların demografik yapıları ve reklam filmleri ilgili görüşleri araştırılmıştır. Araştırmaya katılanların %50 si (25) kadın (K), %50'si (25) erkek (E) tir. Diğer veriler şöyledir;

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Demografik Bilgiler		Cinsiyet				Toplam	
		Erkek		Kadın			
		%	F	%	F	%	F
Eğitim Durumu	Lise	2	1	0	0	2	1
	Üniversite	28	14	48	24	76	38
	Lisans Üstü	20	10	2	1	22	11
	Toplam	50	25	50	25	100	50
Yaş	18-30 Yas Arası	40	20	48	24	88	44
	31-40 Yas Arası	8	4	0	0	8	4
	41-50 Yas Arası	2	1	2	1	4	2
	Toplam	50	25	50	25	100	100
Meslek	Öğrenci	34	17	48	24	82	41
	İşçi	4	2	0	0	4	2
	Serbest Meslek	14	2	0	0	4	2
	Öğretim Üyesi	8	4	2	1	10	5
	Toplam	50	25	50	25	100	50

Tablo 3'de görüleceği üzere araştırmaya katılanların %88'i 18-30 yaş aralığında olup %76 'sı üniversite öğrencisidir. Araştırma üniversite kampüsünde yapılmış ve katılımcılar rastgele seçilmiştir. Deneysel nitelikte olduğu için bazı istekli katılımcı bulmakta zorlanılmıştır. Bu nedenle homojen bir demografik dağılıma ulaşılamamıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Reklamlar Hakkında Görüşleri

Reklamlar hakkında tutum ve görüşler		Cinsiyet				Toplam	
		Erkek		Kadın			
		%	F	%	F	%	F
Reklam izleme sıklığınız nedir	Hiç	6	3	0	0	6	3
	Nadiren	16	8	28	14	44	22
	Bazen	18	9	16	8	34	17
	Sık Sık	10	5	6	3	16	8
	Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklamlar tüketiciler üzerindeki etkisini belirtiniz	Az Etkilidir	2	1	4	2	6	3
	Kararsızım	4	2	2	1	6	3
	Etkilidir	34	17	42	21	76	38
	Çok Etkilidir	10	5	2	1	12	6
	Toplam	50	25	50	25	100	50
Sizce en etkili reklam mecrası hangisi/leridir.	Televizyon	30	15	38	19	68	34
	İnternet ve Sosyal Medya	34	17	28	14	62	31
	Radyo	2	1	0	0	2	1
	Açık Hava Reklamcılığı	2	1	2	1	4	2

Katılımcılar reklam izleme sıklıklarını, % 44 (22; 8E, 14K) nadiren ve %34 bazen (17; 9E, 8K) olarak ifade etmişlerdir. Hiç bir katılımcının “ Her zaman/Sürekli” reklam izlemediği görülmüştür. Hem erkek (22), hem de kadın (22) katılımcılar tarafından (44, %88) reklamların tüketiciler üzerinde etkili olduğu ifade edilmiştir. Araştırmada katılımcılara reklam mecralarından hangilerinin daha etkili olduğu sorulmuş, birden fazla seçeneğin işaretlenebileceği belirtilen bu soruda, katılımcıların %68’i (34; 15E, 19K) televizyon, %62’i (31; 17E, 14K) internet ve sosyal medyanın etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Radyo ve açık hava reklamcılığı etkinliği seçimi çok düşük düzeyde kalırken, gazete-dergi ve katalog-broşür gibi yazılı reklam araçları katılımcılar tarafından etkili bulunmamıştır.

Tablo 5 . Katılımcıların Beğendiği Reklam Türü/Türleri

En çok hoşlandığınız reklam türünü belirtiniz	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	%	F	%	F	%	F
Mizah Komedi	28	14	32	16	60	30
Ürün özelliklerini vurgulayan	14	7	22	11	36	18
Ünlü kişilerin yer aldığı	6	3	10	5	16	8
Müziğim ön planda olduğu	8	4	10	5	18	9
Promosyon, Tanıtımlar içeren	8	4	0	0	8	4
İyi bir öyküsü senaryosu olan	12	6	18	9	30	15
Fiyat hakkında bilgi veren	14	7	12	6	26	13
Duygusal içerikli reklamlar	8	4	14	7	22	11
Korku-kaygı içerikli reklamlar	4	2	0	0	4	2
Animasyon reklamları	2	1	4	2	6	3
Cinsellik içeren	0	0	2	1	2	1

Katılımcılara hangi içeriklere sahip reklamları beğendiği sorusu sorulmuş ve birden fazla seçeneği işaretleyebileceği ifade edilmiştir. 11 seçenekten erkek katılımcılar 52 tercih yaparken kadın katılımcılar 62 tercih yapmışlardır. Hem erkek (14, %56) hem de kadın (16, %64) katılımcılar “ mizah/komedi içeren reklamları”







daha çok beğendiklerini ifade etmişlerdir. Bunu “ürün özelliklerini anlatan reklamlar” (7 Erkek, (%28); 11 Kadın (%44)) izlemektedir. Kadın katılımcılar en beğendikleri reklam olarak sırasıyla; mizah, ürün özellikleri vurgulayan, öyküsü olan, duygusal, fiyat hakkında bilgi veren, ünlü kişilerin yer aldığı, müziğin ön planda olduğu, animasyon, cinsellik içeren reklamları belirtmişlerdir. Erkek katılımcılar en beğendikleri reklam olarak sırasıyla; mizah, ürün özellikleri vurgulayan, fiyat hakkında bilgi veren, öyküsü olan, duygusal, müziğin ön planda olduğu, promosyon, ünlü kişilerin yer aldığı, korku unsuru içeren ve animasyon reklamları olarak belirtmişlerdir.

5.2. Göz İzleme Ve II. Anket Çalışması Bulguları ve Değerlendirmesi

Bu aşamada katılımcılar izole bir ortamda her bir reklam için ayrı ayrı göz izleme çalışmasına ve sonrasında anket çalışmasına alınmıştır. Veriler ayrı ayrı ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Burada göz izleme çalışması ile ilgili elde edilen verilerden ısı haritaları (heat map) sunulmuş, reklam sahnelerinin seçiminde reklamı yapılan ürün/markanın ön planda olduğu, reklam mesajı, logo, vaat ve sloganların yer aldığı sahneler, katılımcılarca beğenilen ve beğenilmeyen sahneler alınmıştır.

5.2.1. Mizah İçerikli Reklam Filmi (Doritos Alaturca) Bulguları ve Değerlendirmesi

Göz İzleme Çalışması Bulguları

Sn	KADIN	ERKEK
8		
26		
47		



Reklam filminde oyuncuların özellikle de Cem Yılmaz'ın izleyicilerin dikkatini çektiği görülmektedir. Ayrıca büyük cips gibi sıra dışı görsellerin bulunduğu görüntülerin de dikkat çektiği belirlenmiştir. Reklam mizah ağırlıklı olduğu ve çoğunlukla Cem Yılmaz'ın repliklerinden oluştuğu için izleyicilerin bakışları Cem Yılmaz'ın yüzüne (ağızına) odaklandığı görülmektedir. Oyuncunun repliklerini ustaca yüz ve mimik hareketleri ile birleştirmesi izleyicileri etkilemiştir. Bu yüzden yapımcı ürünü sürekli oyuncunun yanında tutmuştur. Göz izleme verilerine göre reklam ürünü ön plana çıkarmada ve izleyicilerinin ilgisinin ürüne çekilmesinde başarılı olduğu görülmüştür. Erkek ve kadınlar arasında odaklanılan noktalar bakımından fazla bir fark yoktur.

II. Anket Bulguları

Göz izleme çalışması yapılan katılımcılara izledikleri reklamlardaki görüntüler, oyuncular ve reklam cıngılıni etkileyici bulup bulmadıkları, reklamlardaki dikkat çeken ve beğenilen noktalar ile hatırlanabilirliği içeren soruların bulunduğu ikinci anket uygulaması yapılmıştır. Mizah reklamı anket bulguları şöyledir;

Tablo 6. Katılımcıların Mizah İçerikli Reklam Filmi Bileşenleri Hakkındaki Görüşleri

	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
Reklamdaki görüntüler etkileyiciydi	%	F	%	F	%	F
Kesinlikle Katılmıyorum	6	3	10	5	16	8
Katılmıyorum	8	4	12	6	20	10
Kararsızım	4	2	8	4	12	6
Katılıyorum	16	8	14	7	30	15
Kesinlikle Katılıyorum	16	8	6	3	22	11
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklamdaki oyuncular etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	6	3	14	7	20	10
Katılmıyorum	4	2	6	3	10	5
Kararsızım	2	1	6	3	8	4
Katılıyorum	10	5	12	6	22	11
Kesinlikle Katılıyorum	28	14	12	6	40	20
Toplam	50	25	50	25	100	50

Reklam müziği, cıngılı etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	10	5	18	9	28	14
Katılmıyorum	8	4	12	6	10	10
Kararsızım	8	4	16	8	24	12
Katılıyorum	22	11	2	1	24	12
Kesinlikle Katılıyorum	2	1	2	1	4	2
Toplam	50	25	50	25	100	50

İzleyicilerde genelde olumlu yönde bir iz, etki bırakılması olarak açıklanabilen etkileycilik dikkat çekme ilgi uyandırma açısından önemli bir unsurdur. Reklam görüntüleri ile ilgili olarak; erkek katılımcıların %64'ü (16), kadın katılımcıların ise %40'ı (10) izledikleri reklam filminin görüntülerinden etkilendiklerini ifade etmiştir. Reklam filminde ünlü komedyenler (Cem Yılmaz, Ersin Korkut) oynatılmıştır. Böylece etkinliğinin daha da artması ve akılda kalıcı olması planlanan reklamın oyuncularını ile ilgili olarak; erkek katılımcıların %76'sı (19), kadın katılımcıların ise %48'i (12) reklam filminde rol alan oyuncularını etkili bulmuştur. Erkek katılımcıların oyuncularını ve performanslarını beğenme düzeyi kadınlara göre daha yüksektir. Reklamda kullanılan müzik, cıngılı ise özellikle Erkek katılımcılarca (%52; 13) daha etkileyici bulunmuştur. Reklamın müziğinin etkileyici bulunması ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık ($P: 0,024 < 0,05$) bulunmaktadır.

Tablo 7. Mizah Reklamında Katılımcıların En Çok Dikkatini Çeken Noktalar

Reklamda en çok dikkatinizi çeken neydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	%	F	%	F	%	F
Hatırlamıyorum	4	2	4	2	8	4
Cem Yılmaz	22	11	12	6	34	17
Cipsler ve cips paketi	2	1	4	2	6	3
Büyük cips, "Doktor bu ne"	4	2	0	0	4	2
Müzik	0	0	2	1	2	1
Oyuncular	10	5	22	11	32	16
Polis baskını	2	1	0	0	2	1
Replikler	4	2	10	2	8	4
Üretim yeri	2	1	0	0	2	1
Dikkat çekici bir şey yoktu	0	0	2	1	2	1
Toplam	50	25	50	25	100	50

Katılımcıların izledikleri reklam filminde acık uçlu olarak en çok neyi dikkate çekici buldukları sorulmuş, alınan cevaplar Tablo 7'de gösterilmiştir. Cevaplar incelendiğinde katılımcıların Cem Yılmaz ve diğer oyuncularını daha dikkat çekici buldukları görülmektedir. Genelde sıra dışı özellikler insanların dikkatini çekmektedir. Reklamda gösterilen büyük cips, merdiven altı imalathane, gibi görüntülerinde katılımcılarca dikkat çekici bulunduğu görülmektedir. Reklamda katılımcıların dikkat çekici buldukları sahnelerde anket verileri ile göz izleme verilerinin birbiri ile uyumlu olduğu görülmektedir. Göz izleme verilerinde de sahnelerde izleyici odaklanmalarının Cem Yılmaz'a, büyük cipse, yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Mizah Reklam Filminde En Beğendiği Sahne

İzlediğiniz reklamda en çok beğendiğiniz sahneyi belirtiniz	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	%	F	%	F	%	F
Hatırlamıyorum	0	0	8	4	8	4
Son kısım, araç içi diyalog	6	3	0	0	6	3
Tutuklama sahnesi, “Biz satmıyoruz tüketiyoruz yesenize!”	4	2	10	5	14	7
Bone sahnesi, “Temiz mi, hijyen”, simit rendeleme	2	1	2	1	4	2
Büyük cips sahnesi, “Doktor Bu ne?”	8	4	8	4	16	8
Cips fırlatma ve cam kırılma sahnesi	4	2	0	0	4	2
Hapis hayali sahnesi	6	3	4	2	20	5
Sipariş sahnesi, “iki bin hazır olacak.”	8	4	8	4	16	8
Polis baskını sahnesi	8	4	2	1	10	5
Hepsini beğendim	2	1	4	2	6	3
Beğendiğim sahne yok	2	1	4	2	6	3
Toplam	50	25	50	25	100	50

Tablo 8’de görüleceği üzere beğenilen sahne tercihi oldukça geniş bir dağılım göstermektedir. Bu durumda reklamın bütünsel olarak beğenildiğini söylenebilir. Katılımcıların beğendiği sahnelerde görüntüler yanından repliklerin de etkili olduğu verilen cevaplardan anlaşılmaktadır. Erkek katılımcıların reklamı daha dikkat çekici bulunduğu, 4 kadın katılımcının ise bu soruya cevap vermediği görülmektedir. 1 erkek ve 2 kadın toplam 3 (%6) katılımcı reklamı bütünüyle beğenirken, yine 3 (%6) katılımcı ise beğendiği sahne olmadığını belirtmiştir. Genel olarak beğenilen sahnelere bakıldığında ise şaşırtıcı repliklerin olduğu sahnelerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Anket cevaplarının göz izleme verileri ile de uyumlu olduğu görülmektedir. Bu durumda mizah reklamlarında dikkat çekici, şaşırtıcı, komik, replikler ve görüntülerin kullanımı tüketicilerin dikkatini çekmede, reklamı hatırlamasında etkili olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 9. Reklamı Yapılan Ürüne Ait Marka/Logonun Hatırlama Bilirliği

Reklamı yapılan ürün/hizmetin marka/ logosu neredeydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	%	F	%	F	%	F
Hatırlamıyorum	2	1	8	4	10	5
Poşet Üstü	40	20	42	21	82	41
Reklam Sonu	8	4	0	0	8	4
Toplam	50	25	50	25	100	50

Reklam filminde ürün ambalajı sürekli ön planda tutularak izleyicilerin “Doritos Alaturka” markasına dikkati çekilmesi amaçlanmıştır. Reklam sonunda yine ürün ve marka ekran ortasında sunulmuştur. Göz izleme verilerinde dikkat çekildiği tespit edilmesine rağmen kadın katılımcılar reklam sonu cevabını vermemişlerdir. Yine erkek katılımcılar kadınlara göre marka /logoyu daha fazla hatırlamıştır. Reklam filmi kadınlar tarafından erkeklere göre daha az etkileyici ve ilgi çekici bulunmuştur. Bu neden reklam sonunda kadınlarda dikkatin ve ilginin düştüğü ve izlese bile gördüğünü hatırlamadığı söylenebilir. Gerek göz izleme gerekse anket verileri incelendiğinde reklamın ilgi uyandırma ve akılda kalıcılık amacına ulaştığı görülmektedir.

5.2.2. Korku İçerikli Reklam Filmi (Ford) Bulguları ve Değerlendirmesi

Korku çekiciliği için seçilen Ford araba reklamı yabancı orjinlidir. Deneklerin tamamı reklamı ilk defa izlemişlerdir. Reklamla ilgili göz izleme çalışması ve II. anket verileri aşağıda sunulmuştur.

Göz İzleme Çalışması Bulguları

Sn	KADIN	ERKEK
92		
101		
129		
138		



Genel olarak reklam izleyicilerin dikkatinin ürün/markaya çekmede başarılı olmuştur. Reklamın merkezine Ford otomobil yerleştirilmiş ve izleyicilerin sürekli görmesi sağlanmıştır. Zombilerin dahi dikkatini çekecek düzeyde üstün özelliklere sahip araç imajı verilen reklamda sahnelere göre katılımcılar dikkatlerini reklam oyuncusu, zombiler ve araç üzerinde yoğunlaştırmıştır. Firma marka/logosu reklam sonunda ekran ortasında gösterilerek dikkatleri çekmede başarılı olmuştur. Marka logosu ve yazılara yoğunlaşma durumu erkeklerde kadınlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Reklam marka ve sloganının ekran ortasında verildiği reklamın son sahnesinde, marka ve sloganın hem erkek hem de kadın katılımcıların bakışlarını ve dikkatini çekmede başarılı olduğu görülmektedir.

II. Anket Bulguları

Korku çekiciliği kullanılan ikinci reklamın göz izleme çalışmasından sonra katılımcılara uygulanan ikinci anket sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 10. Katılımcıların Korku İçerikli Reklam Bileşenleri Hakkında Görüşleri

Reklam görüntüleri etkileyiciydi	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Kesinlikle Katılmıyorum	6	3	8	4	14	7
Katılmıyorum	16	8	8	4	24	12
Kararsızım	6	3	2	1	8	4
Katılıyorum	14	7	20	10	34	17
Kesinlikle Katılıyorum	8	4	12	6	20	10
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklam oyuncuları etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	16	8	22	11	38	19
Katılmıyorum	24	12	14	7	38	19
Kararsızım	6	3	8	4	14	7
Katılıyorum	2	1	0	0	2	1
Kesinlikle Katılıyorum	2	1	6	3	8	4
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklam müziği, cıngılı etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	14	7	10	5	24	12
Katılmıyorum	10	5	12	6	22	11
Kararsızım	6	3	12	6	18	9
Katılıyorum	16	8	8	4	24	12
Kesinlikle Katılıyorum	4	2	8	4	12	6
Toplam	50	25	50	25	100	50

İlk defa izlenen ve sıra dışı görüntüleri içeren reklam filminin görüntüleri için erkek katılımcıların %44'ü (11), kadın katılımcıların ise, %64'ü (16) reklam filminin görüntülerini etkileyici bulmuşlardır. Göz izleme verilerinde bakışların dağılmaması, araba, zombiler ve oyuncular üzerinde yoğunlaşması görüntülerin etkileyicini doğrular niteliktedir. Reklam filmi oyuncuları ile ilgili olarak erkek katılımcıların %80 (20), kadın katılımcıların %72'si (18,), reklam filminin oyuncularının etkileyici bulmadıklarını ifade etmiştir. Reklamın ilk defa izlenmesi, aktörün yabancı olması, tanınan yüzlerin olmayışı bu etkinin azaltıcı faktörlerdir. Göz izleme verilerinde ise katılımcıların bakışlarının ve dikkatinin aktör üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Kadınlara göre reklamı daha az oran da rahatsız edici bulmuştur. Katılımcılarda özellikle zombilerin hareketleri (anahtar yeme, kol yeme vb. gibi) rahatsız edici bulunmuştur. Reklamda kullanılan müzik, cingil efekt, seslerin ise erkek katılımcıların %40' (10), kadın katılımcıların %32'si (8,) tarafından etkileyici olduğu belirtilmiştir. Her ne kadar reklam görüntüleri beğenilirse de müzik ve cingilin nispeten beğenildiği görülmektedir. Reklamın görüntüleri, oyuncuları ve müziğinin etkileyiciliği ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tablo 11. Korku Reklamında Katılımcıların En Çok Dikkatini Çeken Noktalar

Reklamda en çok dikkatinizi çeken neydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Cevapsız	2	1	12	6	14	7
Aktör kaçış sahnesi	0	0	2	1	2	1
Anahtar zombi ağzında durma	2	1	0	0	2	1
Arabanın içindeki sahneler	2	1	2	1	4	2
Ford Arabam	6	3	8	4	10	5
Müzik	6	3	2	1	8	4
Dikkat çekici bir şey yok	2	1	4	2	6	3
Zombiler	30	15	20	10	50	25
Toplam	50	25	50	25	100	50

Tablo 11'de katılımcılara reklam filminde en çok dikkatlerini neyin çektiği sorulmuş, katılımcıların yarısı (25; 15E, 10K) zombileri dikkat çekici bulmuşlardır. Arabayı ve arabanın özelliklerinin gösterildiği sahneleri etkili bulanların sayısı 9 (%36) dur. Kadın katılımcıların 8'i (%32), erkek katılımcıların sadece 2'si (%8) bu soruyu cevapsız ve dikkat çekici bir sahne olmadığını belirterek geçmişlerdir. Reklam müziği de 3 erkek, 1 kadın katılımcı (%8) tarafından etkileyici bulunmuştur. Bu tabloda verilen cevaplar ile göz izleme verilerinin uyumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 12. Katılımcıların Korku Reklam Filminde En Beğendiği Sahne

İzlediğiniz reklamda en çok beğendiğiniz sahneyi belirtiniz	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Cevapsız	2	1	6	3	8	4
Hiçbir sahneyi beğenmedim	12	6	14	7	26	13
Hepsini beğendim	4	2	0	0	4	2
Ford Araç sahneleri	4	2	4	2	8	4
Zombilerin araba içinde çıkış	4	2	2	1	6	3
Araç tavan açılması ve zombi anahtar düşürme	0	0	4	2	4	2
Araç kumandasından müzik açma	10	5	4	2	14	7
Araç kumandasından çalıştırma	4	2	2	1	6	3
Zombilerin dans sahnesi	10	5	12	6	22	11
Zombi kol yeme sahnesi	0	0	2	1	2	1
Toplam	50	25	50	25	100	50

Katılımcıların en beğendikleri sahneler incelendiğinde hem erkek hem de kadın katılımcıların (11, %22) zombilerin dans sahnesini diğer sahnelere göre daha çok beğendikleri görülmektedir. Erkek katılımcıların arabanın özelliklerini ön plana çıktığı (kumandadan araç çalıştırma, müzik açma gibi) sahneleri daha beğendikleri görülmektedir. Katılımcıların %26'sı reklamda hiçbir sahneyi beğenmediğini belirtmiştir.

Tablo 13. Reklamı Yapılan Ürüne Ait Marka/Logonun Hatırlama Bilirliği

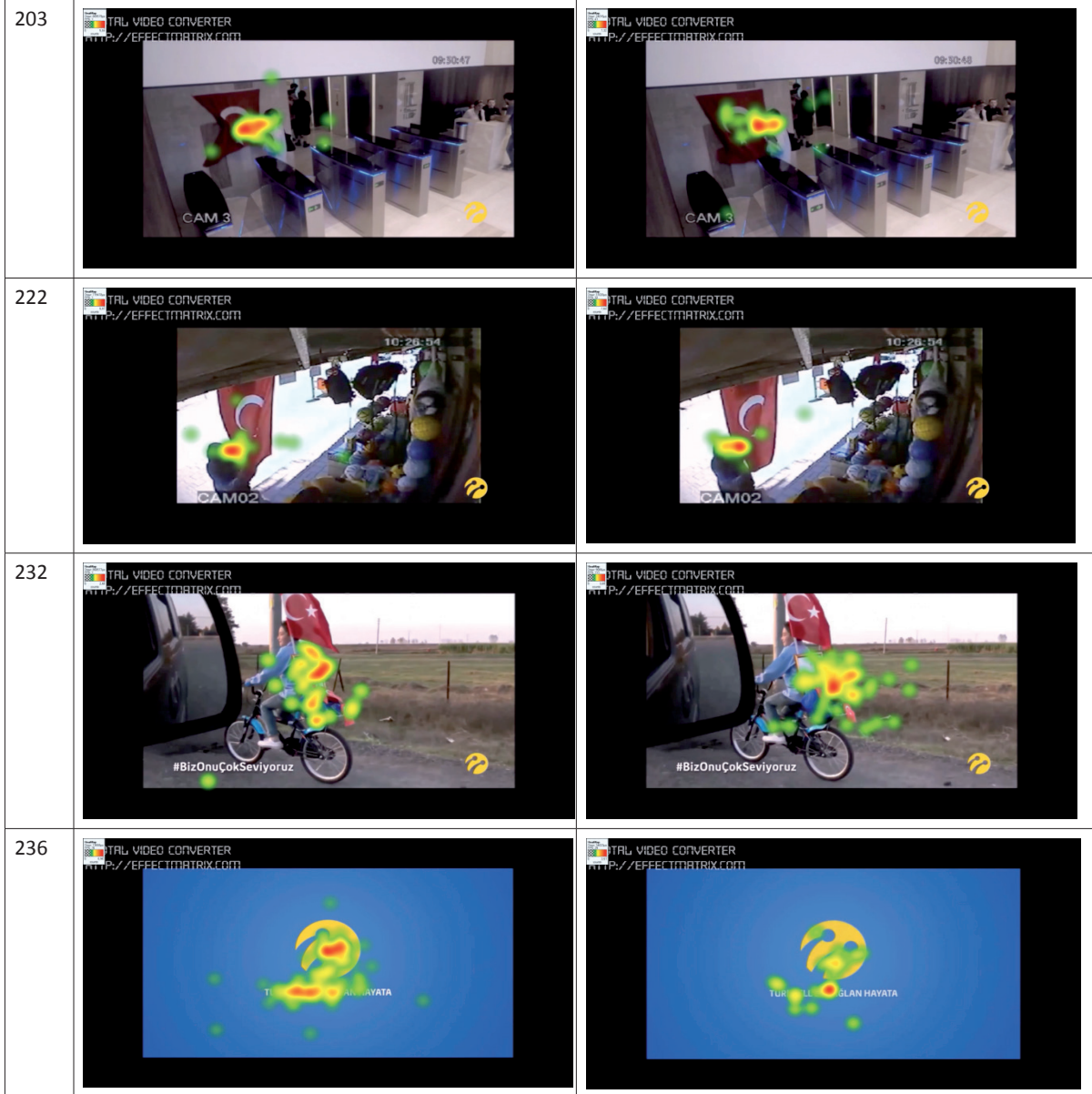
Reklamı yapılan ürün/hizmetin marka/logosu neredeydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Hatırlamıyorum	2	1	4	2	6	3
Reklam boyunca araç ön ve arka kısmında	20	10	20	10	40	20
Reklam sonunda ekran ortasında	26	13	18	9	42	21
Sağ alt taraf	0	0	2	1	2	1
Reklam sonunda ve aracın ön ve arka kısmında	2	1	6	3	8	4
Toplam	50	25	50	25	100	50

Reklam filminde marka logosu film boyunca belirli aralıklarla aracın ön ve arka kısmı ön plana getirilerek izleyicilerini dikkati çekilmeye çalışılmıştır. Ayrıca reklam sonunda düz mavi bir ekranda ekran ortasına marka ve slogan yerleştirilmiştir. Gerek anket verileri gerekse göz izleme verileri incelendiğinde reklamın ürünün marka ve logosuna dikkat çekme ve hatırlanabilir kalmasında başarılı olduğu söylenilebilir. Göz izleme verilerinde her iki grup katılımcılar araç markasını gösteren logonun bulunduğu araç ön ve arka kısımlara odaklandığı ısı haritalarından görülmektedir. Anket sorularında 1 erkek ve 2 kadın katılımcı (%6) hatırlamadığını ifade etmiş, 1 kadın katılımcı yanlış bir yer belirtmiştir. Geri kalanlar marka logosunu olduğu yerleri net şekilde söylemişlerdir.

5.2.3. Duygusal İçerikli Reklam Filmi (Turkcell) Bulguları ve Değerlendirmesi

Göz İzleme Çalışması Bulguları;

Sn	KADIN	ERKEK
181		
189		



Reklam, halktan farklı insanların bayrağa olan sevgi ve saygısının gösterildiği doğal amatör kamera çekimlerden oluşturulmuştur. Göz izleme çalışması verileri incelendiğinde katılımcıların reklam boyunca sahnelerde bayrak, bayrak öpme, bayrak düzeltme, dua, Atatürk resmi kısımlarına odaklandığı ısı haritalarından görülmektedir. Reklamın tamamında sağ alt köşede bulunan marka logosunun ise çok dikkat çekmediği görülmektedir. Reklamın son sahnesinde Turkcell logosu ve sloganı ekran ortasında verilmiş katılımcıların dikkatini çekmede başarılı olmuştur. Kadınlar erkeklere göre logo ve slogan üzerine daha fazla odaklanmışlardır.

II. Anket Bulguları

Duygusal çekiciliği kullanılan ikinci reklamın göz izleme çalışmasından sonra katılımcılara uygulanan ikinci anket sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 14. Katılımcıların Duygusal İçerikli Reklam Filmi Bileşenleri Hakkındaki Görüşleri

Reklam görüntüleri etkileyiciydi	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	%	F	%	F	%	F
Kesinlikle Katılmıyorum	6	3	2	1	8	4
Kararsızım	2	1	0	0	2	1
Katılıyorum	12	6	12	6	24	12
Kesinlikle Katılıyorum	30	15	36	18	66	33
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklam oyuncuları etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	12	6	60	9	30	15
Katılmıyorum	12	6	2	1	14	7
Kararsızım	4	2	14	7	18	9
Katılıyorum	10	5	8	4	18	9
Kesinlikle Katılıyorum	12	6	8	4	20	10
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklam müziği, cıngılı etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	6	3	2	1	8	4
Katılmıyorum	2	1	2	1	4	2
Kararsızım	4	2	0	0	4	2
Katılıyorum	16	8	14	7	30	15
Kesinlikle Katılıyorum	22	11	32	16	54	27
Toplam	50	25	50	25	100	50

Erkek katılımcıların %84'ü (21), kadın katılımcıların ise %80'i (20) reklam filminin görüntülerini etkileyici bulmuşlardır. Reklamda, küçükten büyüğüne çocuğundan ihtiyarına farklı yaş ve statüde ki insanların doğal halleri, bayrak sevgisine olan yapmacıksız, samimi, içten görüntüleri, duaya açılan elleri katılımcıları oldukça etkilemiştir. Erkek katılımcılar (11, %44), kadınlara göre (8, %32), reklam filminde ki oyuncuları daha etkileyici bulmuştur. Göz izleme verileri incelendiğinde ise dikkat ve odaklanmaların reklamda kullanılan amatör çekimlerdeki kişiler (bayrak öpen çocuk, yaşlı, bayrak düzelten kadın, dua eden yaşlı kadın vb.) üzerinde olduğu görülmektedir. Özellikle kadın katılımcıların reklamı çok beğenmesine rağmen kararsızlık oranı oldukça yüksektir. Burada sorunun tam anlaşılmadığı reklam filminde oyuncuların ünlü olmayıp sorudan ünlü olarak değerlendirme çabası bu verileri oluşturduğu söylenebilir. Reklam müziği %84 oranında (42; 19E, 23K) beğenildiği görülmüştür. Reklam müziğinin bilinen ve duygusal bir parça olması yanında reklam görüntüleri ile uyumlu olması da müziğin beğenilirliğini arttırmada etkili olduğu düşünülmektedir. Reklam görüntüleri, oyuncuları, müzik/cıngılının etkileyiciliği ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tablo 15. Duygusal İçeren Reklamında Katılımcıların En Çok Dikkatini Çeken Noktalar

Reklamda en çok dikkatinizi çeken neydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Hatırlamıyorum	2	1	8	4	10	5
Bayrak sahneleri, bayrak sevgisi	40	20	24	12	64	32
Bayrak ve müzik	8	4	4	4	16	8
Marka logosu	0	0	4	1	2	1
Müzik	0	0	4	2	4	2
Yaşlı kadın dua sahnesi	0	0	4	2	4	2
Toplam	50	25	50	25	100	50

Katılımcılara izledikleri reklam filminde en çok neyin dikkatlerini çektiği sorusuna, erkeklerin %80'ni (20), kadınların %48'i (12) bayrak olarak cevaplamıştır. Hem erkek hem de kadın 4'er katılımcı bayrak ve reklam müziğini dikkat çekici bulmuştur. Kadınların 2'si erkeklerden farklı olarak ihtiyar kadının dua sahnesinin dikkatlerini çektiğini belirtmiştir. Turkcell reklamında en çok dikkati çeken noktalar ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Göz izleme verileri ile anket verileri karşılaştırıldığında; ısı haritalarında bakışların bayraktan çok bayrağı öpen, düzeltenlerin yüzlerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bayrak bilinen ve görünen bir obje olduğu için bakışlar direk bayrağa yapılan harekete (öpme, düzeltme, dokuma, açma vb. gibi) odaklanmıştır. Katılımcıların reklam filmine bütünsel bakıp en dikkat çekici nokta olarak bayrağı ifade etmiş oldukları düşünülmektedir.

Tablo 16. Katılımcıların Duygusal İçerikli Reklam Filminde En Beğendiği Sahne

İzlediğiniz reklamda en çok beğendiğiniz sahneyi belirtiniz	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Hatırlamıyorum	0	0	8	4	8	4
Bayrak düzeltme sahnesi	8	4	10	5	18	9
Bayrağın öpme sahnesi (çocuk)	22	11	18	9	40	20
Bayrakların görüldüğü sahne	6	3	4	2	10	5
Bayrak öpme sahnesi (bebek)	2	1	0	0	2	1
Hepsini beğendim	6	3	6	3	12	6
Bayrak öpme sahnesi (ihtiyar kadın)	6	3	4	2	10	5
Toplam	50	25	50	25	100	50

Katılımcıların reklam filmindeki en beğenilen sahne ile ilgili yanıtlarına bakıldığında bayrak sahnelerinin (öpme, düzeltme, asma vb.) ön planda olduğu ve beğenildiği görülmektedir. Milli değerlerin, vatan ve bayrak sevgisinin toplumda oldukça geniş bir yeri olması buna neden olarak gösterilebilir. Diğer yandan anket verileri ve göz izleme çalışmasında verilerin birbirine uyumlu olduğu görülmektedir. Turkcell reklamında en beğenilen sahneler ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 17. Reklamı Yapılan Ürüne Ait Marka/Logonun Hatırlanabilirliği

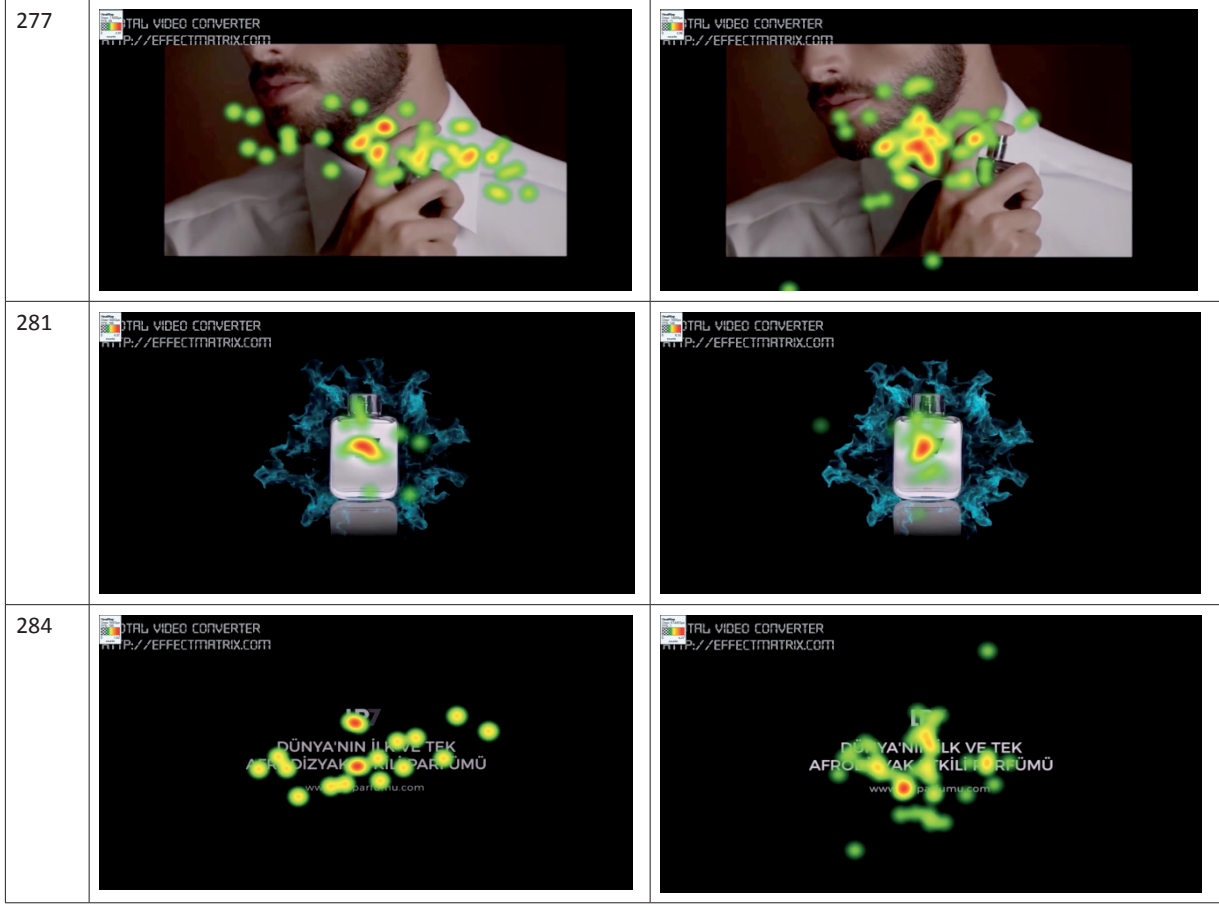
Reklamı yapılan ürün/hizmetin marka/ logosu neredeydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Hatırlamıyorum	6	3	14	7	20	10
Reklam sonunda ekran ortasında	16	8	14	7	30	15
Ekran sağ alt köşesinde	28	14	18	9	46	23
Ekran sağ alt köşe ve reklam sonu	0	0	2	1	2	1
Sağ üst köşe	0	0	2	1	2	1
Toplam	50	25	50	25	100	50

Reklamı yapılan firmanın marka, logosu reklam boyunca ekranın sağ alt köşesinde yer almış ver reklam sonunda ekran ortasında gösterilmiştir. Göz izleme verileri incelendiğinde logonun bulunduğu yere bir göz hareketi ve yoğunlaşma olmamıştır. Reklam sonunda ekran ortasında gösterilen logo ve slogana (Turkcell’le bağlan hayata) tüm katılımcıların bakışları ve dikkatleri yoğunlaşmıştır. Anket verilerine bakıldığında 3 erkek ve 7 kadın katılımcı bu soruya cevap vermemiştir. 1 kadın katılımcı logonun yerini yanlış tanımlarken, diğer 1 tanesi hem ekranın sağ alt köşesi hem de reklam sonu logosunu hatırlamıştır. Göz izleme verileri aksine ekran sağ alt köşesindeki logo hatırlana bilirliği anket cevaplarında daha yüksek çıkmıştır. Erkeklerin logoları hatırlama oranı (%88), kadınlara göre(%68) daha yüksek olduğu görülmektedir. Turkcell reklamında marka/logo hatırlana bilirliği ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

5.2.4. Cinsellik İçerikli Reklam Filmi (LP7 Parfüm) Bulguları ve Değerlendirmesi

Göz İzleme Çalışması Bulguları

Sn	KADIN	ERKEK
246		
265		



Reklam da diyaloglara yer verilmemiş müzik eşliğinde kadın ve erkek aktör sahneleri kullanılmıştır. İzletilen reklamda 246. saniyede reklam başında ayakkabı sahnesinde her iki grup katılımcıda kadın aktörün ayakkabısına odaklandığı görülmektedir. Bu noktada erkeklerin göz hareketleri kadınlara göre biraz daha dağınık iken kadınlar direkt ayakkabıya odaklanmış bakış hareketleri üst üste binmiştir. Bu sahnede ekranın sağ alt köşesinde marka ismi veya logosunu konulması ya da ayakkabı topuk kısmı duvar önüne tarafına parfüm şişesinin konulması bakışların ve dikkatin marka üzerine çekilmesine de yardımcı olacağı düşünülmektedir. Reklam müzik eşliğinde erkek ve kadın oyuncuların duş ve yatak sahneleri geçişlerinde ekrana, “Etkile”, “Baştan çıkar”, “Sınırları zorla” gibi cinsellik duygusu uyandıran yazılar yansıtılmıştır. Sahne geçişlerinin hızlı olduğu reklamda gösterilen yazılara her iki katılımcıların bakışlarını ve dikkatlerini odakladığı görülmektedir. Ürün reklam sonunda ekran ortasında farkındalığı arttırmak için siyah bir fon kullanılarak gösterilmiştir. Hem erkek hem de kadın katılımcıların bakışlarının parfüm şişesi üzerindeki ürün adına (LP7) odaklandığı görülmektedir. Reklamda oyunculara ait fazla açık sahne kullanılmamasına rağmen, çekim ortamları olarak duş, yatak sahneleri içermesi, cinsellik içerikli yazıların kullanılması reklamın cinsel çekiciliği oldukça iyi kullandığını göstermektedir. Reklam boyunca gerek kadın gerekse erkek katılımcıların bakış hareketlerinde ve odaklanmalarında bir dağınıklık gözlemlenmemesi, yazılara, markaya odaklanmaların olması reklamın ciddiyetle izlendiğini ve katılımcıları etkilediğini göstermektedir.

II. Anket Bulguları

Cinsellik çekiciliği kullanılan dördüncü reklamın göz izleme çalışmasından sonra katılımcılara uygulanan ikinci anket sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 18. Katılımcıların Cinsellik İçerikli Reklam Filmi Bileşenleri Hakkında Görüşleri

Reklam görüntüleri etkileyiciydi	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Kesinlikle Katılmıyorum	12	6	18	9	30	15
Katılmıyorum	14	7	12	6	26	13
Kararsızım	8	4	6	3	14	7
Katlıyorum	6	3	8	4	14	7
Kesinlikle Katlıyorum	10	5	6	3	16	8
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklam oyuncularını etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	24	12	28	14	52	26
Katılmıyorum	12	6	4	2	16	8
Kararsızım	6	3	8	4	14	7
Katlıyorum	6	3	4	2	10	5
Kesinlikle Katlıyorum	2	1	6	3	8	4
Toplam	50	25	50	25	100	50
Reklam müziği, cıngılı etkileyiciydi						
Kesinlikle Katılmıyorum	18	9	12	6	30	15
Katılmıyorum	8	4	12	6	20	10
Kararsızım	12	6	18	9	30	15
Katlıyorum	10	5	2	1	12	6
Kesinlikle Katlıyorum	2	1	6	3	8	4
Toplam	50	25	50	25	100	50

Tablo 18’de Reklam filmindeki görüntüler ile ilgili Erkek katılımcıların %32’si (8,), kadın katılımcıların ise %28’i (7,) reklam filmi görüntülerini etkileyici bulduklarını ifade etmişlerdir. Göz izleme verilerine göre reklam boyunca katılımcı bakışlarında bir dağınıklık görülmemiştir. Reklam filminde ünlü, tanınmış bir oyuncu kullanılmamış, erkek ve kadın iki aktör kullanılmıştır. Erkek katılımcıların %16’sı (4), kadın katılımcıların %20’si (5) reklam filmi oyuncularını etkileyici bulduklarını ifade etmişlerdir. Göz izleme verileri incelendiğinde her iki grup katılımcıların oyuncuların yüzüne odaklandığı görülmektedir. Reklamda slow bir melodi ve cıngıl kullanılmıştır. Katılımcıların %50 ‘si (25; 13E, 12K) reklam müziğini etkileyici bulmamıştır. Katılımcılar tarafından cinsellik içeren reklamın beğenilmemesi, reklama karşı olumsuz bir tutum oluşması reklam bileşenlerine olan görüşlerine de olumsuz yansımış olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 19. Cinsellik Reklamında Katılımcıların En Çok Dikkatini Çeken Noktalar

Reklamda en çok dikkatinizi çeken neydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Cevapsız	10	5	16	8	26	13
Erkek duş sahnesi	2	1	4	2	6	3
Kadın ayakkabısı	0	0	6	3	6	3
Tüm görüntüler	6	3	4	2	10	5
Kadın Yatak sahneleri	12	6	0	0	12	6
Kadın Elbise	0	0	4	2	4	2
Parfüm şişesi marka/logo	4	2	2	1	6	3
Reklam müziği	2	1	4	2	6	3
Erkek Parfüm sıkma	4	2	4	2	8	4
Hiçbiri	10	5	6	3	16	8
Toplam	50	25	50	25	100	50

Tablo 19’da katılımcılara izledikleri reklam filminde en çok dikkatlerinin ne çektiği sorulmuş, % 26 ‘sı (13; 5E, 8K) soruyu cevapsız bırakırken, 9 farklı etkileyici unsur belirtilmiştir. 3 erkek ve 2 kadın katılımcı (%10) tüm görüntülerden etkilendiğini belirtirken, 5 erkek ve 3 kadın katılımcı (%16) ise reklamdaki hiçbir unsuru etkileyici bulmadıklarını ifade etmiştir. Erkekler daha çok yatak sahnesini etkili bulurken (6, %24), kadınlar ise kadın ayakkabısı (3, %12), kadın elbisesi (2, %8), duş sahnelerini (2, %8), etkili bulmuştur. Bu soruya ait anket verilerinin göz izleme çalışmasındaki odaklanma ve ilgi alanları verileri ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Tablo 20. Katılımcıların Cinsellik Reklam Filminde En Beğendiği Sahne

İzlediğiniz reklamda en çok beğendiğiniz sahneyi belirtiniz	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Cevapsız	8	4	12	6	20	10
Erkek giyinme sahnesi	4	2	4	2	8	4
Kadın ayakkabısı sahnesi	0	0	6	3	6	3
Genel olarak bütün sahneler	4	2	0	0	4	2
Kadının yatak sahnesi	8	4	2	1	10	5
Parfüm Sıkma sahnesi	6	3	6	3	12	6
Hiç beğendiğim sahne yok	20	10	20	10	40	20
Toplam	50	25	50	25	100	50

Katılımcıların %40 ‘ı (20; 10E, 10K) reklamda beğendiği sahne olmadığını belirtmiştir. Sadece 2 erkek katılımcı ise reklamı bütünüyle beğendiklerini ifade etmiştir. Kadın katılımcıların %24’ü (6) ve erkek katılımcıların %16’sı (4) bu soruya cevap vermemiştir. Kadın katılımcılar en fazla reklamın ilk saniyelerindeki kadın ayakkabısını, erkek aktörün parfüm sıkma sahnesini beğendiklerini belirtirken, erkek katılımcılar ise erkek aktör giyinme, yatak sahneleri, parfüm sıkma sahnelerini beğenmişlerdir. Beğenilen sahnelerin göz izleme verileri ile uyumlu olduğu görülmektedir. LP7 reklamında en beğenilen sahneler ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 21. Reklamı Yapılan Ürüne Ait Marka/Logonun Hatırlama Bilirliği

Reklamı yapılan ürün/hizmetin marka/ logosu neredeydi?	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		%	F
	%	F	%	F		
Cevapsız	8	4	10	5	18	9
Reklam sonunda parfüm şişesinde	42	21	40	20	82	41
Toplam	50	25	50	25	100	50

Reklam filminde marka/logo reklam sonunda ekran ortasında ürünle birlikte sunulmuş ve katılımcı bakışlarının tamamen buraya odaklandığı görülmüştür. Katılımcıların %82'si marka/logonun nerede olduğunu doğru hatırlamışlardır. Göz izleme verilerinde de katılımcılar reklam sonunda şişenin üzerine dikkat ettikleri bakışlarının odaklandıkları ısı haritalarından görülmektedir. Anket ve göz izleme verilerinin birbiriyle uyumlu olduğu görülmüştür. Katılımcıların reklam beğenisi genel olarak düşük düzeyde olmasına rağmen reklamı yapılan marka yazısına odaklandığı görülmüştür.

5.4. III. Anket (Hatırlama Anketi) Uygulaması

Göz izleme ve II. anket çalışmasından 7 gün sonra aynı katılımcılara izletilen reklam filmleri ile ilgili olarak üçüncü anket uygulaması yapılmış ve elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur. Üçüncü anket de katılımcıların bu geçen süre sonunda çalışmada kullanılan reklamları hatırlama durumu, reklamların etkileyciliği ve satın alma tutumu oluşturma durumu belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcılara 7 gün önceki çalışmada izletilen reklam filmlerini ve içeriğini hatırlayıp hatırlamadıkları sorulmuş alınan cevaplar Tablo 22'de özetlenmiştir.

Tablo 22. Katılımcıların Reklam Filmlerinin Hatırlama Durumu

Araştırmada izletilen reklamları ve içeriklerini hatırlıyor musunuz?		Cinsiyet				Toplam	
		Erkek		Kadın		%	F
		%	F	%	F		
I. Reklam (Mizah Reklamı)	Evet	42	21	26	13	68	34
	Hayır	8	4	24	12	32	16
	Toplam	50	25	50	25	100	50
II. Reklam (Korku-Kaygı Reklamı)	Evet	34	17	22	11	56	28
	Hayır	16	8	48	14	44	22
	Toplam	50	25	50	25	100	50
III. Reklam (Duygusallık Reklamı)	Evet	42	21	32	16	74	37
	Hayır	8	4	18	9	26	13
	Toplam	50	25	50	25	100	50
IV. Reklam (Cinsellik Reklamı)	Evet	22	11	20	10	42	21
	Hayır	28	14	30	15	58	29
	Toplam	50	25	50	25	100	50

Erkek katılımcılar en fazla mizah içerikli Doritos Alaturka (21, %84) ve duygusallık içeren Turkcell (21, %84) reklamını hatırlarken, kadın katılımcılar ise en fazla duygusallık içeren Turkcell reklamını (16, %64) hatırlamışlardır. En az hatırlanan reklam ise cinsellik kategorisindeki LP7 parfüm reklamı olmuştur.. En çok beğenilen reklam filmlerinin aynı zamanda en çok hatırlanan reklam filmleri olduğu görülmüştür.

Tablo 23. Katılımcıların Reklam Filmlerindeki Logo/Markaları Hatırlama Durumu

Reklam filmlerinde logo/ markayı hatırlıyor musunuz ?		Cinsiyet				Toplam	
		Erkek		Kadın			
		%	F	%	F	%	F
I. Reklam (Doritos Alaturka)	Evet	44	22	30	15	74	37
	Hayır	6	3	20	10	26	13
	Toplam	50	25	50	25	100	50
II. Reklam (Ford)	Evet	38	19	28	14	66	33
	Hayır	12	6	22	11	34	17
	Toplam	50	25	50	25	100	50
III. Reklam (Turkcell)	Evet	44	22	34	17	78	39
	Hayır	6	3	16	8	22	11
	Toplam	50	25	50	25	100	50
IV. Reklam (LP7 Parfüm)	Evet	4	2	10	5	14	7
	Hayır	46	23	40	20	86	43
	Toplam	50	25	50	25	100	50
Ki Kare	Sd	p	Doritos Alaturka reklam filminin marka/logosunu hatırlanma durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.				
Doritos Alaturka	1	0,024					

Doritos reklamında erkek katılımcıların %88 (22), kadın katılımcıların %60'ı (15) logonun yerini hatırlamışlardır. Göz izleme çalışmasında bakışların ve dikkatlerin logoların üzerine yoğunlaştığı belirlenmişti. Bu verilerin II. ankette deki veriler (%96 E, %84K) ile de uyumlu olduğu görülmüştür. Ford araba reklamında ise erkek katılımcıların %76'ı (19), kadın katılımcı %56'sı (14) logoyu ve yerini hatırlamıştır. Göz izleme çalışmasında bakış ve dikkatlerin logonun olduğu yerlere odaklandığı görülmüştür. II. anket verileri ile kıyaslandığı hatırlayan katılımcı sayısı düştüğü (%20) görülmüştür. Turkcell reklamının logosunu erkek katılımcıların %88'i (22), kadın katılımcıların %68'i (17) hatırlamışlardır. Bu rakamlar II. Anket rakamları ile uyumlu olup, logo ve markanın unutulmadığı görülmüştür. LP7 Parfüm reklamının logosunu erkek katılımcıların sadece %8'i (2) ve kadın katılımcıların %20'si hatırlayabilmiştir. Göz izleme verilerinde tüm katılımcıların ürün logosuna odaklandığı görülmüş olmasına rağmen III. anket verileri reklamın akılda kalıcılığının düşük olduğunu göstermektedir. Doritos Alaturka filminde marka/logonun hatırlanma durumu ile ilgili olarak erkek ve kadın katılımcıların arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta iken, Ford araba, Turkcell ve Lp7 parfüm reklamında ise anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tablo 24. Katılımcıların Hatırladıkları Reklam Filmlerinin En Etkileyici Sahneleri

İzlediğiniz reklamda sizi en fazla etkileyen sahneyi hatırlıyor musunuz? Belirtiniz	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	%	F	%	F	%	F
Mizah İçerikli Reklam Filmi (Doritos Alaturka)						
Büyük cips sahnesi “Doktor bu ne!, insan yiyecek bunları”	12	6	6	3	18	9
Sipariş Sahnesi “O kadar janjanlı olmamış, yarına hazır olacak”	6	3	4	2	10	5
Polis baskını sahnesi “Üretmiyoruz, yiyoruz. Yesenize olum”	12	6	4	2	16	8
“Temiz mi hijyen”	2	1	4	2	6	3
Çoğu sahneyi hatırlıyorum	8	4	6	3	14	7
Hatırlamıyorum	10	5	26	13	36	18
Korku-Kaygı İçerikli Reklam Filmi (Ford)						
Zombilerin saldırı sahnesi	2	1	6	3	8	4
Zombilerin araba içi sahnesi (sürücü içeri girme, sunroof açılma)	4	2	10	2	8	4
Zombilerin önden araba inceleme sahnesi	2	1	2	1	4	2
Zombilerin dans sahnesi	8	4	0	0	8	4
Araç çalıştırma, müzik açma	4	2	2	1	6	3
Çoğu sahneyi hatırlıyorum	10	5	4	2	14	7
Hatırlamıyorum	20	10	32	16	52	26
Duygusal İçerikli Reklam Filmi (Turkcell)						
Bayrak öpmesi sahnesi (çocuk)	16	8	20	10	36	18
Bayrak öpmesi sahnesi (ihtiyar kadın)	6	3	4	2	10	5
Kadının bayrağı düzeltme sahnesi	8	4	8	4	16	8
İhtiyar nene dua sahnesi	6	3	8	4	14	7
Hatırlamıyorum	14	7	10	5	24	12
Cinsellik İçerikli Reklam Filmi (LP 7 Parfüm)						
Çoğu sahneyi hatırlıyorum	2	1	6	3	8	4
Hatırlamıyorum	48	24	40	20	88	44
Kadın ayakkabısı sahnesi	0	0	2	2	4	2

Katılımcılara reklam filmlerindeki en etkileyici sahneler sorulmuş Tablo 31’deki cevaplar alınmıştır. Mizah çekiciliğindeki Doritos Alaturka reklamında katılımcılarca hatırlanan en etkileyici sahneler %18 ile “büyük cips sahnesi”, %16 ile “polis baskını sahnesi” olmuştur. Katılımcıların %36’sı (18; 5E,13K) ise sahneleri hatırlamadıklarını belirtmiştir. Erkek katılımcıların hatırlama oranı (%80, 40), kadın katılımcılara göre (%48, 24) daha yüksektir.

Korku çekiciliği kullanılan Ford araba reklamında ise yine erkek katılımcıların hatırlama oranı (%60, 15), kadın katılımcılara göre (%36, 9) daha yüksektir. Katılımcılar tarafından en çok hatırlanan %8 ile “zombilerin dans sahnesi”, “zombilerin saldırı sahnesi”, zombilerin araç için inceleme sahnesi” olmuştur.

Duygusal çekiciliği kullanan Turkcell reklamında ise en çok hatırlanan sahneler %36 (18) ile “çocuk bayrak öpme sahnesi”, %16 (8) ile “bayrak düzeltme sahnesi” ve %14 (7) ile “ihtiyar nene dua sahnesi” olduğu görülmektedir. Hatırlamayanların oranı ise %24’ür. Bu oran diğer reklam filmlerine kıyasla en düşük hatırlanmama oranına sahip olduğu, özellikle kadın katılımcıların diğer reklamlara göre bu reklamdaki sahneleri daha çok hatırladığı görülmüştür.

Cinsellik kategorisindeki LP7 parfüm reklamında katılımcıların %88’i reklamdaki çoğu sahneyi hatırlamadıklarını ifade etmiştir. Sadece 3 kadın ve 1 erkek katılımcı (%8) reklamdaki çoğu sahneleri hatırladıklarını ifade ederken sahne ismi belirtmemişlerdir.

Tablo 25. Reklam Filminin Ürün Satın Almaya Etkisi

Reklam filmini izledikten sonra ürünü satın aldınız mı / alma çabasına girdiniz mi?	Cinsiyet				Toplam		
	Erkek		Kadın		%	F	
	%	F	%	F			
I. Reklam (Doritos Alaturka)	Evet	8	4	4	2	12	6
	Hayır	42	21	26	23	88	44
	Toplam	50	25	50	25	100	50
II. Reklam (Ford)	Evet	2	1	0	0	2	1
	Hayır	48	24	50	25	58	49
	Toplam	50	25	50	25	100	50
III. Reklam (Turkcell)	Evet	4	2	8	4	12	6
	Hayır	46	23	42	21	88	44
	Toplam	50	25	50	25	100	50
V. Reklam (LP7 Parfüm)	Evet	0	0	2	1	2	1
	Hayır	50	25	48	24	98	49
	Toplam	50	25	50	25	100	50

Katılımcılara çalışma bittikten sonraki süreçte reklam filmini izledikleri ürün/markaları satın alma isteğinde, çabasında olup olmadıkları sorulmuş buna göre; katılımcılardan sadece %12 'si (6; 4E ve 2K) Doritos cips aldığı, % 12'si (6, 4E ve 2K) Turkcell hatta geçtiklerini, 1 erkek (%2) katılımcının Ford araba ve 1 kadın katılımcının LP7 parfüm araştırma çabasında olduğu görülmektedir. Araştırmada izletilen reklam filmlerindeki markaları satın alma isteği ve çabasında olma durumu cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

6. TARTIŞMA

Araştırmacılar tarafından işlevsel olarak üç bölüme (yeni, orta, eski) ayrılan insan beyninde nihai kararların diğer bölümlerinde gelen verilerin dikkate alınarak eski beyin (ilkel beyin) tarafında verildiği belirtilmektedir. (Renvoise ve Morin, 2013: 8-12). Tüketicilerin satın alma kararının verildiği eski beyin görsel olduğu ifade edilmektedir. Göz hareketleri, insan aktivitelerini anlamada vazgeçilmez bir bilgidir. Nitekim dillere pelesenk olmuş, "Gözler ruhun aynasıdır", "Gözler yalan söylemez", gibi sözler insanın duygu ve düşüncelerini yansıtmada gözlerin önemini vurgulamaktadır. Bu durum tüketicilerin görsel algılarını etkileyerek onların satın alma davranışına yönlendirilebileceği anlamı taşımaktadır. Reklam filmleri yüksek maliyetleri yanında geniş kitlelere ulaşma özelliği, istenilen mesajı iletme yetisi ile işletmeler için önemli bir pazarlama aracıdır. Bu nedenle reklam filmlerinin tasarımı, reklam bileşenlerinin ve çekiciliklerinin planlanması oldukça önemlidir. Mizah, korku, duygusallık ve cinsellik çekiciliği kullanılan 4 farklı reklam filminin tüketiciler üzerindeki etkisinin anket (sözel) ve göz izleme (nöropazarlama(biyometrik)) yöntemle incelendiği bu çalışmada aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

En etkili reklam mecrası TV ve internet - sosyal medya olduğu bulunmuştur. Bu durumun reklamcılar derneği tarafından yapılan ölçüm sonuçları ile de uyumlu olduğu görülmüştür. Katılımcılar reklam filmlerini tüketiciler üzerinde etkili bulurken, daha çok olumlu ifadelerin kullanıldığı, ürün/hizmetin fiyat avantajı, kalite ve özellik üstünlüğü vurgulanan reklamların satın alma duygusu oluşturmada daha etkili olduğu belirtilirken, en çok beğenilen reklam türü mizah içeren reklamlar olarak olduğu görülmüştür. Eisend'in (2009:193) çalışması ile uyumlu olarak katılımcıların çoğunun genç ve eğitilmiş olmasının mizah içeren, iyi bir öykü ile sunulan reklamların tercihinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

İkinci Aşamada; mizah reklamının (Doritos Alaturka) göz izleme verilerinde bakışların sürekli Cem Yılmaz'ın konuşmalarına odaklandığı ısı haritalarından görülmüş ve anket verileri ile de doğrulanmıştır. Doritos reklamındaki oyuncular, görüntüler, erkek katılımcılarda kadın katılımcılara göre daha etkileyici dikkat bulunmuştur. Katılımcıların beğenmediği sahne oranı (%6) oldukça düşüktür. Göz izleme verilerinde de izleyici bakışlarının sahne ve oyuncuları takip etmesi, dağınık bir görünüm vermemesi ilgi çekmede başarılı olduğunu göstermektedir.

En çok dikkat çekici unsur ise göz izleme verileri ve anket verilerinde uyumlu olarak oyuncular ve replikler olduğu belirlenmiştir.

Korku reklamı (Ford) en az beğenilen reklamlardan olmuştur. Göz izleme verilerinde erkek ve kadın katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Reklam bir aksiyon içerdiğinden katılımcı bakışlarının reklam boyunca her sahneye odaklandığı bakışlarda bir dağınıklık olmadığı görülmüştür. Bu durum reklamın dikkat çekmede başarılı olduğunu göstermektedir. Reklam katılımcı bakışlarını arabanın marka logosuna çekmede başarılı olduğu görülmüştür. Reklamın görüntüler (%54,) nispeten etkileyici bulunmuştur. En dikkat çekici unsur zombiler olmuştur. Katılımcıların %26'sı reklam hiçbir sahneyi beğenmemiştir. Korku reklamlarında bilinçaltına yerleşen tehdit algısı ve insanın kendini korumaya alma duygusu beğenilirliğini düşük, hatırlana bilirliğinin ise daha etkili olmasını sağlamaktadır. Korku

Duygusal içerikli reklam (Turkcell), çalışmada etkili bir müzik eşliğinde milli değerlerimizden olan bayrağa gösterilen sevgi ve saygı amatör kamera çekimleri derlenerek sunulmuştur. Göz izleme verilerinde bakışların her sahnede bayrağa odaklandığı görülmüştür. Gerek kadın gerekse erkek katılımcıların bakışlarında bir bütünlük görülmüş, reklamın her sahnesi dikkatle takip edilmiştir. Halktan insanların samimi ve doğal tavırlarının kullanıldığı reklam büyük bir beğeni ve dikkat çekmiştir. Reklam katılımcıların katılımcıların %86'sı tarafından beğenilmiştir. Katılımcılar tarafında reklamda kullanılan görüntüler amatör çekim olması, ünlü içermemesine rağmen oldukça etkileyici bulunmuş. En beğenilen sahneler göz izleme verileri ile uyumlu olarak bayrak öpme, düzeltme sahneleri olmuştur. Duygusal çekiciliklerinin etkisi bölgeye, cinsiyete, yaşa, kullanılan değerlere, tüketicilerdeki kişisel, toplumsal, maddi ve manevi değerler anlayışına göre farklılık göstermektedir. Gerek bölgesel gerekse küresel çapta bir reklam planlanırken hedefe kitlenin değer algısına dikkat edilmeli ve ortak değerler esas alınmalıdır. Ülkemizde özellikle milli ve manevi değerler ön plandadır. Bunun farkında olan çoğu firma bu değerlerin üst düzeye çıktığı özellikle bayramlarda bu değerleri kullanarak ilgi çekici reklamlar yapmaktadır.

Cinsel çekicilik kullanımının dikkat çekici ve ilgi uyandırıcı olabileceğini gösteren birçok çalışma bulunmaktadır (Lanseng, 2016:2). Cinsellik reklama olan ilgi ve dikkati artırsa da çoğu zaman reklam mesajının, ürün/marka vurgusunun iletiminden uzaklaştırılabilmektedir. Cinsellik içeren reklamda (LP7) göz izleme verilerine göre katılımcıların bakışlarını reklamdaki sahnelerden kaçırmadıkları, cinsel çekiciliklere, marka ve ürüne odaklandığı görülmüştür. Kadınların odaklanma düzeyi erkeklerden daha düşüktür. Ancak anket verilerine göre reklamın beğeni oluşturma hatırlamaya etkisi oldukça düşük düzeydedir. Reklam aşırı düzeyde açıklık içermese de kullanılan mekân (duş, yatak odası), sözler (etkile, baştan çıkart, sınırları zorla), görüntüler ile ima yoluyla cinselliği ön plana çıkarmıştır. Katılımcılar %30'u (8E, 7K) görüntüleri etkileyici bulurken, %40'ı (10E, 10K) hiçbir sahneyi beğenmemiştir. Ancak tüm sahneleri dikkatle izlenen reklamın hatırlanma düzeyinin ise düşük olduğu en az hatırlanan reklam olduğu görülmüştür.

İzletilen reklamlar arasından katılımcılar tarafından en çok beğenilen reklam filmleri sırasıyla duygusal ve mizah içeren reklam filmleri olmuştur. Erkekler mizah içeren (Doritos Alaturka), kadınlar duygusal içeren (Turkcell) reklamları daha çok beğenmiştir. En az beğenilen reklam cinsellik (LP7) kullanılan reklam olmuştur. Katılımcıların reklam çekicilikleri ile ilgili reklamları izlemeden önceki düşünceleri ile izleme sonrası düşüncelerinin uyumlu olduğu görülmektedir.

Firmalar için amblemler, logolar, figürler, kendilerini anımsatmanın en kısa, kolay, hızlı yoludur. Bunlar marka ile duygusal bağ kurulması ve marka tutumunun oluşturulmasında önemli bir araç olup, markanın değerleri, sundukları, farklılıkları ve mesajlarının en önemli ileticilerindedir. Bu bağlamda reklam filmlerinde amblem/logoların ekranlarda konumlandırılması oldukça önemlidir. Girişken ve Bulut (2014:207) göz izleme yöntemini kullanarak yapmış oldukları çalışmada amblem ve logonun ekranın ortasında olduğu durumda izleyicilerin amblem ve logoyu iyi şekilde gördüklerini belirtmişlerdir. Çalışma sonuçlarına bakıldığında, amblem/logo, marka, slogan, verilmek istenen mesaj, ürünün öne çıkaran özellikler gibi vurgulanmak istenenlerin ekran ortasında, ekran ortasının alt-üst kısmında gösterilmesinin daha uygun ve dikkat çekici olacağı söylenebilir.

Çalışmanın üçüncü aşamasında; göz izleme çalışmasında 7 gün sonra yapılan anket verileri sonuçlarına göre; hem reklam (%42) hem de marka hatırlana bilirliği (%14) ile ilgili olarak en az hatırlanan LP7 parfüm reklamı olmuştur. Cinselliğin dikkat çekmesine, göz izleme çalışmasında her iki grubunda reklam sonu marka üzerinde

uzun süre odaklanmasına rağmen hatırlanma düzeyinin düşük olduğu görülmüştür. En yüksek hatırlanma oranı Turkcell ve Doritos Alaturka reklamlarında gerçekleşmiştir. Bu reklamların en beğenilen reklamlardan olması yanında katılımcıların bu ürünleri kullanma düzeyinin yüksek olması da hatırlamayı kolaylaştırdığı düşünülmektedir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Reklam filmlerinde hangi tür çekicilik unsurları kullanılacağına karar verilmesinde birçok faktör etkili olabilir. Önceleri bilişsel çekiciliklerin ağırlıklı olduğu reklam filmlerinde son dönemlerde duygusal ve davranışsal çekiciliklerin kullanımına ağırlık verildiği gözlenmektedir. Reklam çekiciliklerinin ürün/hizmet grubu ile uyumlu olması oldukça önemlidir.

Göz izleme ile ilgili çalışmalarda, deneklerin seçimi, araştırma ortamı, örneklem sayısı, göz izleyicinin kayıt hızı, yani saniyedeki bakış sayısı, kayıt sıklığı ile ölçülen örnekleme oranı (Hz), cihaz kalibrasyonu dikkate alınması gereken önemli faktörlerdir.

Mizah ve duygusal çekiciliklerin kullanıldığı reklam filmlerinin ilgi çekmede, reklam beğenisi kazanmada, marka tutumu oluşturmada ve hatırlanmada korku ve cinsellik çekiciliklerine göre daha etkili olduğu söylenebilir.

Çalışmalarda birden fazla uyarıcılar kullanılması, görsel uyarıcıların farklı diğer duygusal uyarılarla desteklenmesi dikkate çekmeyi kolaylaştırarak çalışmanın verimliliğini artırdığı görülmüştür. Ne kadar çok duyguya hitap edilirse etkileme gücü daha da artmaktadır. Uyarıların uyumu da bir diğer önemli husustur. Özellikle görsel ve işitsel uyarıların uyumlu sunumunu içeren reklam filmleri güçlü etkiler oluşturmaktadır.

Reklam mesajı, amblem/logo, marka konumlandırılmalarının ekran ortasında yapılması ve reklam sonunda packshot şeklinde gösterimi hafızada kalmasını ve hatırlanmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca ölü alanlardan sakınılması, dikkat çekici renkler kullanılması, markayı ikinci plana atacak görsellerden (güzel yüz gibi) kaçınılması uygun olacaktır.

Çalışmada anket yöntemi ile nöropazarlama yöntemlerinin birlikte kullanılması çalışmanın daha etkili ve net sonuçlar vermesi açısından önemli olduğu görülmüştür. Nitekim araştırmanın amacına ve içeriğine göre, dikkat, ilgi çekme, beğenme, tutum belirleme gibi durumlarda nöropazarlama yöntemleri, tavsiye etme, satın alma, kullanma, hatırlama, marka bağımlılığı ölçümü gibi durumlarda anket ve odak görüşmeleri gibi geleneksel yöntemlerin kullanılması uygun olacaktır.

Çalışmaya katılan katılımcıların büyük bir kısmı Elazığ ili ve çevresi insanıdır. Bölgenin kültürü, yaşam tarzı, değerlerinin (milli ve muhafazakâr değerler) çalışmada etkili olduğu görülmüştür. Nitekim Lass ve Hart'ın (2004) İngiltere, Almanya ve İtalya'yı kapsayan 90 denek üzerinde yaptıkları çalışmada tüketicilerin değerlerinin, yaşam tarzlarının ve genel algılarının önemli belirleyici olduğu sonucu ile benzerlik göstermektedir. Bu durum dikkate alınarak gerek reklam gerekse araştırma çalışmalarında olası bölgesel değerlerin, etkenlerin iyi analiz edilmesi gerekir.

Nöropazarlama üzerine uygulamaya yönelik Türkiye'de az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunun yanı sıra akademik düzeyde yeterli sayıda öğretim görevlisi, ders veya kürsü bulunmamaktadır. Yapılan çalışma gerek üniversitelerin gerekse araştırmacıların dikkati bu konuya çekmesi bakımından da önemli katkı sağlayacaktır. Nöroloji, psikoloji ve pazarlama gibi farklı disiplinleri bir araya getirerek birlikte çalışmanın bir örneği oluşturulmuş, benzer çalışmalar için örnek oluşturulmuştur.

Bu çalışma gerek reklamcılık sektörü, gerek ürün/hizmet pazarlayan firmalara önemli katkılar sunacaktır. Ürünle uyumlu çekicilik kullanılması, reklam mesajlarının, marka-logoların doğru konumlandırılması, reklam bileşenlerinin oluşturulmasında fikir verecek, böylece daha etkili bir reklam tasarlanmasına, kaynak ve zaman tasarrufuna yardımcı olmanın yanı sıra tüketicilerin daha iyi anlaşılmasına ve onlara daha iyi hizmetler sunulmasına, reklamlara olan önyargının, reklam kirliliğinin, reklam doyumunun önlenmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Aizezi, Y. (2017). *Televizyon Reklamlarının Ölçülmesi: Ürün Hatırlamaları Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Akgül, D. ve Güneş, V. (2017). "Ağız-Dış Sağlığı Ürünlerinde Market İçi Raf Düzeninin Tüketici Dikkati Üzerindeki Etkisi", 11. Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi, Trabzon.
- Aytekin, P. ve Kahraman, A. (2014). "Pazarlamada Yeni Bir Araştırma Yaklaşımı: Nöropazarlama", *Journal of Management, Marketing and Logistics – (JMML)*, ISSN: 2148-6670, 1/1, 48-62.
- Baş, T. ve Tüzün, H. (2014). "Tüketicileri (Kullanıcıları) ve Ürün Kullanımlarını Analiz Etmek İçin Göz İzleme Yönteminin Kullanılması", *Tüketici Yazıları (IV)* Ocak, 217-234.
- Başev, S. (2015). *TV Reklamlarının, Çocukların Seçme, Algı/Tutum, Beğeni Ve Tavsiye Etme Davranışlarına Etkisi: Geleneksel Ve Yeni Araştırma Yöntemlerinin Karşılaştırılması*. (Yayınlanmış Doktora Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi.
- Batı, U. (2012). *Reklamın Dili – Dilbilim, Strateji, Mesaj, Retorik, Göstergibilim*, 2. Baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Chang, H. Jung (Julie), O'Boyle, M., Anderson, R. ve Suttikon, C. (2016). "An fMRI Study of Advertising Appeals and Their Relationship to Product Attractiveness and Buying Intentions", *Journal of Consumer Behaviour*, (15), 538-548.
- Clow, K. E. ve Baack, D. (2005). *Concise Encyclopedia of Advertising Best Business Books* (Ed.: K. E. Clow, D. Baack), The Hawort Reference Press, New York, USA, 5-6.
- Çakır, V. (2006). *Reklam ve Marka Tutumu*, Tablet Yayınları, Konya.
- Eisend, M. (2009). "A Meta-Analysis of Humor in Advertising", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37/2, 191-203.
- Elbert, K.N. (2013). *Understanding Consumers' Visual Attention Patterns Online: An Eye Tracking Analysis of Web Trust Seal Effects On Visual Attention and Choice*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Aarhus Üniversitesi
- Elden M. ve Bakır U. (2010). *Reklam Çekicilikleri. Cinsellik, Mizah, Korku*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Er, E. (2014). "Kampanya Öncesi Reklam Araştırmalarının Reklam Kampanyasının Uygulanmasındaki Rolü ve Önemi", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4/1, 60-78.
- Erdemir, K. O. ve Yavuz, Ö. (2016). *Nöropazarlama'ya Giriş*, Bilnet Matbaacılık, İstanbul.
- Fırat. A. ve Kömürcüoğlu, F. (2016). "Etkili Bir Reklam İçin Nöropazarlama", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Güz, 17/38, 25-46.
- Girişken, Y., Bulut, D. (2014), "How Do Consumers Perceive A/An Logotype/Emblem In The Advertisements: An Eyetracking Study", *International Journal on Strategic Innovative Marketing*, 1 (2014), 198-209.
- Göker, Z., (2018). *Sosyal Yardım İçerikli Afişlerin Eye-Tracking Yöntemi ile İncelenmesi: Kızılay Örneği*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi.
- Hubert, M. ve Kenning, P. (2008). "A Current Overview Of Consumer Neuroscience", *Journal of Consumer Behaviour*, 7(4-5), 272-292.
- Imotions.com(2018). Nöropazarlama (12.10.2018). www.imotions.com Erişim: 12/12/2018
- Imotions.com(2018). Göz İzleme (12.10.2018). (https://imotions.com/blog/eye-tracking/ Erişim: 08.10.2018
- Karabaş, S. (2013). "Pazarlama İletişim Aracı Olarak Tüketicilerin Reklam Denetimine Karşı Tutumları: Reklam Etiği", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3/1, 143-157.
- Kotler, P. Ve Armstrong G. (1999). *Principles of Marketing*, Prentice Hall, New Jersey, USA.
- Kurnaz, R. (2018). *Online Mağazaların Web Sayfalarına Yönelik Tüketici Dikkat Aktivasyonlarının Ölçülmesi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Küçükerdoğan, R. (2009). *Reklam Nasıl Çözümленir*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Lanseng, E.J. (2009). "Relevant Sex Appeals in Advertising: Genderand Commitment Context Differences", *Frontiers in Psychology*, 7, 1-11, 1456.

- Lass, P. ve Hart, S. (2004). "National Cultures, Values and Lifestyles Influencing Consumers' Perception towards Sexual Imagery in Alcohol Advertising: An Exploratory Study in the UK, Germany and Italy", *Journal of Marketing Management*, 20/5-6, 607-623.
- Morgan, Clifford T. (2011). *Psikolojiye Giriş*, (Ed: Prof. Dr. S. KARAKAŞ, Yrd.Doç.Dr. R. Eski, 5. Bölüm Çev. Dr. Recai Coştur) 19. Baskı, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.
- Olteanu (Bercea), M. D. (2012). "Anatomy of Methodologies for Measuring Consumer Behavior in Neuromarketing Research", Conference: Conference: LCBR European Marketing Conference, At Munich, Volume: ISSN: 2190-7935, 2.
- Raza, S., Abu Bakar, H. ve Mohamad, B. (2017). "Relationships between the Advertising Appeal and Behavioral Intention: The Mediating role of the Attitude towards Advertising Appeal", SHS Web Conferences. 32. 00022. 10.1051/shsconf/20173300022.
- Reklamcılar Derneği (2018).Türkiye'de reklam yatırımları (03.11.2018) <https://www.rd.org.tr/Assets/uploads/bf6ab5b5-0d86-4bc3-92a7-da47c165cb61.pdf>
- Renvoise, P. ve Morin, C. (2013). *NöroMarketing- Müşterinizin Beynindeki Satın Alma Düğmesine Basmak* (Çev. Y. Yertutan), MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Salmanova, L., Çevik Ergin, T. ve Yılmaz Sert, N. (2018). "Reklamlarda Cinsel Çekicilik Kullanımının Tüketiciler Üzerindeki Etkisi: Biscolata Reklamlarının Youtube Kanalı Üzerinden Netnografik Bir İncelemesi", *International Journal of Social Science* , 1/2, 211-222.
- Statistica.com (2018). Global reklam pazarı istatistikleri (18.11.2018) (<https://www.statista.com/topics/990/global-advertising-market/>) Erişim: 18.11.2018
- Odabaşı, Y. ve Gülfidan B. (2013). *Tüketici Davranışları*, MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Özkaya B. (2008). *Reklam Etkinliğinin Ölçülmesinde İstatistiksel Yöntemler*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Userspots.com(2018). Göz İzleme Tekniği (17.06.2018). (<http://www.userspots.com/userspotsdam-goz-izleme-teknigi-e-kitabi/>): Erişim: 17.06.2018).
- Yoldaş, M.A. ve Ergezer, Ç. (2013). "Üniversitede Eğitim Görmekte Olan Öğrencilerin Reklamlara Karşı Tutum ve Davranışları Üzerine Kırgızistan'da Ampirik Bir Araştırma", *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6/1, 280-297.
- Zhang, X. ve Yuan, S.M. (2018). "An Eye Tracking Analysis for Video Advertising: Relationship between Advertisement Elements and Effectiveness", *IEEE Access*. 6. 10699-10707.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:03.12.2019 ✓Accepted/Kabul:20.07.2020

DOI: 10.30794/pausbed.654438

Araştırma Makalesi/ Research Article

Güdek, B. ve Kayhan Bircan E. (2021) "Müzik Öğretmeni Adaylarının Müziği Öğrenme Stratejilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 93-105.

MÜZİK ÖĞRETMENİ ADAYLARININ MÜZİĞİ ÖĞRENME STRATEJİLERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ*

Bahar GÜDEK**, Esra KAYHAN BİRCAN***

Öz

Bu araştırmanın amacı, müzik öğretmeni adaylarının kullandıkları müziği öğrenme stratejilerini algılama, gerçekleştirme, yansıma boyutlarında hangi düzeyde kullandıklarını ve bu stratejilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, lise türü ve okuduğu üniversite değişkenleri açısından farklılık gösterme durumunu belirlemektir. Araştırma betimsel nitelikte bir alan çalışmasıdır. Araştırmanın örneklemini yedi farklı bölgeye ait yedi üniversitenin 2015-2016 eğitim-öğretim yılında öğrenim gören toplam 360 müzik öğretmeni adayı oluşturmuştur. Elde edilen verilerin analizinde müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerinde devam ettikleri lise türü, sınıf düzeyleri ve cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık olup olmadığının tespiti için t-testi uygulanmıştır. Müzik bölümünde farklı üniversitelerde okuyan öğrenciler arasında farklılık olup olmadığının tespit etmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Araştırmada ilgili veriler Kocabaş (2003) tarafından geliştirilmiş olan "Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği" kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın bulguları doğrultusunda, üniversite de okuyan öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerinin cinsiyete, mezun olunan lise türü, okuduğu üniversiteye ve okuduğu sınıf düzeyine göre farklılık gösterdiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müzik öğretmeni adayı, Öğrenme stratejileri, Müziği öğrenme stratejileri.

AN ANALYSIS OF MUSIC LEARNING STRATEGIES OF MUSIC TEACHER CANDIDATES WITH CONSIDERING DIFFERENT VARIABLES

Abstract

The aim of this research is to determine the extent to which music teacher candidates perceive, implement, and reflect the musical learning strategies they use and how these strategies differ in terms of gender, grade level, high school type and university variables. This research is a field study in descriptive quality. The sample of the research consists of 360 music teacher candidates, studying in the year 2015-2016 in seven universities located in seven different regions. In the analysis of the obtained data, t-test was applied to determine whether there is a meaningful difference in music learning strategies of music teacher candidates according to the high school type they graduated from, their grade levels and gender. An ANOVA test was used to determine whether there were any differences among the students studying at the music departments of different universities. Relevant data were collected by using the "Music Learning Strategies Scale" developed by Kocabaş (2003). According to the findings of the research, it is found that the music learning strategies of university students vary according to their gender, type of the high school they graduated from, the university they attend and their grade levels.

Keywords: Music teacher candidate, Learning strategies, Music-learning strategies.

*Bu makale Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Müzik Eğitimi Bilim Dalı'nda Doç. Dr. B.GÜDEK danışmanlığında hazırlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Doç.Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Müzik Eğitimi ABD.SAMSUN.

e-posta: bgudek@omu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-1174-9549>)

***Öğretmen, MEB, BİLECİK,

e-posta: es99_kayhan@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-5820-3682>)

1. GİRİŞ

İnsanlar yaşamları için gerekli olan bilgi ve becerilere sahip olmadan ve olgunlaşmamış olarak doğarlar. Bu yüzden bütün canlılar arasında bakım ve desteğe en çok gereksinim duyan varlık insandır. İnsanın hayat içerisinde büyüdükçe kendini koruyabilmek için muayyen beceriler geliştirmesi, eğitilmesi ve toplumun öngördüğü değerleri kazanması gerekmektedir. Doğduğu zaman sınırlı hareket becerilerine sahip olan insan yavrusu, kendi kendisine yeten ve üretken bir konuma ulaşıncaya kadar davranışlarının yaklaşık %95'ini öğrenir (Aydın, 2000). İnsan nasıl öğrenir? İnsan yaşamında doğumla başlayan öğrenmeyi kişi öncelikle algılayarak, keşfederek, deneyerek yaparak ve yaşayarak, girişimle, dinleyerek, görerek ve problem çözerek öğrenir.

Öğrenme aktif bir gerçekleşmedir. Çünkü öğrenme, yaşantı ürünü olarak ortaya çıkarak, bireyin kendi tepkilerini kendi etkileriyle bütünleştirip, çevresine uyum sürecinde farklı davranışları farklı öğrenmeler ışığında eş güdümlenebilmesini sağlayarak süreklilik ve aktif olmayı gerektirmektedir (Dilci, 2014: 167). Öğrenme kavramını Türer (2006) "bireyin kendi yaşantısı yoluyla gerçekleştirdiği kalıcı izli davranış değişikliğine öğrenme denir" şeklinde tanımlarken, Driscoll (2012) ise öğrenmeyi deneyim ve dünya ile etkileşim sonucu oluşan performans veya performans potansiyelindeki sürekli değişim olarak ele almaktadır.

Birey, öğrenmelerinde kalıcı değişiklik meydana getirmek için bazı stratejilere ihtiyaç duyabilir. Özellikle etkileşim halindeyken yaşamda bütünleşmeyi sağlayan, öğrenmeyi kolaylaştıran ve öğrenmenin kalıcılığını arttıran uygulamalar vardır. Bu uygulamalar öğrenme stratejileridir. Öğrenme stratejileri öğrencilerin bilgiyi doğrudan öğrenmesini sağlar. Örneğin, öğrenci bilgiyi öğrenirken nerede hata yaptığını ve bu hata doğrultusunda ne yapması gerektiğinin farkına varması gerekir. Bu bakımdan öğrenme stratejileri çok önemlidir. Öğrenme stratejileri öğrenmeyi gerçekleştirmek için izlenen yollardır. Amaç öğrencinin duyuşsal durumunu etkilemek ve onun yeni bilgileri seçmesini, edinmesini, örgütlemesini ve bütünleştirmesini kolaylaştırmaktır. Öğrenme stratejileri bireyin kendi kendisine öğrenmesini kolaylaştıran yaklaşımlardan her biridir. Bu bağlamda öğrenme stratejisi, hafızaya alma, bilgiyi geri çağırma veya bilgiyi kodlama gibi bilişse ilişkin yöntemleri ve bu yöntemleri yürütücü öğrenim süreçlerinin bütünüdür. Kişinin konuya ilişkin davranış ve düşünme stillerini gösteren bu bütünün bireyin öğrenmesini etkilediği bilinmektedir. Aynı zamanda öğrenme stratejileri kavramı, bilişse dayalı öğrenme kuramlarından yola çıkarak öğrenenin öğrenme işinin sorumluluğunu bireysel olarak alması ve öğrenmeye aktif olarak katılması durumudur (Arends, 1997).

Gagne'ye (1974) göre öğrenme stratejileri, eğitim sisteminde öğrenme hedeflerinin gerçekleştirilmesi için ciddi bir öneme sahiptir. Bu yüzden bu stratejiler öğrencilere öğretilmeli ve formal eğitim yoluyla geliştirilerek kendi kendine öğrenen ve bağımsız öğrenciler yetiştirilmelidir. Her ne kadar her öğrencinin bu stratejileri kullanma kapasitesi farklı olsa da öğrencilerin hepsi strateji kullanımını öğrenerek önemli davranışlar kazanacaktır. Öğrenme stratejilerinin bir başka katkısı da öğrencinin düşünme sürecini kontrol etmesine yardımcı olmasıdır. Bireyin düşünme becerisinin orijinalliği ve mükemmelliği onun öğrenme stratejilerini etkili ve doğru bir şekilde kullanabilme derecesiyle belirlenir (aktaran Ataseven, 2014: 38).

Müzik eğitiminde karşılaşılan teknik ve müzikal zorlukların aşılabilmesi öğrenci performansını ve başarısını olumsuz etkilediği bilinmektedir. Bu noktada öğrenme stratejilerinin, müzik eğitimi ve çalgı eğitiminde öğrencinin kendi öğrenmesini bilinçli bir şekilde takip etmesinde, kendini denetlemesinde, değerlendirmesinde geliştirici ve destekleyici katkı sağladığı bilimsel çalışmalarla ortaya konmuştur (Afacan, 2018). Müzik eğitimi alanında öğrenme stratejilerinin kullanımının etkililiği üzerine yapılan araştırmalar, müzik stratejilerinin kullanımının müzik eğitiminde başarıyı arttırdığını ortaya koymaktadır. Bu durumda öğrenme stratejilerinden faydalanmak ve bu stratejilerin etkin kullanımını sağlamak için bu stratejilerin neler olduğu, müzik öğrenimine yönelik nasıl kullanılması gerektiği, hangi durumda ve ne için kullanılması gerektiği konularında öğrencilerin bilgilendirilmeleri gerekmektedir (Yokuş, 2010). Müzik öğrenme stratejileriyle öğrenciler müziği analiz edip kendi düşüncelerini geliştirebilirler. Müzik eğitimi bilişsel, devinimsel ve duyuşsal becerilerin iç içe olduğu bir eğitim alanıdır. Bilişsel beceriler müziksel bilgileri anlamayı, kavramayı, analiz etmeyi, tanımlamayı ve sentezlemeyi gerektiren ve zihinsel etkinliklerin ağırlıkta olduğu bir alandır. Duyuşsal beceriler müziğe karşı gösterilen subjektif ve duygusal tepkimeler olarak değerlendirilir. Devinimsel beceriler ise zihin kas koordinasyonunu gerektiren davranışları tanımlar (Yokuş, 2010: 17). Müzik eğitiminde, bütün müzik beceri alanlarıyla ilişkili müzik öğrenme stratejileri geliştirilmiştir.

Müzik kuramlarına ilişkin genel “konu” ve “davranış” kapsamının gerekli ve geçerli olduğu başlıca “müzik davranış alanları” müzik içeriği bilgilerini kavramsallaştırmak ve müzik eğitiminde öğrenme stratejilerini belirlemek için sıklıkla kullanılmaktadır. Bunlar;

Yaratma/Üretme: Doğaçlama, besteleme, düzenleme, çeşitleme vb. gibi diğer yaratıcı davranışlar.

Gerçekleştirme: Söyleme, çalma, seslendirme/yorumlama, yönetme gibi davranışlar.

Algılama/Sindirme: Dinleme, algılama, anlama/kavrama, özümseme gibi davranışlar.

Dönüştürme: Aktarma, çevirme, değiştirme, dönüştürme gibi davranışlar.

Bilgilendirme: Müzik hakkında bilgi alma, edinme, kazanma, benimseme gibi davranışlar.

Yansıtma: Müziği anlatma, müzik hakkında konuşma, görüş bildirme, inceleme, irdeleme, eleştirme, sorgulama, değerlendirme, karar verme ve önerilerde bulunma gibi davranışlardır (Uçan, 1997:162).

Bu anlayış ve yaklaşımla düzenlenip gerçekleştirilen müzik öğrenme stratejileriyle, programın tüm amaçlarına, hedeflerine ulaşma- erişme olasılığı yüksek olacaktır.

Öğrenme stratejilerinin önemini destekleyen bir araştırma olarak Ertem (2003), çalgı eğitiminde, bazı öğrencilerin “çalışmama, verimli çalışmama, verimli sonuç alamama, öğrenememe” gibi sorunları ortaya koymuştur. Bu noktada öğrenme stratejilerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Çalgı çalışırken ve öğrenirken kullanılacak stratejiler konusunda müzik eğitimcilerini ve araştırmacılarının dikkat, yineleme, anlamlandırma, eklemleme-örgütme ve anlamayı izleme stratejilerinin kullandıklarını vurguladıkları fark edilmektedir.

Bilişsel, duyuşsal ve psikomotor becerilerin birlikte olduğu müzik eğitimi, uzun soluklu müzikal teknik ve becerilerin gelişimi üzerine yapılan zorlu bir süreçtir. Bu bağlamda, beceri eğitiminin gelişimine dayanan ve daha çok uygulamalı bir alan olması sebebiyle müzik eğitimi alanında öğrenme stratejilerinin iyi seçilmesi çok önemlidir.

Bu araştırmanın amacı, müzik öğretmeni adaylarının kullandıkları müziği öğrenme stratejilerinin algılama, gerçekleştirme, yansıtma boyutlarını hangi düzeyde kullandıklarını ve bu stratejilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, lise türü ve okuduğu üniversite değişkenleri açısından farklılık gösterme durumunu belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır:

1. Araştırmaya katılan müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerini genel kullanma durumları nasıldır?
2. Müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerini kullanma düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. Müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerini kullanma düzeyleri sınıflarına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. Müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerini kullanma düzeyleri mezun olduğu lise türüne göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
5. Müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerini kullanma düzeyleri eğitim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

2.YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, müzik öğretmeni adaylarının kullandıkları müziği öğrenme stratejilerini algılama, gerçekleştirme, yansıtma boyutlarında hangi düzeyde kullandıklarını ve bu stratejilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, lise türü ve okuduğu üniversite değişkenleri açısından farklılık gösterme durumunun nasıl olduğunu belirlemek amacıyla betimsel

yöntem kullanılarak yapılmış bir araştırmadır. Betimsel tarama yöntemi; “olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların ne olduğunu betimlemeyi, açıklamayı hedefleyen çalışmalardır” (Karasar, 2005: 77). “Betimleme araştırmaları mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak, durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı hedef alır” (Kaptan, 1995: 59).

2.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, Türkiye’deki üniversitelerde öğrenim gören 1. ve 4. sınıf tüm müzik öğretmeni adaylarını oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini olarak, Türkiye’nin her bölgesinden bir tane olmak üzere toplam 7 tane müzik eğitimi anabilim dalı seçilmiştir. Bu müzik eğitimi anabilim dallarında, 2015-2016 eğitim-öğretim yılında eğitimine devam eden 1. ve 4. sınıf toplam 360 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Farklı üniversitelerde öğrenim gören müzik öğretmeni adaylarının demografik bilgileri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Örneklem Grubundaki Öğrencilerin Demografik Bilgileri

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kız	211	58,6
	Erkek	149	41,4
Sınıf	1.Sınıf	186	51,7
	4.Sınıf	174	48,3
Lise Türü	Genel lise	88	24,4
	Güzel sanatlar lisesi	272	75,6
Üniversite	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	51	14,2
	İnönü Üniversitesi	51	14,2
	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	45	12,5
	Harran Üniversitesi	55	15,3
	Cumhuriyet Üniversitesi	57	15,8
	Uludağ Üniversitesi	54	15,0
	Dokuz Eylül Üniversitesi	47	13,1

Tablo 1’e göre, araştırmaya katılanların %58,6’sı kız (N=211) ve %41,4’ü erkek (N=149), %51,7’si 1.sınıf öğrenci (N=186), %48,3’ü ise 4.sınıf öğrenci (N=174), %75,6’sı güzel sanatlar lisesi mezunu (N=272) ve %24,4’ü genel lise mezunudur (N=88).

Araştırmaya katılan öğrencilerinin öğrenim gördüğü üniversite dağılımları incelendiğinde, %15,8’i Cumhuriyet Üniversitesi, %15,3’ü Harran Üniversitesi, %15,0’ı Uludağ Üniversitesi, %14,2’i Mehmet Akif Ersoy ve İnönü Üniversitesi, %13,1’i Dokuz Eylül Üniversitesi ve %12,5’i ise Ondokuz Mayıs Üniversitesi olduğu görülmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu ve Kocabaş (2003) tarafından geliştirilmiş olan “Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği” kullanılmıştır.

2.3.1. Müzik Öğrenme Stratejileri Ölçeği

Bu araştırmada, veri toplama aracı olarak Kocabaş (2003), tarafından geliştirilmiş olan “Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği” ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği, 3’lü Likert tipi ve 35 maddeden oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan veri toplama ölçeği Uçan (1997) tarafından sınıflandırılan müziksel davranış alanlarına göre boyutlandırılmıştır. Söz konusu ölçek 3 alt boyuttan oluşmaktadır bunlar; algılama, gerçekleştirme ve yansıtma. Araştırmada bağımlı değişkenler; “Algılama”, “Gerçekleştirme” ve “Yansıtma” değişkenleridir. Katılımcıların, her maddenin karşısında bulunan “Hayır”, “Kısmen” ve “Evet” seçeneklerinden birini işaretlenmesi

istenmiştir. Ölçekteki olumlu maddelerin hesaplarken Hayır=1, Kısmen=2 ve Evet =3 şeklinde puanlanma ve ölçekteki olumsuz maddelerin hesaplarken hayır=3, Kısmen=2 ve Evet =1 şeklinde puanlanma yapılmıştır. Algılama boyutunda alınabilecek en düşük puan 5, en yüksek puan ise 15'dir. Gerçekleştirme boyutunda alınabilecek en düşük puan 17, en yüksek puan ise 85'dir. Yansıtma boyutunda alınabilecek en düşük puan 13, en yüksek puan ise 65'dir. Genel stratejiden alınabilecek en düşük puan 35, en yüksek puan ise 105'dir.

2.3.2. Müzik Öğrenme Stratejileri Ölçeğinin Güvenirlik Analizi

Araştırmada uygulanan ölçeklerin güvenirlilik düzeyini belirlemek için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Uygulanan güvenirlilik analizi sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Ölçeğin Güvenirlilik Katsayıları

Alt Boyutlar	İfade Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı
Algılama	5	0,614
Gerçekleştirme	17	0,628
Yansıtma	13	0,687
Genel Strateji	35	0,791

Müziği öğrenirken kullanılan strateji ölçeğinin güvenirlilik analizinde Cronbach Alpha değeri 0,791 algılama boyutu güvenirlilik analizi Cronbach Alpha değeri 0,614 gerçekleştirme boyutu güvenirlilik analizi Cronbach Alpha değeri 0,628 yansıtma boyutu güvenirlilik analizi Cronbach Alpha değeri 0,687 olduğu bulunmuştur.

“Alfa katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme kriterleri incelendiğinde;

$0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ise ölçek düşük güvenirliliktir.

$0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise oldukça güvenilirdir

$0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir” (Özdamar, 2004:522).

Bu, ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

2.4.Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin analizinde müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerinde devam ettikleri lise türü, sınıf düzeyleri ve cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık olup olmadığının tespiti için t-testi, müzik bölümünde farklı üniversitelerde okuyan öğrenciler arasında farklılık olup olmadığının tespit etmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Tüm istatistiksel için iki yönlü anlamlılık değeri olarak $p < 0.05$ kabul edilmiştir.

3.BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde, araştırmayla ilgili alt problemler doğrultusunda elde edilen bulgular ve yorumlarına yer verilmiştir.

3.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde, araştırmaya katılan öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerini alt boyutlarıyla birlikte genel kullanma durumlarına ilişkin analiz sonuçları Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Müzik Öğretmeni Adaylarının Müziği Öğrenirken Kullandıkları Stratejilere Göre Aldıkları Toplam Puan ve Betimsel İstatistik Sonuçları

Alt Boyutlar	N	Min.	Max.	\bar{x}	Ss
Genel Puan	360	27,00	68,00	50,6583	8,33207
Algılama	360	1,00	10,00	7,3028	2,13343
Gerçekleştirme	360	11,00	34,00	24,3194	4,36760
Yansıtma	360	9,00	26,00	19,0250	4,02111

Tablo 3’de aldıkları puanlara göre; genel puan minimum 27,00 maksimum puan 68,00 ve aritmetik ortalaması $50,66 \pm 8,33$ ’dir. Verilerden anlaşıldığı gibi dağılımın düşük seviyede olduğu görülmektedir. Öğrencilerin müzik öğrenme stratejilerini kısmen kullandığı söylenebilir.

Öğrencilerin ölçeğin “algılama” alt boyutuna yönelik toplam puanlarının ($\bar{x}=7,3028$) olduğu gözlenmektedir. Elde edilen bu değer dikkate alındığında, öğrencilerin ölçeğin “algılama” alt boyutuna ilişkin puanlarının kısmen düşük olduğu, dolayısıyla öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerini yeterince kullanmadığı söylenebilir.

Öğrencilerin ölçeğin “gerçekleştirme” alt boyutuna yönelik toplam puanlarının ($\bar{x}=24,3194$) olduğu gözlenmektedir. Elde edilen bu değer dikkate alındığında, öğrencilerin ölçeğin “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin puanlarının oldukça düşük olduğu, dolayısıyla öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerini neredeyse hiç kullanmadıkları söylenebilir.

Öğrencilerin ölçeğin “yansıtma” alt boyutuna yönelik toplam puanlarının ($\bar{x}=19,0250$) olduğu gözlenmektedir. Elde edilen bu değer dikkate alındığında, öğrencilerin ölçeğin “yansıtma” alt boyutuna ilişkin puanlarının oldukça düşük olduğu, dolayısıyla öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerini yeterince kullanmadığı söylenebilir.

3.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde, araştırmaya katılan öğrencilerin “cinsiyet” değişkenine göre müziği öğrenme stratejileri ölçeği alt boyutlarına ilişkin analiz sonuçları Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4. Öğrencilerin Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği Alt Boyutlarına Ait Puanların Cinsiyetlerine Göre İlişkiz t-Testi Sonuçları

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{x}	Ss	T	P
Algılama	Kız	211	12,39	2,25	0,132	0,895
	Erkek	149	12,36	2,17		
Gerçekleştirme	Kız	211	41,70	4,11	1,983	0,051
	Erkek	149	40,78	4,67		
Yansıtma	Kız	211	32,41	3,80	2,159	0,032*
	Erkek	149	31,48	4,27		
Genel toplam	Kız	211	86,36	8,09	1,688	0,092
	Erkek	149	84,85	8,71		

* $p < 0,05$

Tablo 4 incelendiğinde; öğrencilerin cinsiyetlerine göre müziği öğrenme stratejileri “algılama” alt boyutuna ilişkin puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($t=0,132; p > 0,05$). Öğrencilerin cinsiyetlerine göre müziği öğrenme stratejileri “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($t=1,983; p > 0,05$). Öğrencilerin cinsiyetlerine göre müziği öğrenme stratejileri “yansıtma” alt boyutuna ilişkin puan ortalamaları arasında ise anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($t=2,159; p < 0,05$). Müziği öğrenme stratejileri “yansıtma” alt boyutunda kızların aritmetik ortalamasının ($\bar{x}=32,41$), erkeklerin aritmetik ortalamasından ($\bar{x}=31,48$) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonuç, kız öğrencilerin yansıtma alt boyutuna ilişkin müziği anlatma, görüş belirtme, eleştirme, sorgulama, değerlendirmeye vb. ilişkili müziği öğrenme stratejilerini, erkek öğrencilere göre daha fazla kullandıkları söylenebilir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre müziği öğrenme stratejileri toplam puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($t=1,688;p>0,05$).

3.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerinin “sınıf düzeyleri” değişkenine göre müziği öğrenme stratejileri ölçeği alt boyutlarına ilişkin analiz sonuçları Tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5. Öğrencilerin Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği Alt Boyutlarına Ait Puanların Sınıf Düzeylerine Göre İlişkisiz t-Testi Sonuçları

Alt Boyutlar	Sınıf	N	\bar{x}	Ss	T	P
Algılama	1.Sınıf	186	12,33	2,01	-0,409	0,683
	4.Sınıf	174	12,43	2,42		
Gerçekleştirme	1.Sınıf	186	40,83	4,44	-2,220	0,027*
	4.Sınıf	174	41,84	4,24		
Yansıtma	1.Sınıf	186	31,88	4,00	-0,698	0,485
	4.Sınıf	174	32,18	4,04		
Genel toplam	1.Sınıf	186	85,18	8,27	-1,295	0,196
	4.Sınıf	174	86,32	8,47		

* $p<0,05$

Tablo 5 incelendiğinde; öğrencilerin sınıf düzeylerine göre müziği öğrenme stratejileri “algılama” alt boyutuna ilişkin puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($t=-0,409;p>0,05$). Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre müziği öğrenme stratejileri “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin puan ortalamaları arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($t=-2,220;p<0,05$). Müziği öğrenme stratejileri “gerçekleştirme” alt boyutunda, 4.sınıf öğrencilerin aritmetik ortalamasının ($\bar{x}=41,84$), 1.sınıf öğrencilerin aritmetik ortalamasından ($\bar{x}=40,83$) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonuç, 4.sınıf öğrencilerin “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin çalma, söyleme yönetme ve yorumlamayla ilişkili müziği öğrenme stratejilerini, 1.sınıf öğrencilere göre daha fazla kullandıkları söylenebilir. Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre müziği öğrenme stratejileri “yansıtma” alt boyutuna ilişkin puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($t=-0,698;p>0,05$). Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre müziği öğrenme stratejileri toplam puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($t=-1,295;p>0,05$).

3.4.Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerinin “mezun olunan lise türü” değişkenine göre müziği öğrenme stratejileri ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin analiz sonuçları Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Öğrencilerin Müziği Öğrenme Stratejileri Ölçeği Alt Boyutlarına Ait Puanların Mezun Oldukları Lise Türüne Göre İlişkiz t-Testi Sonuçları

Alt Boyutlar	Lise	N	\bar{x}	Ss	T	P
Algılama	Genel Lise	88	12,58	1,99	0,972	0,332
	Güzel Sanatlar Lisesi	272	12,31	2,28		
Gerçekleştirme	Genel Lise	88	42,59	4,06	3,181	0,002*
	Güzel Sanatlar Lisesi	272	40,91	4,39		
Yansıtma	Genel Lise	88	33,08	3,90	2,858	0,005*
	Güzel Sanatlar Lisesi	272	31,68	4,01		
Genel strateji	Genel Lise	88	88,26	7,74	3,300	0,001*
	Güzel Sanatlar Lisesi	272	84,92	8,42		

*p<0,01

Tablo 6 incelendiğinde; mezun olunan lise türüne göre müziği öğrenme stratejileri “algılama” alt boyutuna ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (t=0,972;p>0,05). Müziği öğrenme stratejileri “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (t=3,181;p<0,01). Katılımcıların mezun oldukları lise türüne göre müziği öğrenme stratejileri “gerçekleştirme” alt boyutunda düz lise öğrencilerinin aritmetik ortalamasının (\bar{x} =42,59), Güzel Sanatlar Lisesi öğrencilerinin ortalamasından (\bar{x} =40,91) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonuç, genel lise mezunu olan öğrencilerin “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin çalma ve söyleme, yönetme ve yorumlamayla ilişkili müziği öğrenme stratejilerini güzel sanatlar lisesi mezunu olan öğrencilere göre daha fazla kullandıkları söylenebilir. Mezun olunan lise türüne göre müziği öğrenme stratejileri “yansıtma” alt boyutuna ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. (t=2,858;p<0,01). Müziği öğrenme stratejileri “yansıtma” alt boyutunda düz lise mezunlarının aritmetik ortalaması (\bar{x} =33,08) Güzel Sanatlar Lisesi mezunlarının aritmetik ortalamasından (\bar{x} =31,68) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç, düz lise mezunu olan öğrencilerin “yansıtma” alt boyutuna ilişkin yansıtma, müzik hakkında konuşma, görüş bildirme, eleştirme, değerlendirme, önerme ve karar vermeyle ilişkili müziği öğrenme stratejilerini güzel sanatlar lisesi mezunu olan öğrencilere göre daha fazla kullandıkları söylenebilir. Mezun olunan lise türüne göre müziği öğrenme stratejilerinin genel stratejilerine ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (t=3,300;p<0,01). Müziği öğrenme stratejilerinde, genel lise mezunlarının aritmetik ortalaması (\bar{x} =88,26) Güzel Sanatlar Lisesi mezunlarının aritmetik ortalamasından (\bar{x} =84,92) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç, genel lise mezunu öğrencilerin, GSL öğrencilerine göre müziği öğrenme stratejilerini kullanabilme nedenlerinin onların öğrenmeye istekliliği ve kendilerini geliştirme çabaları olduğu söylenebilir.

3.5.Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerinin müziği öğrenme stratejileri ölçeğinden aldıkları toplam puanın “okudukları üniversite” değişkenine göre anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin analiz sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğrencilerin Okuduğu Üniversiteye Göre Müziği Öğrenme Strateji Ölçeğine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Üniversite	N	\bar{x}	Ss	F	P	LSD
a) Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	51	84,40	8,22	7,412	0,000*	
b) İnönü Üniversitesi	51	85,99	7,47			
c) Ondokuz Mayıs Üniversitesi	45	90,58	7,80			c>a,b,d,e,f,g
d) Harran Üniversitesi	55	87,06	9,04			e<a,b,d,f,g
e) Cumhuriyet Üniversitesi	57	80,72	7,96			
f) Uludağ Üniversitesi	54	87,22	7,26			
g) Dokuz Eylül Üniversitesi	47	85,07	7,73			

*p<0,01

Tablo 7 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerinin okuduğu üniversiteye göre müziği öğrenme stratejileri ölçeğine ilişkin ANOVA testi sonucunda üniversiteler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (F=7,412;p<0,01). ANOVA testi sonucunda üniversitelere göre müziği öğrenirken kullanılan strateji yöntemi arasında istatistiksel farkın hangi üniversiteler arasında olduğunu saptamak için LSD testi uygulanmıştır. LSD testinin sonucunda müziği öğrenirken kullanılan strateji yöntemine ilişkin Ondokuz Mayıs Üniversitesinde okuyan öğrencilerin aritmetik ortalamasının (\bar{x} =90,58) diğer üniversitelerde okuyan öğrencilerinin aritmetik ortalamalarından daha yüksek olduğu saptanmıştır. Cumhuriyet Üniversitesinde okuyan öğrencilerin aritmetik ortalamasının ise (\bar{x} =80,72) ile diğer üniversitelerde okuyan öğrencilerinin aritmetik ortalamalarından daha düşük olduğu saptanmıştır.

Başka bir ifadeyle Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversitelerdeki öğrencilerden; söyleme, çalma, yorumlama, yönetme, dinleme, algılama, özümseme, dışa vurma, görüş bildirme, inceleme, eleştirme, değerlendirme, karar verme ve önerme gibi müzik öğrenme stratejilerini daha fazla kullandıkları söylenebilir. Harran Üniversitesinde okuyan öğrencilerin bu belirtilen müzik öğrenme stratejilerini ortalama bir seviyede kullandıkları fakat diğer üniversite öğrencilerinden daha az kullandıkları söylenebilir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada, müzik öğretmeni adaylarının kullandıkları müziği öğrenme stratejilerini algılama, gerçekleştirme, yansıma boyutlarında hangi düzeyde kullandıklarını ve bu stratejilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, lise türü ve okuduğu üniversite değişkenleri açısından farklılık gösterme durumunu belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçlar çerçevesinde araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet, sınıf, mezun oldukları lise türü, okuduğu üniversitelerle ilgili istatistiksel dağılımları tespit edilmiştir.

Birinci alt probleme ilişkin;

Araştırmaya katılan öğrencilerin genel müziği öğrenme stratejilerini kullanma durumlarının düşük seviyede olduğu görülmektedir.

Dikbaş (2008), öğrenme stratejilerinin ders işlenişinde kullanımını incelediği çalışmasında öğrencilerinin öğrenme stratejileri öntest ve sontest puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğunu saptamıştır. Öğrenme stratejileri öğretiminden önce, birinci deney grubundaki öğrencilerin öğrenme stratejilerini “ara sıra” düzeyinde kullanırken, öğrenme stratejileri öğretiminden ve ders işlenişinde kullanımından sonra “her zaman” düzeyine yükselttiği ortaya çıkmıştır.

Yapılan araştırmada müzik öğretmeni adaylarının müziği öğrenme stratejilerini yetersiz kullanmalarının nedeninin, 1. sınıf öğrencilerin henüz okula adapte olamamasından, ders öğretim görevlilerinin müziği öğrenmek için kullanılması gereken stratejik yöntemleri derslerinde yoğunluk vermemesinden dolayı kaynaklanabileceği söylenebilir. Genel itibariyle öğrencilerin stratejileri kullanmama sebebinin, herhangi bir stratejiye yönelik

kullanım ihtiyacı ve alışkanlığı geliştirmedikleri için olabilir. GSL ve diğer liselerden mezun olan öğrencilere göre, genel lise mezunu öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerini daha etkili kullanıyor olmaları, bu öğrencilerin lise dönemi derslerinde öğrenme stratejilerini daha etkili kullanmayı öğrenmeleri ve bu alışkanlıkları da üniversite eğitimlerine aktarmalarından dolayı olabilir. Dikbaş da (2008) çalışmasında genel lise mezunu öğrencilerin akademik derslerdeki başarılarının ve çalışma tempolarının daha iyi seviyede olduğunu tespit edilmiştir.

İkinci alt probleme ilişkin;

Araştırmaya katılan öğrencilerin müziği öğrenme stratejileri ölçeğinde “algılama ve “gerçekleştirme” alt boyutuna ilişkin anlamlı bir farklılık tespit edilmemiş olup öğrencilerin cinsiyetine göre “yansıtma” alt boyutundaki müziği öğrenme stratejilerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kız öğrencilerin “yansıtma” alt boyutundaki müziği öğrenme stratejilerinin, erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde kullandıkları tespit edilmiştir.

Bu durum müziği öğrenme stratejileri ölçeğinin “yansıtma” alt boyutunda ki maddelere göre kız öğrencilerin müziği anlamada, müzik hakkında görüş bildirmede, incelemede, eleştirmede, karar vermede ve değerlendirmede erkek öğrencilere göre daha başarılı oldukları söylenebilir.

Kılınçer de (2013), piyano dersinde kullanılan öğrenme stratejilerini incelediği çalışmasında öğrencilerin “dikkat” “yineleme” ve “anlamayı izleme” stratejilerini kullanma düzeylerinin, cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiğini saptamış. Kız öğrencilerin “dikkat”, “yineleme” ve “anlamayı izleme” stratejilerinin, erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde kullandıklarını belirlemiştir.

İncelenen bazı araştırmaların sonuçları ise bu çalışmanın bulgusuyla çarpıklık göstermektedir. Örneğin, Kocabaş ve Sever’in (2012), çalışmasında, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre müziği öğrenme stratejilerini daha çok kullandıkları tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonucuna benzer bir başka bulguda da Yokuş’un (2010), piyano repertuarının öğrenilmesine yönelik çalışmasında görülmektedir. Bu çalışmada öğrenme stratejilerini kullanma düzeylerinin cinsiyetlere göre “dikkat” stratejilerinde kız öğrenciler lehine anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Gündoğmuş (2013), çalışmasında kız öğretmen adaylarının ayrıntılandırma öğrenme stratejisini erkek öğretmen adaylarına göre daha sıklıkla kullandıklarını saptamıştır. Karakış, Gürçan ve Demirtaş (2009) ise eğitim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin anlamlandırma stratejilerinde, kız öğrencilerin lehine bir farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Tartışılan çalışmaların bulgularına göre; öğrenme stratejilerinin kullanılma düzeyleri ve cinsiyet arasında genellikle kız öğrenciler lehine anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu durumda, tartışılan çalışmaların sonuçlarının, bu çalışmanın sonuçlarıyla paralellik gösterdiği söylenebilir.

Üçüncü alt probleme ilişkin;

Araştırmaya katılan öğrencilerin müziği öğrenme stratejileri ölçeğinde “algılama” alt boyutunda sınıflarına göre anlamlı farklılık tespit edilmemiş, diğer taraftan 4.sınıf öğrencilerin, “gerçekleştirme” alt boyutundaki müziği öğrenme stratejilerinin 1.sınıf öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Müziksel öğrenmelerini gerçekleştiren iki farklı sınıftaki öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerindeki “gerçekleştirme” alt boyutuna göre 4.sınıf öğrencilerinin söyleme, çalma, seslendirme/yorumlama ve yönetmede 1.sınıf öğrencilerine göre daha başarılı oldukları söylenebilir.

Hamurcu (2002), okul öncesi öğretmenlerle yaptığı çalışmasında sınıf düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buna göre dikkat ve tekrar stratejilerinde, 1.sınıf1arla 2.sınıflar arasında ikinci grup lehine; Zihne Yerleştirme Stratejilerinde ise 3 ve 1.sınıf1arda 2.sınıflar arasında ikinci grup lehine farklılık olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre 2.sınıf öğrencilerin her üç alt boyutta ait öğrenme stratejilerini 1.sınıflardan daha fazla kullandıkları sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin müziği öğrenme stratejileri ölçeğinde “yansıtma” boyutunda sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Yokuş (2010), çalışmasında öğrenme stratejilerinin kullanım düzeylerinin sınıf düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık oluşturmadığını tespit etmiştir. Kocaarslan ise (2016), müzik eğitiminde bilinçli farkındalık, öğrenme stratejileri ve öğrenme stillerini incelediği çalışmasında öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıfın, bilinçli farkındalık düzeylerinde, açık bilişsel süreçleri kullanma/yürütme düzeylerinde ve öğrenme stillerinden devinimsel, işitsel ve görsel stillerini kullanma düzeylerinde anlamlı farklılaşmaya neden olduğu belirlemiştir. Öğrencilerin, bilinçli farkındalık düzeylerinin öğrenim gördükleri sınıfa bağlı olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığını, buna göre yaşları daha büyük olan 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin daha yüksek düzeyde bilinçli farkındalığa sahip olduklarını tespit etmiştir.

Dördüncü alt probleme ilişkin;

Araştırmaya katılan öğrencilerin mezun oldukları lise türüne göre “algılanma” alt boyutunda bulunan müziği öğrenme stratejilerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Müziği öğrenme stratejileri mezun oldukları lise türüne göre “gerçekleştirme” ve “yansıma” alt boyutuna ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin mezun oldukları lise türüne göre genel lise öğrencilerinin güzel sanatlar lisesi öğrencilerine göre müziği öğrenme stratejileri “gerçekleştirme” ve “yansıma” alt boyutunu daha fazla kullandıkları tespit edilmiştir.

Tespit edilen bu sonuçlara göre; genel lise mezunu öğrencilerin güzel sanatlar lisesi mezunu olan öğrencilere göre, müziği öğrenme stratejilerinde bireysel çalışma durumlarının daha yüksek olduğu, müziği anlama ve müzik hakkında yorum yapabilmeye, müzikle ilgili konuşma ve karar vermede daha etkin oldukları söylenebilir.

Kılınçer (2013) ise piyano dersinde kullanılan öğrenme stratejilerini incelediği çalışmasından ise farklı bir sonuç elde etmiştir. Öğrencilerin “Dikkat” stratejileri için ortalama değerler incelendiğinde GSSL öğrencilerinin stratejilerini kullanma düzeylerinin Anadolu lisesi öğrencilerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Beşinci alt probleme ilişkin;

Araştırmaya katılan öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerinde okudukları üniversitelere göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ondokuz Mayıs Üniversitesinde okuyan öğrencilerin, araştırmaya katılan diğer üniversitelerdeki öğrencilere göre müziği öğrenme stratejilerini kullanma düzeyi daha yüksektir. Bu durum Ondokuz Mayıs Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin söyleme, çalma seslendirmede müziği öğrenme stratejilerini daha iyi kullandıklarını ayrıca müziği öğrenirken kendilerini kontrol ettikleri, müzik hakkında daha iyi yorum yapabildikleri söylenebilir. Müzik öğrenme stratejileri ölçeğinden en düşük puan alan Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinin müziği anlama ve yorumlama, dışavurum, eleştirme gibi konularda müziği öğrenme stratejilerini daha pasif kullandıkları söylenebilir.

Araştırmanın sonucuna benzer olarak Kılınçer (2013), piyano dersinde kullanılan öğrenme stratejilerini incelediği çalışmasında öğrencilerin öğrenme stratejilerinden “duyuşsal” stratejileri kullanma düzeyleri üniversitelere göre farklılık gösterdiğini tespit etmiş, buna göre; Mehmet Akif Ersoy Üniversitesindeki öğrencilerin “duyuşsal” stratejileri kullanma düzeylerinin Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesindeki öğrenim gören öğrencilere göre daha düşük düzeyde olduğu saptanmıştır.

Bu sonuçlar üniversitelerdeki müziği öğretme- öğrenme yaklaşımlarında bir takım farklılıklar bulunduğunu bu farklılıkların anabilim dallarındaki öğretim elemanlarının öğrencilerine müziği öğrenme stratejilerine ilişkili yeterince model sunmayışlarından dolayı olduğu ya da kişiden kişiye değiştiği söylenebilir.

4.1.Öneriler

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda geliştirilen öneriler şunlardır:

☐ Müzik eğitiminin farklı davranış alanlarını kapsayan öğrenme stratejileri üzerinde deneysel çalışmalar yapılarak bu alanlardan yeni öğrenme stratejileri belirlenebilir.

☒ Eğitimcilerle müzik alan derslerinde çalışma ve öğrenme stratejilerinin kullanımına dönük uygulamalar yaptırılmaları önerilebilir. Bu uygulamalar aracılığıyla öğrencilere çalışma ve öğrenme stratejilerinin kullanımıyla ilgili farkındalık kazandırılabilir.

☒ Öğrencilerin müzik öğrenme-öğretme stratejilerini kullanma düzeylerinin artırılması için, bütün ders öğretim elemanları tarafından dersle ilgili öğrenme stratejilerinin nasıl kullanılacağına yönelik yaklaşımlar öğrencilere anlatılmalı ve öğrencilerin uzmanlık seviyelerine bağlı olan strateji çeşitliliği ortaya çıkarılmalıdır.

☒ Müziği öğrenme stratejileri, müzik eğitiminin ilk basamaklarından başlayarak öğrencilere anlatılmalı ve öğretilmelidir. Böylece, öğrenme stratejilerini düzenleyerek ve planlayarak çalışma yapan öğrencilerin kişisel hedeflerine daha kısa zamanda ulaşmaları sağlanmalıdır.

☒ Araştırmada öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerinde üniversitelere göre farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Üniversitelerdeki öğretim- öğrenme ortamlarında gerekli düzenlemelerin yapılmasıyla, öğrencilerin müziği öğrenme stratejilerini kullanma düzeyleri arasındaki farklılıklar giderilebilir.

☒ *Müzisyenlerin performans hazırlıkları için benimsedikleri stratejiler ile üst bilişsel stratejiler üzerine odaklanılan çalışmalar yapılabilir.*

☒ Sınıf ortamında çalgı öğretiminde çalışma stratejilerini ele alan araştırmalar - farklı çalgılar üzerine- yapılarak, ölçek geliştirme çalışmalarına ağırlık verilebilir.

KAYNAKÇA

- Afacan, Ş. (2018). "Müzik Eğitiminde Öğrenme Stratejileri Üzerine Yapılan Ulusal Literatürdeki Çalışmaların İncelenmesi", *Researcher: SocialScienceStudies*, 6(4), 395-406.
- Arends, R. L. (1997). *Classroom Instruction and Management*, The McGraw-Hill, Washington.
- Ataseven, N. (2014). *Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öğrenme Stilleri ve Öğrenme Stratejileri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Aydın, C. H. (2000). "Öğrenme ve Öğretme Kuramlarının Eğitim İletişimine Katkısı", *Kurgu Dergisi*, 5, 183-197.
- Dikbaş, Y. (2008). *Öğrenme Stratejilerinin Öğretiminin Ve Ders İşlenişinde Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarılarına, Tutumlarına ve Kalıcılığa Etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Dilci, T. (2014). *Öğrenme Psikolojisi*, İdeal Kültür Yayıncılık, İstanbul.
- Driscoll, P. M. (2012). *Öğretim süreçleri ve öğrenme psikolojisi*. (Çev. Ö. F. Tutkun, S. Okay, E. Şahin). Anı Yayıncılık, Ankara.
- Ertem, Ş. (2003). *Ankara Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi Müzik Bölümü Temel Piyano Eğitiminde Öğrenme Stratejilerinin Kullanılma Durumları Ve Örgütlenme Stratejisinin Etkililik Düzeyi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gündoğmuş, N. (2013). *Öğretmen Adaylarının Teknolojik Pedagojik Alan Bilgileri İle Öğrenme Stratejileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Konya.
- Hamurcu, H. (2002). "Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Kullandıkları Öğrenme Stratejileri", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23,123-134.
- Kaptan, S. (1995). *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*, Bilim Yayınevi, Ankara.
- Karakış, Ö., Gürcan, Z., ve Demirtaş, Z. (2009). "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öğrenme Stratejilerini Kullanma Düzeyleri", XVIII. *Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı Bildirisi* (425-435), İzmir.
- Karasar, N. (2005). *Araştırmalarda Rapor Hazırlama*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kılınçer, Ö. (2013). *Piyano Dersinde Kullanılan Öğrenme Stratejilerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Kayseri.
- Kocaarslan, B. (2016). *Profesyonel Müzik Eğitiminde Bilinçli Farkındalık, Öğrenme Stratejileri ve Öğrenme Stilleri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kocabaş, A. ve Sever, Z. (2012). "The Analysis of The Learning Strategies Utilized by Students in Music Class in Terms of Some Psychosocial Variables", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(4), 9-23.
- Kocabaş, A. (2003). "Erken Çocukluk Dönemi Öğretmen Adaylarının Kullandıkları Müziği Öğrenme Stratejileri ve Çoklu Zekâ Alanlarının Karşılaştırılması", *Dünya Konsey Toplantısı ve Konferansı Bildiri Kitabı 3*, (30-45), Kuşadası.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Program İle İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitapevi, Eskişehir.
- Türer, A. (2006). *Eğitim Bilimine Giriş*, Dilek Matbaası, Sivas.
- Uçan, A. (1997). *Müzik Eğitimi Temel Kavramlar - İlkeler – Yaklaşımlar*, Müzik Ansiklopedisi Yayınları, Ankara.
- Yokuş, H. (2010). "Müzik Öğretmeni Adaylarının Piyano Repertuarının Öğrenilmesine Yönelik Öğrenme Stratejilerini Kullanma Düzeylerinin İncelenmesi", *International Conference on New Horizons in Education* (619-625), Cyprus.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:10.02.2020 ✓Accepted/Kabul:20.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.687321

Araştırma Makalesi/ Research Article

Ağır, B. (2021). "Agency of The Bodies: Materiality in Ruth Ozeki's All Over Creation" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 107-116.

AGENCY OF THE BODIES: MATERIALITY IN RUTH OZEKI'S ALL OVER CREATION

Bariş AĞIR*

Abstract

Ruth Ozeki is a prominent Japanese - American contemporary novelist who addresses patriarchy, race, and the environment in her works. Ozeki's second novel *All Over Creation* focuses on the encounters between human and non-human nature. She presents an issue of great concern, namely genetically modified food, alongside issues pertaining to reproduction, racial discrimination, and capitalist agribusiness. This paper analyzes *All Over Creation* using material feminist theory which advocates that both human and non-human bodies are not passive and empty; rather, they are beings with their own needs, claims, and actions. By discussing similar encounters between human and non-human nature in terms of reproduction, the paper analyzes the loss of body agency of both potatoes and women under the control of anthropocentrism and patriarchy. By drawing an analogy between potatoes and women, Ozeki expresses her criticism of the deep-seated anthropocentrism and patriarchy and appeals to the emancipation of both potatoes' and women's bodies.

Key Words: *Body, Potatoes, Women, Genetical Modification, Reproduction, Materiality.*

BEDENLERİN EYLEYİCİLİĞİ: RUTH OZEKİ'NİN ALL OVER CREATION ROMANINDA MADDESELLİK

Özet

Japon kökenli Amerikalı yazar Ruth Ozeki, ataerkillik, ırk ve çevre gibi sorunlara odaklanan eserleriyle bilinmektedir. Ozeki'nin ikinci romanı *All Over Creation* insan ve insan olmayan doğa arasındaki karşılaşmalara odaklanmaktadır. Ozeki bu eserinde genetiği değiştirilmiş gıdaların yanı sıra, üreme, ırksal ayrımcılık ve kapitalist endüstriyel tarım ile ilgili endişelerini dile getirmektedir. Bu makale *All Over Creation* romanını insan ve insan olmayan bedenlerin pasif ve boş olmadığını; bedenlerin kendi ihtiyaçları, istemleri ve eyleyciliği olduğunu savunan maddeci feminist teoriyi kullanarak incelemektedir. İnsan ve insan olmayan doğalar arasındaki benzer karşılaşmaları üreme açısından tartışan bu makale, antroposentrizm ve ataerkillik kontrolü altındaki patateslerin ve kadın bedenlerinin kaybolan eyleyciliğini incelemektedir. Ozeki, patatesler ve kadınlar arasında benzetme yaparak, kökleşmiş antroposentrizm ve ataerkilliğe yönelik eleştirilerini ifade etmekte ve patateslerin ve kadın bedenlerinin özgürleşmesini dillendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Beden, Patatesler, Kadınlar, Genetik Değişiklik, Üretim, Maddesellik*

*Assist. Prof. Dr., Department of English Language and Literature, Osmaniye Korkut Ata University, OSMANIYE.
e-mail: barisagir@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-7132-5844>)

1. INTRODUCTION

In their book *Material Feminisms* (2008) Stacy Alaimo and Susan Hekman state that with the development of postmodernism and poststructuralism, feminists have “*focused on the role of language in the constitution of social reality, demonstrating that discursive practices constitute the social position of women*” (1). The result of the too much power granted to language “*that allegedly dematerialized the world into linguistic and social constructions*” (Törnberg, 2013: 4) was the overemphasis on language and mind, while reality, matter, and the material world are neglected. Material feminism first breaks this deadlock by emphasizing the significance of the material component. Instead of considering material as passive and immutable, material feminists advocate the idea of taking matter seriously and rethinking “*materiality, the very ‘stuff’ of bodies and natures*” (Alaimo and Hekman, 2008: 6). Alaimo and Hekman assert that “*we need a way to talk about the materiality of the body as itself an active, sometimes recalcitrant, force*” (4).

Material feminists began to take a material turn with the aim of bringing “*the material, specifically the materiality of the human body and the natural world, into the forefront of feminist theory and practice*” (Alaimo and Hekman, 2008: 1). As one of the forerunners of material feminism, Karen Barad points out that “[*matter*] is not little bits of nature, or a blank slate, surface, or site passively awaiting signification, nor is it an uncontested ground for scientific, feminist, or Marxist theories. Matter is not a support, location, reference, or source of sustainability for discourse. Matter is not immutable or passive.” (2018: 139). By these words, Barad explains the materiality by bringing up the notion of “*performativity*” “*as an active participant in the world’s becoming, in its ongoing ‘intra-activity’*” (Alaimo, 2008: 248). Based on Barad’s views, Stacy Alaimo developed her own theory. In her books *Material Feminisms* (2008) and *Bodily Natures: Science, Environment and the Material Self* (2010), she puts forward the concepts of agential bodies, trans-corporeality, and toxic bodies and offers very specific explanations that focuses on the materiality of human bodies and the more-than-human world and explores “*the interconnections, interchanges, and transits between human bodies and non-human natures*” (2).

By agential bodies, Stacy Alaimo asserts that neither human nor non-human bodies are passive and empty, rather that they are both beings with their own needs, claims, and actions, as, “*agency is not aligned with human intentionality or subjectivity*” (Barad, 2007: 177). It is one’s body’s own force in intra-activity out of the human’s spiritual control. Alaimo believes that “*there is obviously a sense in which all embodied beings experience corporeal agencies, be they positive, negative, or neutral*” (2008: 250). Trans-corporeality, as Alaimo puts it, is “*the time-space where human corporeality, in all its material fleshiness, is inseparable from ‘nature’ or ‘environment’*” (238), emphasizing the interconnection between human and non-human nature. For Alaimo, the human body can never be seen as a final or finished product, or as being of a higher level than other non-human beings, but rather that it remains open and constantly interchanges with its environment. Therefore, human beings should put themselves and other material bodies in the same position in the world. Just as Alaimo quotes from Moria Gatens, “*the human body is radically open to its surroundings and can be composed, recomposed and decomposed by other bodies*” (2008: 255). Only through the constant interchanges between human and the non-human nature can the world function well.

Owing to the trans-corporeality of bodies, Alaimo brings up the concept of toxic bodies as “*the space-time of trans-corporeality is a place of both pleasure and danger—the pleasure of desire, surprise, interconnection, and lively emergence as well as the dangers of pain, toxicity, disability, and death*” (259-260). Tracing the traffic of the toxin, Alaimo asserts that “*certainly, all bodies, human and otherwise, are, to greater or lesser degrees, toxic at this point in history*” (260). However, toxic bodies, as a particular example of trans-corporeal space, keep reminding us of human health and social justice, for “*the traffic in toxins may, in fact, render it nearly impossible for humans to imagine that their own health and welfare is disconnected from that of the rest of the planet*” (260). The interconnection among all beings makes it impossible for human beings to escape, especially when it comes to disasters.

Material feminism is different from traditional feminism, which focuses on the social construction of gender. It is not the same as eco-feminism, which highlights the particular and significant connections between women and nature and relates the oppressions of all subordinate groups to the oppressions of nature by discussing

the degraded images and similar encounters of women and nature. Material feminism centers women in its discussion, however, it also stresses the importance of the materiality of the body—human and non-human alike—while emphasizing the interconnections, interactions, and interchanges between human and non-human nature and the realization of true equality among all beings on earth. Therefore, with the study of gender relations as its starting point, material feminism aims at redefining the relationship between the human and the non-human world to realize harmony between human and nature and harmony with the entire universe.

In the long history of western culture dominated by anthropocentrism and patriarchy, the body has been degraded as passive and immutable material. Human beings are separated from animals and are considered as the center of the universe for their embodiment of reason, intellect, and creativity, by which humans believe that they are superior to other species and are endowed with the power to rule the non-human world. As a result, humans' excessive concern with spiritual power makes it inevitable for the body to be neglected. They abandon their biological bodies and classify them with the non-human world, both of which are seen as passive and inert matters waiting to be conquered and exploited.

With materiality of the world as its central concern, material feminism provides a new angle to illustrate the relationship between human and non-human nature. Neither like traditional feminism that highlights the social construction of gender, nor the same as eco-feminism that connects women with nature, material feminism emphasizes on the significance of the materiality of the world and of the human body and the natural world, while affirming that the body is basic matter and is neither passive nor empty, but rather agentic. According to Alaimo, "there is obviously a sense in which all embodied beings experience corporeal agencies, be they positive, negative, or neutral" (2008: 250). Material feminism subverts the binary opposition between mind and matter, brings great challenge to the deep-rooted anthropocentrism and patriarchy, and helps build a world of interconnection. Therefore, degrading the body and considering it as material are equal to depriving the agency of the body and constitute the starting point of human control over nature and men's control over women. To emancipate the inferior from oppression, we should first emancipate the body—human and non-human alike—from the control of the mind and to overturn the fixed notion that the body is passive, inert, and empty. Only this way can we subvert the deep-rooted anthropocentrism and patriarchy and build a world of real harmony.

In this respect, this paper analyzes Japanese-American writer Ruth Ozeki's novel *All Over Creation* through the lens of material feminist theory. The paper draws out an assessment of the similar encounters between human and non-human nature in terms of reproduction, and examines the loss of body agency of both potatoes and women under the control of anthropocentrism and patriarchy. The novel parallels the encounters of human and non-human nature, specifically women and potatoes, under patriarchy and anthropocentrism, respectively. Balsmeier states that "with the potato as protagonist, next to potato farmer Lloyd Fuller and his family, the novel offers many analogies between human and nonhuman identities" (2019: 102). In the novel, the bodies of the potatoes and women are degraded and manipulated by men as passive matters to serve their interests and desires, especially in terms of sexuality and reproduction. The potato, which should have been a plant with good reproductive capacity, has been deprived of the right of free pollination to cater to the needs of agribusiness. The female characters—Yumi Fuller and Cassie Quinn—suffer as men control their sexuality and reproduction for various reasons. By connecting potatoes and women from the angle of reproduction, Ozeki expresses her wish to emancipate both the bodies of plants and women and delivers her criticism of anthropocentrism and patriarchy.

2. MATERIALITY OF FEMALE BODIES

In *All Over Creation*, bodies of female characters suffer from patriarchy, which is shown in women's sexuality and reproduction. Yumi Fuller and Cassie Quinn are two female characters in the novel. Living in male dominated Idaho, they either become the target of men's sexual abuse or lose their freedom to decide over their own reproduction. Both of them have fathers who strongly desire control, and both suffer reproductive problems because of the interference of men and the hard conditions of life. Therefore, they lose their agency over their own bodies and become victims of men's oppression.

In the novel, Yumi Fuller, as the only child of an American father and a Japanese mother, is born to be different. She has Asian features and lives in a pure white community in Idaho. She considers herself as "a random seedling,

a volunteer, an accidental fruit" (Ozeki, 2004: 4) in a vast field of genetically identical potatoes. She is a weed that "will most likely be uprooted" (4) and an exotic species that makes her the target of sexual abuse at the hands of a white man. Yumi's affair with her middle school history teacher Elliot Rhodes becomes the turning point in her life. At fourteen years, Yumi is seduced by Elliot Rhodes, becomes pregnant and has an abortion, and finally runs away to California without returning until 25 years later. Elliot is "a hippie, a commie, an anarchist, a freak" (21). He is an opponent of the Vietnam War and an admirer of Asian culture. Attracted by his intentional allure and his counter cultural words on the origin of Thanksgiving, Yumi falls in love with him and believes that Elliot loves her in the same way. However, when they have sex, he "was not holding at all" (27), sitting there with his arm at his sides. When he is asked whether he loves her or not, Elliot's farfetched answer is "Of course, I love you, too, Yummy... It's just that there are so many different levels of love, you know..." (27). Yumi is just one of Elliot's different lovers. She is his prey to fulfill his fascination for Asian culture. A bi-racial woman, Yumi has long black hair, black eyes, and a Japanese name that no American in Idaho could pronounce correctly, resorted to "Yummy" instead. Being together with Yumi, Elliot sang a Grace Slick's song "Made for each other, made in Japan" after having sex with her (26). For Elliot, Yumi is "made" in Japan rather than in America, though she has nothing to do with Japan, except that her mother is Japanese. All details demonstrate that Elliot has stereotyped Yumi as an Asian woman, an identity that provides white men with a permissible excuse to consume her as a racial other. Stein states that "Elliot's song justifies his statutory rape, through stereotypically racist fantasies about her as an Asian female 'made' or designed for his consumption" (2010: 186). Informed of Yumi's pregnancy, Elliot takes her to an illegal clinic for an abortion without any hesitation and casts her away right after the abortion to escape responsibility, leaving her alone in the cold winter. According to Stein, "Elliot's relationship with Yumi reflects the way that racist patriarchy assumes white male control of the sexuality/ reproductivity of women of color" (187).

Elliot's control of Yumi's sexuality is stressed when he reappears in Idaho 25 years later. After Yumi's abortion and departure, Elliot also gives up his teaching and disappears in Liberty Fall. No one gets his messages until he shows up at the headquarters of Cynaco. He is appointed as a representative of the company to promote NuLife potato seed, "a transgenic food crop" (Rouyan, 2015, 143), and to keep an eye on anti-genetical modification activities in Idaho. To achieve his goals, he intentionally seduces Yumi again to get information on the Seeds who take actions to resist genetically modified food. He hires a detective to keep an eye on the Seeds, and he himself gets in touch with Yumi, has sex with her, and gets a line on the Seeds who settle around the Fullers' family. Elliot is a selfish villain who makes use of everything to achieve his goals without caring about responsibility and causing suffering. In Lloyd's words, he is "the Terminator." Just like the "Terminator technology" used in NuLife potato seeds, he terminates the life of Yumi's first baby and the intimate relationship between Yumi and her parents.

In white dominated Idaho, Yumi is totally deprived of her sexual freedom. Whenever she has sex with Elliot, she becomes the victim of Elliot's desires, serving as an embodiment of Asian culture or as a source of information, but never as a woman of independent subjectivity. Elliot's behavior "illustrates the way that agribusiness interests sacrifice women's sexuality in order to gain capitalist profit" (187). If Elliot's first seduction 25 years ago can be seen as a case of racist and patriarchal consumption of colored women, his seduction 25 years later can be considered as a capitalist consumption of women's sexuality to gain more profits. Ultimately, Yumi's experiences in Idaho are caused by men's oppression of women's bodies, specifically the ignorance of material feminism's views on the agency of the body. Deprived of the agency of their bodies, women are treated as passive objects waiting to be exploited. Therefore, men can be the masters and can manipulate women according to their will to realize their aims. For Elliot Rhodes, Yumi is such a woman without body agency and becomes the target of his oppression.

Besides depriving women of their sexual freedom, men's control over women is also manifested in the manipulation of reproduction. According to Stein, "the current mode of chemical-based and biotechnologically modified agribusiness itself impinges upon women's reproductivity; these farming methods threaten the sexed parts of women's bodies, causing increased illness, sterility and mortality" (2010: 180). Women's reproduction is manipulated stealthily for money making. Women sacrifice their reproductive freedom in the course of human adaption to the changing world, while men always reap the profits. In *All Over Creation*, female characters have no free choice to decide their reproduction because of men's control and the hard conditions of life under agribusiness. Yumi is Elliot's target for sexual abuse and gets pregnant soon. He does not want the baby, and he

makes her undergo an abortion without asking her opinion. Yumi wants to give birth to the baby. Before she goes into the operating room, she even wishes that Elliot would stop the surgery and let her keep the baby: *“At the last minute you turn and give them a silly little wave. They wave back, and the way Elliot looks at you, the way he hesitates, then leans forward as though to stand, makes you think for a moment that he’s going to put a stop to all this, and your heart gives a leap, but he doesn’t”* (Ozeki, 2004: 198). When the woman who is going to do the abortion asks Yumi to tell that this is her own choice and that she does not want the baby, Yumi hesitates and then whispers, *“I don’t want this baby?”* (199)—a question that discloses her real intention. Yumi wants the baby although she is just 14 years old. But Elliot does not. So, she has no choice but to tell the woman, *“I really, really, really want this abortion”* (199).

In the novel, fathers are also authoritative and do not tolerate any disobedience by their daughters. Yumi recalls that her father, like all potato farmers, is a man with a strong desire for control. The monoculture of potatoes with the help of chemicals and technology makes farmers believe that they could completely control the propagation process. In the same way, farmers like Lloyd believe that their offspring would be like their potatoes, growing up according to their requirements and entirely under their control. Lloyd loves his daughter. She is the apple of his eye. However, when Yumi has a different opinion on Elliot Rhodes, he reacts in the following manner:

Lloyd drew in his breath like he’d been sucker-punched. Put down his fork and napkin and pushed to his feet. His eyes were as cold and bright as the sun on the snow in winter. It was as if he could see into the corners of your mind, know thoughts before you had a chance to think them, track the rebel contents of your heart. As a child you were secure in his omniscience, knowing that everything occurring on this earth did so with his blessing, according to his will. Now you looked away. (22)

In the eyes of young Yumi, Lloyd is like an omniscient God, which means that one is under his blessing, but at the same time, one can never defy his authority. Otherwise, one would be like Cassie, who was whipped by her father. So, when her father Lloyd discovers her abortion, he is so angry and condemns her behavior with his “right to life” theory:

What gives you the right?...What gives you the authority to take an innocent life? ...That’s not a law, that’s a license to commit murder... It’s a sin against God, Yumi! Don’t you see? ... God creates life... Only He can choose to end it (202)

In Lloyd’s view, it is God who decides life and death, while Yumi, the one who breeds, has no right to make any decisions. In a word, when Yumi wants the baby, Elliot does not give her permission. When Yumi aborts the baby, Lloyd condemns her violation of God’s authority to give and take life. Being a woman who naturally breeds and gives birth to life, Yumi’s free choice on reproduction is entirely controlled by men. Having no way out, Yumi leaves town and heads for California, a state of racial diversity and free reproduction.

If Yumi’s departure can be seen as her resistance to men’s interference with her reproductive freedom, Cassie Quinn is a passive victim of agribusiness. As the novel shows, Cassie suffers infertility and struggles to have children for many years. She is not naturally infertile:

“Could be anything,” she said, rocking the baby gently back and forth. “At first, we thought nitrates in the groundwater, so we got the well tested and got filters and everything, but it didn’t help. Then we thought it might be one of the other inputs—stuff we used around the farm. For a while Will even thought it might be some kind of chemical exposure from overseas or something. ..And it could be any of these things, or none of them, or maybe even some combination. It’s just impossible to know for sure. And even if we could prove it was something we were using, what could we do? (77)

Though the Quinns doubt the chemical inputs used on their farm, they cannot stop using them, because *“banks don’t lend money to farmers who don’t use inputs”* (77). Forced by circumstances, they have no choice but to sacrifice Cassie’s reproductivity, though Will tries to grow genetically modified seeds that were marked as the healthier option. Besides, Cassie also suffers from breast cancer and her breasts are removed. Trapped in desperation, Cassie believes that she has been deprived of her reproductive years: *“...the whole middle section*

part of her life—the part where she was supposed to grow to adulthood, bear children, be a young mother, and watch her children grow—had simply been elided. Slurred over. She felt, at once, far too old and impossibly young, and there was a great gap in the middle, like a section of her torso had gone missing” (335).

From Cassie’s narration, we can see that there is nothing but pain and helplessness when she is faced with the reality of potato farmers. Agribusiness obliges potato farmers to use chemicals at the cost of threatening their health, which directly influences women’s sexual organs and their capacity to bear children. The greed of humans, specifically the greed of men, hides behind agribusiness. Putting Yumi’s experiences and Cassie’s struggles together, we find that women’s reproduction is completely controlled by men to serve their own interests. Therefore, they lose their agency over their bodies and become victims of patriarchy.

3. MATERIALITY OF GENETICALLY MODIFIED POTATOES

In *All Over Creation*, Ruth Ozeki “directs her attention to the cross-species relationship between humans and plants” (Rouyan, 2015: 144). In the novel, the Russet Burbank potatoes, a kind of potato which takes “its name from amateur botanist Luther Burbank” (Lang, 2001, 45), take a leading position for their monocultural plantation and NuLife potato seed which has been genetically modified. Potato farmers consider the Russet Burbank potatoes as a symbol of thriving life and the sign of advanced technology, both of which bring endless profits. However, the truth is that the profits are gained at the cost of the potato’s natural reproductive capacities. The so-called thriving life and NuLife potato seeds are just excuses for the manipulation of nature. Treating them as passive materials and transforming them artificially, human beings deprive the potato of its agency, victimizing them in specific and nature in general.

At the very beginning of the novel, Ozeki depicts a vast field of topsoil for potato farming in Liberty Falls, Idaho, which provides the best conditions for planting the Russet Burbank Potato. Being a traditional potato farmer and a beneficiary of the potato boom in the 1970s, Lloyd Fuller loves potatoes and is proud of being a monoculturalist. For Lloyd, large-scale potato farming is a sign of thriving life on account of its capacity for the creation of endless offspring. When he introduces potatoes to his daughter Yumi, pointing at the vast tumbling mountain of tubers, he is rather excited and says, “Look, Yumi! They’re alive. Living and Breathing” (Ozeki, 2004: 112). He likes reading the book of Luther Burbank—the man who discovered the potato seed and who was called the Father of the Modern Potato—*The Harvest of the Years*, in which Burbank offered an account of the way he selected superior specimens and finally cloned the Burbank potato. Lloyd enjoys explaining “how cloning worked and how every potato was capable of creating endless offspring out of chunks of its living flesh,” (112) which made his daughter as proud as him. Yumi says, “I can see why he was excited. In a very real sense a potato plant is immortal—the Russet Burbanks that Lloyd, and all of Idaho, grew were literally chips off the old block of Luther’s original” (112).

While talking about how they propagated potatoes, Lloyd cannot help but use the word “clone” to his daughter. In Lloyd’s opinion, cloning is the perfect approach to potato farming, because “it’s quick, simple, and reliable” (57). In the 1970s when the fast-food, French Fries flourished in the country, the market required a large quantity of potatoes of the same type, specifically the big, nice-looking ones that tasted good. To cater to the market, farmers choose to propagate potatoes by cloning. The novel depicts the fact that they clone: “First, you cut up a potato into small pieces, each containing an eye, and you plant these. The eye grows into identical replicas of the parent, bearing their bundles of tubers, some of which you eat or sell, others you cut up to clone again. It’s pretty foolproof” (57). In contrast, sexual propagation by planting potato seeds would lead to unexpected varieties: “The reason you clone rather than plant from seed is because potatoes, like human children, are wildly heterozygous... It simply means that if you try to propagate a domesticated potato using seed, sexually, chances are it will not grow true to type. Instead it will regress, displaying a haphazard variety of characteristics” (57). As opposed to the sexual reproduction of potatoes by sowing seeds, cloning guaranteed homogeneity and the capacity to produce a uniform type of potatoes entirely by replicating the perfect potato over and over again. Thus, the potato became what Lloyd believes in—thriving life. However, Lloyd fails to understand the negative aspects of his so-called “thriving life.” Cloned potatoes require large amounts of chemical fertilizers, pesticides,

and weed killers to ensure high yields and profits. Besides, chemical inputs also guarantee that the potatoes will produce golden fries. Otherwise, they are likely to be turned down by potato buyers.

Aside from the increasing economic income, clone potato farming results in the contamination of land and water and high rates of infertility and cancer among potato farmers, such as the Quinn family that has been plagued by cancer and infertility for years. The wide application of cloning is also likely to reduce biodiversity. Cloning aims to regenerate plants efficiently. It may be a great contribution to the development of science and technology, but ecologically, cloning can be considered as a means to keep plants from free sexual reproduction, thus affecting biodiversity. Sexual reproduction forms the basis of the continuation of life, which allows heredity, gene mutation, and natural selection and guarantees the sustainable development of the entire ecosystem. Even the highly-cloned Russet Burbank Potato was generated through the sexual reproduction of a rare potato seed ball and continued to bear the ability to regenerate though the offspring varied from one another. However, it is these various offspring that retain and promote the diversity and prosperity of nature. In contrast, cloning skips the basis of the creation of life because of the intervention of human beings. At its very base, it is a manifestation of human desire to control nature. From the perspective of material feminism, cloned potatoes in *All Over Creation* are deprived of their body agency. The cloned potatoes change in terms of how they regenerate, are treated as passive material, and are deprived of the right to free pollination, all in order to fulfill human beings' interests. In this sense, Lloyd's thriving life is not thriving at all, but rather, a repression of life.

Potatoes continue to be victimized when *All Over Creation* involves biotechnology and genetically modified organisms in the discussion. According to Balsmeier, "*the form of biotechnology presented here is the genetic modification of food plants carried out by agribusiness Corporation Cynaco*" (2019: 102) Influenced by Michael Pollan's article "Playing God in the Garden" in *The New York Times*, in which Pollan pointed out genetically modified potatoes and took a skeptical attitude toward them, Ozeki chooses the potato as her crop of choice and successfully weaves the genetically modified potato into a story on friendship, family affection, and the slow process of social change. As mentioned before, potatoes are monoculturally planted in Idaho through cloning year after year. However, it involves large quantities of chemical inputs and has also threatened the life and health of farmers. Cassie Quinn and her mother suffer from breast cancer and she is unable to have children, a consequence that was very likely to have ensued from the chemicals absorbed from water and air, as her husband Will put it. Hence, the Quinns decide to plant a new type of potato seed called NuLife, invented by a transnational corporation Cynaco. The potato is marked as reducing chemical inputs and as capable of protecting farmers' health. In advertisements, Cynaco shows the NuLife seed as a cute cartoon potato baby in a diaper with their motto, which reads: "*We handle 'em like babies*" (Ozeki, 2004: 96), implying the purity and the health of the newly invented potato seed. Taking Monsanto and their product NewLeaf in reality as the prototypes for Cynaco and NuLife in the novel, Ozeki brings genetically modified organisms into the view of the public. As we learn from Agostino and Ashton, Monsanto's advertisements on NewLeaf are as follows:

Imagine a world which preserves nature, the air, the rivers. When we can produce more with fewer pesticides, without destroying the forest. Imagine a world with more food, with more nutritious food and people with better health. Can you imagine? Ah, but you never imagined that Genetically Modified Organisms (GMOs) could help us do this? Have you ever thought of a better world? You should think like we do. A Monsanto initiative with the support of the Associação Brasileira de Nutrologia. (2006: 146)

According to Lliane Loots, there are two types of transgenic plants: one that is genetically modified to be a kind of herbicide—which means that no other plants except the transgenic crop can live, and one that is transformed by receiving genes from a bacteria in the soil that can produce toxic insecticides (2007: 84). Once the insects eat the plant, they will die. NewLeaf in reality and NuLife in the novel belong to the second type. The potato's natural enemy, Colorado Potato Beetles eat the leaf and die. Thus, the quantity of chemicals used can be reduced.

Although corporations claim that the new seeds are safe and efficient, genetically modified potato seeds do bear hidden dangers that farmers and consumers hardly know about. The results of the poison test of the genetically modified potato have never made been available to the public. In the novel, the Seeds of Resistance, "*part of a larger environmentally-friendly activist campaign*" (Parrinello, 2019: 53), are strongly against genetically

modified food. One of their reasons is that they doubt the safety of genetically modified food. On their website, the Seeds claim,

Convenient? Yes. Safe? We don't know. Despite studies suggesting possible hazards to both human health and ecological safety, the NuLife has never been poison-tested by the EPA. But poison testing *is* being carried out at our dinner tables every day. Our government and the Biotech Industry are conducting a massive experiment on unsuspecting, uninformed human subjects—and You. And me. *We Are their Guinea Pigs!* (Ozeki, 2004: 184)

According to the statistics, genetically modified potato seeds, NewLeaf invented by Monsanto were registered as a pesticide rather than as a new species by American Environmental Protection Agency (EPA) in 1999. The EPA says: *"Keep out of lakes, ponds or streams. Do not contaminate water by cleaning of equipment and disposal of wastes"* (3). The genetically modified potato seeds are artificially sterilized. With *"terminator technology"* (266) as Lloyd calls it, the reproductive capacity of the potato seeds is destroyed. In doing so, farmers cannot save seeds from their plants, but can purchase new seeds every year. Thus, the transnational corporation can maximize its profits. Geek, the leader of the Seeds, explains the principle of NuLife to Lloyd, saying,

It's like a death gene, sir. A self-destruct mechanism. They splice it into the DNA of a plant and trigger it. The plant kills its own embryo (...). To protect the corporation's intellectual property rights over the plant. To keep farmers from saving and replanting seeds. To force them to buy new seed every year (266).

Faced with these problems, the Seeds act all over the country to fight genetically modified food. Lloyd expresses his critique in his seed advertisements from the perspective of religion, and says:

In the past forty years, scientists have made repaid advances in this field of genetics. They have made many discoveries about DNA, and they have learned how to splice genes from one of God's creatures to another. They are now able to create novel life forms that have never before existed on God's earth. Scientists now appear to understand the innermost workings of Life, Itself. But do they? Is this something mankind can ever know? (105)

For Lloyd, life is sacred and only God can be the creator of life. Human beings are so self-righteous that they consider themselves as creators of life. However, the truth is, *"we are not gods. Scientists do not understand Life, Itself, and when they meddle in its Creation, they trespass on God's domain. Beware of the ungodly chimera they manufacture in their laboratories!"* (105). Unfortunately, people like the Seeds and Lloyd are only in the minority. Forced by the money-oriented market, corporations would like to give great impetus to genetically modified potato seeds, and the farmers are willing to plant genetically modified potato seeds for the sake of their health and income.

From the perspectives of sexuality and reproduction, Stacy Alaimo pinpoints that the offspring reproduced by genetic engineering *"are assembled via a conscious process of selection; there is little space for chance, random mutation, or the agency of material forces. Sex itself becomes a rather cerebral affair, as the various heterosexual pairs experience their pleasure not through touching each other, but through the mediation"* (2010: 148). In this sense, genetically modified potatoes have been deprived of their own agency, which obviously indicates that all embodied beings experience and are interfered with by human intentionality and rationality. In the novel, potatoes are planted entirely under human control to serve their own purpose. It is a presentation of human beings' control over nature. Nature, plants, and all other living beings are treated as passive and inert materials that are destined to be exploited and to be the servants of human beings. Therefore, potatoes in the novel become the victims of human tyranny over nature.

4. CONCLUSION

In *All Over Creation*, Ruth Ozeki stresses on the interconnection between human and the non-human nature and accomplishes her critique on modern society's ignorance and arrogance around the interconnected relationship. In the novel, she interweaves the interconnection with the issues of reproduction, race, and agribusiness, and presents a world of interconnection and launches her critique on the ideologies and behaviors in modern society

that ignore and destroy the interconnected relationship among all beings. To begin with, the novel reveals that both women's bodies and potatoes are treated as passive and inert materials by men, especially in terms of sexuality and reproduction. Bodies of female characters suffer from patriarchy's abuse of women's sexuality and reproduction. Yumi Fuller and Cassie Quinn are two female characters who become the target of men's sexual abuse or lose their freedom to decide over their own reproduction. Both of them have fathers who strongly desire control, and both suffer reproductive problems because of the interference of men and the hard conditions of life. Therefore, they lose their agency over their own bodies and become victims of men's oppression. Similar to the female bodies under the fate of anthropocentrism, genetically modified the Russet Burbank potatoes and NuLife potato seeds, which bring endless profits, are seen as symbols of thriving life and the sign of advanced technology by potato farmers. However, the truth is that the profits are gained at the cost of the potato's natural reproductive capacities. The so-called thriving life and NuLife potato seeds are just excuses for the manipulation of nature. Treating them as passive materials and transforming them artificially, human beings deprive the potato of its agency, victimizing them in specific and nature in general.

In conclusion, Ozeki criticizes the deeds of humans and calls for the emancipation of the bodies of both potatoes and women. From the perspective of material feminism, both human and non-human bodies are not passive and empty but have agency that is not aligned with human intentionality. However, in *All Over Creation*, potatoes are knowingly deprived of the right of sexual regeneration and are genetically modified in accordance with human will. Similarly, women are either considered an embodiment of Asian culture or a source of information and have no right to decide whether they can give birth to babies because of the control exercised by men. In sum, both potatoes and women are treated as passive matter, bereft of their agency over their bodies.

REFERENCES

- Agostino, A., Ashton, G. (2006). *A Patent World? Privatisation of Life and Knowledge*, Fanele, Johannesburg.
- Alaimo, S. (2010). *Bodily Natures: Science, Environment, And the Material Self*, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis.
- Alaimo S., Hekman, S. (2008). *Material Feminisms*, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis.
- Balsmeier, P. (2019). "Towards a Posthumanist Conceptualization of Society: Biotechnology in Margaret Atwood's *MaddAddam Trilogy* and Ruth Ozeki's *All Over Creation*", *Representations of Science in Twenty-First-Century Fiction*, (Ed. N. Engelhart and J. Hoydis), Palgrave Macmillan, London, 93-112.
- Barad, K. (2007). *Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning*, Duke University Press, Durham and London.
- Lang, J. (2001). *Notes of a Potatoe Watcher*, Texas A. M. University Press, Texas.
- Loots, L. (2007). "Women, Food and Biopolitics: Gender Debates for Southern Africa", *Agenda*, 21:73, 79-91.
- Ozeki, R. (2004). *All Over Creation*, Penguin Books, London.
- Parrinello, A. (2019). *Literary Eco-Resistance: Feminist Sustainable Practises in Margaret Atwood and Ruth Ozeki*. Master's Degree in European, American and Postcolonial Language and Literature. Università Ca' Foscari Venezia.
- Rouyan, A. (2015). "Radical Acts of Cultivation: Ecological Utopianism and Genetically Modified Organisms in Ruth Ozeki's *All Over Creation*", *Utopian Studies*, 26/1, 143-159.
- Stein, R. (2010) "Bad Seed: Imperiled Biological and Social Diversity in Ruth Ozeki's *All Over Creation*", *Postcolonial Green: Environmental Politics and World Narratives*, (Ed. B. Roos and A. Hunt), University of Virginia Press, Charlottesville and London, 177-196.
- Törnberg, A. (2013). "Resistance Matter(s). Resistance Studies and the Material Turn". *Resistance Studies Magazine*.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Pamukkale Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi



Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute

ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:17.06.2020 ✓Accepted/Kabul:26.08.2020

DOI:10.30794/pausbed.753992

Araştırma Makalesi/ Research Article

Buzlukçu, C. ve Avcı Kurt, C. "Yavaş Şehirlerde Yerel Halkın Yer Kimliği ve Topluluğa Bağlılıklarının Sürdürülebilir Turizm Tutumlarına Etkisi: Seferihisar'da Bir Araştırma", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 117-138.

YAVAŞ ŞEHİRLERDE YEREL HALKIN YER KİMLİĞİ VE TOPLULUĞA BAĞLILIKLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMLARINA ETKİSİ: SEFERİHİSAR'DA BİR ARAŞTIRMA*

Cemali BUZLUKÇU**, Cevdet AVCIKURT***

Öz

Yerel halk, bir bölgedeki turizm gelişiminden hem etkilenen hem de bu gelişim sürecini etkileyen bir unsurdur. Yerel halkın turizme yönelik olumlu algıları turizm gelişimine ve turistlere yönelik olumlu tutumlar doğururken, olumsuz algılar olumsuz tutumları beraberinde getirmektedir. Bu etkileşim ilgili alanyazında sosyal değişim teorisi, bütünleşik tehdit teorisi vb. gibi çeşitli kuramlar ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada ise yer kimliği ve topluluğa bağlılık yaklaşımları esas alınmıştır. Kimlik kuramına dayanarak geliştirilmiş olan bu faktörler, bireyin kimlik bileşenlerinin davranışları üzerinde etkili olduğunu ileri sürmektedir. Bu açıdan ele alındığında, bir bölgedeki turizm faaliyetlerinin o bölgede yaşayan bireylerin kimliği ile uyumlu olup olmadığı ve bu durumun turizme yönelik algı ve tutumlar üzerindeki etkisi incelenmesi gereken bir konudur. Buradan hareketle araştırmanın amacı yerel halkın yer kimliğinin ve topluluğa bağlılığının, sürdürülebilir turizm tutumu üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Seferihisar'da yaşayan ve kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilmiş 500 kişiden anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Veri toplama işlemi 2019 yılı Mayıs-Haziran ayları içerisinde yüz yüze görüşmeler sonucu gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonrası yerel halkın yer kimliğinin ve topluluğa bağlılığının sürdürülebilir turizme yönelik tutumları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bölgede gelişen turizm faaliyetlerinin yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılığını destekleyici veya zarar vermeyecek uygulamalarla yürütülmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılık, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Yerel Halk

THE EFFECT OF RESIDENTS' PLACE IDENTITY AND COMMUNITY ATTACHMENT ON SUSTAINABLE TOURISM ATTITUDE IN CITTASLOWS: A RESEARCH IN SEFERİHİSAR

Abstract

Resident appear as a factor that is both affected by the tourism development in a region and affects this development process. While the positive perceptions of the local people towards tourism give rise to positive attitudes towards tourism development and tourists, negative perceptions bring along negative attitudes. It has been tried to be explained with various theories such as social change theory, integrated threat theory, etc. In this study, place identity and community loyalty approaches are taken as basis. In this study, developed on the basis of identity theory, suggest that the individual has an impact on the behavior of identity components. From this point of view, whether tourism activities developing in a region are compatible with the identity of the individuals living in that region and the effect of this situation on the perceptions and attitudes towards tourism is an issue to be examined. From this point of view, the aim of the research is to reveal the effect of local people's place identity and commitment to the community on sustainable tourism attitude. Data were collected from 500 people living in

*Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi BAP tarafından 2018/100 nolu proje ile desteklenmiş "Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, BALIKESİR
e-posta: cemalibuzlukcu@balikesir.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-6207-5735>)

***Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, BALIKESİR
e-posta: avcikurt@balikesir.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-9169-9763>)

Seferihisar and identified by convenience sampling using the survey technique. Data collection was carried out in May-June 2019 by face-to-face interviews. After the analyzes, it has been determined that the local people's commitment to the place identity and community has a significant effect on their attitudes towards sustainable tourism. It is recommended that the tourism activities developing in the region be carried out with practices that support or do not harm the local people's place identity and their loyalty to the community.

Key Words: *Place Identity, Community Attachment, Sustainable Tourism Attitude, Resident.*

1. GİRİŞ

İnsanlığın içinde bulunduğu teknolojik, kültürel ve sosyal dönüşüm ve değişimler bireyleri yalnızlaştırmakta, toplumdan uzak atomize birer insan haline getirmektedir (Yazıcı, 2019). Küreselleşme ve kapitalizmin toplumsal hayat üzerindeki azımsanmayacak etkileri de bu sonuçların doğmasını güçlendirmektedir (Tümtaş ve Ergun, 2016). Özellikle şehirler, kasabalar ve köyler zamanın yarattığı baş döndürücü hız ayak uydurmaya çalışmakta ve bunun sonucu olarak birçok toplumda mahalle ilişkileri ve hatta komşuluk ilişkileri en alt seviyelere inmiş durumdadır. Şehirlerin küresel düzen içerisinde birbirine benzeyen yapılar ve mekanlarla dolmaya başladığı da söylenebilir (Keskin, 2012: 85). Birey içerisinde bulunduğu toplum, kültür ve sosyal ilişkilerden ayrı düşünülemez. Bundan dolayı sosyal ilişkilerin neredeyse yok olduğu bu şehirlerde yaşayan birey için yer kimliğinden ve topluluğa bağlılıktan söz etmek de güçleşecektir (Fried, 2000). İşte bu noktada yavaş şehir (cittaslow) olgusu farklı bir anlayışla ortaya çıkmakta ve yerel kimliğin ve kültürün korunmasını ve bunun sürdürülebilir bir anlayışla yürütülmesini savunmaktadır.

Yavaş şehirler birer turistik ürün olarak ortaya çıkmaya da sahip olduğu turistik ürün niteliklerine benzer özellikler ve zaman içerisinde turistlerin artan ilgisiyle birlikte ziyaret edilen birer destinasyon olmuşlardır. Son zamanlarda yavaş şehirlerin birer marka haline dönüşmesiyle birlikte, özellikle kıyı şeridinde yer alan yavaş şehirlerin yaz dönemlerinde yoğun ziyaretçi akınına uğradığı görülmektedir (Yüksel, Funda, Kılıç ve Akçay, 2020). Seferihisar da bunlardan biridir. Seferihisar, Türkiye'nin ilk yavaş şehri olma özelliğine sahiptir. 2009 yılında yavaş şehir unvanı alan Seferihisar'ın bu özelliği ile birlikte kent kimliğini koruyan, yerel halkın bölgedeki gelişmelerde söz sahibi olduğu, toplumsal kalkınmayı önemseyen ve turizmin sürdürülebilir bir felsefe ile yürütüldüğü bir kent olması beklenmektedir. Böylece, bölgede yürütülen turizm faaliyetlerinin o bölgeye zarar vermediği, aksine bölge kültürünü ve kimliğini koruyucu yönde çalışmalarla desteklemiş olması gerekmektedir. Bu noktada yerel halkın turizme yönelik fayda temelli yaklaşımının dışında, yer kimliği ve topluluğa bağlılık algılarının turizm faaliyetlerine yönelik tutumları üzerinde ne düzeyde etkili olduğu araştırılmak istenen konuların başında gelmekte ve bu algıların araştırılmasının Seferihisar'ın da sahip olduğu yavaş şehir felsefesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktada, yavaş şehir felsefesinin yerel kimliği koruyup, toplumsal etkileşimi olumlu yönde geliştirmesi ile turizmin yaratacağı olumsuz etkiler arasında ince bir çizgi bulunmaktadır. Çalışmada; bu çıkış noktasından hareketle Seferihisar'da yaşayan yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı ve sürdürülebilir turizm tutumları arasındaki ilişki incelenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yer Kimliği

Yer, insanların deneyimleri ve düşünceleri ile anlamlı bir alana dönüştürülmüş bir dizi mekandır. İnsanlar, mekanları sembolik anlamların merkezi haline getirir ve mekanları sembolik manzaralara dönüştürür. Zaman içerisinde bu anlamlar yerel uygulamalar ve ritüeller yoluyla kabul edilir ve pekiştirilir (Brown ve Perkins, 1992). Yerin anlamı, bireyler için önemi ve bireylerin günlük yaşamlarındaki rolü ile ilgilidir (Gustafson, 2001). Yer ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar, insanların yerler üzerinden kendilerini tanımladığını ve böylece bir yer kimliği geliştirdiğini göstermiştir (Greider ve Garkovich, 1994). Böyle bir kimlik, fiziksel dünya hakkındaki belirli değerlerden, tutumlardan, inançlardan ve bu ortamla doğrudan gerçekleştirilen deneyimlerden doğar (Proshansky vd. 1983: 62).

Yer kimliği, birçok farklı disiplin için mekan ve kimlik arasındaki ilişkiyi inceleyen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kavramın anlam kazanması, sosyal psikolojinin bir alt dalı olan çevre psikolojisi alanında 1970'li

yıllardan sonra yoğunluk kazanan araştırmalara dayanmaktadır (Göregenli, 2010). 1970'li yıllara kadar; bireyin benliğinin ve benlikle yakından ilgili kimlik ve kişilik gibi diğer unsurların oluşmasında fiziksel çevrenin etkisi neredeyse göz ardı edilmiştir. Bunun sebepleri arasında; psikoloji biliminin çalışma alanlarının bu yıllara kadar daha çok klinik ortamlarda sıkışıp kalması, bireyin diğer faktörlerle etkileşimini dikkate almaması gösterilebilir (Türksoy, 1986).

Proshansky (1978), Proshansky vd. (1983) ve Proshansky vd.'nin (1987) yer kimliğini benlik teorisine dayandırarak ele aldıkları çalışmaları ile bu kavramın kuramsal temelleri de atılmıştır. Bu çalışmalarda yer kimliği, insanın doğal ve yapılandırılmış çevreyle, fiziksel dünyayla ve diğer insanlarla ilişkilerinde tercihleri, beklentileri, duyguları, değerleri ve inançları tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini yapısında birleştiren karmaşık bir örüntü olarak tanımlanmıştır. Yani yer kimliği teorisi bireyin belirli bir fiziksel alanın üyesi olmaktan kaynaklı oluşan benliğine işaret eder. Breakwell (1986) ise, kimlik süreci teorisi olarak adlandırdığı teoride, yerlerin kimliği oluşturan önemli unsurlardan biri olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre, ait olduğumuz yerlere bağlı olarak kimliğin farklı yönleri ortaya çıkar, çünkü yerler bizim için anlamı ve önemi olan sembollere sahiptir. Yerler kişisel hatıraları temsil etmekle birlikte, gruplar arası ilişkilerde sosyal ve tarihsel olarak da mevcuttur, yani toplumun sosyal anılarını da temsil eder.

Breakwell (1986, 2001), kimlik süreci teorisinde dört temel boyuttan bahseder. Bunlar ayırt edicilik veya benzersiz olma, süreklilik-devamlılık, benlik saygısı ve öz-yeterlidir. İlk boyutta kişisel bir ayırt edicilik veya benzersiz olma duygusunun kurulması gerektiği ileri sürülür. Buna göre ayırt edici özelliklerin vurgulanması bireylerin sosyal kimliğini tanımlaması için temel bir unsurdur. Örneğin, kültürel ve fiziksel olarak benzersiz bir mekanda yaşayan halkın, bu mekana diğer mekanlara göre daha fazla aidiyet duyacağı ileri sürülmektedir. İkinci boyut olan süreklilik-devamlılıkta, bir yerin fiziki ve işlevsel niteliklerinin bu yere bağlılık derecesini etkileyeceğinden bahsedilir. Benlik saygısı boyutunda ise, bireyin kendisini ait hissettiği grupla ilgili yapmış olduğu değerlendirmeler ön plana çıkar. Bu aidiyet bir yer ile ilişkili olarak değerlendirildiğinde, o yerin niteliklerinin benlik saygısını desteklediği ifade edilebilir. Örneğin, tarihi olarak önemli bir destinasyonda yaşamak, oradaki topluluğa ait olduğunu hissetmek, bireylerde gurur duyma hissini açığa çıkarabilir. Kısaca bir yerin niteliklerine bağlı olarak o yere ait olma duygusu, bireyde olumlu bir benlik saygısı oluşturabileceği gibi, yine ait olunan yerin niteliklerine bağlı olarak bireyde olumsuz duygular oluşturması ise memnuniyetsizliğe sebep olabilmektedir. Son olarak öz-yeterlik, yaşanılan yerin, bireyin çeşitli durumlarda oluşan taleplerine karşılık verebilme yeterliğine olan inancını ifade etmektedir. Yaşanılan yerlerin bireylerin yaşam biçimlerini desteklemesi veya en azından engellememesi öz yeterlik duygusunun korunmasını sağlayabilmektedir.

Lalli (1992: 294-295) ise, yapmış olduğu çalışmada, kent kimliğini 5 boyutlu olarak ele almıştır. Bunlar, karşılaştırma, aidiyet, geçmiş, aşinalık ve bağlılıktır. Karşılaştırma, kentte yaşayan bireylerin kendi şehirleri ile diğerler şehirler arasında, şehrin algılanan biricik özellikleri ve karakterine bağlı olarak yapmış oldukları kıyaslamayı ifade etmektedir. İkinci boyut olan aidiyet, daha öznel ifadeleri bünyesinde barındırır ve bireyin şehirdeyken kendini evindeymiş gibi hissetme durumunu ölçmeyi amaçlar. Bunu yaparken de literatürde sıklıkla bahsi geçen ait hissetme ve köklülük kavramlarına vurgu yapar. Geçmiş boyutu ise, kentsel çevrenin öznel süreklilik duygusuna vurgu yapar. Bireyin yaşadığı kente dair kişisel deneyimlerinin sembolleştirilmesi ve kendi geçmişi ile yaşadığı kentin biyografisi arasında bir bağ kurulmasını ifade eder. Üçüncü boyut olan aşinalık, şehirdeki günlük deneyimlerin etkilerini kapsar. Bireyin kentsel ortamda gerçekleştirdiği eylemlerinin sonucu olarak kente aşina olduğu varsayılmaktadır. Son olarak bağlılık, kentin bireyin kişisel geleceği için algılanan önemini ve orada kalma isteğini taahhüt eder.

İnsan ve mekan arasında yaşanan etkileşimin farklı perspektiflerden ve farklı kavramlarla açıklandığı çalışmalara da rastlamak mümkündür. Fakat kavramların çoğunun benzer anlamlar içerdiği söylenebilir. Bu etkileşimin tanımlanmasında kullanılan en yaygın kavramlar; yer kimliği (Proshansky, 1978; Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983; Proshansky ve Fabian, 1987; Twigger-Ross ve Uzzell, 1996), kent kimliği (Lalli, 1992), yer aidiyeti (Low ve Altman, 1992), yer bağlılığı (Kyle, Graefe ve Manning, 2005), kökleşme (Relph, 1976; Tuan, 1974), yer belleği (Lewicka, 2011) ve yer bağlarıdır (Hammitt, Backlund ve Bixler, 2004). Kimi araştırmalarda yer kimliği ve yer bağlılığını içeren iki boyutlu yer aidiyeti yapısı görülmektedir (Bricker ve Kerstetter, 2000; Kyle, Absher ve Graefe, 2003; Williams ve Vaske, 2003; Williams, Patterson, Roggenbuck ve Watson, 1992). Sosyal bağların

yer aidiyetinin üçüncü bir bileşeni olarak kabul edildiği çalışmalara da rastlamak mümkündür (Kyle ve diğerleri, 2005). Bir başka çalışmada ise; yer aidiyeti, yer kimliği ve yer bağlılığının; tutumun üç boyutu olan duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarla kavramsal olarak benzer olduğu ileri sürülmüştür. Bu yapıya yer hissi veya yer temelli duygular adı verilmiştir (Jorgensen ve Stedman, 2001; Yüksel, Yüksel ve Bilim, 2010; Chen ve Phou, 2013). Bu çalışmalarda bahsi geçen yer kavramı; bir evi, daireyi, sosyal bağların bulunduğu bir mahalleyi, iş yerini veya diğer ilgili fiziksel ortamları tanımlamaktadır. Aynı zamanda bu bakış açılarının ortak noktası kişinin fiziki bir çevre ile olan ilişkisinin esasen bu yerlerle arasında geçen somut deneyimlerden kaynaklandığının kabul edilmesidir. Bu yerler birey tarafından doğrudan tecrübe edilebilecek ve kendisi için öznel olarak anlamlı olan yerlerdir.

2.2. Topluluğa Bağlılık

Göregenli, Karakuş, Kösten ve Umuroğlu'na (2014: 5) göre, *“Mekana bağlılık ve aidiyet duygusu tek taraflı bireysel bir oluşum değildir; kişiler, kimlikler ve mekanlar arasındaki karşılıklı etkileşim kolektif bir oluşumu gerektirmektedir. Bu bağlamda mahalleye kıyasla daha geniş bir mekan ölçeği olarak kente bağlılığın anlaşılması, kent kimliği ve topluluğa bağlılık duygusu kavramlarının birlikte düşünülmesini zorunlu kılmaktadır”*. Bundan dolayı bu araştırmada hem yer kimliği hem de topluluğa bağlılığın bir arada yer aldığı söylenebilir. Kasarda ve Janowitz (1974), topluluğu kendi yaşam döngüsü ve ekolojisi olan, kurumsal ve normatif boyutlara sahip bir sosyal yapı olarak tanımlamaktadır. Bu sosyal yapı; aile hayatına ve toplumsallaşma süreçlerine dayanan karmaşık bir arkadaşlık, dostluk ve akrabalık ağı sistemi ve resmi ve gayri resmi ilişkisel bağlar olarak görülmektedir. Topluluk kavramı, fiziksel çevrenin, sosyal bağların, sembolik anlamların ve kültürel mirasın yer aldığı birtakım iç içe geçmiş olgulara atıfta bulunurken, yer kavramı daha çok fiziksel çevreyi ön plana çıkarır. Topluluk kavramı, fiziksel unsurları, bir coğrafi mekanı anlamlı ve yaşanabilir hale getirmek için diğer olgularla bütünleştirir. Bu açıdan bakıldığında topluluk, yer kavramını bünyesinde barındırmaktadır (Mannarini, Tartaglia, Fedi ve Greganti, 2006).

Topluluğa bağlılık kavramı, bir toplumda yaşayan bireyler arasındaki sosyal ilişkileri esas almaktadır (Brehm, Eisenhauer ve Krannich, 2004). Başka bir ifadeyle bir toplumda yaşayan bireylerin diğer bireylerle olan ilişkilerini ve bireyin topluma sosyal anlamda katılmasını ve toplumla bütünleşmesini ifade etmektedir (McCool ve Martin, 1994). Bireylerin toplumsal ve sosyal iletişimlere girerek yaşadıkları yere olan bağlılığını sağlayan unsurlara gelenekler, aile bağları, ekonomik, sosyal ve politik bağlar örnek verilebilir (Trentelman, 2009). Bununla birlikte bireylerin topluluğa bağlılığı genellikle o toplumda yaşama süresi ve topluluğun bulunduğu coğrafyada doğmuş olmakla yani ortak bir mirasa sahip olmakla da ilişkilendirilmektedir (Um ve Crompton, 1987).

Topluluğa bağlılık üzerine yapılan çalışmalarda bir yere aidiyet, bireylerin, orada yaşayanlara ve yerin onlara sağladığı sosyal etkileşimlere bağlanması anlamına gelmektedir (Woldoff, 2002). Lalli'de (1992), mekansal bağların büyük ölçüde önem kazandığını, çünkü sosyal bağları sembolize ettiğini belirtmiştir. Dolayısıyla, sosyal bağların bir kısmı, bireylerin yaşadıkları yerlerde etkileşimde buldukları diğer insanlara bağlanma ve bir kısmı da mekanın temsil ettiği sosyal gruba bağlanmayı içerir. Bu tür bir bağlanma ve yerin bir kişinin sosyal grubunu sembolize ettiğinin kabulü yer kimliği ile yakından ilişkilidir.

2.3. Sürdürülebilir Turizm Tutumu

Sürdürülebilirlik, bir toplumun, eko sistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden veya sistemin yaşamsal bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Murphy, 1994). Sürdürülebilirlik anlayışının yansımalarını turizm alanında da görmek mümkündür. Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizm kavramını; ziyaretçilerin, turizm endüstrisinin, fiziksel çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan bir anlayış olarak tanımlamıştır (UNWTO, 2019). Sürdürülebilir turizm yalnızca çevrenin korunması olarak değerlendirilmemektedir. Aynı zamanda uzun dönemli ekonomik istikrar ve toplumsal gerçekliklerle de ilişkilidir. Sürdürülebilir turizm, turizm sektörü ile turist, çevre ve yerel halk arasındaki karmaşık ilişkilerden dolayı meydana gelen gerginlik ve sürtüşmenin azaltılmasını amaçlayan olumlu bir yaklaşıma sahiptir. Hem doğal hem de insan kaynaklarının kalitesi ve daha uzun süre devamlılığını sağlamak için çalışan bir yaklaşımdır (Bramwell ve Lane, 1993: 2). Sürdürülebilir turizm ile turistik çekicilikleri oluşturan doğal, tarihi, kültürel ve diğer kaynakların korunması, taşıma kapasitesi dikkate alınarak bölgeye gelen

ziyaretçi sayısının kontrol altında tutulması, yerel ekonomiye katkıda bulunulması, yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki etkileşim sonucu karşılıklı hoşgörünün sağlanması ve önyargıların azaltılması mümkündür (Bramwell ve Sharman, 2000: 21).

Sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde yerel halkın önemi göz ardı edilemez. Çünkü yerel halk, ev sahibi topluluk olarak bölgelerinde meydana gelen gelişmelerden doğrudan etkilenir (Gürsoy ve Rutherford, 2004). Aynı zamanda destinasyondaki turistik çekiciliklerin bir kısmını üreten, kaynakları kullanan ve yok etmeden gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayacak olan da yine yerel halkın kendisidir. Bu açıdan bakıldığında yerel halk, turizm gelişim sürecinden hem etkilenen hem de etkileyen konumundadır. Bununla birlikte bir destinasyonda gelişim gösteren turizm faaliyetlerine yönelik yerel halkın sergilediği tutumlar da onların sürdürülebilir turizm açısından ne kadar önemli bir paydaş olduğunu belirleyen bir diğer unsurdur. Dolayısıyla turizmin sürdürülebilir gelişimi, büyük ölçüde, diğer bileşenlerin yanı sıra, turizmin yerel topluluklar üzerindeki etkilerini azaltan stratejiler kullanarak olumsuz sonuçları en aza indirecek iyi bir planlama ve yönetim sistemine dayanmaktadır (Faulkner ve Tideswell, 1997).

Sürdürülebilir turizm anlayışında yerel halkın önemli bir faktör olduğunun kanıtlarından biri de, turistlerin beklentilerinde yatmaktadır. Turistler için yerel insanlarla tanışmak, yerel toplumun örf, adet ve geleneklerine doğrudan şahit olmak ve dünyayı onların gözüyle görmek, eşsiz bir deneyimi beraberinde getirir. Yerel halkla turistler arasında meydana gelen bu etkileşim, turistin seyahatini daha değerli hale dönüştürebilir. Ayrıca, turistlerin hangi beklentilerle kendi bölgelerini ziyaret ettiklerinin farkına varan yerel halk, bu beklentileri karşılayacak turistik çekicilikleri oluşturan kültürel değerler ve ekolojik sistem gibi unsurlara sahip çıkma eğiliminde olurlar. Yaşadıkları destinasyonda meydana gelebilecek aşırı gelişme sonucu; atık, trafik ve su gibi altyapı sorunlarına yönelik tedbir almaya başlayabilir ve bölgedeki flora ve faunanın korunması adına çeşitli faaliyetlerde bulunabilirler (Hichcock, 1999). Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumları farklı biçimlerde meydana gelebilmektedir. Yerel halkla işbirliği içerisinde yürütülen, onların yaşam alanlarına zarar vermeyecek faaliyetlere karşı olumlu tutum sergilerken (Bramwell ve Sharman, 2000); sosyal, ekonomik ve çevresel maliyetlerin arttığı bir ortamda yerel halkın turizme yönelik tutumunun olumsuz olması beklenmektedir (Ap, 1992).

İlgili alanyazında yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyen çeşitli faktörler bulunduğu görülmektedir. Bunlar; yerel halkın demografik özellikleri (Brougham ve Butler, 1981; Korça, 1998), turist davranışları ve yerel halkın turist davranışlarını algılama düzeyi (Williams, 2002; Doğan, 2004), yöreyi ziyaret eden turist sayısı (Faulkner ve Tideswell, 1997), yerel halkın kültür, sosyal yapı, değerler vb. özellikleri (Chen, 2000; Iroegbu and Chen, 2001), yerel halkın turistlerle iletişim düzeyi (Belisle ve Hoy, 1980), yerel halkın destinasyonda yaşama süresi (Cavus ve Tanrısevdi, 2002; Um ve Crompton, 1987; Liu, Sheldon ve Var, 1987; McCool ve Martin, 1994), turizmden ekonomik fayda sağlama (Allen, Long, Perdue ve Kieselbach, 1988; Jurowski, Uysal ve Williams, 1997; Sirakaya, Teye ve Sonmez, 2002) ve turistik merkeze yakın veya uzak ikamet etmeleri (Jurowski ve Gürsoy, 2004) olarak sıralanabilir. Bunların dışında topluluğa bağlılık ve yer kimliği gibi faktörlerin de yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkileyebileceği yapılan araştırmalarla ortaya çıkarılmıştır (Wang ve Xu, 2015; Wang, 2016).

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Yer kimliği üzerine yapılan çalışmaların; kent, mahalle, ev gibi yaşam çevrelerine ve park, yapay göletler vb. gibi doğal çevre ve rekreasyon alanlarına veya kutsal mekanlar, iş yerleri, sanal mekanlar gibi diğer mekansal ölçekler (Lalli, 1992; Qingjiu ve Maliki, 2013; Karakuş, 2014; Lee, Yap ve Levy, 2016; Bernardo ve Palma-Oliveira, 2016) dikkate alınarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun dışında göçmenlerin göç ettikleri bölgelere yönelik tutumları (Fried, 1982; Green, 2005; Hernandez, Hidalgo, Salazar-Laplace ve Hess, 2007; Liu, 2015) veya bir yerde yaşayan farklı etnik grupların oraya yönelik algılarının (Mazumdar, Mazumdar, Docuyan, McLaughlin, 2000; Karakuş, Göregenli, Umuroğlu, 2014) konu edildiği araştırmalar mevcuttur. Bununla birlikte turizm alanında yer kimliği üzerine yapılan az da olsa çalışmalar mevcuttur. Örneğin; Hallak, Brown ve Lindsay (2012), yer kimliğinin turizm işletmesi sahiplerinin girişimcilik performansı üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Buna göre, turizm girişimcilerinin yer kimliğinin girişimci öz-yeterlik ($\beta=0,39$; $p<0,05$) ve toplum için destek ($\beta=0,35$; $p<0,05$) üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Cheng ve Wu (2015); yer aidiyeti, çevresel

bilgi ve çevreye duyarlı davranışları bütünleştirerek sürdürülebilir bir ada turizmi geliştirme modeli oluşturmayı amaçlamışlardır. Penghu Adaları'nda yapılan araştırmanın sonuçları, turistlerin ada hakkındaki çevresel bilgilerinin çevresel duyarlılığı yüksek derecede etkilediğini ($\beta=0,64$; $p<0,001$) göstermektedir. Bununla birlikte turistlerin ada turizmi için sahip olduğu çevresel duyarlılık, yer aidiyetini ($\beta=0,60$; $p<0,001$) etkilemektedir. Penghu'nun turistler tarafından algılanan yer aidiyeti derecesi, çevreye duyarlı davranışı da olumlu yönde ($\beta=0,45$; $p<0,001$) etkilemektedir.

Stylidis (2018), yerel halkın turizme yönelik tutumlarını yer aidiyeti ve yerin algılanan imajı üzerinden incelemiş ve bir model önerisi sunmuştur. Buna göre, yer aidiyetinin yerin algılanan imajını ($\beta=0,41$; $p<0,001$) ve yerin algılanan imajının da turizmin algılanan etkilerini ($\beta=0,74$; $p<0,001$) olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ginting ve Wahid (2017) ise, kültürel miras turizminde yer kimliğinin önemini incelemişlerdir. Buna göre, kültürel mirası meydana getiren tarihi binalar ile bireylerin yer kimliği arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tarihi binaların birer sembol olarak varlığı, bireylerin yer kimliği algılarını güçlendirmekte ve bu destinasyona benzersiz bir şekilde bağlılık göstermelerini sağlamaktadır. Ginting, Rahman ve Nasution (2018), Endonezya'nın Karo Regency bölgesinde yer alan beş turistik destinasyonda yaptıkları araştırmada; sektör temsilcileri, yerel yönetimler ve akademisyenlerle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte, yerel halk ve bölgeyi ziyaret eden turistlerin yer kimliği düzeyleri de incelemiş ve buna bağlı olarak bir turizm gelişim programı önerisinde bulunulmuştur. Ayırt edilebilirlik (\bar{x} : 3,18) ve benlik saygısı (\bar{x} : 3,22) en güçlü yer kimliği öğeleri olarak bulunurken, süreklilik (\bar{x} : 3,16) ve öz yeterlilik (\bar{x} : 3,16) en zayıf boyutlar olarak tespit edilmiştir. Fakat yer kimliği düzeyinin genel olarak düşük olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte yer kimliği düzeyinin düşük olmasının turistlerin bölgedeki geceleme sayılarını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Wang ve Xu (2015), Çin'in güney bölgesinde yer alan Zhuhai kentinde yaşayan yerel halkın turizme yönelik tutumlarını Breakwell'in (1986) ortaya koyduğu dört boyutlu (ayırt edilebilirlik, süreklilik, benlik saygısı ve öz yeterlilik) yer kimliği modeli üzerinden incelemiştir. Yerel halk turizm ilişkisini konu edinen araştırmalarda, yerel halkın turizme yönelik tutumlarının tespitinde daha çok sosyal değişim teorisinin kullanılmasına rağmen, bu araştırma yerel halkın turizme yönelik tutumlarını yer kimliği bakış açısıyla ele almıştır. Yer kimliğinin alt boyutları ile turizmin olumlu olumsuz etkilerine yönelik tutumlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Yerel halkın bölgelerinde turizm gelişimini desteklemelerine yönelik tutumları ile turizmin etkileri arasında anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Sonuç olarak yerel halkın yalnızca turizmden sağladığı çıkarlarla hareket etmediği, bölgedeki turizm faaliyetlerinin yerel halkın kimliği ile uyumlu olmasının da önemli olduğuna vurgu yapılmıştır.

Yerel halkın turizme yönelik tutumlarında yer kimliğinin etkisinin incelendiği bir diğer çalışma ise Wang ve Chen (2015) tarafından, Amerika Birleşik Devletleri'nin Indianapolis eyaletinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, yerel halkın yer temelli benlik saygısının turizme yönelik olumlu ($\beta=0,42$; $p<0,001$) ve olumsuz ($\beta=-0,28$; $p<0,001$) tutumlarda ve yerel halkın öz yeterliliğinin turizme yönelik olumlu ($\beta=-0,23$; $p<0,001$) ve olumsuz ($\beta=0,50$; $p<0,001$) tutumlarda etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, destinasyondaki ikamet süresinin yer kimliği ve turizme yönelik olumlu ve olumsuz tutum arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynadığı görülmüştür. Araştırmacılar, yer kimliği ve sosyal değişim teorisinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğunu ve her ikisinin de yerel halk turizm etkileşiminin değerlendirilmesinde kullanılmasını önermiştir.

Yerel halkın mekana bağlılık ve topluluğa bağlılıklarının, kültürel mirasa yönelik algı ve korumaya yönelik tutumları ile ilişkisinin incelendiği bir diğer araştırmada ise (İşçi, Güzel ve Ataberk, 2018), mekana bağlılık yer kimliği ile eşdeğer bir kavram olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak ele alınan bağlılık, algı ve tutum kavramları arasındaki ilişkinin güçlü olduğu ortaya çıkarılmıştır. Diğer bir ifade ile bağlılık kavramının kültürel mirasa yönelik pozitif algının ve kültürel mirasın korunmasına yönelik tutumun önemli öncülleri olduğu ortaya çıkarılmıştır.

4. HİPOTEZLER

Yer kimliğinin; bireysel benliğin, sosyal kimliklerin ve yer temelli algıların da katkısıyla birlikte, bireyin yaşadığı fiziksel çevre ile kurulan ilişkiler boyunca oluşan karmaşık deneyimlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Göregenli vd., 2014: 76). Burada vurgulanan karmaşık deneyimler, yalnızca yaşanan yerin deneyimlenmesi sonucu oluşan çevresel bir algıyı değil aynı zamanda kişi, grup, topluluk ya da alt kültürler düzeyinde öznel ve bağlamsal bir sürekliliği ifade etmektedir (Göregenli, 2010). Yani bireyin içinde yaşadığı toplulukla olan ilişkisi de

yer kimliğinin oluşmasında bir etken olarak düşünülebilir. Kimlik ve çeşitli düzeylerde (mahalle, kasaba, kent, ulus vb.) topluluğa bağlılık ile ilgili gerçekleştirilen ampirik çalışmaların sonuçlarında da her iki olgunun birbiriyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Bonaiuto, Breakwell ve Cano, 1996; Rollero ve De Piccoli, 2010; Göregenli vd. 2014; Meloni, Fornara ve Carrus, 2019). Buradan hareketle aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H1: Yerel halkın yer kimliği algısının topluluğa bağlılıkları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

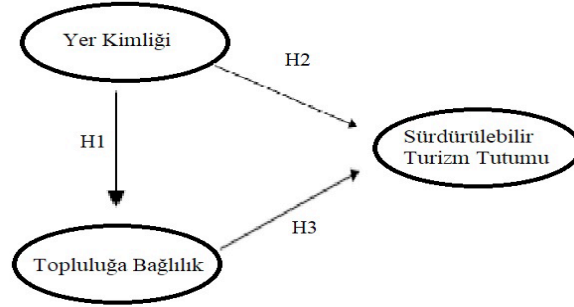
Wang ve Xu (2015), yer kimliği ile yerel halkın turizme yönelik tutumları arasında anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir. Bununla birlikte turistlerin algıladıkları yer aidiyetinin tekrar ziyaret etme niyeti (Silva ve Correia, 2017) ve ağızdan ağza iletişim (Chen, Dwyer ve Firth, 2014) üzerinde etkileri olduğu ortaya koyulmuştur. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H2: Yerel halkın yer kimliği algısının sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

Yer aidiyetine benzer şekilde, topluluğa bağlılığın da turizme yönelik tutumlar üzerinde etkili olduğunu tespit eden araştırmalar mevcuttur (McCool ve Martin, 1994; Tsai ve Shiue, 2010). Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H3: Yerel halkın topluluğa bağlılığının sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

İlgili alanyazına dayanarak oluşturulmuş hipotezleri gösteren simgesel model Şekil 1’de belirtilmiştir. Bu hipotezleri test etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.



Şekil 1: Simgesel Model

5. YÖNTEM

Bu araştırmada yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumlarında yer kimliği ve topluluğa bağlılığın etkisi incelenmiştir. Araştırma alanı olarak İzmir ili Seferihisar ilçesi seçilmiştir. Detaylı bir ilgili alanyazın taraması yapıldıktan sonra araştırmada kullanılacak olan anket formu oluşturulmuştur. Katılımcıların yer kimliği düzeyini ölçmek amacıyla, Kent Kimliği Ölçeği (Lalli, 1992) kullanılmıştır. Bu ölçeğin, Göregenli (2010: 189- 190) tarafından Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Ölçek 5 boyut (karşılaştırma, aidiyet, geçmiş, aşinalık ve bağlılık) ve 20 maddeden meydana gelmektedir. Katılımcıların topluluğa bağlılık düzeylerini belirlemek amacıyla ise, İşçi vd. (2018), Nicholas, Thapa ve Ko’dan (2009) Türkçeye uyarladıkları topluluğa bağlılık ölçeği tercih edilmiştir. Bu ölçek tek boyutlu ve 4 maddedir. Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumunu ölçmeyi amaçlayan Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği (SUS-TAS) ise, Ribeiro, Pinto, Silva ve Woosnam (2017) tarafından orijinalinden revize edilmiş ve daha az maddeye indirilmiş bir ölçektir. Ölçek 7 boyut (çevresel sürdürülebilirlik, uzun dönem planlama, algılanan ekonomik fayda, ziyaretçi memnuniyeti, toplum katılımının maksimizasyonu, algılanan sosyal maliyetler ve toplum merkezli ekonomi) ve 21 maddedir. Bu ölçekler daha önceki çalışmalarda güvenilirliği ve geçerliği sağlanmış ölçeklerdir. Ölçek maddelerinin tepki kategorileri, 5’li Likert derecelemesinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum,.....,5-Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmıştır.

Yavaş şehirlerde yaşanan yerel halk bu çalışmanın genel evrenini oluştururken, Seferihisar’da yaşayan yerel halk çalışma evrenini temsil etmektedir. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak ise olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Saha araştırması Seferihisar ilçe

merkezi ile diğer turistik mahallelerde yoğunlaştırılmıştır. 2018 yılı istatistiklerine göre Seferihisar nüfusunun 43 bin 546 kişi olduğu tespit edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2019). Buna göre 383 verinin örneklem yeterliğini sağlayabileceği kabul edilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50; Ural ve Kılıç, 2013: 47). Fakat eksik ve hatalı sonuçlar çıkabilmesi ihtimaline karşın Seferihisar’da yaşayan toplam 500 kişiden veri toplanmasına karar verilmiştir. Veri toplama sürecine geçmeden önce pilot uygulama yapılmıştır. 27-28 Nisan 2019 tarihinde, araştırmacılar tarafından Seferihisar’da yaşayan 55 kişi ile yüz yüze gerçekleşen görüşmeler sonucu toplanan verilerin güvenilirlik ve geçerlikleri incelenmiştir. Buna göre, tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,30’dan büyük olduğu ve yapı geçerliğini bozacak maddenin bulunmadığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte, ölçeklerin güvenilirlik analizleri sonucu Cronbach’ın alfa katsayılarının 0,70 üzerinde olduğu ve madde toplam korelasyon katsayılarının 0,30’dan büyük olduğu tespit edilmiştir. Anket, 2019 yılı Mayıs-Haziran ayları içerisinde profesyonel anketörler tarafından Seferihisar’da yaşayan yerel halka uygulanmıştır.

Ortalama değerleri önemli ölçüde etkileyebilecek (İslamoğlu ve Alınacı, 2014: 262) uç ve aykırı değerleri kontrol etmek amacıyla kutu grafiğinden (box-plot) yararlanılmıştır. Hatalı, eksik ve uç değer olduğu gözlenen 15 anket formu veri setinden çıkarılmış, analizlere 485 anket ile devam edilmiştir. Daha sonra veri setinin parametrik analizlere uygunluğu kontrol edilmiştir. Konuya ilişkin ilgili alanyazında farklı testlerin kullanıldığı görülmektedir. Yazıcı ve Yolacan’ın (2007: 175) da belirttiği gibi, araştırmacılar verilerin normal dağılıma uygunluğunu tespit etmeye yarayan yaklaşık 40 farklı test geliştirmişlerdir. Fakat bunlar içerisinde en fazla kullanılan ve kabul görenleri; Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk ve Varyansların Homojenliği (Levene Test) gibi testlerdir. Bunların dışında verilerin normalliği, Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) katsayıları ile de değerlendirilebilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 79; Büyüköztürk, 2017: 480). Basıklık çarpıklık değerlerinin kabul edilebilir seviyeleri ile ilgili de farklı görüşler olduğu anlaşılmaktadır. Bu katsayıların ± 2 değerleri arasında olması gerektiğini ileri süren araştırmalar (Kunnan, 1998: 313) olduğu gibi, çarpıklık değerinin ± 3 , basıklık değerinin ise ± 10 arasında bir değer alması gerektiğini belirten araştırmalar da (Kline, 1998: 77) bulunmaktadır. Bu araştırmada çarpıklık değerinin +1,969 ile -1,869, basıklık değerinin ise +4,807 ile -1,536 değerleri arasında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu açıklamalar doğrultusunda araştırmada kullanılan verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin verilerin normal dağılıma uygun olduğu kabul tespit edilmiş ve analizler için parametrik testlerden faydalanılmıştır.

6. BULGULAR

Katılımcıların sosyo-demografik bilgileri Tablo 1’de belirtilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların %54,4’ü erkek, %45,6’sı kadındır. Yaş dağılımlarına göre en büyük grubu %23,9 ile 45-54 yaş aralığındaki katılımcılar oluşturmaktadır. 55-64 yaş aralığındaki katılımcılar toplam katılımcıların %20,8’ini oluştururken, 25-34 yaş aralığındaki katılımcılar %20’ini meydana getirmektedir. Katılımcıların %13,8’inin 35-44 yaş aralığında %12,8’inin ise 65 yaş ve üzerinde ve son olarak %8,7’sinin 18-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Evli olanların toplam örneklemin %67,4’ünü, bekar olanların ise %32,6’sını oluşturduğu belirtilmiştir. Katılımcıların %23,7’nin ilkökul, %36,9’u ortaöğretim-lise, %22,7’si önlisans, %13,8’i lisans ve %2,9’u da lisansüstü mezundur. Katılımcıların %30,5’inin 2020 TL ve altı gelire, %22,5’inin 2021-3000 TL arasında, %22,7’sinin 3001 TL- 4000 TL arasında, %10,1’inin 4001 TL-5000TL arasında, %9,1’inin 5001 TL-6000TL arasında ve %5,2’sinin de 6001 TL ve üzeri gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %21,9’u serbest meslek sahibi, %17,3’ü işçi, %13,8’i emekli, %13,8’i ev hanımı, %12,6’sı da esnaftır. Bununla birlikte 4 çiftçi ve 3 gemi kaptanı araştırmaya katılmıştır. Katılımcıların %38,8’i 1-10 yıl arası Seferihisar’da yaşamaktadır. %32,4’ü 21 yıl ve üzeridir Seferihisar’da yaşadığını belirtirken, %28,9’u ise, 11-20 yıl arası burada yaşadığını ifade etmiştir. Katılımcıların Seferihisar’da ikamet durumları incelendiğinde %95,7’sinin sürekli olarak Seferihisar’da ikamet ettiği görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Bilgileri

	n	%			
Cinsiyet			Gelir		
Kadın	221	45,6	2020 ₺ ve altı	148	30,5
Erkek	264	54,4	2021 ₺-3000 ₺	109	22,5
Yaş			3001₺-4000 ₺	110	22,7
18-24	42	8,7	4001 ₺-5000 ₺	49	10,1
25-34	97	20	5001 ₺-6000 ₺	44	9,1
35-44	67	13,8	6001 ₺ ve üzeri	25	5,2
45-54	116	23,9	Meslek		
55-64	101	20,8	İşçi	84	17,3
65 ve üzeri	62	12,8	Emekli	67	13,8
Eğitim Durumu			Ev hanımı	67	13,8
İlköğretim	115	23,7	İşsiz	21	4,3
Ortaöğretim-lise	179	36,9	Serbest meslek	106	21,9
Önlisans	110	22,7	Memur	40	8,2
Lisans	67	13,8	Öğrenci	29	6
Lisansüstü	14	2,9	Akademisyen	3	0,6
Medeni Durum			Esnaf	61	12,6
Evli	327	67,4	Gemi Kaptanı	3	0,6
Bekar	158	32,6	Çiftçi	4	0,8
Kaç yıldır Seferihisar'da yaşıyorsunuz?			Seferihisar'da ikamet durumunuz?		
1-10 yıl	188	38,8	Yalnızca belirli dönemlerde	21	4,3
11-20 yıl	140	28,9	Sürekli	464	95,7
21 yıl ve üzeri	157	32,4	Toplam	485	100
Toplam	485	100	Toplam	485	100

Araştırmada kullanılan faktör analizi, Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) yöntemi ve Kaiser Normalizasyonlu Varimax dik döndürme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yer kimliği ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucuna Tablo 2'de yer verilmiştir. Bağlılık boyutuna ait bir madde (bag18) ve Geçmiş boyutuna ait bir maddenin (gec9) binişik madde olmasından dolayı ölçekten çıkarıldığı görülmektedir. Bununla birlikte, Aşinalık ve Geçmiş boyutlarının bir araya gelerek ölçeğin 4 boyut altında birleştiği tespit edilmiştir. Maddelere ait faktör yükleri incelendiğinde gec10 maddesinin faktör yükünün düşük olduğu görülmektedir. Fakat Stevens (2003: 294), 300 ve üzeri örnek büyüklüğü için 0,298 faktör yükünün anlamlı olabileceğini, 600 ve daha büyük örnek büyüklükleri için ise, 0,210 faktör yükünün kabul edilebileceğini belirtmiştir. Ayrıca, Büyüköztürk (2002: 473-474) tarafından ifade edilen "Faktör yük değerleri, bir korelasyon değeri olarak istatistiksel anlamlılık bakımından da incelenebilir. Düşük korelasyon miktarlarının da örneklem arttıkça anlamlı çıkma olasılığının artacağı unutulmamalıdır" ifadesinden hareketle ölçek madde sayısını daha fazla azaltmamak adına bu madde ölçekte tutulmuştur. Ölçeğin KMO değerinin ve boyutlara ait güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Yer Kimliği Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfadeler	Faktörler				Ortak Varyans Değeri
		Aşına-Geçmiş	Aidiyet	Bağlılık	Karşılaştırma	
		$\alpha:0,851$	$\alpha:0,871$	$\alpha:0,797$	$\alpha:0,793$	
asi14	Bu şehir bana gerçekten çok tanıdık geliyor.	,745				,630
gec12	Bu kenti o kadar iyi tanıyorum ki çok eski bir fotoğrafını bile görsem tanırım.	,712				,631
asi13	Seferihisar'da her dolaştığımda kendimi bu kente ait hissedirim.	,694				,666
asi15	Bu şehri her gün çok yoğun duygularla yaşıyorum.	,682				,595
asi16	Kesinlikle Seferihisar'da kalmak isterim.	,646				,598
gec11	Bu şehre içten bir bağlılık hissediyorum; çünkü burasıyla ilgili pek çok anım var.	,552				,525
gec10	Başka bir yerde yaşayabileceğimi düşünmüyorum, eğer yaşarsam kendimle ilgili pek çok şeyden vazgeçmek zorunda kalacağım.	,292				,554
aid6	Kendimi Seferihisarlı olarak görüyorum.		,826			,754
aid5	Seferihisar'ı memleketim olarak görüyorum.		,807			,727
aid7	Seferihisar'da kendimi evimdeymiş gibi hissediyorum.		,788			,697
aid8	Bu şehir benim bir parçam.		,765			,690
bag20	Bu şehir, günlük yaşamımda çok önemli bir yer tutar.			,807		,748
bag19	Kişisel geleceğimde Seferihisar'ın çok önemli bir yeri var.			,799		,743
bag17	Seferihisar'ın geleceğini merak ediyorum, nasıl bir yer olacağını görmek istiyorum.			,647		,595
kar2	Diğer kentlerle kıyaslandığında Seferihisar pek çok avantaja sahiptir.				,796	,661
kar3	Seferihisar turistlere tavsiye edilebilecek bir kenttir.				,768	,599
kar1	Seferihisar, diğer kentlerde yaşayanlar tarafından itibarlı, saygın bir kent olarak görülür.				,763	,590
kar4	Bu şehir, diğer şehirlerin imrendiği, özendiği özelliklere sahiptir.				,761	,616
Faktör Özdeğerleri		3,306	3,124	2,596	2,595	
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranları (%)		18,367	17,356	14,421	14,415	
Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		64,559				
Ölçeğin Toplam Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,897				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Katsayısı		0,911				
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=4007,951$, $df=153$, $p<0,001$				

Topluluğa bağlılık ölçeği faktör analizi sonuçları Tablo 3'de belirtilmiştir. Buna göre, yerel halkın topluluğa bağlılığını ölçen tek faktörlü yapının özdeğeri 2,629'dür. Açıklanan varyans oranı %65,728 ve Cronbach'ın alfa katsayısı 0,823'tür. Buna göre ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu söylenebilir. Ortak varyans değerlerinin tamamının 0,50'den yüksek olduğu da görülmektedir.

Tablo 3: Topluluğa Bağlılık Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfadeler	Faktör	Ortak Varyans Değeri
topb3	Seferihisar'da yaşayan halka manevi bir bağlılık hissediyorum.	,874	,764
topb1	Seferihisar'daki yerel gelenek ve göreneklerin yaşatılması benim için önemlidir.	,836	,699
topb4	Seferihisar'da halk arasında yaşanan olaylar beni de ilgilendirir.	,808	,653
topb2	Seferihisar'da diğer insanlarla kurduğum arkadaşlıklar ve birliktelikler benim için çok şey ifade ediyor.	,716	,513
Faktör Özdeğeri		2,629	
Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		65,728	
Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,823	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,739	
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2=767,750$, $df=6$, $p<0,001$	

Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına ise Tablo 4'de yer verilmiştir. Algılanan Ekonomik Fayda boyutuna ait bir madde (aef2), düşük faktör yüküne sahip olması ve binişik özellik sergilemesinden dolayı analiz dışı bırakılmıştır. Çıkarılan madde sonrası ölçek yapısının 5 boyut ve 20 maddeden oluştuğu görülmüştür. Bununla birlikte Algılanan Ekonomik Fayda ve Uzun Dönem Planlama boyutları ile Toplum Katılımının Maksimizasyonu ve Toplum Temelli Turizm boyutlarının bir araya gelerek iki yeni boyut oluşturmuştur. Ortaya çıkan 5 boyutun güvenilirlikleri incelenmiştir. Algılanan Sosyal Maliyetler boyutunun güvenilirlik katsayısının (α)0,414 olmasından dolayı, bu boyutu oluşturan üç maddenin ölçek yapısından çıkarılmasına karar verilmiştir. Çıkarılan maddelerden sonra faktör analizi tekrarlanmıştır. Analiz sonrası 17 maddenin 4 boyut altında toplandığı görülmüştür. Ölçeğin KMO değeri ve boyutlara ait güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Madde	İfadeler	Faktörler				Ortak Varyans Değeri
		Ziy. Mem. Sağ.	Ekon. Fayda ve Plan.	Top. Kat. ve Top. Mer. Tur.	Çevresel Sürd.	
		$\alpha:0,791$	$\alpha:0,782$	$\alpha:0,735$	$\alpha: 0,743$	
zms1	Seferihisar'daki turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almaktadır.	,801				,684
zms3	Seferihisar'a gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	,793				,684
zms2	Turizm endüstrisi Seferihisar'a gelen ziyaretçilere iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.	,772				,677
aef1	Turizmin Seferihisar halkının ekonomisine katkı sağladığına inanıyorum.		,735			,640
udp1	Seferihisar turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.		,721			,574
udp2	Başarılı bir turizm yönetimi için, iyi koordine edilmiş planlara ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.		,713			,615
udp3	Seferihisar'da turizmin planlanmasında uzun dönemli bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğuna inanıyorum.		,583			,501
aef3	Seferihisar'a yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.		,573			,512
tkm2	Turizmi geliştirme çalışmalarına Seferihisarlılar tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.			,717		,566
tkm1	Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın Seferihisar'daki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.			,633		,510
tmt3	Turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğu Seferihisar'daki üretimle karşılanmalıdır.			,618		,549

tkm3	Şehirdeki turizm yatırımlarında Seferihisarlılara daha fazla fırsat verilmelidir.			,550		,509
tmt1	Seferihisar'daki turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgede yaşayan insanlardan sağlamalıdır.			,531		,504
tmt2	Seferihisar'da yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.			,494		,538
cs1	Seferihisar'da doğanın çeşitliliğine değer vermeli ve doğayı korumalıyız				,822	,684
cs2	Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.				,819	,693
cs3	Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.				,768	,600
Faktör Özdeğerleri		2,733	2,684	2,473	2,037	
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranları (%)		16,076	15,788	14,547	11,984	
Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)		58,394				
Ölçeğin Toplam Cronbach'ın Alfa Katsayısı		0,850				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Değeri		0,884				
Bartlett Küresellik Testi		$\chi^2= 2709,198, df=136, p<0,001$				

Ölçeklere açıklayıcı faktör analizi sonrasında doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve ölçekler arasındaki ilişkilerin test edilmesi için de yapısal eşitlik modellemesi yapılmıştır. Tablo 5'te yer kimliği ölçeği DFA sonuçları, uyum iyiliği indeksleri ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Test edilen modelin standart regresyon katsayıları incelendiğinde Aşinalık ve Geçmiş boyutunun bir maddesinin (gec10), Tabachnick ve Fidell'in (2007) standart regresyon katsayılarının alt sınırı olarak belirttiği 0,32 değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddeden sonra analizlere 4 boyut ve 17 madde ile devam edilmiştir. Modelin uyum iyiliği indekslerinin tavsiye edilen değerlerde olduğu ve iyi uyum sergilediği görülmektedir. Karşılaştırma boyutu için AVE değerinin 0,50'ye oldukça yakın fakat bu değer altındadır kaldığı anlaşılmaktadır. Kritik değer olarak 0,50 kabul edilmesine rağmen, diğer güvenilirlik ve geçerlik kriterlerinin sağlandığı durumlarda 0,50'den düşük değerler de kabul edilebilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981: 46). Aşinalık ve Geçmiş boyutu için de AVE değerinin karekökünün ilgili boyutun diğer boyutlarla olan korelasyonundan küçük olduğu görülmektedir. Bu durum ayırışım geçerliliğine ters düşmektedir, ancak ayırışım geçerliliğinin bir diğer göstergesi de boyutlar arasındaki korelasyonun 0,85'ten küçük bir değere sahip olmasıdır (Kline, 1998; Chou, Boldy ve Lee, 2002: 52). Tablo 5'te yer alan korelasyon değerleri incelendiğinde bu şartın sağlandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5: Yer Kimliği Ölçeği DFA Sonuçları, Uyum İyiliği İndeksler ve Güvenirlik Sonuçları

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Karşılaştırma $\bar{x}: 4,50$ s.s.: 0,481	kar4	4,45	,636	0,732			
	kar3	4,56	,594	0,666	0,068	12,545	***
	kar2	4,46	,634	0,765	0,076	13,738	***
	kar1	4,54	,586	0,634	0,066	12,029	***
Aidiyet $\bar{x}: 4,33$ s.s.: 0,666	aid8	4,23	,799	0,774			
	aid7	4,36	,756	0,766	0,055	17,034	***
	aid6	4,36	,788	0,831	0,057	18,597	***
	aid5	4,38	,796	0,801	0,058	17,9	***
Bağlılık $\bar{x}: 4,21$ s.s.: 0,723	bag20	4,20	,883	0,775			
	bag19	4,24	,803	0,817	0,058	16,582	***
	bag17	4,20	,886	0,69	0,062	14,391	***

Aşinalık ve Geçmiş x̄: 4,32 s.s.: 0,563	gec12	4,23	,835	0,708			
	gec11	4,35	,736	0,686	0,061	13,975	***
	asi16	4,25	,773	0,717	0,064	14,573	***
	asi15	4,36	,677	0,678	0,056	13,824	***
	asi14	4,42	,647	0,66	0,054	13,454	***
	asi13	4,33	,752	0,794	0,063	16,013	***
Uyum İndeksi	χ ² /sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,326	,052	,0418	,939	,918	,931	,959
Kabul Edilebilir Değerler: χ ² /sd: ≤ 5; RMSEA: ≤ 0,08; SRMR: <0.10; GFI: ≥ 0,8; AGFI: ≥ 0,8; NFI: ≥ 0,9; CFI: ≥ 0,9							

	C. Alpha	CR	AVE	Bağ.	Karş.	Aid.	Aşı. ve Geç.
Bağ.	,797	0,806	0,581	0,762			
Karş.	,793	0,794	0,492	0,293	0,701		
Aid.	,871	0,872	0,629	0,538	0,168	0,793	
Aşı. ve Geç.	,856	0,858	0,502	0,751	0,334	0,677	0,708
AVE= Σλ ² / Σλ ² +Σε ve CR=(Σλ) ² / (Σλ) ² + Σε formülüyle hesaplanmıştır.							

Tablo 6’da topluluğa bağlılık ölçeğine ait DFA sonuçları, uyum iyiliği indeksleri ve güvenilirlik değerleri yer almaktadır. Buna göre, modelin uyumlu ve geçerli olduğu, ölçeği oluşturan 4 maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6: Topluluğa Bağlılık Ölçeği DFA Sonuçları, Uyum İyiliği İndeksler ve Güvenirlik Sonuçları

Faktör	Madde	x̄	s.s.	St. Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Topluluğa Bağlılık x̄: 3,81 s.s.: 0,953	topb1	4,04	1,104	0,681			
	topb2	3,65	1,210	0,938	0,143	10,589	***
	topb3	3,79	1,253	0,666	0,119	8,754	***
	topb4	3,77	1,145	0,739	0,103	10,065	***
Uyum İndeksi	χ ² /sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	2,484	,055	,0176	,994	,942	,985	,991
Kabul Edilebilir Değerler: χ ² /sd: ≤ 5; RMSEA: ≤ 0,08; SRMR: <0.10; GFI: ≥ 0,8; AGFI: ≥ 0,8; NFI: ≥ 0,9; CFI: ≥ 0,9							
α =0,82 AVE=0,58 CR=0,84							
AVE= Σλ ² / Σλ ² +Σε ve CR=(Σλ) ² / (Σλ) ² + Σε formülüyle hesaplanmıştır.							

Sürdürülebilir turizm tutum ölçeğinin DFA sonuçları, uyum iyiliği indeksleri ve güvenilirlik değerleri Tablo 7’de belirtilmiştir. Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm boyutunun bir maddesi (tkm1), Tabachnick ve Fidell’in (2007) standart regresyon katsayılarının alt sınır olarak belirttiği 0,32 değerinin altında olduğu tespit edildiğinden modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan maddelerden sonra analizlere 16 madde ve 4 boyut ile devam edilmiştir. Güvenirlik geçerlik değerleri için daha önce de belirtildiği gibi diğer güvenilirlik ölçütleri istenilen düzeyde ise AVE değerinin 0,50’nin altında olması kabul edilebilir bir durumdur (Fornell vd., 1981). Sonuçlar incelendiğinde modelin güvenilirlik ve geçerliğinin sağlandığı kabul edilmiştir.

Tablo 7: Sürdürülebilir Turizm Tutumu Ölçeği DFA Sonuçları, Uyum İyiliği İndeksler ve Güvenirlik Sonuçları

Faktör	Madde	\bar{x}	s.s.	St. Reg. Katsayısı	Ölçüm Hatası	t	p
Çevresel Sürdürülebilirlik	cs3	4,80	,400	0,607			
	cs2	4,81	,397	0,766	0,118	10,592	***
	cs1	4,80	,410	0,735	0,116	10,726	***
		\bar{x} : 4,80					
		s.s.: 0,327					
Ekonomik Fayda ve Planlama	aef3	4,52	,547	0,642			
	aef1	4,53	,550	0,690	0,087	12,432	***
	udp3	4,55	,521	0,641	0,084	11,345	***
	udp2	4,53	,523	0,713	0,087	12,218	***
	udp1	4,65	,484	0,550	0,076	9,979	***
		\bar{x} : 4,56					
		s.s.: 0,384					
Toplum Katılımı ve Toplum Merkezli Turizm	tkm3	4,46	,554	0,633			
	tkm2	4,49	,536	0,563	0,082	10,446	***
	tmt3	4,48	,566	0,674	0,092	11,801	***
	tmt2	4,50	,559	0,717	0,091	12,516	***
	tmt1	4,52	,547	0,675	0,09	11,678	***
		\bar{x} : 4,49					
		s.s.: 0,406					
Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama	zms3	4,50	,559	0,753			
	zms2	4,43	,602	0,800	0,073	15,599	***
	zms1	4,15	,860	0,755	0,101	15,21	***
		\bar{x} : 4,36					
		s.s.: 0,577					

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,920	,044	,0379	,954	,936	,930	,965
Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd : ≤ 5 ; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$							

	C. Alpha	CR	AVE	Top. Kat. ve Top. Tem. Turizm	Çevr. Sür.	Ekon. Fay. ve Pln.	Ziy. Mem.
Top. Kat. ve Top. Tem. Turizm	0,789	0,788	0,428	0,654			
Çevr. Sür.	0,743	0,747	0,498	0,130	0,706		
Ekon. Fay. ve Pln.	0,789	0,784	0,422	0,780	0,314	0,650	
Ziy. Mem.	0,791	0,813	0,592	0,700	0,039	0,609	0,770
AVE= $\sum \lambda^2 / \sum \lambda^2 + \sum \epsilon$ ve CR= $(\sum \lambda)^2 / (\sum \lambda)^2 + \sum \epsilon$ formülüyle hesaplanmıştır.							

İlgili alanyazına dayalı olarak geliştirilen simgesel modeli test etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Simgesel modelin YEM sonuçları ve uyum iyiliği indeksleri Tablo 8’de belirtilmiştir. Buna göre, modelde yer alan tüm yapıların aralarındaki ilişkilerin istatistiki olarak anlamlı olduğu, aynı zamanda parametre değerlerinin 1 değerinden küçük, tüm t değerlerinin ise $p < 0,05$ için teorik tablo değeri olan 1,96 değerinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Modelin uyum iyilikleri incelendiğinde modelin yeterli düzeyde uyum sağladığı görülmektedir ($\chi^2/sd=1,519$, RMSEA=,033, SRMR=,0557, GFI=,892, AGFI=,876, NFI=,876, CFI=,953).

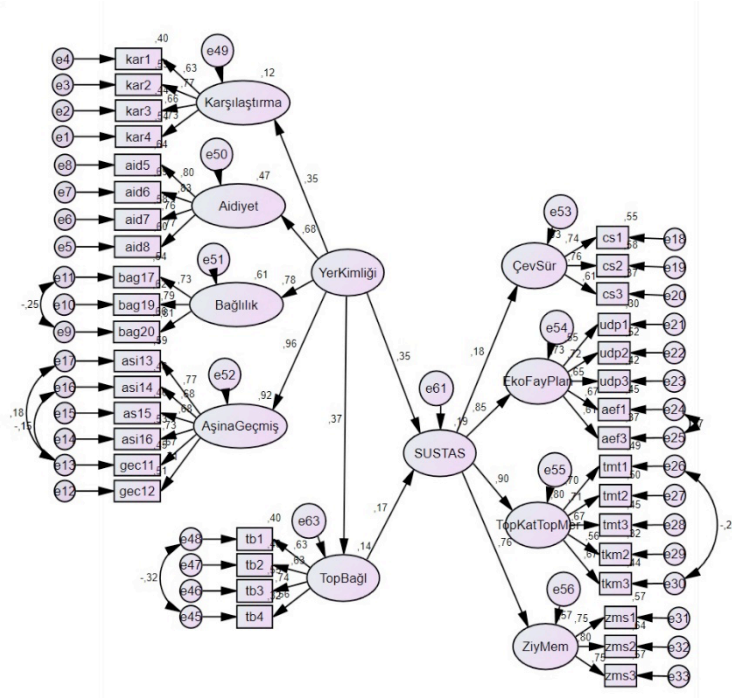
Tablo 8: Simgesel Model YEM Sonuçları ve Uyum İyiliği İndeksleri

Hipotez	İlişki	St. Reg. Kat.	t	p
H1	Yer Kimliği → Topluluğa Bağlılık	,369	4,381	***
H2	Yer Kimliği → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,348	2,582	,010
H3	Topluluğa Bağlılık → Sürdürülebilir Turizm Tutumu	,172	2,082	,037

Uyum İndeksi	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	CFI
Sonuç	1,519	,033	,0557	,906	,892	,876	,953

Kabul Edilebilir Değerler: χ^2/sd : ≤ 5 ; RMSEA: $\leq 0,08$; SRMR: $<0,10$; GFI: $\geq 0,8$; AGFI: $\geq 0,8$; NFI: $\geq 0,9$; CFI: $\geq 0,9$

Modele ilişkin yapısal ilişkiler ele alındığında, yer kimliğinin topluluğa bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı ($\beta=0,37$, $p<0,001$) bir etkisinin olduğu görülmektedir. Yer kimliğinin sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde de pozitif ve anlamlı ($\beta=0,35$, $p<0,05$) bir etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte topluluğa bağlılığın sürdürülebilir turizm tutumunu pozitif ve anlamlı ($\beta=0,17$, $p<0,05$) bir biçimde etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Buna göre ileri sürülen hipotezlerin üçü de mevcut verilerle desteklenmiştir.



Şekil 2: Simgesel Modele İlişkin Yapısal İlişkiler

Modelde yer alan değişkenler arasındaki etkilerin açıklanma gücü olarak ifade edilen R^2 değerleri incelendiğinde, yer kimliğinin alt boyutlar tarafından açıklanma düzeyi en yüksek olan boyutun aşinalık ve geçmiş boyutu olduğu ($R^2=0,919$), bunu sırasıyla bağlılık ($R^2=0,614$), aidiyet ($R^2=0,467$) ve karşılaştırmanın ($R^2=0,125$) takip ettiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizm tutumunu açıklamada en fazla katkısı sağlayan boyut ise toplum katılımı ve toplum merkezli turizmdir ($R^2=0,803$). Bunu sırasıyla ekonomik fayda ve planlama ($R^2=0,730$), ziyaretçi memnuniyeti ($R^2=0,573$) ve çevresel sürdürülebilirlik ($R^2=0,033$) izlemiştir. Yer kimliği, topluluğa bağlılık ile ilgili varyansın %14'ünü ($R^2=0,136$) açıklamaktadır. Sürdürülebilir turizm tutumu için açıklanan varyansın %20'sinin ($R^2=0,195$) yer kimliği ve topluluğa bağlılığın eş zamanlı ve direkt etkisi ile ortaya çıktığı anlaşılmıştır.

7. SONUÇ

Yerel halkın turizme yönelik tutumları, bölge turizminin gelişimine yönelik planlardan turist memnuniyetine kadar birçok durumu etkileyebilmektedir. Bundan dolayı yerel halk, en önemli paydaşlardan birisi sayılmaktadır. Alanyazında yerel halk turizm ilişkisini konu edinen ve hangi faktörlerin yerel halkın turizme ve turistlere yönelik tutum ve davranışlarını etkilediğini ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalara rastlamak mümkündür (Um vd., 1987; Allen vd., 1988; Liu vd., 1987; Uysal vd., 1997; Williams, 2002; Doğan, 2004). Yerel halk turizm ilişkisi bu çalışmaların büyük bir bölümünde fayda maliyet temeli üzerinden değerlendirilmiştir. Fakat son zamanlarda bu çizginin dışına çıkılarak farklı yaklaşımlar ile birlikte bu ilişkinin incelenmeye çalışıldığı görülmektedir. Özellikle yerel halkın yaşadıkları yer ile aralarındaki psikolojik ve sosyolojik süreçler, onların turizme yönelik algı ve tutumlarını etkileyebilmektedir. Bundan dolayı bu araştırmada yerel halk turizm ilişkisi farklı bir bakış açısıyla ele alınmış ve yer kimliği ve topluluğa bağlılık değişkenleri üzerinden incelenmiştir.

Analizler sonucu yer kimliğinin topluluğa bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bireyin yaşadığı yer ile olan etkileşimi sonucu kendi kimliğinde o yere dair barındırdığı birtakım özelliklerin içinde bulunduğu topluma bağlılıklarını arttıracakları söylenebilir. Çünkü yer kimliği, insanların yaşam alanlarına yönelik bireysel algılarına atıfta bulunur, topluluğa bağlılığın temel motivasyonlarına yol açar ve topluluğa katılımlarını geliştirir (Wijaya, Purnamasari ve Sitaresmi, 2018). İlgili alanyazında daha önce gerçekleştirilmiş araştırmalarda da yer kimliği ve topluluğa bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olduğuna dair sonuçlara ulaşılmıştır (Bonaiuto vd., 1996; Rollero vd., 2010; Göregenli vd., 2014; Meloni vd., 2019).

Yer kimliğinin sürdürülebilir turizm tutumu üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir şekilde etkili olduğu tespit edilmiştir. Wang ve Chen (2015), Wang ve Xu (2015) ve Wang' da (2016), yer kimliği ile yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumları arasında anlamlı ilişkiler tespit etmiştir. Bu araştırmalarda yerel halkın yalnızca turizmden elde ettiği menfaatlere göre değil, bölgedeki turizm gelişiminin halkın kimliği ile uyum içinde olmasının önemine de vurgu yapılmıştır. Benzer şekilde topluluğa bağlılık ile sürdürülebilir turizm tutumu arasında da istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre topluluğa bağlılık sürdürülebilir turizm tutumunu olumlu yönde etkilemektedir. Yerel halkın topluluğa bağlılıkları ile turizme yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalarda farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Bazı araştırmalarda topluluğa bağlılık ile turizme yönelik tutum arasında doğrudan ve yüksek derecede ilişkiler bulunurken (Gursoy ve Rutherford, 2004; Nicholas vd., 2009), topluluğa bağlılığın turizme yönelik tutum üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını ileri süren araştırmalara da rastlanmaktadır (Gursoy vd., 2002; Choi ve Murray, 2010). Um ve Crompton (1987) ve Deccio ve Baloglu' da (2002) topluluğa bağlılığı yüksek olan bireylerin turizme karşı daha az olumlu bir tutum sergiledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmanın sonucunda ise, yaşadığı topluluğa bağlı olan bireyin sürdürülebilir turizme yönelik tutumunun olumlu olacağı ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde yer kimliği ve topluluğa bağlılığın sürdürülebilir turizm tutumunu yüksek düzeyde etkilemediği, fakat yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarında destekleyici birer unsur oldukları söylenebilir. Bundan dolayı, bölgede gelişim gösteren turizm faaliyetlerinin yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılığını destekleyici veya zarar vermeyecek uygulamalarla yürütülmesi büyük önem arz etmektedir. Bu noktada Seferihisar' da ağırlıklı olarak yürütülen deniz, kum, güneş turizminin daha ileri boyutlara giderek kitlesel bir boyut kazanmasının ve bölgede geri dönüşü zor olabilecek ekonomik, sosyal ve çevresel maliyetler yaratmasının önüne geçilmelidir. Bunun için bölgedeki projelerde özellikle çok yataklı turistik işletmelerin yapılmasının önüne geçilmelidir.

Aşinalık ve geçmiş boyutunun yer kimliğinin açıklanmasında en yüksek güce sahip olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra ise bağlılık, aidiyet ve karşılaştırma boyutları, yer kimliğinin açıklanmasına sırasıyla katkıda bulunmuşlardır. Aşinalık ve geçmiş boyutu, bireyin kent ile ilgili geçmiş deneyimlerine ve bilinç düzeyine vurgu yapmaktadır. Buradan hareketle, hatıra kalan yerler ve anıların yer kimliğinin hissedilmesinde en büyük katkıyı sağladığı söylenebilir. Bu noktada, Urry'nin (2015) çalışmasında da belirttiği, yerel halkın turizmin gelişimi ile birlikte fiziki ve sosyal çevrelerine karşı meydana gelen yabancılaşması Seferihisar özelinde görülmemiştir. Seferihisar halkı için kente dair simgelerin, sembollerin ve anlamların halen işlevini koruduğu söylenebilir. Bu algının sürdürülebilmesi için turizm gelişimi ile birlikte Seferihisar'ın geçmişine ve orada yaşayan bireylerin hafızasına yer etmiş mekanlara

zarar verilmemesi önem arz etmektedir. Seferihisar’da plansız yatırımlar ve sağlıksız gelişmelerin önüne geçerek bu durum engellenebilir. Burada turizm gelişimi ile yalnızca fiziki mekanlar değil, sosyal ilişkiler de zarar görebilmektedir. Bu nedenle ilçede faaliyete geçirilecek projelerin halkın ortak geçmişi ve kimliği dikkate alınarak planlanması gerekmektedir.

Toplum katılımı ve toplum merkezli turizm boyutu, sürdürülebilir turizm tutumunu açıklamada en fazla katkısı sağlayan boyut olarak tespit edilmiştir. Ekonomik fayda ve planlama, ziyaretçi memnuniyeti ve çevresel sürdürülebilirlik ise sürdürülebilir turizm tutumunun açıklanmasına sırasıyla katkı sağlamışlardır. Seferihisar halkının bölgedeki turizm gelişim sürecinde doğrudan yer alması gerektiğine ve yerel halka öncelik verilmesine vurgu yapan toplum katılımı ve toplum merkezli turizm boyutu, yerel halkın ekonomik fayda sağlamasına yönelik algısından daha öncelikli olduğu görülmektedir. Bu noktada, Seferihisar’da yaşayan halkın toplumsal çıkarları ön planda tuttuğu ve turizmin gelişiminin toplum merkezli bir bakış açısıyla gerçekleşmesi gerektiğini düşündüğü söylenebilir. Bu algıya bölgenin uzun zamandır yavaş şehir felsefesiyle yönetilmesi de sebep olmuş olabilir.

Yerel halk turizm etkileşimini konu edinen bundan sonraki araştırmalar için, farklı değişkenlerin de dahil edildiği çeşitli modeller test edilip, bunların etki güçleri ortaya çıkarılabilir. İki farklı destinasyon üzerinde yer kimliği ve topluluğa bağlılık değişkenleri göz önünde bulundurularak araştırma tekrarlanabilir. Ayrıca bu iki farklı destinasyonun turistik ürün yaşam seyrindeki yeri dikkate alınarak da bu araştırma gerçekleştirilebilir. Böylece ürün yaşam sürecinin farklı aşamalarındaki destinasyonlarda yer kimliği ve topluluğa bağlılık seviyeleri üzerinden yorumlar yapılabilir. Bu araştırmada yer temelli algılar yalnızca yerel halk açısından değerlendirilmiştir. Bunun yerine turistlerin bir destinasyona yönelik algıları da bu değişkenler çerçevesinde incelenebilir. Son olarak yerel halkla yapılacak derinlemesine görüşmeler sonucu yerel halkın yer kimliğini etkileyen faktörlerin tespiti mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. ve Kieselbach, S. (1988). "The Impact of Tourism Development on Residents' Perceptions of Community Life". *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts". *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Asatryan, V. S., & Oh, H. (2008). "Psychological Ownership Theory: An Exploratory Application in The Restaurant Industry". *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 32(3), 363-386.
- Azak, Y. (2016). "Tüketim Kültürü Bağlamında Mekana Dayalı Kimlik İnşaları Ve Yaşam Tarzı Olasılıkları", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Belisle, F.J. & Hoy, D.R. (1980). "The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta, Columbia". *Annals of Tourism Research*. 7(1), 83-101.
- Bernardo, F. ve Palma-Oliveira, J. M. (2016). "Urban Neighbourhoods And Intergroup Relations: The Importance Of Place Identity". *Journal of Environmental Psychology*, 45, 239-251.
- Bonaiuto, M., Breakwell, G. M. ve Cano, I. (1996). "Identity Processes And Environmental Threat: The Effects Of Nationalism And Local Identity Upon Perception Of Beach Pollution". *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 6(3), 157-175.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). "Sustainable Tourism: an Evolving Global Approach". *Journal Of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Bramwell, B., & Sharman, A. (2002). "Approaches to Sustainable Tourism Planning and Community Participation: the Case of the Hope Valley". In *Tourism and Sustainable Community Development* (ss. 35-53). Routledge.
- Breakwell, G. (1986). *Coping With Threatened Identities*. London: Methuen. <https://www.book2look.com/embed/9781317559399> (Erişim Tarihi: 01.05.2019)
- Breakwell, G. M. (2001). "Mental Models And Social Representations Of Hazards: The Significance Of Identity Processes". *Journal of Risk Research*, 4(4), 341-351.
- Brehm, J. M., Eisenhauer, B. W., & Krannich, R. S. (2004). "Dimensions Of Community Attachment And Their Relationship To Well-Being In The Amenity-Rich Rural West". *Rural Sociology*, 69(3), 405-429.
- Bricker, K., ve Kerstetter, D. (2000). "Level Of Specialization And Place Attachment: An Exploratory Study Of Whitewater Recreationists". *Leisure Sciences*, 22(4), 233-257.
- Brown, B.B. ve Perkins, D.D. (1992). "Disruptions In Place Attachment". I. Altman ve S. Low (Editörler), *Place Attachment* içinde (s. 279-304). New York: Plenum.
- Brougham, J. E. ve Butler, R. W. (1981). "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to the Social Impact of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). "Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cavus, S. ve Tanrisevdi, A. (2002). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study in Kusadası, Turkey". *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Chen, J. S. (2000). "An Investigation of Urban Residents' Loyalty to Tourism". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(1), 5-19.
- Chen, C. F., ve Phou, S. (2013). "A closer Look At Destination: Image, Personality, Relationship And Loyalty". *Tourism Management*, 36, 269-278.
- Chen, N., Dwyer, L. ve Firth, T. (2014). "Effect of Dimensions Of Place Attachment On Residents' Word-Of-Mouth Behavior". *Tourism Geographies*, 16(5), 826-843.
- Cheng, T. M., & Wu, H. C. (2015). "How Do Environmental Knowledge, Environmental Sensitivity, And Place Attachment Affect Environmentally Responsible Behavior? An Integrated Approach For Sustainable Island Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 557-576.

- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010). "Resident Attitudes Toward Sustainable Community Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Deccio, C. ve Baloglu, S. (2002). "Nonhost Community Resident Reactions To The 2002 Winter Olympics: The Spillover Impacts". *Journal Of Travel Research*, 41(1), 46-56.
- Doğan, H. Z. (2004). "Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri". Ankara: Detay Yayıncılık.
- Faulkner, B. ve Tideswell, C. (1997). "A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Fried, M. (1982). "Residential Attachment: Sources Of Residential And Community Satisfaction". *Journal of Social Issues*, 38, 107-119.
- Fried, M. (2000). "Continuities and Discontinuities of Place". *Journal of Environmental Psychology*, 20, 193-205.
- Ginting, N., & Wahid, J. (2017). "Defining Distinctiveness Aspect Of Place Identity in Urban Heritage Tourism". *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 3(3).
- Ginting, N., Rahman, N. V., & Nasution, A. D. (2018). "Distinctiveness, Continuity, Self-Esteem, & Self-Efficacy In Tourism Of Karo Regency, Indonesia". *Asian Journal of Quality of Life*, 3(13), 29-38.
- Green, R. (2005). "Community Perceptions Of Environmental And Social Change And Tourism Development On The Island Of Koh Samui, Thailand". *Journal of Environmental Psychology*, 25(1), 37-56.
- Greider, T., & Garkovich, L. (1994). "Landscapes: The Social Construction of Nature and The Environment". *Rural Sociology*, 59(1), 1-24.
- Göregenli, M. (2010). *Çevre Psikolojisi: İnsan Mekân İlişkileri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Göregenli, M., Karakuş, P., Kösten, E. Y. Ö. ve Umuroğlu, I. (2014). "Mahallege Bağlılık Düzeyinin Kent Kimliği İle İlişkisi İçinde İncelenmesi". *Türk Psikoloji Dergisi*, 29(73), 73.
- Gustafson, P. (2001). "Meanings Of Place: Everyday Experience And Theoretical Conceptualizations". *Journal of Environmental Psychology*, 21(1), 5-16.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). "Resident Attitudes: a Structural Modeling Approach". *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). "Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model". *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Hallak, R., Brown, G. ve Lindsay, N. J. (2012). "The Place Identity-Performance Relationship Among Tourism Entrepreneurs: A Structural Equation Modelling Analysis". *Tourism Management*, 33(1), 143-154.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A. ve Bixler, R. D. (2004). "Place Bonding For Recreation Places: Conceptual And Empirical Development". *Leisure Studies*, 25(1), 17-41.
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E. ve Hess, S. (2007). "Place Attachment And Place Identity In Natives And Non-Natives". *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310-319.
- Hitchcock, M. (1999). "Tourism and Ethnicity: Situational Perspectives". *International Journal of Tourism Research*, 1(1): 17-32.
- Iroegbu, H. ve Chen, J. S. (2001). "Urban Residents' Reaction Toward Tourism Development: Do Subgroups Exist?". *Tourism Analysis*, 6(2), 155-161.
- İslamoğlu, H. ve Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*: Beta Yayıncılık.
- İşçi, C., Güzel, B. ve Ataberk, E. (2018). "Mekana ve Yerel Halka Bağlılık, Kültürel Mirasa Yönelik Tutumu Etkiler mi?". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 583-606.
- Jorgensen, B. S., ve Stedman, R. C. (2001). "Sense of Place As An Attitude: Lakeshore Owners Attitudes Toward Their Properties". *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248.
- Jurowski, C. ve Gursoy, D. (2004). "Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism". *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). "A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism". *Journal of Travel Research*, 36(2).

- Karakus, P. (2014). Farklı Kimlik Gruplarında Yer Kimliği, Yerin Anlamları Ve Kültürlenme Süreçleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kasarda, J. D. ve Janowitz, M. (1974). "Community Attachment in Mass Society". *American Sociological Review*, 328-339.
- Karakuş, P., Göregenli, M. ve Umuroğlu, G. İ. (2014). Göç, Çok-Kültürlülük, Yer Kimliği: Yerliler ve Göçmenler Açısından Kente Bağlılığın Belirleyicileri". *KBAM*, 5, 16-18.
- Keskin, E. B. (2012). "Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow)". *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 8(1), 81-99.
- Kline, R. B. (1998). "Principles and Practice of Structural Equation Modeling". NY: Guilford publications.
- Kunnan, A. J. (1998). "An Introduction to Structural Equation Modeling for Language Assessment Research". *Language Testing*, 15 (3), 295-332.
- Kyle, G., Absher, J. ve Graefe, A. (2003). "The Moderating Role of Place Attachment on The Relationship Between Attitudes Toward Fees and Spending Preferences". *Leisure Sciences*, 25:1, 33-50.
- Kyle, G., Graefe, A. ve Manning, R. (2005). "Testing the Dimensionality Of Place Attachment İn Recreational Settings". *Environment and Behavior*, 37(2), 153-177.
- Lalli, M. (1988). *Urban Identity*. In Environmental Social Psychology içinde (s. 303-311). Springer, Dordrecht.
- Lalli, M. (1992). "Urban-Related Identity: Theory, Measurement, And Empirical Findings", *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). "Residents' Attitudes Toward Existing And Future Tourism Development in Rural Communities". *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Lee, C. K. C., Yap, C. S. F. ve Levy, D. S. (2016). "Place Identity And Sustainable Consumption: Implications For Social Marketing". *Journal of Strategic Marketing*, 24(7), 578-593.
- Lewicka, M. (2011). "Place Attachment: How Far Have We Come İn The Last 40 Years?". *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207-230.
- Low, S. M. ve Altman, I. (1992). "Place Attachment: a Conceptual Inquiry". In Altman, I., and Low, S. M. (Eds.), *Place Attachment* (p. 1-12). New York: Plenum Press.
- Liu, S. (2015). "Searching for a Sense of Place: Identity Negotiation of Chinese Immigrants". *International Journal of Intercultural Relations*, 46, 26-35.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. ve Var, T. (1987), "Resident perception of the Environmental Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- Mannarini, T., Tartaglia, S., Fedi, A. ve Greganti, K. (2006). "Image of Neighborhood, Self-Image and Sense of Community". *Journal of Environmental Psychology*, 26(3), 202-214.
- Mazumdar, S., Mazumdar, S., Docuayan, F., & McLaughlin, C. (2000). "Creating a Sense of Place: the Vietnamese-Americans and Little Saigon". *Journal of Environmental Psychology*, 20(4), 319-333.
- Meloni, A., Fornara, F. ve Carrus, G. (2019). "Predicting Pro-Environmental Behaviors in The Urban Context: The Direct or Moderated Effect of Urban Stress, City Identity, and Worldviews". *Cities*, 88, 83-90.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development". *Journal Of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Murphy, P. (1994). "Tourism and Sustainable Development". In W. F. Theobald (Editörler), *Global Tourism: The Next Decade içinde* (ss. 167-193). USA: Elsevier.
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). "Residents' perspectives of A World Heritage Site: the Pitons Management Area, st. Lucia". *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Proshansky, H. (1978). "The Self and the City". *Environment and Behavior*, 10(2), 147-169.
- Proshansky, H. M., A. K. Fabian ve R. Kaminoff. (1983). Place- identity: Physical World Socialization of the Self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.

- Proshansky, H. M. ve Fabian, A. K. (1987). "The Development of Place Identity in the Child". Weinstein C.S., David T.G. (Editörler), *Spaces for Children* içinde. Springer, Boston, MA.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A., & Woosnam, K. M. (2017). "Examining the Predictive Validity Of Sus-Tas With Maximum Parsimony In Developing Island Countries". *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 379-398.
- Rollero, C. ve De Piccoli, N. (2010). Place Attachment, Identification And Environment Perception: An Empirical Study. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), 198-205.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- Qingjiu, S., ve Maliki, N. Z. (2013). "Place Attachment And Place Identity: Undergraduate Students' Place Bonding On Campus". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 632-639.
- Silva, R. ve Correia, A. (2017). "Places and Tourists: Ties that Reinforce Behavioural Intentions". *Anatolia*, 28(1), 14-30.
- Sirakaya, E., Teye, V. ve Sonmez, S. (2002). "Understanding Residents' Support for Tourism Development in the Central Region of Ghana". *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Stevens, J. P. (2003). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. London: Routledge.
- Stylidis, D. (2018). "Place Attachment, Perception Of Place And Residents' Support For Tourism Development". *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Trentelman, C. K. (2009). "Place Attachment and Community Attachment: a Primer Grounded in the Lived Experience of a Community Sociologist". *Society and Natural Resources*, 22(3), 191-210.
- Tsai, C. Y. ve Shiue, Y. C. (2010). "The Study Of Current Residents Cognition, Place Attachment And Community Sense Of Tourism Impacts Towards The Casino Industry Development". *African Journal of Business Management*, 4(5), 710-721.
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia: A Study Of Environmental Perception, Attitudes, And Values*. Columbia University Press.
- Tümtaş, S. ve Ergun, C. (2016). "Küreselleşme ve Kentlere Etkileri". *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 135-150.
- Türksoy, Ö. (1986). "Çevresel Psikoloji. Planlama ve Kentsel Bütünleşme", *Planlama Dergisi*, Sayı 1, 13-17, TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayınları, Ankara.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2019). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>. (Erişim tarihi: 10.12.2019).
- Twigger-Ross, C. L. ve Uzzell, D. L. (1996). "Place and Identity Processes". *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205-220.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1987). "Measuring Resident's Attachment Levels in a Host Community". *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- UNWTO. (2019). <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (Erişim Tarihi: 09.09.2019).
- Ural, A.ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urry, J. (2015). *Mekanları Tüketmek* (Çev. Rahmi G. Öğdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Yazıcı, F. (2019). "Dijimodern Çağda Yalnızlaşan Birey Eleştirisi: Lipton Reklam Filmi Üzerine Bir İnceleme". *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 863-880.
- Yazici, B., & Yolacan, S. (2007). "A Comparison of Various Tests of Normality". *Journal of Statistical Computation and Simulation*, 77(2), 175-183.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık.
- Yüksel, A., Yüksel, F., ve Bilim, Y. (2010). "Destination Attachment: Effects On Customer Satisfaction And Cognitive, Affective And Conative Loyalty". *Tourism Management*, 31(2), 274-284.
- Yüksel, F., Funda, Ö. N., Kılıç, B. ve Akçay, S. "Paydaşların Gözüyle Yavaş Şehir Akyaka'da Aşırı Turizm". *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 257-268.

- Wang, S. ve Chen, J. S. (2015). "The Influence of Place Identity on Perceived Tourism Impacts". *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.
- Wang, S. ve Xu, H. (2015). "Influence of Place-Based Senses Of Distinctiveness, Continuity, Self-esteem And Self-Efficacy On Residents' Attitudes Toward Tourism". *Tourism Management*, 47, 241-250.
- Wang, S. (2016). Roles of Place Identity Distinctiveness And Continuity on Resident Attitude Toward Tourism. *European Journal of Tourism Research*, 13, 58.
- Wijaya, I. N. S., Purnamasari, W. D. ve Sitaresmi, D. (2018). "Defining Place Attachment In Community Base Development Program For Urban Settlement–A Theoretical Review". In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 202(1). IOP Publishing.
- Williams, S. (2002). *Tourism Geography*. London: Routledge. <http://bauldelturismo.com/wp-content/uploads/2018/07/Tourism-Geograp-Stephen-Williams.pdf> (Erişim Tarihi: 22.09.2019)
- Williams, D. R., ve Vaske, J. J. (2003). "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach". *Forest Science*, 49(6), 830-840.
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., ve Watson, A. E. (1992). "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place". *Leisure Sciences*, 14(1), 29-46.
- Woldoff, R. A. (2002). "The Effects of Local Stressors on Neighborhood Attachment". *Social Forces*, 81(1), 87-116.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:28.01.2020 ✓Accepted/Kabul:20.07.2020

DOI: 10.30794/pausbed.681090

Araştırma Makalesi/ Research Article

Garip, Ç., Pirtini, S. ve Kaplan, B. (2021). "Tedarik Zinciri Dayanıklılığı, Tedarik Zinciri Bütünleşmesi ve Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 139-162.

TEDARİK ZİNCİRİ DAYANIKLILIĞI, TEDARİK ZİNCİRİ BÜTÜNLEŞMESİ VE YEŞİL PAZARLAMA YÖNELİMİNİN REKABET AVANTAJI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ*

Çınar GARİP**, Serdar PİRTİNİ***, Burçin KAPLAN****

Öz

Günümüzde değişen rekabet şartları nedeniyle rekabet avantajı sağlamak daha zor bir hal almış; bu süreçte rekabet avantajı, tedarik zinciri yapısından ve yeşil pazarlama anlayışından daha fazla etkilenmeye başlamıştır. Yeşil pazarlama anlayışı tüketicilerin ürün satın alma kararlarını şekillendirme söz sahibi bir faktör haline gelirken, anlayış zamanla yeşil pazarlama yönelimine dönüşmüştür. Tedarik zinciri ile ilgili en önemli değişkenler tedarik zinciri bütünleşmesi ve tedarik zinciri dayanıklılığıdır. Bu çalışmanın temel amacı tedarik zinciri bütünleşmesi, yeşil pazarlama yönelimi ve tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajı üzerindeki etkilerini incelemektir. Çalışmanın örneklemini İstanbul'da faaliyet gösteren lojistik işletmeleri oluşturmaktadır. Veriler tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi elde edilmiştir. Araştırmada işletmelerden veri toplamak amacıyla işletmeler hakkında yeterli bilgiye sahip olan ortak, sahip veya üst düzey yöneticiler ile irtibata geçilmiştir. Elektronik posta ile gönderilen 250 anketten, 180 ankete geri dönüşüm; 164 adet kullanılabilir anket çalışmaya dahil edilmiştir. Toplanan veriler SPSS paket programında analiz edilmiştir. Çalışmada faktör analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışma sonunda görülmüştür ki; yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri bütünleşmesi ve tedarik zinciri dayanıklılığı rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde etkili olduğu gibi; bu değişkenlerin alt boyutları da rekabet avantajı üzerinde etkilidir. İşletmelerin, rekabet avantajı sağlamada tedarik zinciri aktörleri ile partner anlayışını özümsemesi, müşteri ve tedarikçileri ile ortak hareket etmesi ve çevreye duyarlı bir yol benimsemesi rekabet avantajı elde etmelerinde olumlu katkılar sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama Yönelimi, Tedarik Zinciri Dayanıklılığı, Tedarik Zinciri Bütünleşmesi, Rekabet Avantajı.

THE EFFECT OF SUPPLY CHAIN RESILIENCE, SUPPLY CHAIN INTEGRATION AND GREEN MARKETING ORIENTATION ON COMPETITIVE ADVANTAGE

Abstract

Today it has become more difficult to gain competitive advantage due to the changing competition conditions; in this process competitive advantage started to be affected more by the structure of the supply chain and green marketing approaches. Green

*Bu makale 1.yazarın 2019 yılı Marmara Üniversitesi yüksek lisans tezinden türetilmiştir.(Çınar ÖZKAN).

**Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, ABMYO, Lojistik Programı, İSTANBUL.

e- posta: cinarozkan@aydin.edu.tr. (<https://orcid.org/0000-0002-6794-5012>)

***Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Anabilim Dalı, İSTANBUL.

e- posta: serdarpirtini@marmara.edu.tr. (<https://orcid.org/0000-0002-7838-4863>)

****Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İİBF, İSTANBUL.

e- posta: burcinkaplan@aydin.edu.tr. (<https://orcid.org/0000-0003-4967-8405>)

marketing has become an influential factor in shaping consumer purchasing decisions, and this understanding has returned into green orientation over time. On the other hand supply chain integration and supply chain resilience are important variables of supply chain structure. The aim of this study is to examine the effects of supply chain integration, green marketing orientation and supply chain resilience on competitive advantage. The sampling of the study consists of logistics companies operating in Istanbul. The data were collected by sampling method, which is one of the non-random sampling methods. In the research, partners, owners or senior executives who have sufficient information about businesses were contacted to collect data. Out of 250 questionnaires sent by e-mail, 180 questionnaires were returned; 164 available questionnaires were included in the study. The collected data were analyzed with the help of SPSS package program. Factor analysis and regression analysis were used in the study. At the end of the study, it was seen that green marketing orientation, supply chain integration and supply chain resilience are both positive and significant effects on competitive advantage; The sub-dimensions of these variables also have an impact on competitive advantage. The fact that businesses absorb the understanding of partners with the supply chain actors, act in partnership with their customers and suppliers, and adopt an environmentally sensitive way in providing competitive advantage, will have a positive effect on achieving competitive advantage.

Keywords: *Green Marketing Orientation, Supply Chain Resilience, Supply Chain İntegration, Competitive Advantage.*

GİRİŞ

Gelişen ve her geçen gün biraz daha karmaşık bir hal alan ortamda işletmeler rekabet üstünlüğü elde etmek adına farklı stratejiler geliştirmektedirler. Pazarlama faaliyetleri, işletmelerin ürünleri için talep yaratma çabasının devamı olarak gelişmiş ve ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkma aşamasında, işletmelerin ihtiyaçları sonucunda işletme bazında ele alınan bu faaliyetler zaman içerisinde diğer işletmeler ile ortaklık ve anlaşma yapılması anlayışının, işletme stratejileri arasında önemli bir yer edinmesi ile yeniden ele alınmıştır.

Pazarlama stratejileri, tedarik zinciri üzerindeki tedarikçileri ve perakendecileri, kısaca tedarik zinciri üzerinde yer alan tüm ortakları dikkate almak zorundadır. Bir tedarik zincirinde satıcılardan söz edildiğinde tüketiciye, tedarikçilerden söz edildiğinde ise üreticiye yakınlaşılacaktır. Tedarik zincirinin önemli bir halkası olarak ise lojistik faaliyetler yani lojistik işletmeleri kabul edilebilir. Çünkü üretici tarafından üretileni satıcılara ulaştıracak olan işletmeler, lojistik işletmeleridir. Bu anlayış içerisinde bu çalışmanın katılımcısı olarak lojistik işletmeleri ve bu işletmelerin yetkili müdür, ortak veya sahipleri seçilmiştir.

Tedarik zinciri üzerindeki işletmelerle olan ilişkiler, tedarik zinciri bütünleşmesi kavramı ile ele alınır. İşletmeler, kendi dışındaki faaliyetleri kendi işletme faaliyetleri ile uyumlaştırarak dışsal tedarik zinciri bütünleşmesi gerçekleştirir (Beheshti vd., 2014: 25). Ancak tedarik zinciri ile uyum iki yönlüdür. İşletme tedarik zincirine uyum sağlamak için kendi operasyonlarını da düzenlemelidir. Bu aşamada içsel tedarik zinciri bütünleşmesi ortaya çıkmaktadır.

Tedarik zinciri bütünleşmesinin amacı, dayanıklılığı arttırmaktır. Dayanıklılık kısaca işletmenin beklenmedik değişikliklerden en az seviyede etkilenme, krizlere karşı koyma ve pazardaki değişikliklere rağmen devamlılığını koruma gücü olarak tanımlanabilir. İşletmelerin dayanıklılığı, artık tedarik zincirinin bütünleşmesine bağlıdır. İşletmelerin tedarik zinciri dayanıklılığına katkı yapma gücü, sektörün devamlılığına olan katkısıdır. Dayanıklılığı yüksek olan işletmeler, tedarik zincirinin de daha istikrarlı durmasına katkıda bulunur. Tedarik zinciri üzerinde tedarik zinciri dayanıklılığı yüksek olan işletmelerin bulunması, tedarik zincirinin de uzun ömürlü olmasını sağlar ve genel istikrarı artırır.

Tedarik zinciri dayanıklılığı pek çok faktörden etkilenir (Colicchia vd, 2010: 681). Bu faktörleri tüketiciler belirler. Tüketicilerin değişen taleplerine bağlı olarak bu faktörler sürekli değişebilir. Örneğin, günümüzde tüketiciler işletmelerin çevreye duyarlılığına dikkat etmektedir. Bunun sonucu olarak da tedarik zinciri dayanıklılığının, işletmelerin yeşil pazarlama faaliyetleri ile ilişkili olması beklenmektedir. Çünkü tüketiciler, yeşil pazarlama anlayışını benimseyen işletmeleri ödüllendirme eğiliminde gibi görünmektedir (Chamorro vd., 2009: 225). Satın aldığı ürünlerin yeşil pazarlama faaliyetlerine ne kadar önem verdiğine dikkat eden müşteri sayısı her geçen gün artmaktadır. Bunun yanı sıra, hükümetler de yeşil pazarlama faaliyetlerini destekleyici uygulamalar hayata geçirmekte ve bu uygulamalar sonucu yeşil pazarlama anlayışını destekleyen işletmeler rakipleri karşısında daha avantajlı hale gelmektedir.

Yeşil pazarlama anlayışının yerini yeşil pazarlama yönelimi almaktadır. Yeşil pazarlama yönelimi kavramı Türkçe literatürde ilk kez bu çalışmada kullanılmıştır. Papadas vd., (2018) tarafından geliştirilen yeşil pazarlama yönelimi ölçeği de ilk kez bu çalışmada kullanılmıştır.

1.REKABET AVANTAJI AÇISINDAN TEDARİK ZİNCİRİ DAYANIKLILIĞI

1.1. Rekabet Avantajı

Rekabet avantajı bir işletmenin diğerlerine karşı üstünlük yaratması olarak tanımlanabilmektedir ve rekabet avantajının somut kanıtı bir sektör veya piyasada işletmenin diğerlerine göre daha üstün bir pozisyonda olmasıdır (Bamberger, 1989: 81).

Bir işletme rakiplerinin üzerinde bir performans sergileyebilmek için öncelikle bir fark yaratabiliyor olmalıdır (Porter, 1991). Stratejilerin temelinde rakiplerin faaliyetlerinden farklı aktiviteleri hayata geçirmek yatar. Rekabet stratejileri fark yaratan düşünce, süreç ve aktiviteleri içerir (McAdam ve McClelland, 2002). Strateji açısından rekabet farklılık yaratan işletmelerin piyasadaki mevcut müşterileri kendilerine çekmesi anlamına geldiği gibi yeni müşterileri de cezbetmek anlamına gelir (Krugman, 1994: 30). Bazı alanlarda yeni ürünlerin inovatif kabul edilebilmesi için tamamen farklı olması gerekir. Rekabeti doğru şekilde ele alan stratejiler işletmenin kendi içindeki ve çevresi ile olan iletişimi dikkate alır, teknolojiyi nasıl kullanacağına doğru karar verir, performans ölçüm araçlarını en uygun şekilde kullanarak performansını geliştirir.

1.2. Tedarik Zinciri Dayanıklılığı

Tedarik Zinciri Dayanıklılığı işletmelerin ve tedarik zincirlerinin başarısında önemli bir rol oynar (Ambulkar vd., 2015; Hohenstein vd., 2015: 90).Tedarik zinciri üzerindeki risklerin etkilerini azaltmak ve kabul edilebilir bir hızla cevap vererek uğranan hasarların giderilmesini sağlamak tedarik zinciri dayanıklılığının en önemli faydaları arasında yer alır (Soni vd., 2014). Tedarik zinciri bir işletmenin darboğazları aşma yeteneği ve bir tedarik zinciri yeteneğini yönetirken karşılaşacağı risklerin üzerinden gelme ve bunlara karşı etkili tedbirler alma gücü olarak da tanımlanabilir. Tedarik zinciri dayanıklılığı tedarik zinciri içerisinde yer alan partner işletmeler arasındaki işbirliğini geliştireceği gibi onların değişen şartlara uyum sağlamasını da sağlar.

Literatürde tedarik zinciri dayanıklılığına etki eden değişkenleri tanımlama konusunda da ciddi ayrılıklar vardır (Hohenstein vd., 2015; Jüttner ve Maklan 2011). Örneğin bazı çalışmalar tedarik zinciri dayanıklılığını tek ölçütlü bir değişken olarak ele almaktadırlar (Ambulkar vd., 2015; Gölgeci ve Ponomarov, 2015). Diğer bazı çalışmalar çeviklik ve sağlamlık ölçütlerini ele almaktadır (Wieland ve Wallenburg 2012, 2013). Fakat daha fazla ölçüt kullanarak tedarik zinciri dayanıklılığını ölçen çalışmalar da mevcuttur (Azadeh vd., 2014; Pereira vd., 2014; Pettit vd., 2013). Liu vd. (2018) ise tedarik zinciri dayanıklılığını ölçerken 4 ölçüt kullanmıştır: risk yönetim kültürü, çeviklik, entegrasyon ve tedarik zinciri yeniden yapılandırması. Bu ölçütler, dayanıklılığı ölçmeye yönelik bir anlayış içerisinde ele alınmıştır ve bu çalışmada da kullanılmıştır.

Bir örgüt içerisinde, risk yönetim kültürü oluşması, yöneticilerin yükünü azaltır, kurumun tedarik zinciri üyelerine yaratacağı riskleri de azaltır (Christopher ve Peck, 2004: 12). Bu açıdan bakıldığında, risk yönetimi, bir bütündür. Yalnızca işletmenin dışından gelen riskleri yönetmek ile ilgilenmez, bir yandan işletme tarafından yaratılabilecek risklere odaklanırken; öte yandan tedarik zincirinin bütünü içerisinde yer alan riskleri de kapsamalıdır.

Çeviklik, öngörülebilir değişimlere karşı sistemi hızlı bir şekilde yeniden yapılandırma anlamına gelir (Bernardes ve Hanna, 2009). Tedarik zinciri anlayışı içerisinde, müşteri taleplerindeki herhangi bir değişim gerçekleştiğinde daha düşük çeviklik ile hareket eden işletmeler, tedarikçilerini operasyonel riske maruz bırakır. Düşük çeviklik seviyelerinden sadece kendileri etkilenmez, tedarikçileri de etkilenir. Bu nedenle çeviklik, tedarik zinciri için önemli bir kavramdır.

Tedarik zinciri entegrasyonu, işbirliği ve koordinasyon anlamına gelir (Glenn Richey vd., 2009: 827). Bu işbirliği ve koordinasyon hem işletmenin faaliyetleri arasında, hem de işletmenin bölümleri arasında gerçekleşir. Bir tedarik zinciri içerisinde, entegrasyon içsel bütünleşme anlamına gelebileceği gibi, dışsal bütünleşme anlamına

da gelebilir (Cao vd., 2010: 6614). Her iki çeşit bütünleşme de yüksek riskler içerdiğinden, işletmelerin belirsizliği azaltacak etkin stratejiler benimsemesi gerekmektedir (Christopher ve Peck, 2004: 11). İçsel bütünleşme, çeşitli işletme faaliyetleri arasındaki koordinasyon anlamına gelirken, dışsal bütünleşme ise ortaklar ile uzun dönemli bağlılık ve işbirliği anlamına gelir. Ancak en temel anlamıyla entegrasyon, bir bilgi akışını ifade eder. Temel olarak tüm bu yaklaşımlar sistem yaklaşımı temeline dayanarak ilerler; işletmenin kar elde edebilmesi için, sistemin verimli bir biçimde çalışması ve verimliliğin sistemin bütününde sağlanması ile kar maksimum düzeye çıkabilir (Kaplan ve Kasapoğlu, 2013:45).

Tedarik zinciri yeniden yapılandırmasını, tedarik zinciri dayanıklılığını arttırmak amacıyla kullanabilmek için tedarik zincirinin yapısını doğru şekilde anlamak gerekir (Soni vd., 2014). Yeniden yapılandırma, yeni süreçlerinin tasarlanması anlamına gelir (Davenport, 1993) ve tedarik zinciri yeniden yapılandırması süreçler ile ürün ve hizmetlerin ortaya çıkarılmasına dair aktivitelerin bütünleştirilmesini de içerir. Ayrıca, tedarik zinciri içerisindeki en zayıf halkanın bulunması da, aynı darboğaz anlayışındaki gibi, risk ölçüm araçlarının kullanım amaçlarında en başı çeker (Jüttner, 2005). Tedarik zinciri dayanıklılığı, tedarik zinciri yeniden yapılandırması olmadan uzun süreli bir artış gösteremez.

1.3.Tedarik Zinciri Bütünleşmesi ve Yeşil Pazarlama Yönelimi

1.3.1. Tedarik Zinciri Bütünleşmesi

Tedarik zinciri bütünleşmesi akademisyenler tarafından sık çalışılan konular arasında yer alır (Flynn vd., 2010). Bunun en önemli nedenlerinden biri tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajını büyük ölçüde etkilemesidir (Flynn vd., 2010).

Tedarik zinciri bütünleşmesi, işletmelere stratejik avantaj sağlar. Bu stratejik avantajı elde etmek için işletmeler uzun bir dönem işletme birleşmesini başarının anahtarı olarak görmüşlerdir (Harrigan, 1984: 638; Zhang vd., 2015: 1142). Tedarik zinciri üzerinde gerçekleştirilecek olan bir dikey birleşme, üreticiye veya tüketiciye doğru hareket ederek müşteri veya tedarikçi ile ilgili süreçlere daha fazla hakim olmayı hedefler. Ama eğer nihai tüketiciye veya nihai üreticiye ulaşılmadıysa, tedarik zinciri bütünleşmesine duyulan ihtiyaç devam edecektir.

Fawcett ve Magnan (2002) tedarik zinciri bütünleşmesinin 4 çeşidini aşağıdaki gibi tanımlamışlardır:

- İçsel bütünleşme, üretim içerisinde yer alan safhaların üreticinin eksiklerine göre veya tüketicinin taleplerine göre yeniden düzenlenmesi tedarik zincirinin güçlenmesi için gereklidir. Üreticiden gelen bir hammadde istenildiği kadar sağlam olmazsa onu sağlamlaştırmak içsel bütünleşme süreçleri içerisinde yer alabilir. Tüketicinin taleplerine göre de ürüne ek bir özellik katmak yine aynı mantıkla değerlendirilmesi ve şartlar uygunsa kabul edilmesi gereken bir karardır.

Tedarik zinciri bütünleşmesi, işletmelerin tecrübelerini, diğer bir deyişle tedarik zincirine dair olan bilgilerini paylaşması nedeniyle tüm tedarik zinciri üyeleri için avantaj sağlamasıdır. Artan ürün akışı ve bilgi miktarı işletmenin performansını yükselterek istemsizce de olsa tedarik zinciri üzerinde olumlu bir etki yaratmasına neden olabilmektedir (Huber, 1991; Wang vd., 2011, s.102).

- Geriye göre bütünleşme, aynı dönemdeki anlayışa göre işletmeler süreçlere göre sadece kendi bünyesi dahilinde müdahale edebiliyorlardı. Bu nedenle geriye bütünleşme denildiğinde tedarik zinciri üzerindeki üreticiye daha yakın bir işletmenin satın alınması anlaşılırdı. Gerçekten de geriye doğru bütünleşme işletmenin tedarikçisini satın alarak veya işletme birleşmesi ile kendi bünyesine alarak üreticiye bir adım daha yaklaşması anlamına gelir (Fawcett ve Magnan 2002).

- Aynı şekilde ileriye doğru bütünleşme işletmenin mallarını satın alan veya hizmetlerinden faydalanan işletmeyi satın alarak nihai tüketiciye bir adım daha yaklaşması anlamına gelir. Ancak bazen tedarik zinciri üzerinde bir adım geride yer alan tedarikçiyi satın almak veya bir adım ileride yer alan işletme ile işletme birleşmesi gerçekleştirmek stratejik açıdan avantaj sağlamayabilir (Frohlich ve Westbrook, 2001: 185). Bu gibi durumlarda tedarik zincirinin çeşitli yerlerinde yer alan işletmeler işletme birleşmesi için daha cazip görünebilir.

- Fawcett ve Magnan (2002) tarafından belirtilen son bütünleşme çeşidi “direkt nihai tüketiciye veya direkt nihai üreticiye göre bütünleşme” de bunu kastetmektedir. Bu bütünleşme çeşidinde stratejik avantaj ile beraber risk analizi ve işletmenin gücünü ve avantajlarını hesaba katarak potansiyeline göre hareket etmesi daha uygun olacaktır. İşletmenin sadece daha avantajlı ve stratejik olarak önemli bir konumda diye faaliyetleri hakkında hiç bilgi sahibi olmadığı bir işletme ile birleşme gerçekleştirilmesi de belirsizlik içeren bir durum olduğundan tercih edilmemelidir.

1.3.2. Yeşil Pazarlama Yönelimi

Yeşil pazarlama tüketicilerin değişen tavırları ve değişen davranışları ile hız kazanmıştır (Chen ve Chang, 2012: 503). Yeşil pazarlama yönelimi örgütün yaratmaya çalıştığı imaja uzun vadeli katkı yapılmasını gerektirmektedir, bu da sürdürülebilir tedarik zincirlerine katkı yapar (Linton vd., 2007: 1076). Bu amaçla tasarım, üretim, mühendislik, müşterilerin ve tedarikçilerin dışsal koordinasyonu ancak üretimin başlangıç noktasından tüketimin nihai noktasına kadar bu anlayış içerisinde gelişirse işletmeler başarıya ulaşabilir (Seuring ve Müller, 2008: 456). Daha basit bir söylemle pazarlama yönelimi, pazarlama faaliyetlerinin uygulamaya geçirilmesi anlamına gelmektedir ve stratejiler ile ilintili uygulamaları içerir (Acosta vd., 2018: 1129).

Pazarlama yönelimi ile ilgili farklı yaklaşımlar olsa da yeşil pazarlama yönelimi tek bir şekilde algılanmaktadır: yeşil pazarlama stratejileri geliştiren işletmelerin bu stratejileri uygularken kurumun tamamının ne kadar uyum gösterdiğine odaklanmak, yeşil pazarlama yönelimi veya stratejik yeşil pazarlama yönelimi anlamına gelmektedir (Crane, 2000: 278).

Papadas vd. (2017), yeşil pazarlama yönelimini stratejik yeşil pazarlama yönelimi, taktiksel yeşil pazarlama yönelimi ve içsel yeşil pazarlama yönelimi olarak 3 alt boyut ile ölçmeyi başaran bir ölçek geliştirmiştir ve ölçek aynı zamanda bu çalışmada da kullanılmıştır. Bu 3 alt boyut aşağıdaki gibidir:

- Stratejik yeşil pazarlama yönelimi: Stratejik yeşil pazarlama yönelimi daha uzun dönemli, yönetimin faaliyet ve politikalarına bağlı olarak gelişen kurumun çevreye odaklanarak ürettiği stratejilerdir (Banerjee, 2002: Papadas vd., 2007).

- Taktiksel yeşil pazarlama yönelimi: Taktiksel yeşil pazarlama yönelimi, geleneksel pazarlama karmasını daha yeşil bir karma haline dönüştüren bir anlayıştır. Yeşil pazarlama amacıyla kullanılan taktikler işletmelere doğal çevreyi, enerji kaynaklarını ve insanların çıkarlarını koruyacak yollar aramada, kirliliği azaltmada ve daha etkin kaynak kullanımı ile üretim gerçekleştirmede esneklik sağlamaktadır (Ottman, 1994).

- İçsel yeşil pazarlama yönelimi: İçsel yeşil pazarlama yönelimi, çevresel değerlerin işletmeler arasında paylaşarak çoğalması ve daha geniş kapsamlı bir çevresel kurum bilincine sahip olunması anlamına gelmektedir (Papadas ve Avlonitis, 2014). Bu faaliyetler çalışanların eğitilmesi, işletme içerisinde çevresel farkındalığın geliştirilmesi gibi süreçleri de kapsamaktadır (Wells vd., 2015).

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı tedarik zinciri bütünleşmesi, tedarik zinciri dayanıklılığı ve yeşil pazarlama yönelimi kavramlarını açıklamak ve bu kavramların işletmenin rekabet avantajı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajına anlamlı bir etkisi vardır (Carvalho, 2011). Yeşil pazarlama ve yeşil tedarik zinciri anlayışının tedarik zinciri dayanıklılığını etkilediği de görülmüştür (Ruiz-Benitez vd., 2017; Cabral vd., 2012). Güzel ve Demirdöğen (2016), bütünleşmenin yeşil tedarik zinciri uygulamalarını etkilediğini modelinde göstermiştir. Beheshti vd. (2014) tedarik zinciri bütünleşmesinin firma performansı ve rekabet avantajı değişkenlerinin öncülü olduğunu ortaya koymuştur. Papadas vd. (2018) çalışmasında yeşil pazarlama yönelimini rekabet avantajının bir öncülü olarak ele almıştır. Buna benzer değerlendirme yapan, yeşil pazarlama değişkenini rekabet avantajının öncülü olarak değerlendiren başka çalışmalar da yapmıştır (Moravcikova vd, 2017). Bu çalışmalardan yola çıkarak aşağıdaki model oluşturulmuştur.

Bu model ile işletmelerin politika belirlerken dikkate alacakları bir kriter belirlemek ve değişkenlerin etki yönlerini doğru belirlemek amaçlanmaktadır. Yeşil pazarlama yönelimi gibi yeni bir kavramın modeldeki yerini test etmek de çalışmanın sağlaması beklenen katkıları arasındadır. Araştırmanın geçerliliğinin değerlendirilmesinde faktör analizi kullanılmış, güvenilirliğinin değerlendirilmesinde ise cronbach's alpha katsayı değerleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamındaki verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığı ise KMO katsayısı ile incelenmiştir. Araştırmada kullanılan yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı, tedarik zinciri bütünleşmesi ölçekleri için açıklayıcı faktör analizi yapılmış, ölçek ifadelerinin arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

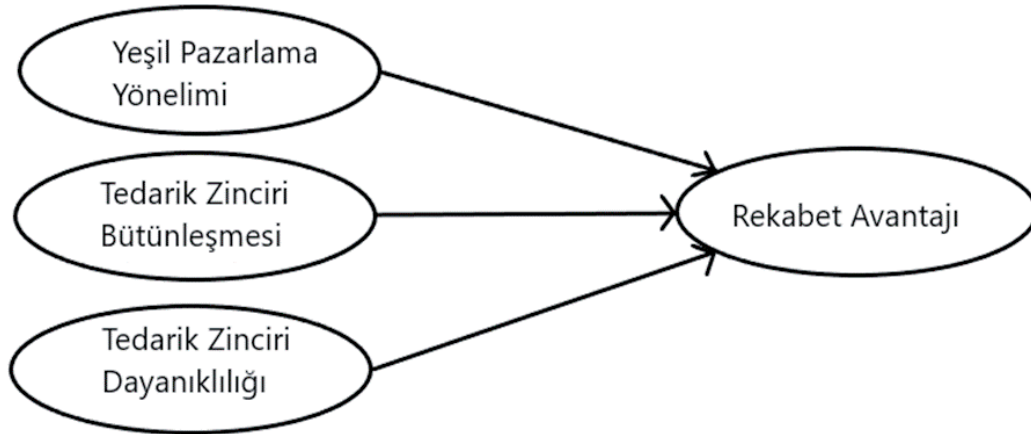
2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırma kapsamını İstanbul ilinde faaliyet gösteren lojistik işletmeleri oluşturmaktadır. Tedarik zinciri üzerinde lojistik işletmeleri kritik bir rol oynadığı için çalışmaya dahil edilmişlerdir.

Gerek zaman, ulaşılabilirlik ve maliyet kısıtlarından gerekse en fazla lojistik işletmenin İstanbul ilinde olmasından dolayı araştırmaya konu şehir İstanbul olmuştur. Ayrıca Türkiye'nin yıllık lojistik hareketlerinin %60'ı İstanbul'da gerçekleşmektedir. (Tanyaş, 2015: 117). Bir başka araştırmaya göre lojistik açıdan en gelişmiş iller sırasıyla İstanbul, İzmir, Ankara ve Kocaeli olmuştur (Bayraktutan vd., 2012: 67). Lojistik denilince akla ilk gelen, 345 işletmeyle İstanbul olmaktadır (www.transmedya.com, 2015: 27).

2.3. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli şekil 1'de yer almaktadır. Bu modelde 3 ana hipotez bulunmaktadır. Yapılan faktör analizi sonucuna göre ise her bir değişkenin alt boyutları ortaya çıkmış ve alt hipotezler de " faktör analizi sonrası araştırma modeli" başlığı altında verilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın önerilen modeli

Şekil 1 üzerinde araştırmanın beklenen modeli görülmektedir. Aynı modelin ışığında hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiş, $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde test edilmiştir.

H₁: Yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

2.4. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Veri toplarken tesadüfi olmayan örneklem çeşitlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Türkiye'nin yıllık lojistik hareketlerinin %60'ı İstanbul'da gerçekleşmektedir. (Tanyaş, 2015, s.117). Bir başka araştırmaya göre lojistik açıdan en gelişmiş iller sırasıyla İstanbul, İzmir, Ankara ve Kocaeli olmuştur (Bayraktutan, Tüylüoğlu

ve Özbilgin, 2012, s.67). Lojistik denilince akla ilk gelen, 345 işletmeyle İstanbul olmaktadır (www.transmedya.com, 2015, s.27). Aralık 2019- Mart 2019 tarihleri arasında İstanbul'da faaliyet gösteren 250 lojistik işletmenin üst düzey yöneticilerine ve işletme sahiplerine ulaşılmış ve anket elektronik posta ile gönderilmiştir. 180 anket yöneticiler tarafından doldurulmuş, bunlardan kullanılabilir durumda olan 164 tanesi çalışmaya dahil edilmiştir.

Tüm değişkenler 5'li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Seçenekler (1 = kesinlikle katılmıyorum) ile (5 = kesinlikle katılıyorum) arasında dağıtılmıştır. Elde edilen sonuçların analizi için SPSS 22.0 programından faydalanılmıştır. Güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha analizi kullanılmıştır.

10 anket deneme amacıyla mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin müdürlerine ve sahiplerine yarı yapılandırılmış mülakat şeklinde doldurtulmuştur. 10 kişi ile İngilizce'den yerel dile tercüme amaçlı pilot çalışma yapılması yaygındır (Marzuki, M.F.M., 2018; Masuko vd., 2008). Pilot analizde cronbach alpha değeri için 0,7 civarında bir güvenilirlik sağlayabilirken, bu analizde 0,9'un üzerinde değerler elde edilmiştir ve yüksek güvenilirlikten söz etmek mümkündür. (Durmuş vd., 2016). İçsel tutarlılık değerlerine bakılmıştır. Sorulardan birinin silinmesi ihtimallerinin bile rekabet avantajı, yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı için bu değerler yine 0,9'un üzerinde çıkarken, tedarik zinciri bütünleşmesi için 0,8'in üzerinde ancak 0,9'a yakın değerler oluşmuştur. Psikometrik analizler ve tercüme safhaları Marzuki (2018) tarafından önerildiği şekilde yapılmıştır. Faktörler de beklenene yakın şekilde ortaya çıkmış ve Cronbach-alpha değerleri rekabet avantajı, yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı ve tedarik zinciri bütünleşmesi için sırasıyla 0,939, 0,954, 0,934 ve 0,903 olarak elde edilmiştir. Anketler doldurulurken katılımcılar tarafından kolaylıkla anlaşılabilir ve yanlış anlaşılmaya dair bir göstergeye rastlanmamıştır. Geri bildirimler olumlu gerçekleşmiştir. Bu işlemler sonrasında anketler lojistik sektöründeki yöneticilere gönderilmeye başlanmıştır.

Rekabet avantajı bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Yeşil pazarlama yönelimi ise Papadas (2018) tarafından bu kavramın öncülü olarak ele alınmıştır. Bu çalışmada da rekabet avantajı ve yeşil pazarlama yönelimini ölçmek için kullanılan anketler alt boyutları ile birlikte alınmıştır. Rekabet avantajını ölçen 6 soru mevcuttur.(Papadas vd., 2018). Yeşil pazarlama yönelimini ölçen 21 sorunun 9 tanesi stratejik yeşil pazarlama yönelimini, 5 tanesi taktiksel yeşil pazarlama yönelimini ve 7 tanesi içsel yeşil pazarlama yönelimini ölçmektedir (Papadas vd., 2017, 2018).

Tedarik zinciri dayanıklılığını, kapsamlı bir şekilde ölçen Liu vd., (2018), risk yönetim kültürü, çeviklik, entegrasyon ve tedarik zinciri yeniden yapılandırması alt boyutlarını açıklamış ve kavramsal olarak hepsini aynı çatı altında birleştirmiştir. Bu yazarın ölçeği bu çalışmada da kullanılmıştır. Bu ölçek 29 soru içermektedir. Risk yönetim kültürü 6 soru, çeviklik 8 soru, entegrasyon 8 soru ve tedarik zinciri yeniden yapılandırması ise 7 soru ile ölçülmektedir.

Tedarik zinciri bütünleşmesini ölçen anketleri derleyen Marin-Garcia vd. (2013), tedarik zinciri bütünleşmesini en doğru ve güvenilir şekilde ölçmeyi hedefleyen bir anket üzerinde çalışmış ve bu amaçla 20'den fazla çalışmadan faydalanarak bir ölçüm aracı geliştirmiştir. Bu ölçüm aracı 16 soru içermekte ve müşteri bütünleşmesi, dışsal bütünleşme, tedarikçilerle bütünleşme ve içsel bütünleşme alt boyutlarına 4'er soru dağıtmıştır. Bu çalışmada da tedarik zinciri bütünleşmesini ölçmek için bu anketten faydalanılmıştır.

2.5. Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları

Katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Anketin yapıldığı sektörün yapısı dolayısıyla, yöneticiler arasında erkek sayısı daha fazladır. Kara yolu taşımacılığı alanında faaliyet gösteren lojistik işletmeleri erkekler tarafından daha ziyade tercih edilmektedir. Çünkü sektör erkeklerin daha egemen olduğu bir yapıya sahiptir.

Demografik sorulara uygulanan frekans analizi sonucunda katılımcıların çoğunluğunun erkek olduğu ve %85,4 oranında payları olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaş aralığı ise çoğunlukla %34,1 ile 30-39 arasında ve %33,5 ile 40-49 arasında seyretmektedir. Katılımcılar %62,8 oranında lisans mezunudur. Katılan işletmeler arasında en fazla paya, %31,7 oranı ile, 11-50 arasında çalışanı olan işletmeler sahiptir. Deneyim ayrımı söz konusu olduğunda en yüksek pay ise %34,8 ile 12 yıldan fazla deneyimi olan kişilere aittir. Birden fazla tedarikçi ile çalışan 154 katılımcı var iken 10 katılımcı tek tedarikçi ile çalışmaktadır. En eski tedarikçi ile çalışma süreleri arasında ağırlık ise %27,4 ile 6-10 yıl kadar çalışma süresi bulunan tedarikçiler olduğu görülmektedir.

Analiz bulguları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri İtibariyle Dağılımları

Değişken	Değişken Düzeyleri	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli yüzde (%)	Kümülatif yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	24	14,6	14,6	14,6
	Erkek	140	85,4	85,4	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Yaş	18-29	27	16,5	16,5	16,5
	30-39	56	34,1	34,1	50,6
	40-49	55	33,5	33,5	84,1
	50+	26	15,9	15,9	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Eğitim	Lise	20	12,2	12,2	12,2
	Önlisans	22	13,4	13,4	25,6
	Lisans	103	62,8	62,8	88,4
	Lisansüstü	19	11,6	11,6	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Çalışan Sayısı	10-	20	12,2	12,2	12,2
	11-50	52	31,7	31,7	43,9
	51-100	38	23,2	23,2	67,1
	101-250	14	8,5	8,5	75,6
	251-500	7	4,3	4,3	79,9
	500+	33	20,1	20,1	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Deneyim	3 yıldan az	27	16,5	16,5	16,5
	3-5 yıl	23	14,0	14,0	30,5
	6-9 yıl	36	22,0	22,0	52,4
	10-12 yıl	21	12,8	12,8	65,2
	12 yıldan çok	57	34,8	34,8	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Pozisyon	Operasyon müdürü	34	20,7	20,7	20,7
	Satış Müdürü	24	14,6	14,6	35,4
	Genel Müdür Yardımcısı	14	8,5	8,5	43,9
	Şube Müdürü	1	,6	,6	44,5
	Sahibi	34	20,7	20,7	65,2
	Genel Müdür	13	7,9	7,9	73,2
	Diğer	44	26,8	26,8	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Tedarikçi Sayısı	Tek	10	6,1	6,1	6,1
	Birden fazla	154	93,9	93,9	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	
Çalışma Süresi	1-5 yıl	42	25,6	25,6	25,6
	6-10 yıl	45	27,4	27,4	53,0
	11-15 yıl	31	18,9	18,9	72,0
	16-20 yıl	20	12,2	12,2	84,1
	21-25	16	9,8	9,8	93,9
	26-30	5	3,0	3,0	97,0
	31-35	5	3,0	3,0	100,0
	Toplam	164	100,0	100,0	

2.6. Güvenilirlik, Faktör Analizi ve Uç Değer Analizi

Güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha analizi kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilir kabul edilebilmesi için cronbach's alpha değerinin 0,70 ve üstü olması gerekir (Durmuş vd., 2016). Bu değer 0,9'un üzerinde olması mükemmel, 0,8'in üzerinde olması iyi kabul edilir. Tablo 2 üzerinde değişkenler ve alt boyutlarının güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir. Araştırmada kullanılan yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı, tedarik zinciri bütünleşmesi ölçekleri için açımlayıcı faktör analizi yapılmış, ölçek ifadelerinin arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Değişkenler için gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonuçları 0,9'un üzerindedir. Alt boyutlar için içine dahil olduğunda da sonuçlar 0,8'in altına inmemiştir ve hem değişkenlerin hem de alt boyutlarının güvenilirliği kabul edilebilir seviyelerdedir.

Tablo 2: Güvenilirlik ve Normallik Analizleri

Değişkenler	Cronbach's Alpha Katsayısı
Rekabet Avantajı	0,892
Yeşil Pazarlama Yönelimi (YPY)	0,939
Stratejik Yeşil Pazarlama Yönelimi (YPY Alt Boyut 1)	0,893
Taktiksel Yeşil Pazarlama Yönelimi (YPY Alt Boyut 2)	0,826
İçsel Yeşil Pazarlama Yönelimi (YPY Alt Boyut 3)	0,915
Tedarik Zinciri Dayanıklılığı (TZD)	0,934
Risk Yönetim Kültürü (TZD Alt Boyut 1)	0,886
Çeviklik (TZD Alt Boyut 2)	0,912
Entegrasyon (TZD Alt Boyut 3)	0,892
Tedarik Zinciri Yeniden Yapılandırması (TZD Alt Boyut 4)	0,889
Tedarik Zinciri Bütünleşmesi (TZB)	0,936
Müşteri ve Tedarikçi Bütünleşmesi (TZB Alt Boyut 1)	0,846
Dışsal Bütünleşme (TZB Alt Boyut 2)	0,822
İçsel Bütünleşme (TZB Alt Boyut 4)	0,895
Yeşil Pazarlama Yönelimi	Skewness: -.383 Kurtosis: -.183
Tedarik Zinciri Dayanıklılığı	Skewness: -.292 Kurtosis: .069
Tedarik Zinciri Bütünleşmesi	Skewness: -.337 Kurtosis: -.475
Rekabet Avantajı	Skewness: -.361 Kurtosis: -.193

Tablo 2 üzerinde değişkenlerin normal dağılıma sahip olup olmadığı da incelenmiştir. Normal dağılımdan söz edilebilmesi için skewness ve kurtosis değerlerinin 1,96 ve -1,96 aralığında (George ve Mallery, 2010; Gravetter ve Wallnow, 2014) veya 1,5 ve -1,5 aralığında (Tabachnik ve Fidell, 2013) olması gerekmektedir. Bu çalışmadaki değerler ise 0,5 ve -0,5 aralığındadır.

Rekabet avantajı faktörünün alt boyutları yoktur. Ancak yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri bütünleşmesi ve tedarik zinciri dayanıklılığı değişkenlerinin alt boyutları vardır. Her biri için faktör analizi yapılması gereklidir. Faktör analizi öncesinde Keiser Meyer Olkin (KMO) ve Barlett küresellik testi yapılacak ve bu test sonrasında veriler faktör analizine uygun bulunursa faktör analizi yapılacaktır (Tatlidil, 2002). KMO değerleri 0,90-1 aralığında ise örneklem yeterliliği iyi demektir ve faktör analizine geçilebilir (Alpar, 2013: 294).

Yeşil pazarlama yönelimi soruları tablo üzerinde görüldüğü üzere faktör analizine uygundur. KMO değeri 0,9'un üzerindedir ve elde edilen sonuçlar %1 seviyesinde anlamlıdır (tablo 3). Papadas vd. (2017: 241) çalışmasında yeşil pazarlama yönelimini ölçen sorular 3 grupta ele alınmasına karşın faktör analizi sonrasında 2 soru analizden çıkarılmıştır. Stratejik yeşil pazarlama bölümünün müşteriler ile ilgili olan son iki sorusu elenmiştir. Bu iki sorunun faktör değerleri de iki faktör etrafında toplanmış ve yakın değerler almışlardır. En yakın değerler alandan başlanarak teker teker sorular çıkartılmıştır. Sorular çıkarıldıktan sonra elde edilen faktör değerleri Tablo 3 üzerinde gösterilmiştir. Ölçüm sonucu ölçülmek istenen değişkenin varyansının %65,162'si açıklanmıştır.

Tablo 3: Yeşil Pazarlama Yönelimi Değişkeni Açımlayıcı Faktör Analizi

		Faktör			Açıklanan
		İçsel Yeşil Pazarlama Yönelimi (İÇPY)	Stratejik Yeşil Pazarlama Yönelimi (SYPY)	Taktiksel Yeşil Pazarlama Yönelimi (TYPY)	Varyans(%)
İçsel	İÇPY1	0,696			
Yeşil	İÇPY2				
Pazarlama	İÇPY3	0,807			26,415
Yönelimi	İÇPY4	0,778			
(İÇPY)	İÇPY5	0,770			
	İÇPY6	0,745			
	İÇPY7	0,587			
Stratejik	SYPY1		0,669		
Yeşil	SYPY2		0,637		
Pazarlama	SYPY3		0,735		22,691
Yönelimi	SYPY4		0,662		
(SYPY)	SYPY5		0,628		
	SYPY6		0,776		
	SYPY7		0,729		
Taktiksel	TYPY1			0,791	
Yeşil	TYPY2			0,823	16,056
Pazarlama	TYPY3			0,745	
Yönelimi	TYPY4			0,668	
(TYPY)	TYPY5			0,468	
Barlett küresellik testi χ^2 : 2064,757 df: 171 P: 0.00					
KMO değeri : 0,912					

Tablo 4 üzerinde görüldüğü üzere tedarik zinciri dayanıklılığı için gerçekleştirilen KMO testi sonuçları 0,89 değerindedir. Bu sonuçlara göre veriler faktör analizi için uygundur. Tablo üzerindeki sig. değeri 0,01'den küçük olduğu için sonuçlar %1 seviyesinde anlamlıdır.

Ölçülmek istenen değişken %67,702 oranında ölçülmüştür. Faktör analizi sırasında ilk önce entegrasyon kısmına ait birinci (B1) ve sonrasında ikinci soru (B2) çıkarılmıştır. Çünkü bu sorular iki faktör altında yakın değerler almışlardır. Sonrasında aynı sebepten çeviklik kısmına ait ilk 3 soru da çıkarılmıştır (Ç1, Ç2 ve Ç3). Tedarik zinciri yeniden yapılandırması faktörünün ilk iki sorusu da bu sebepten çıkarılmıştır (TZYY1 ve TZYY2). Böylelikle toplamda 7 soru çıkarılmıştır.

Risk yönetimi kültürü değişkeni herhangi bir soruda eksilme olmadan oluşmuştur. Entegrasyon bölümü sorularının arasında çeviklik bölümünde çıkması beklenen soru girmiştir. Çeviklik bölümünün son sorusu bu faktör ile uyumlaşmıştır.

Tablo 4: Tedarik Zinciri Dayanıklılığı Değişkeni Faktör Analizi

		Faktör				Açıklanan
		Ç	RYK	TZYY	ENTG	Varyans(%)
	B5	0,803				
	B4	0,790				
	B6	0,735			19,343	
Entegrasyon	B7	0,683				
	B8	0,676				
	Ç8	0,634				
	B3	0,618				
	RYK5		0,799			
Risk	RYK3		0,778			
Yönetim	RYK6		0,718		18,453	
Kültürü	RYK4		0,709			
	RYK2		0,709			
	RYK1		0,700			
Tedarik	TZYY6			0,846		
			Faktör		Açıklanan	
		Ç	RYK	TZYY	ENTG	Varyans(%)
Zinciri	TZYY7			0,836		
Yeniden	TZYY4			0,749		16,186
Yapılandırması	TZYY3			0,681		
	TZYY5			0,664		
	Ç5				0,826	
Çeviklik	Ç4				0,825	13,720
	Ç6				0,736	
	Ç7				0,574	
Barlett küresellik testi χ^2 : 3232,402 df: 406 P: 0.00						
KMO değeri: 0,890						

Tedarik zinciri bütünleşmesi değişkeninin KMO testi sonuçları 0,9 olarak ortaya çıkmış ve %1 seviyesinde anlamlılık göstermiştir (Tablo 5). Böylelikle faktör analizine geçilebilmiştir. Bu çalışma için seçilen anket, diğer pek çok çalışmada yapılan içsel ve dışsal ayrımının yerine dört faktörlü bir yapı geliştirmiştir (Marin-Garcia vd., 2013). Tedarikçilerle bütünleşmenin ikinci ve dördüncü sorusu (TB2 ve TB4) iki faktör altında yakın değerler ortaya koymuştur. Dışsal bütünleşme bölümünün de üçüncü sorusu (DB3) aynı şekilde değerler vermiştir. Toplamda üç soru çıkarılmıştır. Tablo 5 üzerinde görüldüğü üzere, anket tarafından belirlenen dört faktörlü yapı oluşmamış, onun yerine üç faktör ortaya çıkmıştır.

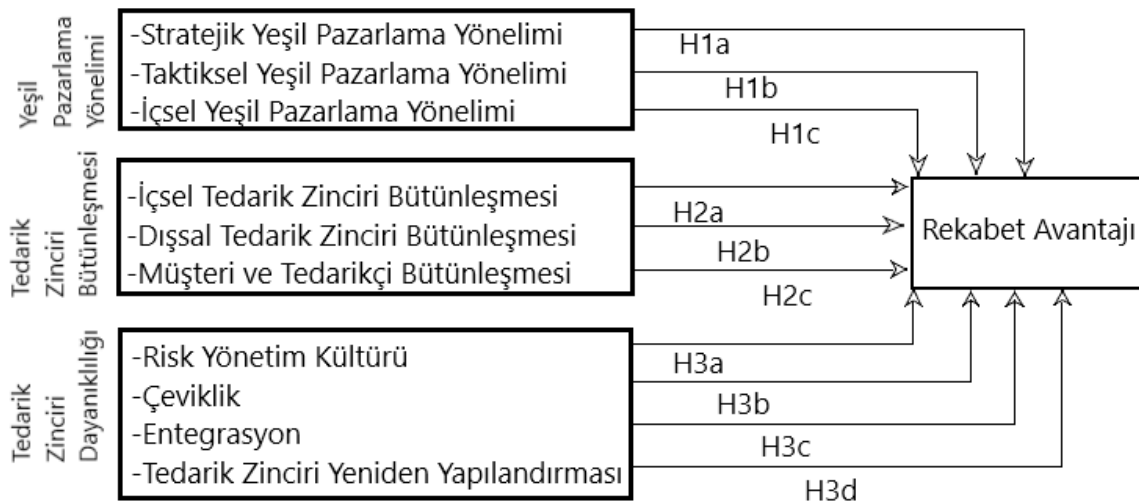
Tablo 5: Tedarik Zinciri Bütünleşmesi Değişkeni Faktör Analizi

		Faktör			Açıklanan Varyans (%)
		MTB	DB	İB	
	MB2	0,851			
Müşteri ve tedarikçi bütünleşmesi	MB1	0,837			
	MB3	0,832			
	DB1	0,673			30,123
	DB2	0,615			
	TB3		0,851		
Dışsal bütünleşme	MB4		0,672		
	TB1		0,653		21,183
	DB4		0,557		
	İB3			0,837	
İçsel bütünleşme	İB2			0,803	20,500
	İB1			0,747	
	İB4			0,646	
Barlett küresellik testi χ^2 : 1876,298 df: 120 P: 0.00					
KMO değeri : 0,908					

Tablo 5 üzerinde görüldüğü üzere ölçülmek istenen değişken %71,806 oranında ölçülmüştür. Ancak müşteri bütünleşmesi ve tedarikçi bütünleşmesi faktörleri birlikte ortaya çıkmıştır. Dışsal bütünleşme bölümünün ilk iki sorusu katılımcılar tarafından tedarikçi ve müşteri bütünleşmesi kapsamında değerlendirilmiştir.

2.7. Faktör Analizi Sonrası Araştırma Modeli

Faktör analizi sonrasında belirlenen değişkenlerin alt boyutları ortaya çıkmıştır. Tedarik zinciri bütünleşmesi değişkeninin 4 yerine 3 alt boyutu ortaya çıkarken diğer alt boyutlar beklediği gibi ortaya çıkmıştır. Bu alt boyutlar da modele eklendiğinde araştırma modeli şekil 2 üzerindeki gibidir. İncelenecek olan 3 araştırma modeli de şekil üzerinde görülmektedir.



Şekil 2: Faktör analizi sonrası araştırma modeli

Müşteri bütünleşmesi ve tedarikçi bütünleşmesi kısımlarının dışsal bütünleşme ile ilgili soruları da bir dışsal bütünleşme sorusu ile birlikte dışsal bütünleşme faktörü olarak değerlendirilmiş ve toplamda 3 faktör olarak ortaya çıkmıştır. Faktör analizi sonrasında 4 alt boyut yerine 3 alt boyut oluşmuş ve H_{2d} hipotezi değiştirilmiştir, H_{2c} hipotezi güncellenmiştir. H_{2e} hipotezi ise iptal edilmiştir. Yeni hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H_1 : Yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1a} : Stratejik yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b} : Taktiksel yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c} : İşsel yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_2 : Tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2a} : İşsel tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2b} : Dışsal tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{2c} : Müşteri ve tedarikçi bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_3 : Tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3a} : Risk yönetim kültürünün rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3b} : Çevikliğin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3c} : Entegrasyonun rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{3d} : Tedarik zinciri yeniden yapılandırmasının rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

2.8. Korelasyon Analizi

Yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı, tedarik zinciri bütünleşmesi ve rekabet avantajı değişkenleri arasındaki korelasyon değerleri Tablo 6 üzerinde gösterilmiştir. Değerlerin çoğu 0,6 ve 0,8 arasındadır. Bu durum da güçlü pozitif korelasyon anlamına gelir.

Tablo 6: Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon Değeri	ÇS	YPY	TZD	TZB	RA
ÇS	1	0,211**	0,257**	0,029ns	0,174*
YPY	0,211**	1	0,649**	0,414**	0,618**
TZD	0,257**	0,649**	1	0,629**	0,563**
TZB	0,029ns	0,414**	0,629**	1	0,449**
RA	0,174*	0,618**	0,563**	0,449**	1

Alt boyutlar arası Korelasyon Değeri	TYPY	İÇYPY	SYPY	TMB	İÇSL	DŞSL	RYK	ENTG	ÇEVK	TZYY
TYPY	1	0,535**	0,576**	0,409**	0,328**	0,329**	0,418**	0,343**	0,462**	0,348**
İÇYPY	0,535**	1	0,738**	0,375**	0,306**	0,244**	0,578**	0,438**	0,435**	0,520**
SYPY	0,576**	0,738**	1	0,413**	0,220**	0,307**	0,500**	0,450**	0,450**	0,494**
TMB	0,409**	0,375**	0,413**	1	0,581**	0,689**	0,310**	0,537**	0,539**	0,422**
İÇSL	0,328**	0,306**	0,220**	0,581**	1	0,539**	0,341**	0,477**	0,525**	0,413**
DŞSL	0,329**	0,244**	0,307**	0,689**	0,539**	1	0,305**	0,504**	0,572**	0,315**
RYK	0,418**	0,578**	0,500**	0,310**	0,341**	0,305**	1	0,530**	0,494**	0,558**
ENTG	0,343**	0,438**	0,450**	0,537**	0,477**	0,504**	0,530**	1	0,643**	0,577**
ÇEVK	0,462**	0,435**	0,450**	0,539**	0,525**	0,572**	0,494**	0,643**	1	0,487**
TZYY	0,348**	0,520**	0,494**	0,422**	0,413**	0,315**	0,558**	0,577**	0,487**	1

N=164ÇS: İşletmeteki çalışan sayısı, YPY: Yeşil pazarlama yönelimi, TZD: Tedarik zinciri dayanıklılığı, TZB: Tedarik zinciri bütünleşmesi, RA: Rekabet avantajı, İÇPY: İçsel yeşil pazarlama yönelimi, SYPY: Stratejik yeşil pazarlama yönelimi, TYPY: Taktiksel yeşil pazarlama yönelimi, ÇEVK: Çeviklik, RYK: Risk yönetim kültürü, ENTG: Entegrasyon, TZYY: Tedarik zinciri yeniden yapılanması, DŞSL: Dışsal tedarik zinciri bütünleşmesi, İÇSL: İçsel tedarik zinciri bütünleşmesi, TMB: Tedarikçi müşteri bütünleşmesi

Korelasyon değerleri iki uçlu olarak elde edilmiştir. Pearson korelasyon katsayıları tablo üzerinde görülebilir. Korelasyon değerleri 0,8 sınırının üzerine çıkmadığı için bir eş doğrusallık işareti olarak kabul edilemez. Yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı, tedarik zinciri bütünleşmesi ve rekabet avantajı değişkenlerinin birbirleri arasındaki pozitif yönlü ilişkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. Sırayla söylemek gerekirse değişkenler arası korelasyon analizi aşağıdaki sonuçları vermiştir:

- Yeşil pazarlama yönelimi ile tedarik zinciri dayanıklılığı arasında %1 seviyesinde anlamlı, pozitif ve 0,649 kuvvetinde bir ilişki olduğu görülmektedir.
- Yeşil pazarlama yönelimi ile tedarik zinciri bütünleşmesi arasında %1 seviyesinde anlamlı, pozitif ve 0,414 kuvvetinde bir ilişki olduğu görülmektedir.
- Yeşil pazarlama yönelimi ile rekabet avantajı arasında %1 seviyesinde anlamlı, pozitif ve 0,618 kuvvetinde bir ilişki olduğu görülmektedir.
- Tedarik zinciri dayanıklılığı ile tedarik zinciri bütünleşmesi arasında %1 seviyesinde anlamlı, pozitif ve 0,629 kuvvetinde bir ilişki olduğu görülmektedir.
- Tedarik zinciri dayanıklılığı ile rekabet avantajı arasında %1 seviyesinde anlamlı, pozitif ve 0,563 kuvvetinde bir ilişki olduğu görülmektedir.
- Tedarik zinciri bütünleşmesi ile rekabet avantajı arasında %1 seviyesinde anlamlı, pozitif ve 0,449 kuvvetinde bir ilişki olduğu görülmektedir.

2.9. Regresyon Analizi

Yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerindeki etkisini test etmek için gerçekleştirilen regresyon analizine göre rekabet avantajına ait varyansın %37,8 kadarı yeşil pazarlama yönelimi tarafından

açıklanabilmektedir. Diğer bir deyişle rekabet avantajının varyansının %37,8'i yeşil pazarlama yönelimi tarafından açıklanır.

Tablo 7 üzerindeki sonuçlara göre yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır, rekabet avantajı değişkeninin yeşil pazarlama yönelimi değişkeni ile tahmin edilmesi istatistiksel olarak mümkündür.

Tablo 7: Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
Yeşil Pazarlama Yönelimi	0,618***	10,004	0,378	100,081***

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

Tablo 8:Stratejik Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
Stratejik Yeşil Pazarlama Yönelimi	0,595***	10,353	0,351	89,003***

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

Tablo 8 göstermektedir ki stratejik yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Bu değişken rekabet avantajını %35,1 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 9: Taktiksel Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
Taktiksel Yeşil Pazarlama Yönelimi	0,542***	8,215	0,294	67,492***

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

Tablo 9 göstermektedir ki taktiksel yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,542 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %29,4 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo10: İçsel Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
İçsel Yeşil Pazarlama Yönelimi	0,476***	14,139	0,226	47,342***

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

Tablo 10 göstermektedir ki içsel yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,476 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %22,6 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 11: Yeşil Pazarlama Yöneliminin Rekabet avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SE	β	T	p
<i>Stratejik Yeşil Pazarlama Yönelimi</i>	0,498	0,077	0,544	6,435	0,000***
<i>İçsel Yeşil Pazarlama Yönelimi</i>	0,028	0,071	0,032	0,4	0,689
<i>Taktiksel Yeşil Pazarlama Yönelimi</i>	0,273	0,066	0,279	4,104	0,000***
R ² = 0,608 F=78,166					

*** p< 0,01; ** p< 0,05; * p< 0,1

Tablo 11 içerisindeki veriler stratejik ve taktiksel yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. İçsel yeşil pazarlama yönelimine bakıldığında ise rekabet avantajının anlamlı bir öncülü olduğu ve bu bağımlı değişken üzerinde pozitif etkisi olacağı beklenmesine rağmen bulgular anlamlı bir etkiye işaret etmediği görülebilir. Tüm bu değişkenler rekabet avantajı değişkeninin toplam varyansının %60,8'ini açıklamaktadır.

Tablo 12: Tedarik Zinciri Bütünleşmesinin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Tedarik zinciri bütünleşmesi</i>	0,449***	6,403	0,202	40,997***

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

Tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerindeki etkisi regresyon analizi ile test edilmiştir. Bu değişkenin rekabet avantajının varyansını %20,2 oranında açıkladığı görülmüştür.

Tablo 13: İçsel Tedarik Zinciri Bütünleşmesinin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>İçsel Tedarik Zinciri Bütünleşmesi</i>	0,362***	4,938	0,131	24,383***

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

Tablo 13 göstermektedir ki içsel tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,362 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %13,1 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 14: Dışsal Tedarik Zinciri Bütünleşmesinin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Dışsal Tedarik Zinciri Bütünleşmesi</i>	0,397***	6,137	0,158	24,383***

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

Tablo 14 göstermektedir ki dışsal tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,397 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %15,8 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 15: Müşteri-Tedarikçi Bütünleşmesinin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Müşteri-tedarikçi Bütünleşmesi</i>	0,429***	6,048	0,184	36,583***

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

Tablo 15 göstermektedir ki dışsal yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,429 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %18,4 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 16: Müşteri-Tedarikçi Bütünleşmesinin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SE	β	T	p
<i>İçsel Tedarik Zinciri Bütünleşmesi</i>	0,15	0,085	0,159	1,764	0,08*
<i>Dışsal Tedarik Zinciri Bütünleşmesi</i>	0,322	0,121	0,319	2,663	0,009***
<i>Müşteri ve tedarikçi Bütünleşmesi</i>	0,225	0,121	0,22	1,865	0,064*
R ² = 0,412 F=35,196					

*** p< 0,01; ** p< 0,05; * p< 0,1

Tablo 16 üzerinde yer alan analiz sonuçları, içsel tedarik zinciri bütünleşmesi ile müşteri ve tedarikçi bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerinde %10 seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olabileceğini göstermektedir. Ancak tedarik zinciri bütünleşmesinin bu iki alt değişkeninin rekabet avantajı üzerinde %5 seviyesinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Dışsal tedarik zinciri bütünleşmesinin rekabet avantajı üzerindeki etkisi ise pozitif yönlü ve %1 seviyesinde anlamlıdır. Bu değişkenler birlikte rekabet avantajı varyansının %41,2 kadarını açıklayabilmektedir.

Tablo 17: Tedarik Zinciri Dayanıklılığının Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Tedarik Zinciri Dayanıklılığı</i>	0,563***	8,673	0,317	75,217***

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

T istatistiği 8,673 olarak bulunurken hangi değişkenlerin modelde yer alıp almayacağı da bu aşamada test edilir. Sabit terimin ve tedarik zinciri bütünleşmesinin standardize olmayan beta katsayıları %1 anlamlılık seviyesinde onaylanmış ve her iki değişkeninde modelde olmasının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. 0,563 olarak görülen standardize beta katsayısının karesinin alınması ile görülmüştür ki tedarik zinciri dayanıklılığı rekabet avantajı varyansını %31,7 oranında açıklar.

Tablo 18: Risk Yönetim Kültürünün Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Risk yönetim kültürü</i>	0,467***	6,723	0,218	45,193***

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

Tablo 18 göstermektedir ki risk yönetim kültürünün rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,467 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %21,8 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 19: Çevikliğin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Çeviklik</i>	0,492***	6,723	0,242	51,673***

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

Tablo 19 göstermektedir ki çevikliğin rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,492 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %24,2 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 20: Entegrasyonun Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Entegrasyon</i>	0,500***	7,353	0,25	54,070***

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

Tablo 20 göstermektedir ki entegrasyonun rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,500 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %24,2 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 21: Tedarik Zinciri Yeniden Yapılandırmasının Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standardize Beta Katsayıları	t	R ²	F
<i>Tedarik zinciri yeniden yapılandırması</i>	0,386***	5,323	0,149	28,333***

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

Tablo 21 göstermektedir ki tedarik zinciri yeniden yapılandırmasının rekabet avantajı üzerinde %1 seviyesinde anlamlı bir etkisi vardır. Aykırı değerler atıldıktan sonra korelasyon değeri 0,386 olmuştur. Bu değişken rekabet avantajını %14,9 seviyesinde açıklamaktadır.

Tablo 22: Tedarik Zinciri Dayanıklılığının Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisine Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SE	β	T	p
<i>Risk yönetim kültürü</i>	0,275	0,086	0,268	3,182	0,002***
<i>Çeviklik</i>	0,286	0,108	0,26	2,654	0,009***
<i>Entegrasyon</i>	0,254	0,101	0,231	2,508	0,013**
<i>Tedarik zinciri Yeniden Yapılandırması</i>	0,081	0,093	0,08	0,871	0,385
R ² = 0,543 F=44,54					

*** p< 0,01; ** p< 0,05; * p< 0,1

Tablo 22 üzerinde görülen analiz sonuçları, risk yönetim kültürü değişkeninin ve çeviklik değişkeninin rekabet avantajı üzerindeki etkisinin pozitif yönlü ve %1 seviyesinde anlamlı olduğunu, entegrasyon değişkeninin rekabet avantajı üzerindeki etkisinin ise yine pozitif yönlü, ancak %5 seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Tedarik zinciri yeniden yapılandırması değişkeninin ise rekabet avantajı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu değişkenler birlikte rekabet avantajının varyansının %54,3 seviyesinde bir kısmını açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayıları göstermektedir ki en büyük etki risk yönetim kültürü değişkenine aitken en düşük etki de entegrasyon değişkenine aittir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşen dünyada işletmeler arasındaki rekabet gün geçtikçe daha çetin bir hal almaktadır. İşletmelerin rekabet avantajı elde etmek için tedarik zincirlerinde bir fark yaratmaları, zincir üyeleri ile partner ilişkileri geliştirmeleri gereği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri dayanıklılığı ve tedarik zinciri bütünleşmesi ile bu değişkenlerin alt boyutlarının rekabet avantajı üzerindeki etkisi ölçülmüştür.

Bu çalışma ortaya koymuştur ki işletmelerin çevreye duyarlı adımları rekabet avantajına olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Yeşil pazarlama yönelimi, işletmelerin daha uzun süreli faaliyet göstermesine olanak verir. Yeşil pazarlama yöneliminin rekabet avantajı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Bu sonuç, Papadas vd. (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları ile de uyumludur. Yeşil pazarlama yöneliminin tedarik zinciri dayanıklılığı üzerindeki etkisi de anlamlı çıkmıştır. Bu sonuç, yeşil pazarlamanın tedarik zinciri dayanıklılığı üzerindeki etkisini onaylayan (Ruiz-benitez vd., 2017; Cabral vd., 2012) ile de benzerlik göstermektedir.

Tedarik zinciri bütünleşmesi, tedarikçi ve müşterilerin taleplerini dikkate alma esasına dayanmaktadır. Günümüzde kirlilikten çekinen müşteri ve tedarikçiler ilişki içerisinde oldukları işletmelerin çevreye özenli yaklaşımlarını beklemekte ve böylelikle kendilerini daha güvenli hissetmektedirler. Aksi davranış sergileyen

işletmeleri ise tehdit olarak algılamakta ve onlara avantaj sağlamama eğilimine girmektedirler. Tedarik zinciri bütünleşmesi, müşteri ve tedarikçiler ile yakın ilişkiler kurmak anlamına gelir ve bu da tedarik zinciri dayanıklılığı için olumlu olmaktadır.

Analiz sonuçlarına göre tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır. Piyasadaki dalgalanmalara, beklenmedik değişimlere karşı daha dayanıklı olan işletmelerin tedarik zinciri dayanıklılığının fazla olduğu söylenebilir ve bu gibi durumlarda rakiplerinin aynı şekilde cevap verememesi onlara rekabet avantajı sağlamaktadır. Değişimlere ayak uydurabilen işletmelerin rekabet gücü daha fazla olacaktır.

Lojistik sektöründe tedarik zinciri dayanıklılığını arttırmak isteyen işletmelerin yeşil pazarlama yönelimine dikkat etmesi gerekmektedir. Müşterilerinin yeşil pazarlama anlayışına önem vermesi sonucu yeşil pazarlama yöneliminin tedarik zinciri dayanıklılığını arttırdığı görülen lojistik sektörü içerisinde görev yapan yöneticiler, karar alırken bu çalışmanın bulgularından faydalanabilirler. Analiz sonuçlarına göre tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır. Bu sonuç önceki araştırma sonuçları ile uyumludur (Carvalho vd., 2012, Lockamy ve Smith, 1997, Kamalahmadi ve Parast 2016). Piyasadaki dalgalanmalara, beklenmedik değişimlere karşı daha dayanıklı olan şirketlerin tedarik zinciri dayanıklılığının fazla olduğu söylenebilir ve bu gibi durumlarda rakiplerinin aynı şekilde cevap verememesi onlara rekabet avantajı sağlamaktadır.

Tedarik zinciri dayanıklılığı, süreçlerin geliştirilmesi ve işletmelerin ömrünün uzatılması anlamına gelmektedir. Swink ve Nair (2007) süreçleri geliştirmenin işletmeye dair bir özelliği geliştirmeyi hedeflediğini ve bu özelliğin her zaman rekabet avantajına katkı yapacak bir özellik olmadığını açıklamıştır. Tedarik zinciri yeniden yapılandırmasına yönelik çalışmaların %60-80 arasında başarılı olduğu görülmüştür (Lockamy & Smith, 1997). Bu araştırma bu alt değişkenin rekabet avantajı üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Bu çalışmanın sonuçları da pek çok çalışmayı derleyen Kamalahmadi ve Parast, (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları ile uyumludur.

Beheshti vd. (2014) tedarik zinciri bütünleşmesinin firma performansı ve rekabet avantajı değişkenlerinin öncülü olduğunu ortaya koymuştur. Bütünleşme tedarik zinciri üzerinde daha fazla güç sahibi olma esasına dayanır. Tedarik zinciri bütünleşmesi işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Tedarikçi-müşteri bütünleşmesinin rekabet avantajına etki etmesi önceki çalışmaların sonuçları ile de desteklenmiştir (Flynn vd., 2010; Frohlich ve Westbrook, 2001; Koufteros vd., 2007; Fawcett ve Maguan, 2002).

Bu çalışma göstermiştir ki yeşil pazarlama yönelimi, tedarik zinciri bütünleşmesi ve tedarik zinciri dayanıklılığı rekabet avantajı üzerinde etkilidir. Bu değişkenlerin alt boyutları da rekabet avantajı üzerinde etkilidir. Papadas (2018) çalışmasında çevreye duyarlı politikaların rekabet avantajı sağladığını ortaya koymuştur. Tedarik zinciri dayanıklılığının rekabet avantajına anlamlı bir etkisi vardır (Carvalho vd., 2012). Dayanıklılığı yüksek olan şirketler, rekabetçi ortamlarda daha uzun süre hayatta kalabilir. Risk yönetim kültürü ve çeviklik de rekabet avantajına etki eden önemli faktörlerdir. Bu iki faktör, çalışmada kullanılan tedarik zinciri dayanıklılığı ölçeğinin alt değişkenleridir. Yeşil pazarlama ve yeşil tedarik zinciri anlayışının tedarik zinciri dayanıklılığını etkilediği de görülmüştür (Ruiz-Benitez vd., 2017; Cabral vd., 2012). Bütünleşme ise zaten tedarik zinciri dayanıklılığının alt boyutlarından biri olarak da kabul edilebilir ve dayanıklılık üzerinde etkisi büyüktür (Liu vd., 2018). Güzel (2011) bütünleşmenin yeşil tedarik zinciri uygulamalarının öncülü olduğunu ortaya koymuştur. Güzel ve Demirdöğen (2016), bütünleşmenin yeşil tedarik zinciri uygulamalarını etkilediğini modelinde göstermiştir. Bu faaliyetler, işletme sahiplerinin gelirini arttırmayı amaçlayabilir veya yatırım amacıyla sermaye biriktirmeyi hedefleyerek oldukça uzun vadede etkili olabilir. İşletmelerin rekabet avantajı sağlayarak sürdürülebilirliği yakalamak için tedarik zincirleri aktörleri ile partner anlayışını benimsemiş müşteri ve tedarikçileri ile ortak hareket etme ve çevreye duyarlı bir yol benimsemesi işletmelerin rekabet avantajı elde etmesine olumlu katkılar sağlayacaktır.

Henüz yeni bir kavram olan yeşil pazarlama yönelimi kavramı bu çalışma içerisinde tedarik zinciri dayanıklılığı, tedarik zinciri bütünleşmesi ve rekabet avantajı ile ilişkilendirilmiştir. Ancak bu kavram diğer pek çok kavram ile de ilişkilendirilebilir. Gelecekte yapılacak çalışma yeni pek çok ilişkiye ışık tutabilir.

Tedarik zinciri bütünleşmesi kavramı, tedarik zinciri dayanıklılığı kavramına nispeten daha sık çalışılsa da, her ikisinin de yer aldığı çalışmalar lojistik alanı için gereklidir. Bu kavramların, pazarlama kavramları ile ilişkilendirildiği çalışmalar ise yok denecek kadar azdır. Pazarlama alanı içinde bu gibi çalışmalar oldukça gereklidir. Gelecekte yapılacak bu gibi çalışmalar bu ihtiyaçları giderebilir. Bu çalışma İstanbul'daki lojistik işletmeleri ile sınırlı tutulmuştur. İleride yapılacak çalışmalarda ise farklı sektörlerdeki işletmelerin bu değişkenlere bakışı test edilerek çalışmaya farklı bir boyut kazandırılabilir.

KAYNAKÇA

- Acosta, A.S., Crespo, A.H. ve Agudo, J.C. (2018). Effect of Market Orientation, Network Capability and Entrepreneurial Orientation on International Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27, 1128-1140
- Alpar, R. (2013). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatiksel Yöntemler*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Ambulkar, S., Blackhurst, J. ve Grae, S. (2015). Firm's Resilience to Supply Chain Disruptions: Scale Development and Empirical Examination. *Journal of Operations Management*, 33-34, 111-122.
- Azadeh, A., Salehi, V., Ashjari, B. ve Saberi, M. (2014). Performance Evaluation of Integrated Resilience Engineering Factors by Data Envelopment Analysis: The case of a petrochemical plant. *Process Safety and Environmental Protection*, 92(3), 231-241.
- Bamberger, I., (1989) Developing Competitive Advantage in Small and Medium-Size Firms, Long Range Planning. *Oxford*, 22(5), 80-88.
- Banerjee, S.B. (2002). Corporate Environmentalism: The Construct and Its Measurement. *Journal of Business Research*, 55(3), 177-191.
- Beheshti, H. M., Oghazi, P., Mostaghel, R. ve Hultman, M. (2014). Supply Chain Integration and Firm Performance: An Empirical Study of Swedish Manufacturing Firms. *Competitiveness Review*, 24(1), 20-31.
- Bernardes, E.S. ve Hanna, M.D. (2009). A Theoretical Review of Flexibility, Agility and Responsiveness in the Operations Management Literature: Toward a Conceptual Definition of Customer Responsiveness. *International Journal of Operations & Production Management*, 29(1), 30-53.
- Bayraktutan, Y., Tüylüoğlu, Ş. ve Özbilgin, M. (2012). "Lojistik Sektöründe Yoğunlaşma Analizi ve Lojistik Gelişmişlik Endeksi: Kocaeli Örneği", *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 61-71.
- Cabral, I., Grilo, A., Cruz-Machado, V. (2012). A Decision - Making Model for Lean, Agile, Resilient and Green Supply Chain Management, 50 (17), 4830-4845.
- Cao, M. Vonderembse, M., Zhang, Q. ve Ragu-Nathan, T. (2010). Supply Chain Collaboration: Conceptualisation and Instrument Development. *International Journal of Production Research*, 48 (22), 6613-6635.
- Carvalho, H. (2011). Resilience index: Proposal and Application in the Automotive Supply Chain. *Proceedings of the 18th EUROMA Conference*, Cambridge, UK, 3-6 July.
- Chamorro, A., Rubio, S. ve Miranda, F.J. (2009). Characteristics of Research on Green Marketing. *Business Strategy and the Environment*, 18, 223-239.
- Chen, S.Y. ve Chang, C.H. (2012). Enhance Green Purchase Intentions. *Management Decision*, 50(3), 502-520.
- Christopher, M. ve Peck, H., (2004). Building the Resilient Supply Chain. *International Journal of Logistics Management*, 15 (2), 1-14.
- Colicchia, C., Dallari, F. ve Melacini, M. (2010). Increasing Supply Chain Resilience in a Global Sourcing Context. *Production Planning & Control: The Management of Operations*, 21 (7), 680-694.
- Crane, A. (2000). Facing the backlash: Green Marketing and Strategic Reorientation in the 1990s. *Journal of Strategic Marketing*, 8(3), 277-296.
- Davenport, T.H., (1993). *Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology*, Harvard Business School Press, Boston.
- Durmuş, B. Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2016). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, Altıncı Basım. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Fawcett, S. E. ve Magnan, G. M. (2002). The Rhetoric and Reality of Supply Chain Integration. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32(5), 339-361.
- Flynn, B.B., Huo, B. ve Zhao, X., (2010). The Impact of Supply Chain Integration on Performance: a Contingency and Configuration Approach. *Journal of Operations Management*, 28 (1), 58-71.
- Frohlich, M. ve Westbrook, R. (2001). Arcs of Integration: An International Study of Supply Chain Strategies. *Journal of Operations Management*, 19(2), 185-200.

- Glenn Richey Jr, R., Chen, H., Upreti, R., Fawcett, S. E. ve Adams, F. G. (2009). The Moderating Role of Barriers on the Relationship Between Drivers to Supply Chain İntegration and Firm Performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 39(10), 826-840.
- Güzel, D. ve Demirdöğen, O. (2016). Tedarik Zinciri Bütünleşmesi, Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamaları ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 363- 394.
- Gölgeci, I. ve Ponomarov, S.Y. (2015). How Does Firm İnnovativeness Enable Supply Chain Resilience? The Moderating Role of Supply Uncertainty and Interdependence. *Technology Analysis & Strategic Management* 27 (3), 267-282.
- Harrigan, K.R. (1984). Formulating vertical integration strategies. *Academy of Management Review*, 9(4), 638-652.
- Hohenstein, N. O., Feisel, E. Hartmann, E. ve Giunipero, L., (2015). Research on the Phenomenon of Supply Chain Resilience: a Systematic Review and Paths for Further Investigation. *International Journal Physical Distribution Logistics Management*, 45(1/2), 90–117.
- Huber, G. P. (1991). Organizational Learning: The contributing Processes and the Literatures. *Organization Science*, 2 , 88–115.
- Jüttner, U. (2005). Supply Chain Risk Management: Understanding the Business Requirements From a Practitioner Perspective. *International Journal of Logistics Management*, 16, 120-141.
- Jüttner, U. ve Maklan, S. (2011). Supply Chain Resilience in the Global Financial Crisis: an Empirical Study. *Supply Chain Management: An International Journal*, 16(4), 246-259.
- Kamalahmadi, M. ve Parast, M.M. (2016). A Review of the Literature on the Principles of Enterprise and Supply Chain Resilience: Major Findings and Directions for Future Research. *International Journal of Production Economics*, 171(1), 116-133.
- Kaplan, B. ve Akçay Kasapoğlu, Ö. (2013). Ürün Karması Optimizasyonu Kararlarında Kısıtlar Teorisi Kullanımı ve bir Uygulama. *Öneri Dergisi*, 10(40), 45-58.
- Koufteros, X. A., Cheng, T. C. ve Lai, K. H. (2007). Black-Box and Gray Box Supplier İntegration in Product Development: Antecedents, Consequences and the Moderating Role of Firm Size. *Journal of Operations Management*, 25(4), 847-870.
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: a Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44.
- Linton, J.D., Klassen, R. ve Jayaraman, V. (2007). Sustainable Supply Chains: An Introduction. *Journal of Operations Management*, 25(6), 1075-1082.
- Liu, C., Shang, K., Lirn, T., Lai, K. ve Lun, Y.H.V. (2018). Supply Chain Resilience, Performance, and Management Policies in the Liner Shipping Industry. *Transportation Research Part A*, 110, 202-219.
- Lockamy, A. ve Smith, W. (1997). A Strategic Alignment Approach for Effective Business Process Reengineering: Linking Strategy, Processes and Customers for Competitive Advantage. *International Journal of Production Economics*, 50(2–3), 141-153.
- Marzuki, M.F.M. (2018) Translation, Cross-Cultural Adaptation, and Validation of the Malay Version of the System Usability Scale Questionnaire for the Assessment of Mobile Apps. *JMIR Human Factors*. 2018 Nisan- Haziran, 5(2): e10308.
- Masuko, A.H., Carvalho, L.B.C., Machado, M.A.C., Morais, J.F., Prado, L.B.F. ve Prado, G.F. (2008). Translation and Validation into Brazilian-Portuguese of Restless Legs Syndrome Rating Scale of the International Restless Leg Syndrome Study Group. *Arq Neuropsiquatr*, 66(4), 832-836.
- McAdam, R. ve McClelland, J. (2002). Individual and Team-Based Idea Generation Within Innovation Management: Organisational and Research Agendas. *European Journal of Innovation Management*, 5(2), 86-97.
- Moravcikova, D., Krizanova, A., Kliestikova, J. ve Rypakova, M. (2017). Green Marketing as the Source of the Competitive Advantage of the Business. *Sustainability* 9, 2218.

- Ottman, J.A. (1994). *Green Marketing: Opportunity for Innovation*, NTC Business Books, McGraw-Hill, Lincolnwood, IL.
- Papadas, K.K. ve Avlonitis, G.J. (2014). The 4 C's of Environmental Business: Introducing a New Conceptual Framework. *Social Business*, 4(4), 345-360.
- Papadas, K.K., Avlonitis, G.J. ve Carrigan, M. (2017). Green Marketing Orientation: Conceptualization, Scale Development and Validation. *Journal of Business Research*, 80, 2017, 236-246.
- Papadas, K.K., Avlonitis, G.J. ve Carrigan, M. (2018). The Interplay of Strategic and Internal Green Marketing Orientation on Competitive Advantage. *Journal of Business Research*, 2-11.
- Pereira, C.R., Christopher, M. ve Silva, A.L.D., (2014). Achieving Supply Chain Resilience: The Role of Procurement. *Supply Chain Management: International Journal*, 19 (5/6), 626–642.
- Pettit, T.J., Croxton, K.L. ve Fiksel, J. (2013). Ensuring Supply Chain Resilience: Development and Implementation of an Assessment Tool. *Journal of Business Logistics*, 34, 46–76.
- Porter, M.E. (1991). Towards a Dynamic Theory of Strategy. *Strategic Management Journal*, 12, 95–117.
- Soni, U., Jain, V. ve Kumar, S. (2014). Measuring Supply Chain Resilience Using a Deterministic Modelling Approach. *Computers and Industrial Engineering*, 74 (2014), 11-25.
- Ruiz- Benitez, R., Lopez, C., Real, C. J.(2017). Environmental benefits of lean, green and resilient supply chain management: The case of the aerospace sector. *Journal of Cleaner Production*, 850-862.
- Swink, M. ve Nair, A. (2007). Capturing the Competitive Advantages of AMT: Design-manufacturing Integration as a Complementary Asset. *Journal of Operations Management*, 25(3), 736-754.
- Tanyaş, M. (2015). İstanbul Lojistik Sektör Analizi Raporu, MUSIAD Araştırma Raporları: 95. http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/LOJISTIK_SEKTOR_ANALIZI_1_1.pdf(Erişim Tarihi: 01.06.2019).
- Tatlıdil, H. (2002). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel analiz*. Akademi Matbaası, Ankara.
- Türkiye'nin Lojistik Analizi (2015) <https://www.transmedya.com/dosya-haber/turkiyenin-lojistik-analizi-sasirabilirsiniz-h9482.html>(Erişim Tarihi: 01.06.2019).
- Wang, W., Lin, C. ve Chu, Y. (2011). Types of Competitive Advantages and Analysis. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 100-104.
- Wells, V.K., Manika, D., Gregory-Smith, D., Taheri, B. ve McCowlen, C. (2015). Heritage Tourism, CSR and the Role of Employee Environmental Behaviour. *Tourism Management*, 48, 399-413
- Wieland, A. ve Wallenburg, C.M. (2012). Dealing with Supply Chain Risks: Linking Risk Management Practices and Strategies to Performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 42(10), 887-905.
- Wieland, A. ve Wallenburg, C.M. (2013). The Influence of Relational Competencies on Supply Chain Resilience: a Relational View. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43(4). 300-320.
- Zhang, C., Gunasekaran, A., Yu, W. ve Wang, C. (2015). A Comprehensive Model for Supply Chain Integration. *Benchmarking: An International Journal*, 22(6), 1141-1157.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:28.05.2020 ✓Accepted/Kabul:20.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.743752

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yaş, E. (2021). "Türkçede Bazı Dil Bilgisel Kategorilerin Değişimi: Zarf İşlevli Kelimeler", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 163-178.

TÜRKÇEDE BAZI DİL BİLGİSEL KATEGORİLERİN DEĞİŞİMİ: ZARF İŞLEVLİ KELİMELER

Emin YAŞ*

Öz

Bütün diller gibi Türkçenin de değiştiği ve bir değişim süreci içinde olduğu bilinmektedir. Söz konusu değişimin yönü hem sözlü dilden yazılı dile hem de yazılı dilden sözlü dile olmaktadır. Değişimler dil biliminde artsüremli (diachronic) ve eşsüremli (synchronic) olmak üzere iki farklı araştırma yaklaşımıyla incelenmektedir.

Nicel veri toplama aracının kullanıldığı bu nitel çalışma eş zamanlı değişim olgusuna odaklanmıştır. Bu betimsel çalışmanın amacı Türkçenin sözlü dilde kullanılan eksiltimlerin yazı diline ne düzeyde yansıdığını tespit etmektir. Bu amaca yönelik olarak Ölçünlü Türkiye Türkçesinde günlük konuşmada kullanımı gittikçe azalan zarf işlevli dört sözcük (daha, beri, kadar ve kere) seçilmiş, bir "dil bilgisel değerlendirme testi" hazırlanmış ve Türk Dili ve Edebiyatı bölümü 4. sınıfta okuyan 24 öğrenciden oluşan katılımcılara uygulanmıştır. Araştırma sonucunda günlük dil kullanımında eksiltim sözcüklerin işlevinin eklerle sağlandığı belirlenmiştir. Katılımcıların önemli bir kısmının zarf işlevli sözcükleri düşürülmüş tümceleri kabul edebilir eğilimde olduğu gözlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: *Türk Dili, Zarflar, Dil Değişimi, Dil Bilimi, Türkçede Değişim.*

THE CHANGE OF SOME GRAMMATICAL CAGETORIES IN TURKISH:WORDS WITH ADVERBIAL FUNCTIONS

Abstract

It is known that Turkish, like all languages, has changed and is in a process of change. The direction of the change in question is both from verbal language to written language and from written language to verbal language. Changes are studied in linguistics by two different types of research approaches, namely diachronic and synchronic.

This qualitative study using the quantitative data collection tool focused on the phenomenon of synchronic change. The aim of this descriptive study is to reveal to what extend the reductions in verbal Turkish has reflected on written language. For this purpose, four words with adverbial functions (daha, beri, kadar ve kere), whose use in daily speech is gradually decreasing, from everyday language in standard Turkish of Turkey have been chosen, a " grammatical judgement test " has been prepared and applied to sample group that consists of 24 undergraduate students studying in Turkish Language and Literature department. As a result of the research, is has been determined that the functions of these words dropped in daily language use are provided with suffixes. It was observed that a significant part of the participants tended to accept the sentences whose words with adverbial were omitted.

Keywords: *Turkish Language, Adverbs, Language Change, Linguistics, Change in Turkish.*

*Dr. Öğr. Üyesi, Batman Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları, BATMAN.
e-posta: emin.yas@batman.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-6813-1160>)

1. Giriş

Dil değişimi; dilin zaman içinde sesbilim, sözcükbilim, biçimbilim, anlambilim vb. alanlarında ortaya çıkan değişimdir. Dil değişimi birçok nedenle olabilmektedir. Buna karşın çoğu zaman dil değişiminin sosyal, kültürel ve ekonomik kökenli olduğu (Labov: 2001, 2007); bilişsel etkilerden ve sık kullanımdan (Bybee: 2015) kaynaklandığı düşünülmektedir. Dilsel değişimin oluşup oluşmadığı ya da ne kadar ve hangi düzeylerde oluştuğunu bulabilmek için artsüremlili veya eşsüremlili yaklaşımla gerçekleştirilen araştırmalar yapılmaktadır.

Tüm diller gibi Türkçede de farklı nedenlerle dilsel değişimler görülmektedir. Değişim sözlü dilden yazılı dile olabileceği gibi yazılı dilden sözlü dile doğru da olabilmektedir. Değişim yönünün genellikle sözlü dilden yazılı dile doğru olduğu bilinmesine rağmen ne kadar değiştiği dil bilimcilerin merak ettiği konulardan biri olagelmıştır.

Bu çalışmanın amacı Türkçede zarf alanında sözlüden yazılıya bir değişimin olup olmadığını belirlemektir. Bunun için, ölçünlü Türkiye Türkçesinde günlük konuşmada kullanımı gittikçe azalan “daha (derece; ‘-dAn’ hal ekiyle kullanılır), kadar (miktar; ‘-A’ hal ekiyle kullanılır), kere (sayı) ve beri (zaman; ‘-dAn’ hal ekiyle kullanılır)” zarf işlevli sözcükler çalışmaya konu edilmiştir. Ve nicel veri toplama aracının kullanıldığı nitel bir yöntemle başvurularak bu azalmanın yazılı dilde mevcut olup olmadığı araştırılmıştır. Bir dil bilimsel değerlendirme testi hazırlanmış, Türk Dili ve Edebiyatı bölümü 4. sınıfta okuyan 12 erkek ve 12 kız olmak üzere 24 öğrenciye uygulanmıştır. Testin hedefi günlük hayatta kullanılan cümlelerde bu dört dil bilimsel sözcüğün düşürülmesinin öğrenciler tarafından yanlış olarak algılanıp algılanmayacağı belirlenmesidir. Diğer bir deyişle amaç, sözlü dilde meydana gelen düşmelerin yazılı dile geçip geçmediği, geçiyorsa örneklem grubunun bunu fark edip edemeyeceğini belirlemektir. Nicel veri toplama yöntemi kullanılarak örneklem grubundan veriler toplanıp analiz edilmiştir.

Böyle bir çalışma alanyazında bir ilk olması itibarıyla önemlidir. Bu nedenle bu çalışmanın alandaki boşluğa katkı sunacağı düşünülmektedir.

Dil biliminde sözcük ile ilgili tartışmalar çok uzun bir süreden beri yapılmaktadır. Bu konuda Uzun (2004: 46) ‘Sözcük, dil bilgisi çalışmaları öteden beri hep sorun olmuştur. Dil kuramları sözcükten hiç vazgeçmemiş ama onunla ilgili sorunları genel geçer bir çözüme de kavuşturamamıştır’ demektedir. Buna benzer bir şekilde, sözcüklerin sınıflandırılması konusunda da tartışmalar mevcuttur. Kimi araştırmacılar sözcükleri geleneksel dil bilgisine göre ‘ulamsal/kategorik’ yaklaşımını kabul ederken kimi araştırmacılar da bağimsal dil bilgisine göre işlevsel yaklaşımını kabul etmektedir (Börekçi, 2013). Dört sözcüğün edat görünmelerine rağmen (çünkü tek başlarına bir anlam ifade etmezler) tümcedeki işlevleri göz önüne alındığında zarf olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla, bu çalışmada, zarf işlevli sözcükler demeyi tercih etmekteyiz.

Bu araştırmaya konu olan zarf işlevi kazanmış dört sözcüğünün daha önce gerek sözlü dilde gerek yazılı dilde kimi zaman kullanılmadığı yani düşürüldüğü tespit edilmiştir. Sözlü dilde başlayan bu yoğun dilsel değişimin yazılı dilde de yansımaları vardır, düşüncesinden yola çıkılmış ve gerçekleştirilecek araştırma testinde bununla karşılaşılacağı öngörülmüştür.

Sözlü dilin çoğu zaman yazılı dile döndüğü/döneceği kabul edilirse sözlü Türkçede gittikçe daha çok eksiltelen (Söz geçiren eksiltmenin derin yapıda olmadığı, yüzeysel yapıda olduğu belirtilmelidir. Diller ekonomi ilkesi¹ gereği 1/1 oranında anlaşılabilir biçim birimleri silmektedir. Türkçe yapısı gereği bu eksiltmeyi her düzeyde en çok uygulayan dillerden biri olduğu ifade edilmektedir) dil bilimsel sözcüklerin durumunun 5-10 yıl içinde yazılı dilinde de kullanımdan düşeceği varsayılabilir (Bu süre kendi öngörüm olsa da artsüremlili bir karşılaştırma ile saptanması zaruridir). Nitekim bu değişim yazılı dile girdiğinde başta yanlış gibi gelse de daha sonra çoğunluk tarafından kullanılacaktır. Bunun nihai aşaması söz konusu durumun hata olarak görülmeyip kural hâlini almasıdır ki bunun dil değişim çeşitlerinden biri olduğu bilinmektedir.

1 Dilde az çaba ilkesi de denilir. Üstünova (2002: 169) bunu şöyle dile getirmektedir: “İletişimde zamandan tasarruf, dilin tekrardan hoşlanmayışı, en az çaba ilkesi gibi nedenler, anlatım kısalığına yol açmaktadır. Yazarın / konuşanın, okuyanın / dinleyenin bir şeyler bildiğini, dikkatle okuduğunu / dinlediğini düşünmesi, kimi birimlerin cümleden atılmasına, düşürülmesine neden olmaktadır.”

Türkçede başka nedenler yoksa birinci ve ikinci kişi zamirleri cümlede az kullanılmaktadır. Bu şahıslar yüklemde birer ekle işaretlendiğinden dolayı anlamın sağlanması derin yapı aracılığıyla olur. Üstünova (2005: 86) örnek vererek şunu ifade eder: “*Yarın Ankara’ya gideceğim.*” cümlesini duyan herkes, bunu “*Ben yarın Ankara’ya gideceğim*” şeklinde algıladığı için “*ben*” öznesinin yüzeysel yapıda kullanılması zorunlu değildir.

İkinci bölümde konuyla ilgili olduğu gerekçesiyle dil değişimi konusu açıklanacak, dil değişim nedenleri Türkçe örnekler bağlamında tartışılacaktır. Bilinçsiz dil değişiminin göz ardı edilemeyen sonuçlarından biri olan dil kirlenmesi somut örneklerle dikkatlere sunulacaktır. Üçüncü bölümde araştırmaya konu edilen dil bilgisi birimleri işlenecektir. Dördüncü bölümü yöntem, beşinci bölümü katılımcıların açıklanması, altıncı bölümü analiz ve bulgular, yedinci bölümü tartışma ve sonuçlar, sekizinci bölümü bibliyografi ve son bölümü de veri toplama aracı oluşturacaktır.

2. DİL DEĞİŞİMİ VE DİL KİRLENMESİ

Gerçek olan şu ki bütün dillerin dil bilgisi devamlı bir değişim hâindedir. Kimi değişimler küçük ve hızlı (*yeni kelimeler: internet, whatsapp; eski kelimelere yeni anlamlar katmak: yani: tabi²*), kimi değişimler daha büyük ve kapsamlı olabilmekte ve çok daha uzun sürelerde gerçekleşebilmektedir. İngilizcede olumsuzluk bildiren “not” sözcüğü artsüremli (diachronic) dil değişimine belirgin bir örnek teşkil etmektedir. 1200 yılından önce olumsuzluk anlamı “not” İngilizcede olumsuzluk gösterdiğinde temel fiilin önüne “ne” ve kimi zaman temel fiilin sonuna “not” (okunma şekli: nawt) konulmak suretiyle yapılmıştır [(Ic ne seye not (I don't say) / He ne speketh nawt (he doesn't speak)]. 1400 veya civarında “ne” az kullanılmaya başlanmış ve “not” (veya nawt) kendi kendine temel fiilin sonuna kaymıştır (I seye not the wordes / We saw nawt the knyghtes). Bu tarihten itibaren İngilizcenin mevcut durumu olan “not”ı kimi temel fiillerin (do, have, will vb.) sonuna getirme işleminin oluşması için 200 yıl geçmesi gerekmiştir [(I will not say the words (“I will say not the words”e karşılık) (He did not see the knights) (“He saw not the knights”a karşılık)] (O’Grady W., Dobrovolsky M., Katamba F.,: 1996).

Dil değişiminin (gramer) zaman içinde nasıl ve hangi ölçütlerde gerçekleştiği örneklerde açıkça görülmektedir. Örneklerin bugünkü ölçünlü İngiliz diline hiç uymadığını, diğer örneklerdeki ses olaylarının günümüz İngilizcesini konuşan çoğu insana tümüyle yabancı geleceğini söylemek yerinde olacaktır.

Dil değişimi; dilin zamanla dil bilgisi alanlarının birinde (örneğin; sesbilim, sözcükbilim, biçimbilim, anlambilim, sözbilim) veya diğer alanlarında meydana gelen değişiklik olarak tanımlanmaktadır. Dil değişimine neden olan etkenler çok farklı olmasına rağmen dil değişiminin genellikle sosyal, kültürel ve ekonomik kökenli olduğu (Labov: 2001,2007); bilişsel etkilerden ve sık kullanımdan (Bybee: 2015) kaynaklandığı düşünülmektedir. Fakat son zamanlarda dilin nasıl değiştiği veya kimi dil bilimsel yapıların değişip değişmediğine ilişkin araştırmaların en büyük nedeni dil bilimcilerin bilişsel işleme konusuna daha çok odaklanmalarıdır. Dil değişimi daha çok tarihsel dil biliminin araştırma alanına girmektedir.

Dil, sürekli değişim hâindedir ve bu değişim çok çeşitli yollarla meydana gelmektedir (Toplumsal değişime veya değişen kültüre bağlı olarak değişmektedir. Daha doğrusu kültürel değişim dilde somutlaşmaktadır). Dille ilgilenen ya da dil araştırmaları yapanların Saussure’in (1971) tespit ve yorumlarını bildiği düşünülmektedir. Bu tespit ve yorumlara örnek olarak dilin değişime kapalı olmadığı, dil göstergesinin nedensiz olduğu, dil ve söz arasında bir farkın olduğu vb. verilebilir.

Dil bazıları tarafından canlı bir mekanizma olarak nitelenirken Saussure tarafından göstergeler topluluğu biçimlenmiş töz (bir yapı) olarak tanımlanmaktadır³. Bunun için onun tarafından öne sürülen dil göstergesinin değişmezliği ve değişebilirliği ilkelerini biraz açmak ve Türkçeden birer örnek vermek yerinde olacaktır. Dil göstergesinin değişmezliği ilkesi: Dil göstergesi hem değiştiği hem de değişmediği için birtutarsızlık barındırmaktadır. Ne var ki bu tutarsızlık bir mantığı içermektedir. Bir dilin değişimi söz konusuysa, bir gösterilen yeni bir gösterene bağlanabilmekte veya tamamen yeni bir dil göstergesi benimsenebilmektedir. Ama bu değişimin kabul ettiği kuralın son derece geçerli olması lazımdır. Aksi takdirde, nedensiz bir göstergeyi diğer nedensiz bir gösterge için terk etmek yanlıştır. Mesela, Türkçede ‘defter’ kavramı ile ‘d-e-f-t-e-r’ ses dizisi arasındaki ilişki nedensizdir. Bu bileşenlerden biri veya diğeri ve ikisi arasındaki birleşim hiç kimse tarafından bilinçli bir şekilde değiştirilemez. Sözelimi ‘d-e-f-t-e-r’ gösterenin yerine ‘r-e-t-f-e-d’ gösterenini kullanırsak veya ‘defter’ gösterenini ‘araba’ ile değiştirirsek mantıklı bir şey yapmamış oluruz. Dil göstergesinin değişebilirliği ilkesi: Saussure ‘dil değişir ve değişmez’ ifadesi kullanırken ‘dil değişir ama kişiler onu değiştiremez’ i kast etmektedir. Dile getirmek istediği

2 ‘Yani’ sözcüğü: ‘A: İklim değişikliği insanlığı gittikçe daha çok tehdit eden bir olgudur. B: Yani...’ diyalogunda olduğu gibi artık günlük konuşma dilinde ‘tabi’ anlamında kullanıldığını sık sık duymaktayız.

3 Saussure aynı zamanda dilin toplumsal boyutunun soyutlama olmasına rahmen bireysel boyutu olan söz ile somutlaştığını ve asıl dilin konuşma dili olduğunu belirtmekte ve dil incelemelerinin dil yapılarını betimlemeye yönelik olması gerektiğini bildirmektedir.

şey şudur: 'gösterge değişme eğilimindedir; çünkü kuşaktan kuşağa aktarılır'. Mesela, Türkçede 'yavuz' kelimesi bir zamanlar 'Yavuz hırsız ev sahibini bastırır' tümcesinde olduğu gibi 'edebsiz, kötü' gibi olumsuz anlamlarda kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ama daha sonra anlam iyileşmesi neticesinde gösterilen düzleminde değişime tabi kalarak 'Sultan Selim' için bir unvan haline gelmiştir. Ve daha sonra Alman hükümetinden alınan 'Goben' zırhlısı 'Yavuz' diye adlandırılmıştır⁴.

Dilin zamanla değişmesi doğal bir olgudur. Bu olgu, sözü edilen prensipler çerçevesinde kalınarak da açıklanabilmektedir. Dilin değişkenliği prensibi, sözlü dilin yazılı dile değişim yaptırma konusundaki etkisi nedeniyle egemenliğini gösterdiği gibi dilin canlı bir mekanizma olarak değişim için açık bir yapısının olduğunu da izah edebilmektedir⁵. Bir zamanlar Latince, Avrupa'nın hemen hemen bütün kültürleri üzerinde hâkimiyet kurmuştur. Bu hâkimiyeti kaybetmesi ise çok uzun bir dönem içinde olmuştur (V. ve XIV. yüzyıllar arası). Sözü edilen zaman diliminde toplumsal ve ekonomik şartlar, istilalar gibi sebeplerden dolayı sözlü dil, bir değişime uğramış ve daha sonra yazılı dilin değişimine ortam hazırlamıştır. Öyle hızlı ve temelli bir değişim meydana gelmiştir ki Latince'den İtalyanca, Fransızca, İspanyolca, Portekizce, Romence, Katalanca vb. birçok dil türemiştir. Aksan (1990: 50); bu bağlamda Osmanlı İmparatorluğu'ndan söz etmekte, sözlü dilin etkisi bakımından Osmanlı İmparatorluğu'nun hâkimiyetinde olan (örneğin, Balkan ülkeleri) coğrafyalarda dil değişiminin oluştuğunu bildirmekte, buralarda ortaya çıkan Türk diline ait parçaların varlığının bu düşünceye kanıt olabileceğini belirtmektedir.

Dil değişimiyle ilgili çok sayıda görüş bulunmaktadır. Dil değişimi genellikle kültürel ve tarihsel gelişimin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Değişim doğal ve kaçınılmazdır. Bu durum toplumsal bağlamın bir parçası olarak meydan gelir. Lyons (1983: 47); Toplumların birbirleriyle ilişkilerinin doğal sonucu olarak bütün dillerin devamlı etkileşimde bulunması ile değişimlerin de kaçınılmaz olduğunu/olacağını belirtmektedir.

Dil değişimi bağlamında yaygın olarak kullanılan kavramlardan biri dilbilgisileşme (grammaticalization)'dir. Bu konuda Hopper ve Traugott (2003)'ün çalışmaları dikkate değer niteliktedir. Türkiye'de de benzer çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Sarı İ., 2015; Demirci K., 2008). Dilbilgisileşme; kelimelerin sözlük birimi özelliklerini kaybederek dil bilgisi biçimbirimi hâline geldikleri süreçle daha az yoğun dil bilgisi yapılarının daha yoğun dil bilgisi yapıları durumuna dönüştükleri süreç olarak ifade edilebilir⁶. Bu yapılar tarihi içinde oluşacağı gibi belli bir kullanım döneminde de ortaya çıkabilir. Örneğin, eski İngilizcede "istemek" olan "willian", tarihsel süreçte değişikliğe uğrayarak günümüz İngilizcesinde gelecek zamanda niyet ifadelerini kurarken yardımcı fiil görevini kazanmıştır. Eskiden Türkçede "yoru-" (yürü-) olan fiil zamanla işlevini değiştirerek Ölçünlü Türkiye Türkçesinde "-yor" eki biçimbirime dönüşmüştür (Hirik E., 2017).

Artsüremli yaklaşımla gerçekleştirilen dil incelemelerinde saptanan bazı değişimler; dilbilgisileşme, kelime yapımı ve sözlükselleşme, ses-anlam (fono-semantik) başkalaşması, ek kalıplaşması ve anlam olayları biçiminde sınıflandırılmıştır. *Dilbilgisileşme* ve *sözlükselleşme* oluşumlarını görebilmek için hem artsüremli hem de eşsüremli yöntemlerle araştırmalar gerçekleştirilmelidir (Demirci, 2008: 139).

Dildeki değişimler birçok nedene dayandırmak mümkündür. Siyasal, sosyal, kültürel olaylar, savaşlar, teknolojik gelişmeler gibi birçok neden bulunmaktadır. Son on yılda Amerikalı dil bilimci Bybee (2015) tarafından sürekli işlenen ve alanyazında sık sık değinilen dil değişiminin bilişsel (cognitive) ve tarihsel sebepleri üzerinde durulmaktadır. Araştırmacının kullanım temelinde ses bilimsel değişimi en önemli nedenlerden biri olarak değerlendirdiği söylenebilir.

Dildeki değişimin en önemli nedenlerinden birisi en az çaba yasasıdır. Bunu sınırlayan/düzenleyen ise anlaşılabilirlik ilkesidir (Börekçi, 2009: 5). Bu yasaya göre söylenmek istenen şeyi en kısa yoldan, gereksiz kullanımlara girmeden vermek esas olmaktadır. Bu sebepten dolayı iletişimi kolaylaştırmak için bazen anlatımda çeşitli yöntemlerle kısaltmalara gidilmektedir. Başka önemli bir neden de kullanım sıklığıdır. Kullanım sıklığı dili ister istemez bir değişime doğru itmektedir. Söz konusu kullanıma bağlı değişim çoğu zaman sözlü dilde olmakta,

4 Örnekler 'www.isa-sari.com' web sitesinden alınmıştır.

5 Öte taraftan bazı dilbilimcilere (örneğin Saussure) göre yazı dili fotoğrafıdır, asıl dil konuşma dilidir. Bu nedenle harflerden değil; seslerden kuruludur.

6 Can M., (2016: 38) ise bu kavramı şöyle tanımlamaktadır: '*Dilbilgiselleşme, bağımsız, sözcüksel bir dil birimin zaman içerisinde çeşitli kullanım özelliklerine göre bu bağımsızlığını kaybederek bağımlı duruma geldiği, dilbilgiselleştiği ve bağımlı, dil bilimsel bir birimin daha çok dilbilgiselleştirdiği süreci anlatmaktadır*'

sonra bunu yazılı dil takip etmektedir. Değişim, dil topluluğu içinde olabileceği gibi değişik dil toplulukları arasında da olabilmektedir.

Dil değişiminin günümüzdeki en büyük nedeni yurt içi ve yurt dışı göçlerdir. Diller böylece etkileşim içine girmektedir. Sürecin şu şekilde işlediği söylenebilir: Göçler sonucunda alt dili konuşanların hedef dili telaffuz edememesi veya yanlış kullanması nedeniyle yaptığı dilsel hata önce kendi iç çevresine yani grubuna geçmektedir. Onlar bir süre kullandıktan sonra çevresinde üst dili/hedef dili iyi bilenlerin yanında tekrar ettiklerinde onlar da alışmakta; daha sonra hedef dil/üst dil konuşanlarına yayılmaktadır. Son kesim de bu kullanımları benimseyip dil alanına yerleştirdiği zaman dil değişimi meydana gelmektedir. Sözelimi, Berlin/Kreuzberg semtinde Türkçe-Almanca etkileşimi bu şekildedir. Birkaç dekat (on yıl) sonra Almanca'nın Türkçeden dolayı değişeceğini hatta değiştiğini söylemek mümkündür.

Örnek olarak sesbilimden seçilen Almanca "ich", Türkçede "ş" olmayan ama "ş"ye yakın telaffuz edilen ses seçilmiştir. Almanya'daki Türklerin çoğu bu sesi Türkçedeki "ş" gibi seslendirmektedir. Birkaç on yıl sonra bu telaffuz şeklinin Almanlara geçme olasılığı bulunmaktadır. Bir başka örnek olarak seçilen Türkçe "gitmek" fiilinin karşılığı "gehen" ve "fahren" olmak üzere Almancada iki adettir. Bu iki sözcüğün kullanım yeri farklıdır. Birincisi "yaya olarak gitmek" iken diğeri "araçla gitmek"tir. Yabancılar bu farkı bilmediklerinden hata yapmaktadır. Zaman içinde bu hatanın toplumun bir kesiminden diğer kesimlerine geçmesi ile iki fiilin bir anlama düşmesi ihtimali -az da olsa- görünmektedir.

Bu konuda dil bilimci William Labov'un yolundan giden toplum dil bilimci Coates (1993), dilsel değişimin dil bilimsel ayrışık/benzemezlik bağlamında oluştuğunu anlatmaktadır. Ona göre dil değişim süreci şöyle olmaktadır: Dilsel topluluk içindeki bir alt grup tarafından kullanılan yeni dilsel biçim/kural toplumun diğer üyeleri tarafından biçim/kural kabul edilip kullandığında dilsel değişim meydana gelmektedir.

Diğer taraftan bilim insanları, araştırmacılar ve çevirmenlerin dilde farkında olarak veya olmayarak yaptığı değişiklikler büyük bir etki yapmaktadır. Söz gelimi, son yıllarda "yaşam beklentisi" (life expectancy) ifadesi Türkçeye girmiştir. Bu ifade, İngilizcenin bire bir çevirisidir. Ne var ki Türkçede çoktan yerleşmiş "insanın ortalama ömrü/ortalama yaşam süresi" ifadeleri vardır. Benzer şekilde "kişiyi özel tedavi" tabiri kullanılmaya başlanmış ve halk arasında yerleşmiştir. "Kişileştirilmiş tedavi"(personalised treatment) tabiri de Türkçede kullanıma yavaş yavaş girmeye başlamıştır. İngilizcenin etkisiyle Türkçenin baskılandığı/bozulduğu bir başka örnek de "Türkçe konuşucuları (speakers) 200 milyon civarındadır." cümlesidir. "Türkçe konuşan insan sayısı 200 milyon civarındadır." demek yerine tercih edilen bu ifade "kulak tırmalamak"tır. Bu kullanımlar her ne kadar İngilizcede ortaya çıkmış ve başta zorunluluktan kullanılmış olsa da "Türkçeye uygun kullanım beğenilmeyip İngilizceye daha da yaklaşmaya mı çalışılmaktadır?" sorusunu akıllara getirmektedir.

Önceleri Türkçede bulunmayan "computer" için "bilgisayar", "mobile telephone" için "cep telefonu", "laptop" için "diz üstü", "refrigerator" için "buzdolabı" sözcüklerinin kullanılmasında başarılı olunmuştur. Benzer sözcük türetmeler halk tarafından benimsenmiştir. Bunların dışında çeviriyle Türkçeye girmiş sözcükler bulunmaktadır. Bu sözcükler araştırmacılar tarafından "çeviri öğeleri" olarak adlandırılmaktadır (Büker ve Baraz, 1991: 123). Bunların dile zenginlik kattığını düşünenler de vardır (Gürüz F., 2008). Tam çeviri yoluyla tercüme edildiğinde Fransızca "morte saison" için "ölü mevsim", İngilizce "iron curtain" için "demir perde"; teknolojiye yaygınlaşan "cloud storage" için "bulut depolama" Türkçeye girmiş ve kabul görmüştür. Fakat karşılığı Türkçede daha önce oturmuş, "ortalama yaşam süresi" gibi kullanımların yerine yenilerini tam da yabancı dillerde olduğu şekliyle getirmenin anlamsız olduğunu düşünmekteyiz.

Yukarıda anlatıldığı gibi dil değişimi zorunlu olsa bile dil sistemine uymadığı için halkın kulağına aykırı gelen yabancı kelimeler ya da somut dil hataları dil kirlenmesi olarak adlandırılmaktadır. Bu terim kimi araştırmacılar tarafından "dil sapmaları" (language deviations) şeklinde tanımlanmıştır.

İngilizce; küreselleşme nedeniyle tüm dünyada etkili olmuş, özellikle ekonomi alanında hükümlerliğini artırmıştır. Bunun sonucunda kimi sözcükler İngilizceden aktarılırken Türkçe karşılıkları/denklikleri tam olarak bulunmadan kullanılmıştır. Bu sözcüklerin kullanımına kimi zaman "prestij" gözüyle bakılması da yanlış bir şekilde yerleşmesini hızlandırmıştır.

Ekonomik ilişkiler ve popüler kültür; yeni kullanımların sadece kelime bazında değil, söz dizimsel ve anlam bilimsel seviyelerde de görülmesine neden olmaktadır. Örneğin; büyük şehirler bir yana küçük şehirlerde bile “Eczane Metin”, “Eczane Ekrem” gibi isimler birçok dükkân tabelasında kullanılmaktadır. Bu tür ad tamlamaları dil bilgisi açısından tamamen yanlıştır ve Türkçenin yapısal özellikleri ile bir ilgisi bulunmamaktadır. Çünkü hem tamlayan hem tamlanan ekini düşürülmüş, bunun yanı sıra kelimelerin yerleri de değiştirilerek (Türkçede daha önemli, daha kapsayıcı ad baş tarafta olurken Avrupa dillerinde ikinci tarafta yer almaktadır) yabancı dile benzetilmiştir. Bu tür kullanımlar, yabancı dillerin yanlış çevirilerinden kaynaklanmaktadır. TEB 44. Bölge (Batman, Siirt, Muş) Eczane Odasına göre Batman merkez ve ilçelerinde kayıtlı toplam 126⁷ adet eczane bulunmaktadır ve bunların büyük kısmında bu tür tamlamalarla oluşturulan isimler dükkânlara verilmiştir. Buna benzer bir kullanım Batman’da bulunan bir alışveriş merkezinin adıdır: “Batman Park”. Türk dilinin kirlenmesine bilinçsizce kullanılan “Kanal İstanbul”, “Borsa İstanbul” örnekleri de verilebilir.

Toplumda tanınmış kişiler tarafından yapılan kimi dil değişiklikleri başta “dil sapması” olarak algılansa da zamanla toplumun alt kesimindeki insanlar tarafından benimsenebilmekte ve yaygın bir kullanıma kavuşabilmektedir. Bir oyuncunun kullandığı “Ailecek pikniğe gideceğiz.” cümlesinde “beraberlik” anlamı veren son ek “-ce” değil “-cek” olması, yöresel ağız olması dışında, toplumda yayılan bir dil değişimini oluşturabilmektedir. Televizyonda yayınlanan kimi programlardaki dil sapmaları bir süre sonra “normal” gelmektedir. Bir film tanıtımı yapılırken “Bu içeriği dilerseniz daha sonra mağazadan izleyebilirsiniz.” cümlesinin İngilizceden bire bir çevrildiği anlaşılır. Cümlede “bu içeriği” olarak geçen ifade “this content” olduğu için bunun “bu filmi” şeklinde çevrilmesi beklenir. Buna benzer bir diğer örnek ise corona virüs salgını boyunca TV kanallarında “N95” maskesinin “ne doksan beş” olarak değil, İngilizce telaffuza göre “en doksan beş” olarak söylenmesidir. Bu örneklerde görüldüğü üzere bir kullanım hatası kısa sürede yaygınlaşmakta, bir süre sonra kural hâline gelmekte ve dil değişimi oluşmaktadır.

Yabancı dillerin, özellikle İngilizcenin, yanlış çeviri/kullanımdan dolayı Türkçeyi nasıl kirlittiğine dair bol miktarda örnek vardır. Çalışmanın kapsamını aşmamak için örnekler yukarıda verilenlerle sınırlı tutulmuştur. Bu konu Türkiye’de kimi dil bilimi araştırmacılarının dikkatini çekmiş ve çeşitli çalışmalar yapılmıştır/yapılmaktadır (örneğin; Salim K., 2008; Hepçilingirler F., 2003; Ergin M.:1990; Akalın H. Ş., 2019). Anlatılanlardan yola çıkarak dil kirlenmesinin bir ülkenin bağımsızlık ve milliyetçilik duygularına zarar verdiği bilinmelidir. Basın yayın bu konuda daha titiz çalışmaya özendirmeli, yetkili kişiler ve kurumlar konu ile ilgili gerekli çalışmaları yapmak konusunda desteklenmelidir.

3. ÇALIŞMAYA KONU OLAN DİLBİLGİSEL BİÇİMBİRİMLER

Dil bilgisi alanında çalışan bilim insanları tarafından zarflara ilişkin birçok tanım yapılmıştır. Bunlardan birkaçı aşağıda verilmiştir:

“Eylemlerin, eylemsilerin, sıfatların ya da görevce kendine benzeyen sözcüklerin anlamlarını etkileyen, kimi kez güçlendirip kimi zaman kısıtlayan sözcüklere belirteç denir.” (Aksan, 1983: 96).

“Zarflar zaman, yer, hâl ve miktar isimleridir. ...kelime gruplarında sıfatın, fiilin veya başka bir zarfın manasını değiştiren isimlere verdiğimiz addır.” (Ergin, 1986: 258).

“Sıfatların, eylemlerin ya da görevce kendine benzeyen sözcüklerin anlamlarını berkiten ya da kısip sınırlayan sözcüklere belirteç denir.” (Gencan, 2001: 442).

“Zarflar fiillerden, sıfatlardan, sıfat-fiillerden ve zarf niteliğindeki sözlerden önce gelerek onları zaman, yer, yön, nitelik, durum azlık-çokluk bildirme, pekiştirme ve sorma gibi çeşitli yönlerden etkileyip değiştirerek anlamlarını daha belirgin duruma getiren sözlerdir.” (Korkmaz, 2003:451).

Tanımlardan da anlaşıldığı gibi zarflar; fiilleri, sıfatları ya da kendi türlerinden olan başka zarfları farklı biçimlerde anlamlandıran veya işlevlendiren kelimelerdir, denilebilir. Araştırmacılar zarfları *yer, zaman, durum/nasıllık-nicelik, azlık çokluk/büyük-küçüklük/miktar, soru zarfları* olmak üzere toplam beş çeşit olarak sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırma çoğunluk tarafından kabul edilmektedir. (Korkmaz 2007a: 451-523; Ergin 2002: 258-262; Gencan 2007: 462-492; Gülensoy 2010: 580-582; Eker 2003: 315-317).

⁷ Bu sayısal veri TEB 44. Bölge (Batman, Siirt, Muş) Eczane Odası telefonla aranmak suretiyle elde edilmiştir

Böyle bir sınıflandırmada bulunan *miktar zarfları*; sıfatın, zarfın ya da fiildeki oluş/kılışın miktarını, derecesini, ölçüsünü tanılayan zarflar olarak ifade edilmektedir. Araştırmaya konu olan “daha”, “kadar”, “kere” ve “beri” için zarf işlevi kazanmış kelimeler demenin daha doğru olacağını düşünmekteyiz.

Nicel veri toplama aracının kullanıldığı bu nitel çalışmanın konusu konuşma dilinde kullanımı gittikçe azalan, zarf görevinde kullanılan dört adet sözcüktür:

- 1) “-dEn daha”
- 2) “-dEn beri”
- 3) “-E kadar
- 4) “kere”

Bu zarfların günlük hayattaki kullanımından birer örnek verildikten sonra alanyazında nasıl incelendikleri değerlendirilecektir.

(1) Adana Sinop’tan sıcaktır → Tümcede “daha⁸” ‘sıcak’ sıfatını derecelendiren zarf durumundadır. Düşürülerek anlam “-dEn” hal ekiyle (Çıkma hal eki: karşılaştırma işlevinde) sağlanmıştır.

Ahmet Ali’den iyi oynuyor (“Daha” bu cümlede de sıfatın zarfı görevindedir: ‘daha iyi’. Düşürülerek⁹ anlam “-dEn” hal ekiyle (Çıkma hal eki: karşılaştırma işlevinde) sağlanmıştır).

(2) Bu işçiler işe başladıklarındandır elektrik kesildi → “Beri” isim soylu bir edattır (Korkmaz 2009: 1059). Ama burada zarf görevinde kullanılmış ve düşürülerek anlam “-Dır” ek-eylemiyle verilmiştir).

(3) İki saate oradayım → ‘Saate ’den sonra gelmesi gereken “kadar¹⁰” edatı zarf görevinde kullanılmış ve düşürülerek anlam “-E” hal ekiyle (Yönelme hal eki) sağlanmıştır.

(4) Üçtür sana söylüyorum → Burada bir miktar edatı olan “kere”¹¹ zarf işlevini görmektedir ve düşürülerek anlam ek-eylemle¹² sağlanmıştır. Cümlede anlatmak istenen ‘üçüncü kere’ dir.

Yukarıdaki örneklerden anlaşıldığı gibi¹³ dört zarf işlevli sözcük (‘daha, beri, kadar ve kere’ doğrudan zarf olmasalar da zarf işlevinde kullanıldıkları için ‘dört zarf işlevli sözcük’ demeyi uygun görmekteyiz) de günlük hayatta atılmakta, anlamları ya bir hal-eki ya da bir ek-eylem kullanılarak sağlanmaktadır. Peki, bu gerçeklik yazılı dilde de görülmekte midir? Bazı dil araştırmacılar tarafından Türkçe gibi bireşimsel dillerde az çaba yasası gereği 1/1 oranında anlaşılan ögenin silindiği çünkü bu dillerin matematiksel olduğu bundan dolayı bu gibi dillerde böyle eksiltimlerin daha çok görüldüğü belirtilmektedir (Börekçi 2013). Peki, bahse konu olan eksiltim ne kadar oranda meydana gelmektedir? Eksiltim oranı gittikçe artmakta mıdır? Sözlü dilde ve yazılı dilde eksiltim aynı oranda mı oluşmaktadır? Gibi soruların yanıtlarını bulmak oldukça güçtür. Bunu için çok büyük araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırma konusu olan zarf işlevi kazanmış dört sözcük hakkında Türkçe dil bilgisi alanyazındaki kitaplar incelenmiş ve aşağıdaki maddelere ayrılarak sorunsal işlenmeye çalışılmıştır.

A) -dAn daha: Bu dil bilgisel yapının normal şartlarda iki kategori içine girdiği görülmektedir. Bunlar sıfatlar ve zarflardır. Önce sıfat olduklarına değinilecek, sonra zarf görevleri hakkında bilgi verilecektir. Biçiminden anlaşıldığı gibi “daha” kelimesi “-dAn” son ekiyle kullanılmaktadır. Sıfat olan ad soylu sözcük, ek-eylem görevinde kullanılmaktadır.

8 “Daha” sözcüğü ayrıca ‘çok’ zarfını derecelendirdiğinde ‘çok’ düşebilir. Daha [çok] deniz, daha [çok ırmak] ırmak... Hatta bazen sıfattan sonra miktar edatı olarak kullanılabilir: ‘Biraz daha yemek istiyorum’.

9 Ancak burada daha fazla eksiltim olduğu söylenebilir: ‘Ali [oyunu] Ahmet’ten [daha] iyi [biçimde] oynuyor’.

10 Yön gösterme ilişkisi kuran, yönelme durumunu isteyen ‘-e kadar’ zaman gösteren sözlerden sonra zamanda sınırlama ve yön kavramını vermektedir. ‘Akşama kadar’, ‘düne kadar’, ‘buraya kadar’, ‘denize kadar’...vb.

11 ‘Üç kere’ dendiğinde üç asıl sayı sıfatı, “kere” de tek başına isim soylu bir edattır. “Üç kere” ise zarf işlevli olarak kullanılmaktadır. Belirtme sıfatı olmadan “kere” tek başına kullanılamaz.

12 Bu çalışmada, Türkçede ‘ek-eylem’ için bazı dil bilimcilerce ‘süreklilik ifade eden bir yüklemleme yapısı’ olarak tanımlanmasına karşın, ‘ek-eylem’ tabiri kullanılacaktır.

13 Bu örnekler benim tarafından günlük hayatta sık sık duyulduktan sonra aynı anda yazılarak toplanmıştır.

(5) Ali, Mehmet'ten daha uzunDUR.

Bu örnekte "daha" zarf sözcüğü, sıfatın önüne gelerek karşılaştırmada Ali'nin Mehmet'ten uzunluk bakımından daha üstün olduğunu bildirmiştir. "Daha" "-den" edatıyla bir öbek gibi kullanılmıştır, "-dur" ek-eylemi yardımıyla da cümle kurulmuştur.

Korkmaz (2009:373), bu konuda şunları söylemektedir: "...üstünlük ve karşılaştırma derecesi, bir varlıktaki niteliğin başka bir varlık veya varlıklara oranla daha çok, daha üstün, daha az, daha düşük olduğunu gösterme derecesidir. Genellikle sıfattan önce "daha" zarfının getirilmesiyle karşılanır."

Bu şekilde sıfat olarak "daha" kelimesini açıkladıktan sonra *sıfattaki üstünlük derecesinin* "daha" zarfı kullanılmadan da karşılanabileceğini bildirmiş ve aşağıdaki örneği vermiştir.

(6) Bahçelievler bize sizden uzakTIR ("Uzak" sözcüğünden önce "daha" düşürülmüştür.).

Banguoğlu (2011: 347) da sıfata gelen "daha" hakkında "...sıfata gelen "daha" zarfı çok defa atıldığı hâlde yapılaş (construction) içinde artıklık derecesi anlamı kalır." dedikten sonra şu örnekleri vermiştir.

(7) Köpek kediden sadıktır.

(8) Özü kabahatinden büyük.

(9) Öfke baldan tatlı.

(10) Evlilerin sevdası bekârlardan ziyade.

Banguoğlu (2011:376): "*Zarfa gelen "daha" zarfı bazen atılsa da üstünlük anlamı devam etmektedir.*" diyerek aşağıdaki örneği vermiştir.

(11) Çiğdem dersi Ahmet'ten çabuk kavıyor ("Çabuk" sözcüğünden önce "daha" atılmıştır.).

Ayrıca Banguoğlu (2011:376) bir zarf olarak "daha" hakkında şuna değinmiştir: "*Daha üstünlük zarfları da üstünlük sıfatları gibi inşa edilir.*" dedikten sonra aşağıdaki örneği okuyucularına sunmuştur.

(12) Çiğdem dersi Ahmet'ten daha çabuk kavıyor.

Her iki yazar da "daha" sözcüğünün gerek sıfat görevindeyken gerek "zarf" görevindeyken atılabileceğini belirtmiştir. Dolayısıyla karşılaştırmadaki üstünlük derecesini gösteren "daha" sözcüğünün yükü ve anlamının "-dAn" çıkma hal ekiyle (kimi dilciler edat demektir) yerine getirildiği görülmektedir.

B) -dAn beri: Bir zarf olan "-dAn beri" zaman anlamını taşımaktadır.

(13) Sekiz yaşımdan *beri* onu tanıyorum.

Eylemin belli bir zaman noktasında başladığı ve bir süre devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu durum aşağıdaki örneklerde de aynıdır.

(14) Deminden *beri* dikilip durmuyor musun Kaptan'ın yanında (Karpuz, 2013:372)?

(15) Yıllardan *beri* düşünüp dururdu (Karpuz, 2013:372).

"*Beri*" sözcüğünün yukarıdaki örneklerde görüldüğü üzere düşürülmediği, aksine kullanılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Çünkü cümleden çıkarılırsa anlam bozulacaktır; oysa tespit ettiğimiz bu zarf işlevli öbek "-dIR" ek-eylemiyle kullanıldığında düşülebilmektedir:

(16) Birkaç günDÜR rahatsızlığı giderek artıyor (Beri "-dIR" ek-eylemi ile kullanıldığı için atılabilmektedir.).

C) -e/a kadar: Bu yapı edat grubu biçimindeki zarflar kategorisine girmektedir. Korkmaz (2009: 506), bununla ilgili "*Kadar*"ın bir de karşılaştırma bildirme özelliği vardır; ayrıca azlık çokluk zarf miktarında eşit derecesini gösterendir." demekte ve aşağıdaki örneği vermektedir:

(17) Sınavı kazanmana biz de senin kadar sevindik (Korkmaz Z., 2009: 518).

Ne var ki “kadar” zarf işlevli sözcük son zamanlarda “-e/a” yönelme hal ekiyle kullanılarak (en azından) konuşma dilinde sık sık düşürüldüğü görülmektedir¹⁴:

(18) Ortaokul yıllarıma kadar Rönesans nedir, bilmezdim (Düşürülmemiştir.).

(19) 20 dakikaya ordayım (-e/a ile kullanıldığı için düşürülmüştür.).

D) kere: Bu sözcük “defa”, “kez” ve “sefer” gibi sözcüklerle anlamdaştır. “Kere” sözcüğü zarf görevinde kullanılmakta ve “kaç kere” sorusuna cevap vermektedir¹⁵. Karpuz H.Ö. (2013: 372), çalışmasında bu gramer sözcüğüne uzun bir şekilde değinmiş, “*Kelime Grubundan Oluşan Yalın Nicelik Zarfı*” başlığında toplamış ve şu örnekleri vermiştir:

(20) Hangi deredeysen bir *defa* seslen.

(21) Ve o günkü iltifatının verdiği rahatlıkla birkaç *defa* elini de öptüm.

(22) Bu durumda çıtkırıldım bir Paris saati kim bilir kaç *kere* tamirciye giderdi.

Karpuz H.Ö. (2013: 372), zarfın bu üç örnek dışında düşürülmesi ile ilgili örnek vermemiştir. Başka kaynaklarda da bu zarfın düşürülmesine ilişkin herhangi bir ifade geçmemektedir. Oysa sözlü dilde, günlük konuşmalarda düşürüldüğüne dair çoğu zaman tanık olunmaktadır:

(23) İkiDİR sana söylüyorum ama bir türlü anlamıyorsun.

Örnekten de anlaşıldığı üzere dil bilgisel kategoride bir zarf (işlevinde) sözcüğü olan “kere” “-dır/dir” ek-eylemiyle kullanıldığında düşürülebilmektedir.

Öte taraftan “*daha*” kelimesinin düştüğünü söyleyen Korkmaz ve Banguoğlu; zarf işlevinde kullanılan “*kadar*”, “*beri*” ve “*kere*” sözcüklerinin düştüğünü bildirmemiştir. Karpuz ise düşürülmeye ilgili hiçbir örnek vermemiştir. Türkçeye ilgili önemli referanslar arasında olan “*Turkish; A Contemporary Grammar*” (Aslı G., Celia K.: 2005) kitabında da sözü edilen düşmeler hakkında bir açıklama geçmemiştir. Ancak konudan da anlaşıldığı üzere her dört zarf (işlevli) sözcük de (*daha*, *kadar*, *beri*, *kere*) düşürülebilmektedir.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada nicel veri toplam aracının kullanıldığı nitel bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın verileri nicel (kantitatif) bir ölçme aracı olarak ‘Dil bilgisel yargı testi’ aracılığıyla toplanmış; elde edilen bulgular nicel analiz yöntemiyle çözümlenerek sonuca ulaşılmıştır.

Araştırmanın evreni Türkiye Türkçesini konuşanlar; örneklem ise bir üniversitede Türk Dili ve Edebiyatı bölümünde 4. sınıfta eğitim alan öğrencilerdir. Sadece son sınıfın öğrencileri denek grubu olarak seçilme sebebi lisans eğitimi boyunca bölümü tanıma ve belli bir eğitim seviyesine gelmeleri gerektiği içindir. Bundan dolayı denek sayısı (nicel çalışmalarda) istenilen düzeyde (örneğin 120 kişi) değildir. Bu da testin zayıf yönlerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Test içeriği oluşturulduktan sonra hatalardan arındırmak amacıyla bir üniversitenin Türk Dili ve Edebiyatı bölümünün iki akademisyeni tarafından kontrol ettirilmiş 20 cümleye doğruluk/tutarlılık açısından son şekil verilmiştir. Bu yolla testin güvenilirliği artırılmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda, testin gerek talimatlar kısmı gerekse de testi oluşturan 20 cümle yazım ve noktalama kuralları bakımından ilgili kişilerce gözden geçirilmiştir. Ne var ki, ‘ön test’ yapılmadan doğrudan örneklem grubuna uygulandığı için testin güvenilirliği olumsuz etkilenmiş olabilir.

14 Bu eksiltme ‘zamanda sınırlama’ işlevinde kullanıldığında söz konusudur. Fakat yer isimlerinin ya da yer ismi işlevinde kullanılan isimlerle bütünleştiğinde ise ‘yerde sınırlama’ işlevinde kullanılır, bu kullanımda düşürülemez: ‘Eve kadar gitti’. ‘Eve gitti’ denildiğinde ‘yerde sınırlama’ işlevi yoktur.

15 “Kere” tek başına kullanılamaz denilebilir. Genelde “belirtme sıfatları”yla kullanıldığı görülür: “Benim için bir kere gülsene!” yerine “Benim için de bir gülsene” örneğinde de olduğu gibi “kere” düşürülebilmektedir.

Dil bilimsel veriler genel olarak otantik ve içgüdüsel olarak ikiye ayrılmaktadır. Dil bilimsel üretimin verileri otantik; dil öğrenenlerin önceden hazırlanmış cümlelere verdikleri tepkilerden oluşan veriler ise içgüdüsel veri olarak değerlendirilmektedir (Ellis R., 2005). Bu çalışmada dil bilimsel olarak bir cümlenin doğru mu yanlış mı olduğunun içgüdüsel tepkilerle ölçülmesine dayanan içgüdüsel veriler kullanılmış ve veri toplama aracı olarak 'dil bilimsel değerlendirme testi' kullanılmıştır (Ellis R., 2002).

Testte geçen zarf işlevli sözcüklerinin kısaltmaları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Araştırmada kullanılan zarf işlevli sözcüklerinin kısa biçimleri

ARAŞTIRMA KONUSU OLAN ZARF SÖZCÜKLERİ	KISALTMALARI
Daha	DA
Beri	BE
Kadar	KA
Kere	KE

Dil bilimsel değerlendirme testinde geçen dil bilimsel birim olan dört adet zarf işlevindeki sözcük seçilmesinin nedeni Türkçede sözlü dilde sık sık düşürülmeleri/kullanılmamalarıdır. Böyle dilsel bir değişimin yazılı dilinde görülüp görülmeyeceği araştırmanın ana hedefini teşkil etmektedir.

Kanıt oluşturabilecek verileri toplamak için örneklem grubu olarak üniversitede öğrenim gören öğrenciler seçilmiş; onlara 20 sorudan meydana gelen bir dil bilimsel yargı testi uygulanmıştır. Dört zarf sözcüğünün testteki sayısal dağılımları şöyledir: Türkçede hem zarf hem sıfat olarak işlev gören "daha" için 2 sıfat ve 2 zarf olmak üzere 4 adet; zarf sözcükleri için "kadar", "beri" ve "kere" için 2 adet olmak üzere toplam 10 düşme içeren cümle bulunmaktadır. Araştırmaya konu olan ve düşmeleri gösteren bu 10 cümle çalışma sahibi tarafından daha önce sözlü dilde çok defa duyulduktan sonra seçilip burada kullanılmıştır. Sözü edilen 10 cümleye 10 farklı cümle de katılmış ve testteki yerleri karıştırılarak verilmiştir. 20 sorudan oluşan bir test meydana getirilmiş ve yazılı talimatla öğrencilere uygulanmıştır. 20 sorunun hepsi günlük hayattan seçilmiş ve uzun cümle olmamalarına dikkat edilmiştir.

Veri toplama aracı çalışmanın sonuna eklenerek dikkatlere sunulmuştur.

5.KATILIMCILAR

Bir üniversitede örgün eğitimde Türk Dili ve Edebiyat bölümü son sınıf öğrencileri örneklem grubu olarak seçilmiştir. Son sınıf öğrencilerinden gönüllü 12 erkek ve 12 kız olmak üzere toplam 24 katılımcı araştırmaya katkı sağlamıştır. Katılımcıların yaş ortalaması 22,41'dir. Her iki cinsiyetin ortalama yaş dağılımlarını gösteren tablo 2 aşağıdadır.

Tablo 2: Örneklem grubunun yaş ortalaması



Erkek Öğrencilerin Yaş Ortalaması: 22,16

Kız Öğrencilerin Yaş Ortalaması: 22,66

Tablo 2'de görüldüğü gibi katılımcı örneklem grubunu oluşturan kız öğrencilerin yaş ortalaması ile erkek öğrencilerin yaş ortalaması birbirine çok yakındır.

6. ANALİZ VE BULGULAR

Dil bilimsel yargı testinden çıkan bulgular aşağıda verilmektedir. Daha sonra tartışma ve sonuç kısmı yer alacaktır. Katılımcılardan hiçbiri *Kararsızım/bilmiyorum* seçeneğini işaretlemediğinden burada bu seçenekle ilgili yorum yapılmayacaktır. Katılımcıların yanlış algıladıkları, diğer bir deyişle yanlış işaretledikleri cümleler değerlendirmelerde dikkate alınmayacaktır. Bunun nedeni amacın araştırmaya konu edilen zarf işlevli sözcükleri düşürülmüş cümlelerin yüzde kaçının katılımcılar tarafından doğru algılanacağını bulmak olmasıdır.

Tablo 3: “Daha”nın sıfat¹⁶ ve zarf¹⁷ olarak cevap sayıları

DA	ERKEKLER			KIZLAR		
	Doğru	Yanlış	Kararsız	Doğru	Yanlış	Kararsız
Sıfat (2 düşen cümle)	15	5	7	20	4	9
Zarf (2 düşen cümle)	12	6	4	6	6	2

Her test kâğıdında 2 sıfat 2 zarf olmak üzere 4 adet düşürülmüş cümle vardır. Dolayısıyla 12 erkek öğrenciye düşen 24 sıfat ve 24 zarf cümlesi olmaktadır. Bu sayısal dağılım kız öğrenciler için de geçerlidir.

“Daha” kelimesi düşürüldüğü zaman sıfat olarak düşmüşse erkek öğrencilerin doğru (yanlış değil) olarak algıladıkları cümle sayısı 24 cümlede 15 (%62,5) olurken kız öğrencilerde bu durum 24 cümlede 20 (%83,3) cümledir.

“Daha” kelimesi zarf görevindeyken düşürüldüğünde erkek öğrencilerin bunu doğru (yanlış değil) olarak algıladıkları cümle sayısı 24 cümlede 12 (%50) olurken kız öğrencilerin bu cümleleri doğru olarak algıladıkları cümle sayısı 24 cümlede 6 (%25)’dir.

Diyagram 1: Sıfat ve zarf olarak “daha”nın yüzdeler oranları



“Daha” sıfatı ve zarfı olarak toplam 48 cümlede düşürülmüş cümle olarak geçmektedir; örneklem olarak seçilen erkek ve kız öğrenciler tarafından ortalama %55,2 ile yanlış algılanmamıştır; diğer bir deyişle kabul edilebilir görülmüştür.

16 Nicel veri analizinde, eğer ‘daha’ yüklemi oluşturan isim veya isim soylu bir sözcükse ve ona yönelik sıfat olarak değerlendirilmiştir.

17 Nicel veri analizinde, eğer ‘daha’ yüklemi oluşturan temel bir fiile ve ona yönelik zarf olarak değerlendirilmiştir.

Diğer zarf işlevli sözcüklerin dağılımları ve sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 4: “Beri, kadar, kere” zarf işlevli sözcüklerin işaretlenme sayıları

BE	ERKEKLER			KIZLAR		
	Doğru	Yanlış	Kararsız	Doğru	Yanlış	Kararsız
Zarf	16	9	1	8	14	3

KA	ERKEKLER			KIZLAR		
	Doğru	Yanlış	Kararsız	Doğru	Yanlış	Kararsız
Zarf	11	10	2	8	11	6

KE	ERKEKLER			KIZLAR		
	Doğru	Yanlış	Kararsız	Doğru	Yanlış	Kararsız
Zarf	8	7	7	8	9	6

BERİ → Soru kâğıdında 2 cümle BE zarfı olarak verilirken sözü edilen düşürülme kullanılmıştır. Bu nedenle erkek öğrenciler için 24 ve kız öğrenciler için 24 cümle bulunmaktadır. Düşürülmüş biçimli 16 cümle (%66,6) erkek öğrenciler; 8 cümle (%33,3) kız öğrenciler tarafından doğru algılanıp işaretlenmiştir.

KADAR → Verilerdeki cümlelerden 2’si KA olarak düşürülmek suretiyle yerleştirilmiştir. Hem erkek hem de kız öğrencilere 24 cümle verilmiştir. KA zarfı düşürülen cümlelerden 11’i (%45,8) erkek öğrenciler, 10’u (%41,6) kız öğrenciler tarafından “doğru” kutucuğunda işaretlenmiştir.

KERE → Öğrencilere verilen sorular arasında 2 adet düşürülmüş KE olduğu için erkek öğrencilere verilen 24, kız öğrencilere verilen 24 cümle bulunmaktadır. Bunlardan erkek öğrencilerin doğru algıladıkları cümle sayısı 8 (%33,3), kız öğrencilerin de 8 (%33,3)’dir.

Aşağıda tablo 5’te her dört zarf sözcüğünün doğru algılanma oranı verilmiştir.

Tablo 5: Dört sözcüğünün doğru algılanma oranları

		ERKEK ÖĞRENCİLER	KIZ ÖĞRENCİLER	ORTALAMA YÜZDELİK ORANLARI
DA	Sıfat	% 62,5	%83,3	%72,3
	Zarf	%50	%25	%37,5
BE		%66,6	%33,3	%49,9
KA		%45,8	%41,6	%43,7
KE		%33,3	%33,3	%33,3

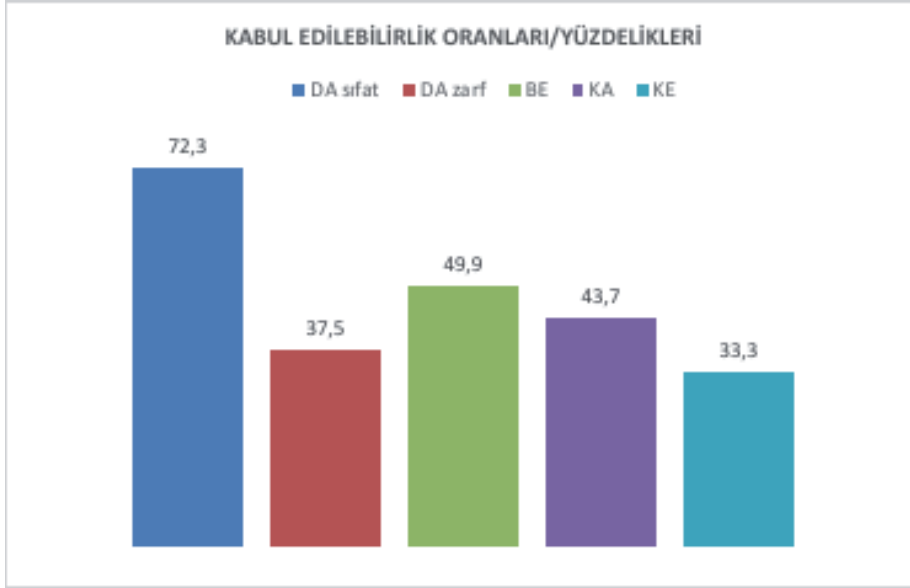
Tablonun yüzdeler yorumu şu şekilde yapılabilir: Türkçede sözlü dilde kullanılmayan/düşürülen dil bilgisel bir sözcük olan “daha” sözcüğü sıfat olarak düşürülürken örneklem grubu tarafından ortalama %72,3; zarf olarak düşürülürken %37,5 oranla doğru algılanmıştır.

Diğer taraftan zarf işlevinde olan ve test kâğıdında düşürülmüş bir şekilde verilen BE’nin %49,9, KA’nın %43,7 ve KE’nin %33,3 oranında katılımcılar tarafından doğru algılanıp işaretlendiği görülmektedir. Doğru algılama yüzdeleri göz önüne alındığında örneklem grubu olarak seçilen öğrenciler tarafından yüksek kabul edilebilirlik eğilimi çoktan aza doğru şu şekilde görülmektedir:

$$DA \text{ (sıfat)} > BE > KA > DA \text{ (zarf)} > KE$$

Sonuç, aşağıda diyagram şeklinde verilmiştir.

Diyagram 2. Her dört sözcüğün düşürülmüş hâlinin kabul edilebilirlik oranları



DA sıfat görevindeyken düşürüldüğünde hem erkekler hem de kızlar tarafından en yüksek kabul edilebilirliğe sahip birim olurken en az kabul edilebilirliği olan KE birimidir.

Genel olarak değerlendirildiğinde her dört zarf sözcüğünün dil kullanıcıları tarafından kullanılmama/düşürülme eğiliminde olduğu anlamı çıkmaktadır.

7. SONUÇ VE TARTIŞMA

Doğal diller bir değişim süreci içindedir. Bu sürecin Türkçe için de geçerli olduğu düşüncesinden yola çıkılarak nicel bir çalışma gerçekleştirilmiş, ölçünlü Türkiye Türkçesinde sözlü dilde belirginleşmeye başlayan değişim yazılı dile geçmiş midir? sorusuna cevap aranmıştır. Yazılı dilden gerekli veriyi toplamak için dil bilgisi sözcüklerinden dört zarf işlevli sözcük (+dAn **daha**/, /+dAn **beri**/, /+(y)A **kadar**/, ... **kere**) seçilerek bir dil bilimsel değerlendirme testi hazırlanmış; Türk Dili ve Edebiyatı bölümü 4. sınıf öğrencisi 12 erkek ve 12 kız olmak üzere toplam 24 katılımcıya uygulanmıştır. Örneklem grubun zarf işlevli sözcükleri eksiltilmiş cümleleri kabul edilebilir bulup bulmayacakları üzerinde durulmuştur.

Katılımcıların önemli bir kısmı, dört zarf işlevli sözcüğün bulunmadığı cümleleri kabul edilebilir bulmuştur. Kabul edilebilirlik eğilimi hem kızlar hem de erkeklerde kayda değer oranda yüksek tespit edilmiştir. En yüksek kabul edilebilirlik oranı %72,3 olarak "**daha**" sözcüğünde kaydedilmiştir. Böylece çalışma yapılmadan önce öngörülen "sözlü dilde eksiltilen/atılan bu zarf işlevli sözcüklerin yazı dilinde de yansımalarının olacağı" ile ilgili hipotez doğrulanmıştır. Türkçenin sözlü dilden yazılı dile doğru bir değişim sürecini yaşadığı gerçeği ortaya konulmuştur.

Başlangıçta kulağa hoş gelmeyen, yanlış olduğu düşünülen dil bilgisi birimlerinin zamanla doğru algılandıkları ve kurala dönüştükleri bir gerçektir. Sözlü dilde meydana gelen değişimlerin yazı diline kısa bir sürede yansıdığı söylenemez ancak zamanla yazı diline geçtiği söylenebilir.

Çalışmanın sınırlılıklarından biri katılımcı sayısının çok yüksek olmaması; diğeri farklı dil üretim alanlarının hesaba katılmamasıdır. Örneğin, serbest ortamlardan, diğeri bir deyişle örneklemelerin farkında olmadan dili ürettikleri bir alandan veriler toplanmamıştır. Ancak bu çalışmanın alanında ilk olduğu düşünüldüğünde bu sınırlamanın doğru bir yaklaşım olduğunu söylemek mümkündür.

Nicel veri toplama aracının kullanıldığı bu nitel araştırmanın ilk olması itibariyle önemli olduğu ve bundan sonraki çalışmalara katkı sunacağı düşünülmektedir. Daha büyük örneklem grubuyla benzer araştırmaların yapılması gerekli görülmektedir.

Gerek Millî Eğitim Bakanlığına ait ders materyallerinde gerek yabancılar için hazırlanan Türkçe öğretim kitaplarında çalışmaya konu olan dört sözcüğün düşürülebileceğine, kullanımının giderek azalması konuşma dilinde olmasına rağmen bu durumun zamanla yazı dilinde de görülebileceğine dikkat edilmesi, bu konuya gerekli çalışmalar yapılarak hazırlıklı olunması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akalın, H.Ş. (2019). Türkçenin Güncel Sorunları, Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırma Merkezi.
- Aksan, D. (1983) vd. Neşe Atabay, İbrahim Kutluk, Sevgi Özel, Sözcük Türleri, Ankara: TDK Yay.
- Aksan D. (1990). Her Yönüyle Dil, Ana Çizgileriyle Dilbilim, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları: 439/3, s.50.)
- Aslı G., Celia K. (2005) Turkish; A Contemporary Grammar, Routledge Publication, USA and Canada.
- Bangoğlu T. (2011). Türkçenin Grameri, Türk Dil Kurumu Yayınları, 9. baskı, Ankara.
- Börekçi, M., (2009). Türkiye Türkçesinde Yapı ve İşlev Bakımından Sözcükler, Eser Ofset Matbaacılık, Erzurum.
- Börekçi M., Tepeli Y. (2013) İşlevsel Dilbilim Yaklaşımıyla Türkçede Sözcük Türleri Üzerine, Dil ve Edebiyat Eğitimi Dergisi 2 (7), 93.
- Büker, S. Baraz, N. (1991) Türk Dili ve Edebiyatı (Dil Anlam Sözcük), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Bybee, J. (2015). *Language Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Can M., (2016). Dilbilgiselleşme ve Edat Kavramı, *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 2017 Bahar (26), 37-67*
- Coates, Jennifer (1993). Women, men, and language: a sociolinguistic account of gender differences in language. *Studies in language and linguistics (2 ed.)*. Longman. p. 228.
- Demirci, K. (2008). "Dilbilgiselleşme Üzerine Bir İnceleme". *Bilig. 45: 131-146*.
- Eker, S. (2003). *Çağdaş Türk Dili*, Grafiker Yayınları, Ankara
- Ellis, R. (2002). Methodological options in grammar teaching materials, in E. Hinkel and S. Fotos Eds, *New perspectives on grammar teaching in second language classrooms*, Mahwah, NJ: Erlbaum, (p.155-198)
- Ellis R. Barkhuizen G.P. (2005). *Analysing learner language*, Oxford University Press.
- Ergin, M. (1986). *Türk Dil Bilgisi*, 14. bs., İstanbul: Boğaziçi Yay.
- Ergin M. (1990). *Üniversiteler İçin Türk Dili*. İstanbul: Bayrak Basın/Yanını/Tanıtım, (385-386).
- Ergin, M. (2002). *Türk Dil Bilgisi*, Bayrak Yayınları, İstanbul.
- Erkan H. (2017). Türkiye Türkçesinde 'EŞZAMANDALIK', *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, (203-226)*
- Ferdinand de Saussure, *Corso di linguistica generale*, çev. Tullio de Mauro, Bari, Laterza & Figli, 1971
- Gencan, T. N. (2001). *Dilbilgisi*, Ankara: Ayraç Yay.
- Gencan, T. N. (2007). *Dilbilgisi*, Tek Ağaç Yayınları, Ankara.
- Gülensoy, T. (2010). *Türkçe El Kitabı*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Gürüz F. (2008). Türk Dilini Koruma ve Geliştirmede Mutabakat Noktaları, *TURKISH STUDIES*, cilt.3, no.1, (409-437)
- Hepçilingirler F. (2003). *Dedim 'Ah'*, Remzi Kitapevi, İstanbul., s. 16
- Hopper, P. J. Traugott. E. C. (2003). *Grammaticalization*. Second Edition. Cambridge Textbooks in Linguistics (1-3).
- Karpuz H. Ö. (2013:372) *Türkçede Zarflar, Türkiye Türkçesi Edebi Dilindeki Zarfların Yapısal ve İşlevsel İncelemesi*, Ege-Doğuş Yayınları, Denizli.
- Korkmaz, Z. (2007a). *Türkiye Türkçesi Grameri*, TDK yayınları, Ankara
- Korkmaz Z. (2009). *Türkiye Türkçesi Grameri, Şekil Bilgisi*, Türk Dil Kurumu Yayınları, 3. Baskı, Ankara.
- Labov, W. (2001). *Principles of linguistic change*, vol. 2: Social factors, Oxford: Blackwell.
- Labov, W. (2007). *Transmission and diffusion*, *Language*, 83(2), 344-387
- Lyons, J. (1983). *Kuramsal Dilbilime Giriş*, çev. Ahmet Kocaman, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları, s.47.
- O'Grady W., Dobrovolsky M., Katamba F. (1996). *Contemporary Linguistics*, Longman, London and Newyork
- Salim S. (2008). *Dil Kirliliğinin Türkçemize Yansımaları*, Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi.
- Sarı, İ. (2015). "Türkçede Ekleme Dışı Sözcük Yapımı ve Sözlükselleşme". Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

- Uzun, N. E. (2004) Dünya Dillerinden Örnekleriyle Dil Bilgisinin Temel Kavramları Türkçe Üzerine Tartışmalar, Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Üstünova, K. (2002), "Cümle Çözümlemelerinde Yüzeysel Yapı-Derin Yapı İlişkileri", *Dil Yazıları*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- Üstünova, K. (2005), "'İlgün Ben' Söyleminin Düşündürdükleri", *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.8.

VERİ TOPLAMA ARACI

Sorular örneklem grubuna uygulanmadan önce sınıfa aşağıdaki duyuru yapılmıştır. Aynı duyuru test kâğıdının üst tarafında yer almıştır.

"Bilgiler sadece akademik amaçla kullanılacaktır. İçgüdüsel olarak cevap vermeniz gerektiğinden dolayı süreniz 10 dakikadır. Lütfen her cümle için ilişkili olan şıkkı işaretleyiniz. Önerileriz varsa boş yere yazabilirsiniz."

Test kâğıdında "yaş", "cinsiyet" ve "sınıf" bilgileri istenmiş; uygun yerlere yazmaları söylenmiştir. Katılımcılara test sorularının 20 sorudan oluştuğu, istedikleri sorudan başlayabilecekleri duyurulmuştur.

Örneklem grubunun sorular üzerinde düşünmeye çok zaman bulmamaları gerekliliği ile 20 cümle için 10 dakika verilmiştir. Bu yolla sözü edilen dil bilgisi birimlerinin düşünmeden içgüdüsel olarak üretilmesi beklenmektedir. Ellis (2005), bu şekilde üretilen verinin daha güvenli bir veri olabileceğini belirtmektedir.

Her bir soru aşağıdaki tabloda verildiği gibi düzenlenmiştir.

Tablo 2: Soruların düzenlenişini gösteren örnek soru

A) Doğru	B) Yanlış	C) Karasızım/bilmiyorum
Önerileriniz:		

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:02.03.2020 ✓Accepted/Kabul:14.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.697204

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yakut, E. (2021). "Klasik Türk Ve Fars Edebiyatlarında İnsanın Eğitilebilirliği ve Bir Mübalağa unsuru Olarak Terbiye Kudreti" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 179-190.

KLASİK TÜRK VE FARS EDEBİYATLARINDA İNSANIN EĞİTİLEBİLİRLİĞİ VE BİR MÜBALAĞA UNSURU OLARAK TERBİYE KUDRETİ*

Emrullah YAKUT**

Öz

Sa'dî'nin Gülistân ve Mevlânâ'nın Mesnevî adlı eserleri Osmanlı-Türk toplumunda en çok okunan Farsça metinler olmuş, toplumun ruh ve zihin dünyasını derinden etkilemiştir. Gülistân daha ziyade medreseler üzerinden, Mesnevî ise tasavvuf müesseseleri vasıtasıyla tesirini göstermiştir. Gerek toplumda ve gerekse edebiyatta uyandırdığı akisler itibariyle kurucu metin olarak nitelendirilebilecek bu eserler didaktik bir mahiyete sahiptir. Bunun yanı sıra her iki müellifin eserlerinde eğitime dair doğaç ve yetiştirmeci görüşleri tartışmaları dönemin eğitim anlayışının tespiti açısından değerli veriler sunar. Sa'dî-i Şîrâzî'nin aynı zamanda bir eğitimci olması bu görüşleri daha önemli kılmaktadır.

Bu makalede Gülistân ve Mesnevî'deki eğitime dair görüşler ortaya konulduktan sonra klasik Türk ve Fars şiirinde bu meselenin ne yönde tezahür ettiği tespit edilmekte ve eğitim hakkındaki bu kanaatlerin bir neticesi olarak terbiyenin şiirde nasıl bir mübalağa unsuruna dönüştüğü ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Divan Şiiri, Mesnevî, Gülistân, Eğitim, Çocuk eğitimi.*

EDUCABILITY OF HUMAN IN CLASSICAL TURKISH AND PERSIAN LITERATURES AND THE POWER TO EDUCATE AS AN ELEMENT OF EXAGGERATION

Abstract

Sa'dî's Gulistan and Rumî's Mathnawi were the most read Persian texts in the Ottoman - Turkish society and they deeply affected the spiritual and mental world of the society. Gulistan mostly had its influence through madrasahs while Mathnawi did this through Sufism institutions. These works, which can be described as founding texts in terms of the flows they evoke in society and literature, have a didactic nature. In addition, both authors' discussions of naturalist and educator views on education in their works provide valuable data in terms of determining the understanding of education of the period. The fact that Sa'dî-i Şîrâzî is also an educator makes these views more important.

In this article, after revealing the views on education in Gulistan and Mathnawi, it is determined in what direction this issue is manifested in the classical Turkish and Persian poetry and how education turns into an element of exaggeration in the poem as a result of these opinions about education.

Keywords: *Divan Poetry, Mathnawi, Gulistan [Golestan], Education, Sa'dî, Rumî.*

*Bu makale 18-20 Mayıs 2017 Alanya'da düzenlenen II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu'nda sunulan "Klasik Türk ve Fars Edebiyatlarında Çocuğun Eğitilebilirliği ve Gülistân Örneği" başlıklı bildirinin genişletilmiş ve yeniden düzenlenmiş hâlidir.

** Doç. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, MARDİN.

e-mail: emrullahyakut@artuklu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-1268-1806>)

GİRİŞ

Günümüzde eğitimle ilgili geliştirilmiş birçok teori mevcuttur. Ancak bu pek çok teoriden büyük kısmının antik dönemden gelen iki temel yaklaşımın devamı niteliğinde olduğunu söylemek mümkündür. Bunlar doğacı (doğuştan gelen yetenekler) ve yetiştirmeci (çevre etkisi ve deneyimler) yaklaşımlardır. Yetiştirmeci yaklaşıma göre her insan eğitim sayesinde kendini zihnen ve ruhen geliştirebilir. Doğayı veya yaratılışı esas alan yaklaşıma göre ise doğuştan getirilen kabiliyetler belirleyici ve esastır ve bunlar eğitim yoluyla değiştirilemez. Bir fert eğer doğuştan bu kabiliyete sahip değilse eğitilmesi kabil değildir (Akyüz, 1969: 76; Demirci, 2007: 105).

1928'e kadar mektep ve medreselerde ders kitabı olarak okutulan, dolayısıyla Türk eğitim ve toplum hayatında önemli bir yere sahip olan Sa'dî-i Şîrâzî'nin *Gülistân* adlı eserinin bir babı eğitimin fertler üzerindeki tesirini konu almaktadır. Eserin diğer baplarında da eğitime dair bahisler yer almaktadır. Bunlardan biri de eğitime dair yukarıda zikredilen birbirine zıt iki temel yaklaşımın tartışıldığı birinci bapta dördüncü hikâyedir.

Edebiyat ve tasavvuf mecralarının ve bilhassa Mevlevîliğin tesiriyle toplumun geniş bir kesiminin teveccühünü kazanan *Mesnevî*'de de doğacı ve yetiştirmeci yaklaşımların tartışıldığı görülür. *Mesnevî* önceleri tekke ve camilerde okunurken XVIII. yüzyıldan itibaren medreselere de girmeye başlamıştır (Ergin, 1977: I/155-156). XIX. yüzyıla gelindiğinde ise İstanbul'da yaşayan bazı Nakşî şeyhlerinin de mesnevîhânlık yapması (Ceyhan, 2004) *Mesnevî*'nin artan tesirini göstermektedir.

Edebî bir metin olmasının yanı sıra bir terbiye ve nasihat kitabı olma hususiyeti de arz eden bu eserlerin, yüzyıllar boyunca okunmuş olması hasebiyle gerek devlet adamlarının gerekse toplumun terbiye anlayışının şekillenmesinde rol oynayan (Akyüz, 1969: 73) temel kurucu metinlerden olduğu söylenilebilir. *Gülistân*'ın medrese ve mekteplerde, *Mesnevî*'nin ise başlangıçta ve büyük ölçüde tekke ve camilerde yaygın biçimde okunması sebebiyle, toplumun geniş kesimlerine ve farklı tabakalarına sirayet etmesine sebep olmuştur. Diğer yandan bu tür eserlerin tesirlerini ele alırken, aynı zamanda içinde buldukları devrin ve toplumun genel algısının bir yansıması mahiyetinde olduklarını unutmamak gerekir.

Gülistân'ın eğitimle ilişkisini Türkiye'de tetkik eden ilk çalışma İbrahim Alaaddin (Gövsâ) (1925) tarafından *Tedrisat Mecmuası*'nda yayımlanan "Terbiye Nokta-i Nazarından *Gülistân*" başlıklı yazısıdır¹. Bir diğer önemli çalışma ise Akyüz (1969) tarafından "Sa'dî'nin Eğitimsel Görüşleri" başlıklı makalesidir. Zavotçu (2009) "Sa'dî, Düşüncesi ve Etkileri" başlıklı çalışmada *Bostan* ve *Gülistân*'ın eğitim açısından önemine değinmiştir. Ahmet Zeki Güven (2014) "*Gülistân* ve *Bostan* Adlı Eserlerin Değerler Eğitimi Bakımından İncelenmesi" adlı makalesinde söz konusu eserleri değerler eğitimi bakımından tahlil etmiştir. Keza Mevlânâ'nın eğitimci kişiliği ve *Dîvân-ı Kebîr* ile *Mesnevî*'deki eğitimle ilgili görüşlerini ele alan çalışmalar vardır.²

AMAÇ

Bu çalışmada, yaratılıştan gelen özellikler ile çevre etkisinin irdelendiği *Gülistân*'daki Pâdişâh ve Vezîr kıssası ile Mevlânâ'nın *Mesnevî* adlı eserinde eğitimle ilgili görüşlerini yansıtan beyitler aktarıldıktan sonra meselenin klâsik edebiyat metinlerindeki izdüşümü ortaya konulacaktır. Bu bulgular ışığında eğitimin hangi şartlar altında ve ne tür kimselerde ne ölçüde etkili olabileceği sorularının cevabı aranacaktır. Ayrıca istidat, kabiliyet ve fitrat karşısında cehd ve terbiyenin durumuyla bağlantılı olarak Türk şiiirinde terbiyenin nasıl bir mübalağa unsuruna dönüştüğü örneklerle sunulacaktır.

YÖNTEM

Çalışmada Sa'dî-i Şîrâzî'nin *Gülistân* adlı eserinde bir hikâye ve *Mesnevî*'de eğitimle ilgili muhtelif beyitler esas alınmış, ardından bu temel yaklaşımın Klasik Türk ve Fars şiiirindeki tezahürleri ele alınarak *mukayese* edilmiştir.

1 Yazı, 2007 yılında Adem Ceyhan tarafından Latin harflerine aktarılmış ve günümüz Türkçesine çevrilmiştir.

2 Bu konuyla ilgili bazı çalışmalar: Doğan, S. (2014). *Mesnevî'de Eğitim Yöntemi ve Pedagojik Yaklaşımlar*. Eskişehir Valiliği, 210-222; Özdemir, Ş. (2011). Mevlânâ'nın Eğitimci Kişiliği. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c.16:1, s.1-13, Elazığ; Usta, M. (1995). *Divan-ı Kebir'de Mevlânâ'nın Eğitim Görüşü*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

1. GÜLİSTÂN'DA PADİŞAH VE VEZİR HİKÂYESİ: İSTİDAT VE KABİLİYET Mİ TA'LİM VE TERBİYE Mİ?

*Gülistân'*da insanın eğitilebilirliğine dair birbirini nakzeden iki farklı yaklaşımın padişah ve vezir diyalogu üzerinden ele alındığı hikâye (1. bap, 4. hikâye) özetle şöyledir: Bir eşkiya topluluğu ele geçirilir. Padişah bütün esirlerin öldürülmesini emreder. Vezirlerden biri, esirler arasında yer alan bir çocuğun kendisine verilmesi durumunda onu iyi ve faydalı bir insan olarak yetiştireceğini söyler. Padişah onun bu görüşüne katılmaz ve şöyle der:

“**Soysuz** kimse iyilerin terbiyesini alamaz. **Kabiliyetsiz** kimseyi terbiyeye çalışmak, kubbe üzerinde ceviz durdurmak gibidir. ... Ateşi söndürüp korunu bırakmak, yılanı öldürüp yavrusunu muhafaza etmek akıllıların işi değildir. Bulutlar Âb-ı Hayât yağdırsa dahi söğüt dalından asla meyve yiyemezsin. Soysuz kimse ile vaktini geçirme; çünkü hasır kamışından şeker yiyemezsin.” (Sa’dî, 1980: 327)

Bunun üzerine vezir çocuğun henüz küçük olduğunu, onların terbiyesini almadığını ve düzeltilebileceğini iddia eder. Peygamberimizin “Her çocuk İslâm fitratı üzerine doğar.” hadisini hatırlatır ve kendi kanaatini destekleyen deliller ileri sürer:

“Hz. Lut’un zevcesi kötülerle arkadaş olduğu için hânedân-ı nübüvvetten olmak şerefini kaybetti. Hâlbuki Ashâb-ı Kehf’in köpeği birkaç gün iyilerin arkasına düştü, insan şerefi kazandı.” (Sa’dî, 1980: 328)

Padişah, “Düşmanı ehemmiyetsiz, âciz saymak doğru değildir; çünkü çok gördük ki, küçük bir kaynağın suyu çoğaldıkça deveyi yüküyle beraber almış götürmüştür.” der. Ancak hemfikir olmamakla birlikte çocuğu affeder.

Çocuk senelerce vezirin yanında talim ve terbiye görür ve zamanla herkesin teveccühünü kazanır. Vezirin bir gün padişaha “Akıllı insanların terbiyesi ona tesir etmiş, eski cehaleti tabiatından zail olmuştur.” demesi üzerine padişah gülümseyerek “Kurt yavrusu, insanlar arasında büyüye de sonunda kurt olur.” der.

Bir süre sonra delikanlı, mahallenin serserileriyle birlik olarak bir çete kurar. Bir fırsatını bulup veziri ve iki oğlunu öldürür. Vezirin servetini de çalarak babası gibi dağa çıkar ve eşkiyalığa başlar. Padişah bütün bu olup bitenlerden sonra şöyle der: “İnsan kötü demirden nasıl iyi kılıç yapar? Ey akıllı zat, bilmiş ol ki, alçak kimse terbiye ile adam olmaz. Misal istersen yağmura bak ki, yağmurun tabiatı lâtif, temiz olduğundan ihtilâf yoktur. Böyle olmakla beraber yağın yağmurun tesiriyle bahçede lâle, çorak yerde çerçöp biter. Çorak yer sümbül bitirmez. Boş yere orada ümit tohumu ekip zayi etme. Kötülere iyilik etmek, iyilere kötülük etmek gibidir” (Sa’dî, 1980: 326-329).

Padişahın savunduğu görüşe göre insan, yaratılıştan gelen özelliklerinin, istidat ve kabiliyetlerinin esiridir, bunlardan kurtulamaz. Vezir ise iyi bir eğitim verilmesi durumunda insanın iyiye ve doğruya yönelebileceğini savunur. Hikâyenin sonunda eğitimin “kötü yaratılışlı” kimselere tesir etmeyeceği yönünde düşüncesini belirten padişah haklı çıkmaktadır. Sa’dî, eserinin diğer bölümlerinde de insan tabiatının doğuştan gelen özelliklerinin eğitimle değiştirilemeyeceği yönündeki kanaati pekiştiren diyaloglara ve ifadelere yer vermiştir.

2. FITRAT MI CEHD Mİ?

Tasavvuf öğretisini, ahlâk ve terbiyesini insanlara aktarmaya çalışan ve bu yönüyle başlı başına bir eğitim kitabı olarak değerlendirilebilecek olan Mevlânâ'nın *Mesnevî*'sinde kabiliyet ve yaratılış olarak alınmıştır. “*Eğer yay kötüyse ok eğri gider*” (Mevlânâ, C. IV / b. 3406)³ veya “*Terbiyeli de olsa köpek yine köpektir*” (Mevlânâ, C. VI / b. 4856) gibi ifadeler, Sa’dî'nin görüşleriyle benzerlik arz etmektedir.

Mevlânâ'ya göre sûrette güzeller arasında fark olduğu gibi akılda da insanlar arasında fark vardır. Mevlânâ meseleyi **fitrat** (yaratılış) ve **cehd** (çalışma) kavramları çerçevesinde ele alır. İnsanların akıl yönünden yaratılıştan eşit olduğunu ve bu yüzden farklılıkların eğitim ve çevresel faktörlerle sonradan ortaya çıktığını savunan Mu'tezilî görüşü eleştirir. Ona göre yaratılıştan (fitrat) gelen üstünlük, çalışma (cehd) ve tefekkürle tahsil edilenden daha üstün ve iyidir. Allah vergisi olmaksızın gösterilen çaba, total kimsenin rahvân yürümeye çalışmasına benzer (Mevlânâ, C. III / b. 1536-1544).

3 Metinde kullanılan kısaltmalar: Cilt için C.; gazel G.; rubâî R.; kasîde K.; beyit için b. kullanılmıştır.

İstidat kavramını tercih eden Sa'dî ise terbiyenin müsavi, **istidâd**'ın ise muhtelif olduğunu dile getirir ve bu görüşü öne sürdüğü şu örneklerle savunur:

“Altın, gümüş her ne kadar topraktan çıkıyorsa da her taşta altın, gümüş bulunmaz. Süheyl yıldızı, âlemin her tarafına ziyâ verir. Fakat bir deriden, bir yerde dağarcık, bir yerde sahtiyan yaparlar; her deri Süheyl'den kendi istidadına göre renk alır (Sa'dî, 1980: 475).

3.KLASİK ŞİİRDE TERBİYE: BİR ÜTOPYA MI?

Şark edebiyatının kurucu metinleri olarak nitelendirilebilecek Gülistân, Bostân ve Mesnevî gibi eserlerdeki bu yaklaşımın Klasik Türk ve Fars şiirinde yansımaları görülmektedir. Hâfız-ı Şîrâzî ve Sâib-i Tebrîzî insan tabiatının terbiyeyle değişmeyeceği kanaatinde idirler. Hâfız aslî tînetin yani yaradılışın değişmeyeceği düşüncesini “kara taş can verse bile la'l olmaz” örneğiyle savunur:

Ger cân bedehed seng-i siyeh la'l negerded

Bâ tînet-i aslî çî küned bed-güher üftâd (Hâfız G.232/7)

Sûdî bu beyti şöyle çevirir ve yorumlar: “Kara taş cân virse ya'nî her ne kadar sa'y u kûşîş eylese la'l olmaz. Zîrâ **hilkat-i aslîyle niçe eylesün, bed-güher vâki' oldi. Ya'nî bir şey'ün hilkat-i aslîsi yaramaz oldukdan sonra ol sa'y u kûşîş ile eyü olmak ihtimâli yok**” (Sûdî, 1857: II/182).

XVI. yüzyıl şairlerinden Seyyid Şerîfî (Yazar, 2006: 2) bir gazelinde riya ehlinin Tanrı'nın feyzinden nasibi olmadığını dile getirir. Şerîfî de bu fikrini desteklemek için tıpkı Hâfız gibi karataşın terbiye ile la'l olamayacağı örneğini verir:

Dûrdur feyz-i Hudâ ehl-i riyâdan kartâş

La'l ü mercân ola mı terbiyet ile kara taş (Şerîfî G.155/1)

Sebk-i Hindî ekolü şairlerinden Sâib-i Tebrîzî'nin bir gazelinde de yaratılıştan gelen hususiyetlerin değiştirilemeyeceği anlayışı hâkimdir. “Kötü fiilli nefis, ta'lîm edilebilir değildir, bu dîvâne (kuduz) köpeği bu kadar zincire vurmak neden?” şeklinde Türkçeye çevrilebilecek beyit şöyledir:

Nefs-i bed-kirdâr Sâib kâbil-i ta'lîm nîst

În seg-i dîvâne râ çendîn meres kerden çerâ (Sâib G.1383: 22)

Nusret Efendi tarafından yapılan şerhte ise söz konusu beyit, “...asl, bed olunca terbiye kabûl itmedüğünü cünûna haml eyledi ki kudurmuş köpek (14) dimekdür ve nefsün kendi kendinden olmayınca taşradan terbiyenün (15) fâ'idesi yokdur” (Yakut, 2008: 19) şeklinde yorumlanmıştır. Yani şârihe göre Sâib, bir kimsenin aslı kötüyse terbiye kabul etmez demektedir. Terbiye kabul etmeyen bu kötü hâli cünûna yani deliliğe benzetmiştir. Deliler zincire vurulmakla akıllanmadığı gibi, kötü huylu nefis de terbiyeyle değişmez. Asl kelimesinin “temel, kök ve soy, sop” gibi anlamları düşünüldüğünde Nusret Efendi'nin Sâib'e getirdiği yorum *Gülistân*'daki yaklaşımla büyük ölçüde örtüşmektedir. Ancak farklı olarak dıştan gelen terbiyenin etkili olmayacağını, değişimin kendi kendinden, yani içerden gelmesi durumunda islâhın mümkün olduğunu belirterek Sâib'in beytine daha esnek bir bakış açısı kazandırmıştır.

Edirneli Nazmî, baba ile dede her ne kadar çabalasa da eğer bir kimsede kabiliyet yoksa onun terbiye edilemeyeceğini belirtmiştir:

Terbiyet kâbil olmaya nâ-kâbile

Her ne ikdâm vecd itse eb birle ced (E. Nazmi, G.1437/4)

Edirneli Nazmî'nin, bir başka beyti vardır ki, Sa'dî'nin padişah ve vezir kıssasındaki aldığı iyi eğitime rağmen sonunda aslına rücû ederek eşkiya olan çocuğun hikâyesini akla getirmektedir:

Şakî olınca bir oğlan kesilmez ol şerden

Ne deñlü terbiyet eylerse ata ana aña (E. Nazmi, G.571/3)

Nâbî ise alışkanlık (mu'tâd) kavramını kullanır ve "dünyanın (sürekli) aynı yönde hareket etmesinden, kimsenin alışkanlıklarını terk etmeye alışık olmadığını anladım" meâlinde şöyle der:

Anladım cünbiş-i yek-tavr-ı cihândan bunu kim

Kimse terk itmege mu'tâd değil mu'tâdın (Nâbî, G.580/2)

İstidatsız ve kabiliyetsiz kimselerin terbiye ile değişmeyeceğini dile getiren örnekler çoğaltılabilir. Bunlardan sadece bir kısmını günümüz Türkçesiyle vermek bu konudaki bakış açısını anlamak için yeterli olacaktır:

Ey eden âlemde nâ-kâbil-kesânı terbiyet

Zişt-rû sanma sepîd ü gâzeden hüsnâlanur (Meşhûrî G.47/6)

[Ey dünyada kabiliyetsiz kimseleri terbiye eden! Çirkin yüzün allıkla güzelleşeceğini zannetme.]

Tıfl-ı hevâya terbiyet itdi hevâ yere

Bâb-ı Rızâ'da itdigün ibrâma degmedi (Neccâr-zâde Rızâ G.155/7)

[Hevâ ve heves çocuğunu boş yere terbiye etmeye kalkıştı. Rızâ kapısında yaptığın ısrar ve zorlamaya değmedi.]

Âh-ı mest itmez eser kûre-i dilden ise de

Çûb-ı ter terbiyet-i âteş ile tîr olmaz (Üsküdarlı Sırrî G.48/7)

[Sarhoşun âhi gönül fırınından yükselse de tesir etmez. Islak çubuk ateşin terbiyesiyle ok olmaz.]

4. İSTİDADLI (MÜSTA'İD) KİMSENİN EĞİTİMİ

Eğer kişide istidat ve kabiliyet varsa o zaman terbiyenin tesiri söz konusu olabilir. *Gülistân*'da kabiliyet ve istidatın belirleyiciliğine vurgu yapılırken eğitim tamamen tesirsiz veya gereksiz bir çaba olarak görülmez. Ancak eğitimin beklenen neticeyi vermesi için eğitilen kişinin istidat ve kabiliyetinin olması şarttır:

"Eğer bir şeyin aslı/cevheri kabiliyetli olursa terbiyenin tesiri olur. Cevheri kötü bir demiri hiçbir cilâ iyi yapamaz. Köpeği yedi denizin suyu ile yıkasan ıslandıkça daha pis olur (Sa'dî, 1980: 470)."

Klasik Türk şiirinde yukarıdaki bakış açısının paylaşıldığını gösteren örneklerle rastlanmıştır. Bu cümleden olmak üzere Hâlet Efendi'nin "Kâbiliyeti olanları terbiyede gönlü saf bir mürşit gerekir. Gül, nisan (yağmurunun) damlasını sadefin yaptığı gibi inci tanesi yapmaya kabiliyetli değildir." şeklinde günümüz Türkçesine çevrilebilecek beyti şöyledir:

Kâbilânı terbiyetde pîr-i sâfi-dil gerek

Katre-i nîsânı itmez çün sadef dür-dâne gül (Hâlet E. G.15/4)

Bu beyitten yola çıkarak eğitimin (talim, terbiye) tamamen gereksiz ve beyhude bir çaba olarak görülmediği söylenebilir. Ancak terbiyeden istenen neticenin temin edilebilmesi için öncelikle eğitilecek kişinin kabiliyet sahibi olması (*katre-i nîsân*) gerekir. İkinci olarak ise terbiye veren kişinin *sâfi-dil* (gönlü saf) olması gerekir. Sâfi-dil kavramını biraz daha anlaşılır kılmak için *güle* bakılabilir. Gül, kesreti (çokluk) temsil eder. Gönül ise bir ayna gibi tasavvur edilir. Gönül tozdan ve pastan yani kesretten (masivadan yani Allah'tan gayri her şeyden) arındığı ölçüde vahdetin tecelligâhı olur. Pîr, sâfi-dil ve terbiye kavramları bir araya geldiğinde tûtî-ayna mazmununu akla getirir. Aynada kendi aksini gören papağan, ustasının söylediklerini aynaya akseden papağanın çıkardığı sesler sanarak taklit eder ve böylelikle konuşmayı öğrenir (Doğan, 2011: 165-166; Mevlânâ, 2007: C.V/b.1430-1444).

Gülistân'da geçen şu ifade, kabiliyet sahibi kişilerin nasıl eğitilmesi gerektiği ve hocanın nitelikleri konusunda ipuçları verir: "Muallim, kendini saydırmayı, sırasında azarlamayı bilmezse çocuklar pazarda uzuneşek oynarlar. ... Hocanın eziyeti, cefâsı, babanın muhabbetinden iyidir" (Sa'dî, 1980: 472).

Seyyit Câzim'in "Meşakkatsiz kemâl tahsili zordur. Okul hocasız çocukların oyun sahası olur." mealindeki beyti *Gülistân*'da dile getirilen bu yaklaşımı desteklemektedir:

Bî-ta'ab sa'bdur âgâze-i tahsîl-i kemâl

Hâcesüz mekteb olur mel'abe-gâh-ı etfâl (Seyyid Câzim G.203/1)

Hocanın niteliği kadar, bu eğitimin ne zaman verileceği de önemlidir. *Gülistân*'ın yedinci babında bir hikâyede "Ağaç yaşken eğilir." atasözünü hatırlatan şu ifade yer almaktadır: "Her kim küçüklükte terbiye olmazsa büyüdüğü zaman hiç olmaz. Yaş çubuğu nasıl istersen bük; fakat kuru çubuğu doğrultmak için ateşe tutmak lâzımdır. Taze çubukları doğrultmak istersen doğrulur; fakat kuru ağaçları doğrultmak için uğraşmak boştur" (Sa'dî, 1980: 471).

Sa'dî'nin öne sürdüğü "çocuğun küçük yaşta eğitilmesi gerektiği" yönündeki görüşünün, eğitimde soy ve kabiliyeti mutlaklaştırdığı görüşüyle çeliştiği düşünülebilir. Ancak bunu kabiliyetli çocukların küçük yaşta eğitilmesi gerektiği şeklinde yorumlamak mümkündür. Yani soy ve kabiliyet gerekli bir şart olsa da tek başına yeterli değildir.

Tıpkı Sa'dî gibi Asaf da bir rubaisinde insan terbiyesinin çocuklukta yapılması gerektiğini söyler ve "Demir tavında dövülür." darb-ı meseliyle bu görüşünü destekler:

Hep terbiye-i beşer çocuklukda gerek

Kızgın demiri tavında ister dögmek (Asaf, R.73)

Sa'dî, insan davranışlarında çevrenin etkisini inkâr etmez ve şu örneği verir: "Kâbe'nin örtüsünü görüyorsun ki halk onu öpüyorlar. Onun meşhûr olması ipek olmasından değildir. O örtü birkaç gün bir aziz ile beraber bulundu (yâni Kâbe duvarına yazıldı.) Bundan dolayı şüphesiz o da Kâbe gibi aziz oldu" (Sa'dî, 1980: 476). Sa'dî'nin bu tür ifadeleri insanın tabiatının değişmeyeceği yönündeki savunduğu fikirlerle çelişkili bulunmuş ve eleştirilmiştir. Ancak birbirini nakzeder gibi görünen bu tür temsiller ve misaller, meselenin farklı vecheleriyle ele alınmasının bir sonucu olarak yorumlanabilir. Zira Sa'dî insan varoluşunun muhtelif tezahürlerine temas etmekte ve bunların kendi gerçekliklerini ustalıkla sunmaktadır (Balci, 2016: 437). Bu yönüyle hikâyelerdeki birçok diyalog bir münazara görüntüsü arz etmektedir.

Şeyh Gâlib terbiyeden bahsettiği aşağıdaki beytinde günümüz Türkçesiyle meâlen "Ey Gâlib, her ne kadar söz bahçesinde kendiliğinden bitmiş gül isem de, gönül ehlinin terbiyesine istidatlıyım" der ve böylelikle terbiye ile istidat arasındaki münasebeti dolaylı olarak kabul eder:

Es'adâ müsta'id-i terbiyet-i ehl-i dilim

Gerçi gülzâr-ı sühandâ gül-i hod-rûyum ben (Şeyh Gâlib G.272/5)

Behiştî'ye göre nefsin arzusunu yerine getirmemek yani ona muhalif olmak terbiye olarak kâfidir. Nefsin arzusunu yerine getirmek ise bir gün sahibini parçalaması mukadder olan yırtıcı bir aslan beslemek gibidir:

Nefsünün virme murâdını yeter terbiyet it

Ki sakın kendün için şîr-i jiyân beslersin (Behiştî G.373/3)

Terbiye kelimesi Türkçede arabaya koşulan hayvanların dizginleri için de kullanılır. Esrar Dede kelimenin bu manasından yararlanarak tevriyeli bir şekilde "herkese terbiyeyi bağlama" der. Şair sonraki mısırda ise "nabza göre şerbet vermek" deyimini beytinde kullanır ve istidat/kabiliyet eksenli geleneksel yaklaşımı destekler:

Herkese kayd itme terbiyeyi

Vir hemân nabza uygun eşribeyi (Esrâr Dede F.nâme/124)

Yunus Emre izzet, erkân ve iyi ad endişesinin aşk yolunda bir eksiklik olduğunu belirttiikten sonra kendisinin aşk tarafından terbiye edildiğini söyler:

‘İzzet ü erkân eyü ad ‘ışk yolına noksân durur

Ben n’iderem eyü adı çün terbiyet ‘ışkdan yirem (Yûnus Emre G.209/4)

4. ATASÖZLERİ VE DEYİMLERDE DOĞACI EĞİTİM YAKLAŞIMI

Gülistân, Mesnevî ve divanlarda eğitim bağlamında sarf edilen bazı ifadelerin, Türk atasözleri ve deyimleriyle benzerlikler göstermesi dikkat çeken bir başka husustur. Aşağıdaki tabloda bazıları şaşırtıcı ölçüde benzer olan bu ifadelerden bir kısmı verilmiştir:

Klasik Edebiyat	Atasözü veya Deyim
<i>“Düşmanı ehemmiyetsiz, âciz saymak doğru değildir; çünkü çok gördük ki, küçük bir kaynağın suyu çoğaldıkça deveyi yüküyle beraber almış götürmüştür”</i> (Sa’dî, 1980: 328).	Yılanın başı küçükken ezilir.
<i>Nefsünün virme murâdını yeter terbiyet it Ki sakın kendün için şîr-i jiyân beslersin</i> (Behiştî G.373/3)	Koynunda yılan beslemek. Besle kargayı oysun gözünü.
<i>“Kurt yavrusu, insanlar arasında büyüye de sonunda kurt olur”</i> (Sa’dî, 1980: 329)	Kurdun oğlu akıbet kurt olur. Asıl azmaz bal kokmaz, kokarsa yağ kokar, onun da aslı ayrandır.
<i>Herkese kayd itme terbiyeyi Vir hemân nabza uygun eşribeyi</i> (Esrâr Dede F.nâme/124)	Nabza göre şerbet vermek.
<i>“Muallim, kendini saydırmayı, sırasında azarlamayı bilmezse, çocuklar pazarda uzuneşek oynarlar. ... Hocanın eziyeti, cefâsı, babanın muhabbetinden iyidir”</i> (Sa’dî, 1980: 472).	Eti senin kemiği benim. Hocanın vurduğu yerde gül biter.
<i>“Her kim küçüklükte terbiye olmazsa büyüdüğü zaman hiç olmaz. Yaş çubuğu nasıl istersen bük; fakat kuru çubuğu doğrultmak için ateşe tutmak lâzımdır. Taze çubukları doğrultmak istersen doğrulur; fakat kuru ağaçları doğrultmak için uğraşmak boştur”</i> (Sa’dî, 1980: 471).	Ağaç yaşken eğilir. Demir tavında dövülür.
<i>“Kâbe’nin örtüsünü görüyorsun ki, halk onu öpüyorlar. Onun meşhur olması ipek olmasından değildir. O örtü birkaç gün bir aziz ile beraber bulundu (yani Kâbe duvarına yazıldı). Bundan dolayı şüphesiz o da Kâbe gibi aziz oldu”</i> (Sa’dî, 1980: 476).	Arkadaşını söyle, kim olduğunu söyleyeyim. Kişi arkadaşından bellidir.

Tabloda yer alan ifadelerdeki benzerliklere bakarak klasik edebiyat ile halk kültürü arasında tek taraflı bir etkileme veya etkilenmeden bahsetmek çok iddialı bir çıkarım olur. Klasik edebiyatta birçok ayet, hadis ve kelâm-ı kibârdan istifade edildiği bilinmektedir. Dolayısıyla yüzyıllar boyu başta Kur’ân ve hadis olmak üzere ortak kaynaklardan beslenen Türk, Fars ve Arap kültür havzasında ortaya çıkan birçok eserin hem çevresini etkilemiş hem de ondan etkilenmiş olduğu düşünülebilir.

5. BİR MÜBALAĞA UNSURU OLARAK TERBİYE KUDRETİ

Eğitime dair geleneksel anlayışın klasik edebiyattaki tezahürlerinde eğitimin (terbiye) tesiri istidat ve kabiliyete, istidat ise yaradılışa (fitrat) tâbi görülmekte ve bu münasebete mutlak nazarıyla bakılmaktadır. Şairler istidat, yaradılıştan gelen özellikler ve bir şeyin doğasının değişmezliği hususundaki bu kesinlikten yararlanarak terbiyeyi bir mübalağa unsuru olarak kullanmışlardır. Birçok şair bu mübalağa tarzını çoğunlukla kasidelerde medhettikleri

kişiler için kullanılmaktadırlar. Bu tarz mübalağayı çokça kullanan bir şair olan Nefî'nin (ö. 1635) zaman zaman tekrara düştüğü görülmektedir.

Karamanlı Nizâmî bir kasidesinde memdûhu olan kişiyi yüceltmek için "Ey padişah! Eğer terbiye eden bakışın taşa erişse ne kadar imkânsız da olsa mermerde nergis yetiştirir" anlamındaki beyti şöyledir:

Husrevâ ger nazar-ı terbiyetüñ taşa ire

Nice nâ-kâbil ise bitüre mermer nergis (K. Nizâmî, k.5/42)

Şair, burada övdüğü kişiyi yüceltmek maksadıyla, onun yapılamayacak bir şeyi yapabileceğini söylemek istemektedir. Nizâmî'nin burada mübalağa yaptığı açıktır. Dolayısıyla şairin bu yaklaşımı aslında terbiye hususunda kabiliyeti esas alan anlayıştan beslenmektedir.

Yenişehirli Avnî (ö. 1883) nat-ı şerifinde Peygamberimizin terbiye eden bakışının tesirinin Şeytan'ın bile tabiatı ve huyunu değiştireceğini söyler:

Te'sîr-i füyûz-ı nazar-ı terbiyet ile

Şeytân bile tedbîl-i nijâd u şiyem eyler (Yenişehirli Avnî K.7/44)

Azmi-zâde Hâletî (ö. 1631) III. Mehmed için yazdığı kasidesinde padişahın toprağa bir bakışıyla yerde gül biteceğini, eğer serviyi terbiye etse meyve vereceğini belirtir:

Hâke eger [ki] bir nazar itse biterdi gül

Servi eger ki terbiyet itse virürdi bâr (Azmi-zâde Hâletî K.6/18)

Kâtib-zâde M. Sâkib (ö. 1716) memduhuna şöyle hitap eder: "Senin sükûnundan eğer terbiye nasibi alsaydı denizler susar ve dalgalar titremezdi."

Vâye-gîr-i terbiyet olsa sükûnından eger

Bahrler hâmûş olup itmezdi emvâc ızırâb (Kâtib-zâde M. Sâkib K.8/23)

Nedîm (ö. 1730) bu mübalağayı yaratıcı bir hayalle daha da renklendirir: "Eğer onun lütfunun nemi ateşi terbiye ederse [ateşin] dumanı sümbül olup kıvılcıklar ise tohuma dönüşür."

Ederse âteşi ger terbiyet nem-i lutfı

Dühânı sünbül olup tohm olur içinde şerer (Nedîm K.13/33)

Nefî bu tarz mübalağayı çok kullanan bir şairdir. Terbiye etrafında yapılan bu mübalağalar birbirine benzer bir yapıya sahiptir. Buna göre övülen bir kişi vardır. İlk mısra genellikle şart cümlesiyle başlar. Övgüye konu olan kişinin terbiye etmesi durumunda terbiye edilen şey; istidad ve kabiliyetinin dolayısıyla tabiat ve yaratılışının üstünde veya haricinde bir şeye dönüşür. Şair bu mübalağalarda bazen mısra düzeyinde tekrara da düşer. Nefî'de çokça rastlanan bu mübalağaların yapısının daha iyi anlaşılabilmesi için bir kısmını günümüz Türkçesiyle aktarmak aydınlatıcı olacaktır:

Verse ger hurşîd-i istidâdı hâke terbiyet

Hâk kadr-i gevher-i mâhiyyet-i insân bulur (Nefî K.8/29)

[Eğer istidadının güneşi toprağı terbiye etse toprak insan mahiyetinin cevherinin kıymetine sahip olur.]

Verse tab'-ı âteşe ger berk-ı tîgî terbiyet

Maden-i elmâs ederdî tûde-i hâkisteri (Nefî K.14/31)

[Eğer ateşin doğasına kılıcının şimşeği terbiye verse, kül yığını elmas madenine çevirirdi.]

Verse tab'-ı âteşe ger nûr-ı re'yi terbiyet

Tûtüyâ-yı dîde-i hurşîd olur gerd-i remâd (Nef'î K.25/26)

[Eğer düşüncesinin nuru ateşe terbiye verse [o ateşten arta kalan] kül tozları güneşin gözüne sürme olurdu.]

Verirse ger nazar-ı kahrı terbiyet âba

Nigâh-ı germ-i habâbıyla nerm olur pûlâd (Nef'î K.29/38)

[Eğer kahır dolu bakışı suyu terbiye ederse su kabarcığının sıcak bakışıyla çelik yumuşar.]

Bulsa ger terbiyet-i ma'deletin âteş ü âb

Bir olur tab'-ı semenderle mizâc-ı harçeng (Nef'î K.37/17)

[Eğer ateş ve su senin adaletinin terbiyesine kavuşsa semenderle yengecin tabiatı aynı olur.]

Ger mizâc-ı âba verse hıfz u adli terbiyet

Kûre-i âteş-fürûz olurdu bin yıl bir habâb (Nef'î K.55/20)

[Eğer adalet ve himayesi suyun mizacına terbiye verse ateş dolu fırın bin yıl bir su kabarcığı olurdu.]

Ger mizâc-ı bâda verse adl ü dâdın terbiyet

Turra-i sünbül perîşânlıktan olurdu emîn (Nef'î K.56/27)

[Eğer adaletin ve yardımın rüzgârın mizacına terbiye verse sümbülün kâkülü perişanlıktan emniyette olurdu, darmadağınık olmazdı.]

Vereydi lutf-ı tab'ı terbiyet ger ebr-i nevrûza

Behîst-âbâd ederdi dûzahı bir katre-i şebnem (Nef'î K.38/23)

[Eğer tabiatının lütfü ilkbahar bulutuna terbiye verseydi bir damla şebnem ile cehennemi cennete çevirirdi.]

SONUÇ

Geleneksel eğitim hayatının müfredatı içerisinde önemli bir yeri olan ve dil öğretimi için istifade edilen bir eser olmasının yanı sıra, bir terbiye ve nasihat kitabı hüviyeti de taşıyan *Gülistân*'ın sistematik olmasa da bir eğitim metodu veya anlayışı ortaya koyduğu söylenebilir.

Türk edebî geleneğinde ve kültür dünyasında önemli bir yer tutan Mevlânâ'nın *Mesnevî* adlı eserinin ve *Gülistân*'ın eğitim meselesine yaklaşım bakımından örtüştüğü en temel husus kabiliyet ve yaratılışın esas kabul edilmesidir. Klasik Türk edebiyatında da bu anlayışı destekleyen ifadeler gözlemlenmektedir. Bu yaklaşım tarzına göre eğitimi belirleyen ve etkileyen hususlar özetle şunlardır:

- 1- Öğrencinin kabiliyet, istidat, soy ve yaratılışı (fitrat)
- 2- Hocanın yetkin bir kişi olması (sâff-dil)
- 3- Hocanın çok mülâyim olmaması (disiplin)
- 4- Eğitimin küçük yaşta başlaması

Bu anlayışın günümüzde tamamen değiştiğini söylemek mümkün değildir. Eğitimin küçük yaşta başlaması, eğitimcinin meslekî ve pedagojik yeterliliği, kabiliyetin önemi, eğitim açısından bugün için de kabul gören hususlardır. Fakat burada özellikle iki hususta geleneksel ve modern yaklaşımlar arasında belirgin bir farklılıktan söz edilebilir. Yukarıdaki örneklerden yola çıkılarak tasvir edilmeye çalışılan geleneksel bakış açısında kabiliyet

ve istidadın belirleyiciliği neredeyse mutlaklaştırılmıştır. Bir diğer önemli fark ise disiplin anlayışının günümüzde daha farklı yorumlanıyor olmasıdır. *Mesnevî* ve *Gülistân* adlı eserlerin bakış açısı ve yaklaşım tarzıyla klasik Türk ve Fars edebiyatındaki benzerlikler görülmüştür. Aynı benzerlik atasözleri ve deyimlerde de söz konusudur.

Gülistân'ın medreselerde ve *Mesnevî*'nin ise çoğunlukla tekkelerde okunması sebebiyle, toplumun duygu ve düşünce dünyasına geniş ölçüde sirayet ettiği düşünülebilir. Fakat buna rağmen edebî eserler ile içinde doğdukları toplumsal hayat ve zihniyet arasında tek taraflı bir etkiden ziyade karşılıklı etkileşim ve alış-verişten söz etmek daha isabetli bir yaklaşım tarzı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akkuş, M. (1993). *Nefî Divanı*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Akyüz, Y. (1969). Sadî'nin eğitimsel görüşleri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2(1), 73-82.
- Aydemir, Y. (1999). *Behiştî: Hayatı, Şahsiyeti, Eserleri ve Divanı'nın Tenkidli Metni* (Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Aydemir, Y., & Çeltik, H. (2017). *Selânikli Meşhûrî Dîvânı*. TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı e-Kitap: <https://ekitap.ktb.gov.tr/TR-196428/selanikli-meshuri-divani.html>
- Balcı, M. (2016). Bir İslâm Medeniyeti Şairi Olarak Sa'dî-yi Şîrâzî'nin Poetikası. *EKEV Akademi Dergisi* 66, 433-461
- Bilkan, A. F. (1997). *Nâbî Dîvânı*. İstanbul: M.E.B.
- Ceyhan, S. (2004). *Mesnevî*. TDV İslâm Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/mesnevi--mevlana>
- Ceylan, Ö. (2003). *Asaf Divanı: Hânedanda Bir Âsi*. Ankara: Akçağ.
- Derdiyok, İ. Ç. (2005). *Hâlet Efendi Divançesi*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Doğan, M. N. (2011). *Eski Şiirin Bahçesinde* (5. b.). İstanbul: Yelkenli.
- Ergin, O. (1977). *Türkiye Maarif Tarihi*. İstanbul: Eser Kültür Yayınları.
- Ferîdî. (2019). *Tercüme-i Dîvân-ı Hâfız* (Cilt I). (E. Yakut, Dü.) İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu.
- Gövsâ, İ. A. (1925). Terbiye Nokta-i Nazarından Gülistan. *Tedrisat* (64), 67-81.
- İpekten, H. (1974). *Karamanlı Nizâmî: Hayatı, Edebî Kişiliği ve Dîvânı*. Ankara: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Karahan, A. (2006). *Nâbî*. TDV İslâm Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/nabi>
- Kasır, H. A. (1990). *Esrar Dede / Hayatı, Edebî Kişiliği ve Divanının Karşılaştırmalı Metni* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi SBE.
- Kaya, B. A. (1996). *Azmîzâde Haletî: Hayatı, Edebî Kişiliği ve Dîvânı'nın Tenkitli Metni* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Edirne: Trakya Üniversitesi.
- Kazan, Ş. (2003). *Üsküdarlı Sırrî: Hayatı, Şahsiyeti, Eserleri ve Divanı, Tenkitli Metin-İnceleme* (Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Kırbiyık, M. (2017). *Kâtib-zâde Sâkîb Dîvânı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr> adresinden alındı
- Macit, M. (2017). *Nedîm Dîvânı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr>
- Mevlânâ, C. M. (2007). *Mesnevî-i Ma'nevî*. (A. Karaismailoğlu, & D. Örs, Dü) Ankara: Akçağ.
- Okçu, N. (tarih yok). *Şeyh Gâlib Dîvânı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr>
- Özbek, A. (2000). *Câzîm Divanı (Edisyon Kritik-inceleme)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, M. (1999). *Neccâr-zâde Rızâ Dîvânı'nın Edisyon Kritiği* (Yüksek Lisans Tezi). Afyon: Kocatepe Üniversitesi SBE.
- Sa'dî. (1980). *Bostan ve Gülistan Tercümesi*. (Kilisli Rıfat Bilge, Çev.) İstanbul: Meram.
- Sûdî, B. (1857). *Şerh-î Dîvân-ı Hâfız-ı Şîrâzî*. İstanbul: Matbaa-ı Âmire.
- Tatçı, M. (1997). *Yunus Emre Dîvânı*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Tebrîzî, S. (1383). *Dîvân-ı Sâib-i Tebrîzî* (Cilt I). (C. Mansûr, Dü.) Tahran: Nigâh.
- Turan, L. (1998). *Yenişehirli Aynı Bey Diyanı'nı Tahlili (Tenkitli Metin) Encümen-i Şuara ve Batı Tesirinde Gelişen Türk Edebiyatına Geçiş* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Erzurum Atatürk Üniversitesi.
- Üst, S. (2012). *Edirneli Nazmî Dîvânı*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/10604,edirneli-nazmi-divani-sayfa-1-1989pdf.pdf?0>
- Yakut, E. (2008). *Sâib-i Tebrîzî Divanı Şerhi'nin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yazar, S. (2006). *Seyyid Şerîfî Mehmed Efendî; Hayatı, Divanı ve Hilyesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:23.05.2020 ✓Accepted/Kabul:13.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.741900

Araştırma Makalesi/ Research Article

Akar, G. (2021). "Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Turizm Arasındaki İlişki:Türkiye Örneği", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 191-204.

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR VE TURİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ:TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Gökhan AKAR*

Öz

Dünyada hızla büyüyen endüstrilerden biri olan turizm tüm ülkeler için önemli hale gelmiştir. Bununla birlikte küreselleşme süreciyle beraber gelişmekte olan ülkelerde doğrudan yabancı yatırım girişleri de artmıştır. Bu kapsamda özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm endüstrisinin gelişimi için gerekli olan sermaye ve altyapının iyileştirilmesinde doğrudan yabancı yatırımlar önemli bir rol oynayabilmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte birçok sektör için artan talep, çok uluslu şirketleri yatırım yapma konusunda teşvik etmektedir. Bu çalışmanın amacı doğrudan yabancı yatırımlar ve gelen turist sayısı arasındaki nedensel ilişkiyi Türkiye örneğinde incelemektir. Bu kapsamda değişkenler 2005:1-2019:4 dönemine ait veriler kullanılarak Granger nedensellik ve Johansen eşbütünleşme yöntemleriyle analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca gelen turist sayısından doğrudan yabancı yatırımlara doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi de tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Doğrudan Yabancı Yatırım, Türkiye.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND TOURISM: THE CASE OF TURKEY

Abstract

Tourism which is one of the fastest growing industries in the world, has become important for all countries. In addition, foreign direct investment in developing countries has increased with the globalization process. In this context, foreign direct investments can play an important role in improving the capital and infrastructure required for the development of the tourism industries, especially in developing countries. In addition, with the development of tourism, increasing demand for many sectors encourages multinational companies to invest. The aim of this study is to examine the causal relationship between foreign direct investments and the number of tourist arrivals in the sample of Turkey. In this context, variables were analyzed using data from 2005:1-2019:4 by Granger causality and Johansen cointegration methods. As a result of the study, it was found that there was a cointegration relationship between the variables. In addition, the unidirectional causality relationship has been identified from the number of tourist arrivals to foreign direct investments.

Keywords: *Tourism, Foreign Direct Investment, Turkey.*

*Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, KARAMAN.
e-posta:gakar@kmu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-8401-4052>).

1. GİRİŞ

Varlıkların yabancı bir ülkeden ev sahibi ülkeye yatırımı olarak ifade edilen doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) hem yeni hem de yerleşik yada mevcut varlıkları içermektedir (Snyman ve Saayman, 2009:49). DYY, bir firmaya yeni pazar fırsatları, daha düşük üretim maliyetleri ve finans kaynaklarına erişim imkanı tanımaktadır. Ayrıca DYY üretimin uluslararası boyuta taşınmasında önemli bir role sahiptir (Ivanovic vd., 2011). Bununla birlikte ev sahibi ülke açısından yeni teknoloji, sermaye ve yönetim becerileri sağlayarak ekonomik büyüme için teşvik edici bir rol oynamaktadır. Ülke ekonomileri açısından günümüzde daha da önemli hale gelen bir diğer faktörde turizm endüstrisidir. Çünkü ülke ekonomilerinde çarpan ve ödemeler dengesindeki olumlu etkileriyle birlikte ekonomik büyümeye doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlamaktadır.

Turizm endüstrisi konaklama, ulaşım, eğlence, finansal hizmetler, inşaat, tarım, sağlık ve tıbbi hizmetler ve telekomünikasyon dahil birçok sektörden oluşan karmaşık bir değer zinciri yapısına sahiptir (Marvell, 2011). Bu kapsamda turizm endüstrisi önsel ve gerisel bağlantılarının yüksek olmasından dolayı birçok farklı sektör için talep oluşturarak ülke ekonomisi için önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin gıda, inşaat, iletişim, elektrik, gaz, su ve kanalizasyon gibi hizmetlerin oteller ve turistik tesisler için tedarik edilmesi geriye doğru bağlantıları ifade ederken, konferans, etkinlik, eğlence sektörleri, tur işletmeleri gibi sektörlerle olan ilişkisine de ileri bağlantılar denilmektedir (Ilie,2015:10).

Turizm endüstrisi sahip olduğu faaliyet yapısı nedeniyle turizmin gelişmesi ve ekonomik büyüme açısından finansal kaynakların bulunması önem arz etmektedir (Terzi ve Akbulut Bekar, 2019:16). Ayrıca turizm endüstrisindeki gelişme için ulaşım, telekomünikasyon, elektrik, su ve doğalgaz gibi altyapıların belirli bir standarda sahip olması gerekmektedir. Bu standarda sahip olmayan ülkelerde yatırım yapılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda sermaye, teknoloji yada bilgi eksikliğine sahip gelişmekte olan ülkelerde DYY bu açığı doldurmak için bir araç olarak kabul edilmektedir (Ilie,2015:11). Bu nedenle, özellikle büyük kurulum maliyetleri gerektiren sermaye yoğun turizm projeleri söz konusu olduğunda ve turizm endüstrisinin büyümesi için finansal kaynaklara ihtiyaç vardır. Bu kapsamda esas olarak Çok Uluslu Şirketler (ÇUŞ) tarafından üretilen DYY'ların özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizm ve kalkınma açısından altyapı ve binaların geliştirilmesi için gerekli sermaye ve bilgiyi sağlayarak önemli bir rol oynaması beklenmektedir (Nunkoo ve Seetanah, 2018:558).

Bu kapsamda çalışmanın amacı, Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı yatırımlar ve turist sayısı arasında nedensellik ilişkisinin olup olmadığını incelemektir. Ayrıca çalışmanın sonucunda elde edilecek bulguların doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm endüstrisinin gelişimine yönelik uygulanacak politikalara katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümü izleyen ikinci bölümde literatürdeki çalışmalar özetlenmiştir. Üçüncü bölümde model hakkında bilgi verilmiştir. Son bölümde de analiz sonuçlarına ve politika önerilerine yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gelişmekte olan ülkeler için turizm, bir gelişme fırsatı olarak görülmektedir (Akar,2019). Çünkü turizm, ekonomik büyüme üzerinde beklenen pozitif etkisiyle birlikte ülke ekonomileri için önem arz etmektedir (Yapar Saçık vd., 2019). Bu doğrultuda turizmin dünyada hızlı bir şekilde gelişmesi endüstriye yönelik hükümet politikalarını teşvik etmiştir (Işık, 2015:93). Bu kapsamda yüksek işsizlik, sınırlı dış kaynaklar, ticaret dengesi ve ürün yoğunlaşması gibi sorunların yaşandığı gelişmekte olan ülkelerde sistematik ve dikkatli bir şekilde planlanmış turizm gelişimi, ülke ekonomisinde önemli ve baskın bir rol oynayabilmektedir. Turist sayılarındaki artışın, özellikle istihdam ve döviz geliri açısından ev sahibi ülke ekonomileri üzerinde birçok olumlu etkileri görülebilmektedir (Yazdı vd., 2017: 16). Bununla birlikte endüstri artan bir şekilde döviz geliri elde edilmesine, istihdam oluşturulmasına, ekonomik çeşitliliğe, hizmet sektörünün teşvik edilmesine, kültürel faaliyetlerin canlandırılmasına ve uzak kırsal bölgelerin açılmasına olanak tanımaktadır (UNCTAD, 2007).

Turizm sermaye, altyapı, bilgi ve küresel tedarik zincirlerine ve dağıtıma erişimin gerekli olduğu bir faaliyettir. DYY genellikle bu faktörlerden yararlanmak için en etkili araçlardan biri olarak kabul edilmektedir (Yazdı vd., 2017). Bununla birlikte gelişmekte olan bir ülke için DYY, özellikle turizmin gelişmesinin temel taşları olan uluslararası havalimanları, otoyollar, oteller gibi alanların iyileştirilmesinde önemli rol oynayabilmektedir. Ayrıca DYY'lar

diğer turizm tesislerinin inşası ve geliştirilmesinde de önemli katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda doğrudan yabancı yatırımlar turist gelişlerine nedensel bir bağlantı oluşturmaktadır. Çünkü turizm endüstrisinde daha iyi olanaklar sayesinde ülkeye daha fazla ziyaretçi çekilebilmesi mümkün olabilmektedir (Selvanathan vd.,2009). Özellikle bu nedenle turizm endüstrisine yönelik yatırımlarda yabancı sermayeye büyük ölçüde ihtiyaç duyulmaktadır (Çeken, 2003). Bu doğrultuda turizm endüstrisi açısından DYY, gerekli finansmanın sağlanmasıyla birlikte yönetim becerilerinin geliştirilmesi ve dış pazar olanakları açısından da önemli rol oynamaktadır (Ege ve Gürdoğan, 2006:42). Bu bağlamda çok uluslu şirketlerin turizm endüstrisine yatırım yapmasıyla birlikte uluslararası alanda sahip oldukları tecrübe ve tanıtım gücünden faydalanmak da ev sahibi ülkeler açısından önem arz etmektedir (Selek, 2009).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde DYY'lar turizm endüstrisinin gelişimini teşvik ederek artan mal ve hizmet talebine yönelik gerekli üretimin sağlanmasına da katkı sağlamaktadır. Buna karşın turizm endüstrisindeki gelişmeyle birlikte ulaşım ve otelcilik hizmetleri gibi sektörlerdeki artan talep çok uluslu şirketleri yatırım yapma konusunda teşvik etmektedir (Satrovic ve Muslija, 2019:66). Çünkü bu firmalar farklı kültürler, kurumsal düzenlemeler, talep modelleri ve piyasa yapılarından yararlanmak istemektedir. Bununla birlikte çok uluslu şirketler küresel rekabet güçlerini sürdürmek veya artırmak için uzun vadeli stratejik amaçlarını destekleyecek olan varlıkları aramaktadır (Bezuidenhout ve Grater, 2016:1116). Bununla birlikte turizm, dünya ekonomisinde hızla büyüyen bir endüstridir. Bu kapsamda turizmin ekonomik büyümeye katkısına yönelik literatürde çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen turizm ve DYY arasındaki ilişkiyi inceleyen görece sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda gibi özetlenmiştir.

Endo (2006) tarafından yapılan çalışmada 1985-2002 dönemine ait veriler yardımıyla seçilmiş ülkeler için turizm endüstrisinde gerçekleşmiş doğrudan yabancı yatırımları incelemiştir. Çalışmanın sonucunda otellere ve restoranlara yönelik doğrudan yabancı yatırımların zaman içinde önemli ölçüde arttığını ve buna rağmen görece olarak hala düşük seviyede olduğunu belirtmiştir.

Moore ve Craigwell (2008), 21 gelişmekte olan küçük ada devleti (SIDS) için 1980-2004 dönemine ait verileri kullanarak DYY ve turizm arasındaki ilişkiyi panel nedensellik analiz yöntemini kullanarak incelemişlerdir. Çalışmada değişkenler arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Fayissa vd. (2008) tarafından yapılan çalışmada 42 tane Afrika ülkesi için 1995-2004 dönemine ait verileri kullanarak ekonomik büyüme, kalkınma ve turizm arasındaki ilişkiyi panel veri analiz yöntemiyle incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda Sahra Altı Afrika ülkelerinde turizmin gelişmesinin ekonomik büyümeyle birlikte fiziki ve beşeri sermaye yatırımlarının artmasına önemli ölçüde katkı sağladığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Cortes-Jimenes (2008) tarafından yapılan çalışmada İtalya ve İspanya örneğinde turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini dinamik panel veri tekniği yardımıyla incelemiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre hem uluslararası hem de yurt içi turizmin İspanya ve İtalya'da bölgesel ekonomik büyüme için önemli ve olumlu bir role sahip olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Selvanathan vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada Hindistan'daki doğrudan yabancı yatırımlar ve gelen yabancı turist sayısı arasındaki ilişkiyi 1995:2-2007:2 dönemine ait üçer aylık veriler kullanarak, VAR temelinde Granger nedensellik testi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda doğrudan yabancı yatırımlardan turizme doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulgusuna ulaşmışlardır.

Bahar (2010) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de turizm endüstrisine gelen doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını incelemiştir. Çalışmada 1986-2006 yıllarını kapsayan döneme ait verileri en küçük kareler yöntemiyle analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda turizm endüstrisine gelen doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme arasında olumlu bir ilişkinin olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Chen (2010) tarafından yapılan çalışmada turizm endüstrisindeki doğrudan yabancı yatırımların etkisini 1978-2008 dönemi için Çin örneğinde iç bölgelerde ve kıyı bölgelerindeki gelişme sürecindeki eşitsizliği göz önünde bulundurarak incelemiştir. Çalışmanın sonucunda doğrudan yabancı yatırımların iç bölgelere göre

kıyı bölgesindeki turizm endüstrisini daha fazla etkilediği ve DYY girişleriyle birlikte kıyı bölgesinde turizmin ve ekonomik gelişmenin yaşandığı sonucuna ulaşmıştır.

Katircioğlu (2011), uluslararası turizm ile DYY girişleri arasındaki ilişkiyi Türkiye için 1970-2005 dönemine ait yıllık verileri kullanarak ARDL ve Granger nedensellik testi yardımıyla incelemiştir. Çalışmanın sonucuna göre bu iki değişken için yalnızca ARDL modelinde DYY girişleri bağımlı değişken olduğunda uzun dönemli denge ilişkisi olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca çalışmada, uluslararası turist gelişinden DYY tek yönlü bir nedensellik olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Salleh vd. (2011) tarafından yapılan çalışmada Malezya, Singapur, Tayland, Çin ve Hong Kong gibi seçilmiş Asya ülkelerinde turizm endüstrisinin gelişimi ile DYY arasındaki ilişkiyi 1978-2008 dönemi için ARDL modelini kullanarak analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda incelenen tüm ülkeler için değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğu tespit etmişlerdir. Ayrıca Hong Kong için kısa dönemde, turizm ve DYY arasında çift yönlü, Malezya ve Tayland için turizm ve DYY arasında tek yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Singapur ve Çin'de ise bu iki değişken arasında herhangi bir ilişki olmadığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Fereidouni ve Al-mulali (2012) tarafından yapılan çalışmada gayrimenkul sektöründeki doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm arasındaki ilişkiyi hem kısa hem de uzun dönem açısından seçilmiş OECD ülkeleri için 1995-2009 dönemine ait verileri kullanarak panel eş bütünleşme ve panel Granger nedensellik testleri yardımıyla analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda gayrimenkul sektörüne yapılan doğrudan yabancı yatırımlar ve uluslararası turizm arasında uzun dönemde çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Samimi vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada gelişmekte olan ülkelerde 1995-2008 dönemine ait verileri kullanarak turizme ilişkin DYY ve turizm arasında panel VECM yöntemiyle değişkenler arasında nedensellik ve eş bütünleşme ilişkisini araştırmışlardır. Çalışmada değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, turizm sektöründeki DYY ve turizm arasında uzun dönemde çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Erkılıç (2013) tarafından yapılan çalışmada Türkiye örneğinde turizm endüstrisinde konaklama ve yiyecek faaliyetine yönelik yapılan doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi 2007-2012 dönemine ait verileri kullanarak Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik yöntemleriyle incelemiştir. Çalışmanın sonucunda DYY'den turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulgusuna ulaşmıştır.

Simatupang ve Chik (2014) tarafından yapılan çalışmada Endonezya'nın turizm cazibe merkezlerinden biri olan Sumatra Utara örneğinde turizm endüstrisindeki doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda turizm endüstrisine yapılan doğrudan yatırımların ekonomik büyümeyi etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Işık (2015) tarafından yapılan çalışmada gelişmiş yedi ülke için doğrudan yabancı yatırım ve turizm gelişimi arasındaki nedensel ilişkiyi 1980-2012 dönemine ait verileri kullanarak panel veri yöntemiyle incelemiştir. Çalışmanın sonucunda turizm sektöründeki gelişmenin, doğrudan yabancı yatırımları etkilediği bulgusuna ulaşmıştır.

Işık (2016) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de turizm harcamaları, DYY ve ekonomik arasındaki ilişkiyi 1985-2014 dönemine ait verileri kullanarak ARDL ve hata düzeltme modeli (ECM) yöntemiyle analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda turizm harcamalarından doğrudan yabancı yatırımlara tek yönlü bir ilişki tespit etmiştir.

Rajapakse (2016) tarafından yapılan çalışmada 2005:1- 2013:4 dönemine ait veriler kullanarak, Sri Lanka örneğinde turizm sektöründeki DYY, gelen yabancı turist sayısı ve turizm geliri arasındaki ilişkiyi VAR modeli yardımıyla incelemiştir. Çalışmasının sonucunda turizme yapılan doğrudan yabancı yatırımlardan hem turist sayısına hem de turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmiştir.

Peric ve Radic (2016) tarafından yapılan çalışmada turizmdeki doğrudan yabancı yatırım stoku ve gelen uluslararası turist sayısı arasındaki nedensel ilişkiyi Hırvatistan örneğinde 2000:1-2012:4 dönemine ait verileri kullanarak Johansen eşbütünleşme, Granger ve Toda-Yamamoto testleri yardımıyla incelemiştir. Çalışmanın

sonucunda turizmdeki doğrudan yabancı yatırımlardan gelen turist sayısına doğru kısa dönemde tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Tomohara (2016) tarafından yapılan çalışmada turizm ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiyi Japonya için 1996-2011 dönemi ait verileri kullanarak dinamik panel modeli yardımıyla incelemiştir. Çalışmada gelen yabancı turist sayısının artmasının doğrudan yabancı yatırımlarla birlikte turizmle ilgili sektörleri geliştirdiği sonucuna ulaşmıştır.

Bezic ve Radic (2017) Hırvatistan'da turizm sektöründe DYY ile turizm brüt katma değeri arasındaki nedensellik ilişkisini 2001:1-2012:4 dönemine ait verileri kullanarak Johansen eş bütünleşme ve Toda-Yamamoto nedensellik testi yardımıyla incelemiştir. Çalışmanın sonucunda değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisi tespit etmişlerdir. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonucuna göre turizm sektöründe DYY ile brüt katma değer arasında kısa dönem için nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Şahbaz ve Mızırak (2017) tarafından yapılan çalışmada doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi Türkiye için 1974-2014 dönemine ait veriler yardımıyla eş-bütünleşme ve nedensellik analizi yöntemlerini kullanarak incelemiştir. Çalışmanın sonucunda doğrudan yabancı yatırımlar ile turizm gelirleri arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca DYY'ların turizm gelirlerini arttırdığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Chen (2017) tarafından yapılan çalışmada turizm ve doğrudan yabancı yatırım arasındaki ilişkiyi Çin örneğinde 2000-2014 dönemine ait verileri kullanarak dinamik panel veri yöntemiyle incelemiştir. Çalışmanın sonucunda turizmin gelişmesinin hem turizm hem de diğer sektörlerde doğrudan yabancı yatırım girişlerini arttırabileceği sonucuna ulaşmıştır.

Yu-Chi ve Lin (2018) tarafından yapılan çalışmada 1975-2016 dönemine ait verileri kullanarak Tayvan için uluslararası turist gelişleri, döviz gelirleri, DYY ve ekonomik büyüme değişkenleri arasında Granger nedensellik ve eşbütünleşme ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisi tespit etmişlerdir. Ayrıca gelen turist sayısı ve DYY arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edememişlerdir.

Meivitanli (2018) tarafından yapılan çalışmada turizme gelen doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 2005-2012 dönemine ait veriler yardımıyla 18 OECD ülkesi için GMM yöntemiyle analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda turizm endüstrisindeki doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkilemediğini tespit etmiştir.

Arain vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada 1995-2017 dönemine ait aylık verileri kullanarak Granger nedensellik ve Kantil regresyon yaklaşımı yardımıyla turizm destinasyonunda öne çıkan ilk 10 ülke için turizm ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonucunda Meksika ve Rusya haricindeki tüm ülkeler için doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm arasında olumlu bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Satrovic ve Muslija (2019) 113 ülkede doğrudan yabancı yatırım ve turizm arasındaki ilişkiyi 1995-2015 dönemine ait verileri kullanarak panel veri regresyon yöntemiyle analiz etmişlerdir. Çalışmada turizmin doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Gövdeli (2019) tarafından yapılan çalışmada 19 Orta ve Doğu Avrupa ülkesi için 1995-2017 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak DYY, turizm gelirleri, dışa açıklık ve ekonomik büyüme arasında nedensellik ve eş bütünleşme ilişkisini incelemiştir. Çalışmada değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.

Siddiqui ve Siddiqui (2019) tarafından yapılan çalışmada Pakistan örneğinde doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm arasındaki ilişkiyi 1979-2017 dönemine ait verileri kullanarak Johansen eşbütünleşme ve VECM dayalı Granger nedensellik testi yöntemleriyle analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda değişkenler arasında eşbütünleşme ve kısa dönemde turizmden doğrudan yabancı yatırımlara doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Rasit vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada ASEAN ülkeleri için 2004-2017 dönemine ait verileri kullanarak turizm ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiyi havuzlanmış en küçük kareler yöntemiyle incelenmişlerdir. Çalışmanın sonucunda değişkenler arasında pozitif bir ilişkinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Terzi ve Akbulut Bekar (2019) tarafından yapılan çalışmada 1974-2014 dönemine ait verileri kullanarak Türkiye örneğinde DYY, dış açıklık ve turist sayısı arasındaki ilişkiyi ARDL ve Dolado-Lütkepohl Granger nedensellik yöntemiyle incelemişlerdir. Çalışmada turist sayısından doğrudan yabancı yatırımlara tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Ayrıca ARDL sonucuna göre doğrudan yabancı yatırımların turist sayısını etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Ak ve Zengin (2020) ikincil veri analizine dayalı olarak yapmış oldukları çalışmada turizm alanında en fazla doğrudan yabancı yatırımı yapan ve yapılan ilk on ülkenin gelişimi ve Türkiye’de turizm alanında doğrudan yabancı yatırımların gelişimini incelemişlerdir. Çalışmada Türkiye’de turizm endüstrisine gelen doğrudan yabancı yatırımların son yıllarda artmasına rağmen, gerçekleşen yatırımların yeterli düzeyde olmadığını ve bu kapsamda yeni politikalara ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir.

Çalışmalarda incelenen veri seti ve ülkeler açısından sonuçlar farklılık arz etmektedir. Bu doğrultuda elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde turizm ve DYY değişkenlerinin birbirini etkileyebileceği görülmektedir. Bu çalışmada değişkenler arasındaki ilişkinin Türkiye örneklemini açısından incelenmesi, Türkiye’nin son yıllarda turizmde göstermiş olduğu gelişmeyle birlikte en fazla turist çeken ilk 10 ülke arasında yer alması nedeniyle önem arz etmektedir. Bu kapsamda çalışmada kullanılan veri setinin güncel olması, veri olarak turist sayısı ve toplam doğrudan yabancı yatırım girişlerinin baz alınması açısından da çalışmayı farklı kılmaktadır. Bu kapsamda analiz sonucunda elde edilecek bulguların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.YÖNTEM

Zaman serileri rassal bir değişkenin zaman bağılı olarak aldığı değerlerin ardışık bir şekilde sıralanmasıyla oluşturulmaktadır. Zaman serilerindeki veriler geçmiş dönem verilerinden etkilenmesi mümkün olabilmektedir. Zaman serileri sistematik olarak değişim gösterdiklerinde bu seriler üzerinde yapılan çalışmalar anlamlılığını kaybetmektedir (Çakmur Yıldıztan, 2010:242-243). Bu nedenle zaman serileri ile çalışıldığında serilerin durağan olması gerekmektedir. Durağan olmayan serilerle çalışıldığında sahte regresyon problemi oluşmaktadır. Sahte regresyon sorunu yaşanmaması için serilerin ortalaması ve varyansı zaman içerisinde sabit olmalıdır. Ayrıca iki dönem arasındaki kovaryans değeri sadece iki dönem arasındaki farka bağılı olmalıdır (Gujarati, 2016:319). Bir serinin durağan olması şu şekilde ifade edilmektedir (Bozkurt, 2013:29-30).

$$E(Y_t) = \mu$$

$$V(Y_t) = \sigma^2$$

$$E(Y_t - \mu)(Y_{t-k} - \mu) = \gamma_k \quad ; \forall t, k \text{ için}$$

Olmalıdır.

ADF birim kök testi üç farklı yapıya uygulanabilmektedir (Gujarati, 2016:319).

$$\Delta Y_t = \gamma Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \gamma Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \gamma Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

Kullanılan hipotezler ise;

H_0 : Birim kök vardır

H_1 : Birim kök yoktur, şeklindedir.

H_0 kabul edilirse, seri birim kök içermektedir ve durağan değildir. Durağan olmayan verileri sabit bir veriye dönüştürmek içinse verilerin ilk gecikmeden başlayarak farkları alınmaktadır (Rajapakse, 2016:187).

Çalışmada kullanılan diğer birim kök testi Phillips-Perron birim kök testidir. Dickey-Fuller testinde hata terimleri arasında otokorelasyon gözlenmez. Fakat pek çok zaman serisi zayıf bağımlı ve heterojen dağılımlı hata terimlerine sahip olabilmektedir. Phillips (1987) ve Perron (1988) hata terimleri arasında otokorelasyon bulunabileceği varsayımıyla Phillips-Perron birim kök testini geliştirmişlerdir. PP testi ile her bir ADF testine gelen parametrik olmayan testler elde edilmektedir (Bozkurt, 2013:43).

İki değişkenli bir VAR modeli her denklemin kendi gecikmeli değerleri ile sistemdeki diğer değişkenlerin gecikmeleri değerlerinin içermektedir (Gujarati, 2016:387-389).

$$x_t = a_{10} - a_{12}y_t + b_{11}x_{t-1} + b_{12}y_{t-1} + \varepsilon_{xt}$$

$$y_t = a_{20} - a_{21}x_t + b_{21}x_{t-1} + b_{22}y_{t-1} + \varepsilon_{yt}$$

$$\varepsilon_{it} \sim \text{i.i.d}(0, \sigma_{\varepsilon_i}^2) \text{ ve } \text{cov}(\varepsilon_{xt}, \varepsilon_{yt}) = 0$$

ε_{xt} ve ε_{yt} beyaz gürültü sürecidir. Sıfır ortalama ve sabit varyansa sahiptir. Aralarında otokorelasyon ilişkisi bulunmamaktadır. X_t ve Y_t içsel değişkenleri, ε_{xt} ve ε_{yt} ise yapısal şokları temsil etmektedir. a_{10} ve a_{20} sabit terimlere b_{11} , b_{12} , b_{21} ve b_{22} ise gecikmeli değişkenlere ait parametreleri ifade etmektedir.

VAR modelinde uygun optimal gecikme uzunluğunu belirlemek için genellikle Akaike bilgi kriteri (AIC), Schwarz bilgi kriteri (SC), Log olabilirlik oranı testi (LR) ölçütü ve Hannan Quinn bilgi kriteri (HQ) kullanılmaktadır. Bununla birlikte, en çok kullanılan bilgi kriterleri AIC ve SC'dir. Optimum gecikme uzunluğuna sahip VAR tahmini modelin diğer gecikme uzunluklarını kullanmaktan daha yüksek açıklayıcı güce sahip olmasını sağlamaktadır. Bu nedenle çalışmalarda en küçük AIC / SC, en verimli ve doğru optimum gecikme uzunluğunu seçmek için kullanılabilir. (Rajapakse, 2016:188).

Granger nedensellik testi, bir zaman serisini diğer zaman serisinden tahmin etmek için uygulanır. Granger nedenselliğinin varsayımı, bağımsız değişkenin tek bir bağımlı değişken yerine her iki değişkenin geçmiş değerleri kullanılarak daha iyi tahmin edilebiliyorsa, bağımsız bir Granger bağımlılığına neden olduğudur. İki değişken arasında uzun vadede eşbütünlük varsa, değişkenler arasında çift yönlü veya tek yönlü Granger nedensellik olması beklenir (Satrovic ve Muslija, 2019:70). Granger testi aşağıdaki regresyon çiftinin tahminini içermektedir (Gujarati, 2016:394):

$$Y_t = \sum_{i=1}^k \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_i X_{t-i} + \varepsilon_{1t}$$

$$Y_t = \sum_{i=1}^k \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_i X_{t-i} + \varepsilon_{1t}$$

$$H_0: \beta_j = 0 \text{ (} X_t, Y_t \text{nin nedeni değildir)}$$

$$H_1: \beta_j \neq 0 \text{ (} X_t, Y_t \text{nin nedenidir)}$$

Eşbütünlük analizleri durağan olmayan serilerin uzun dönem içerisinde dengeye gelip gelmediklerini belirlemeye yaramaktadır. İki ya da daha fazla durağan olmayan serinin arasındaki doğrusal olan ilişki eğer durağansa bu değişkenler birbirinin eşbütünlüğüdür. Diğer bir ifadeyle seviye değerlerinden durağan olmayan seriler eğer aynı mertebede durağanlaşıyorsa bu seriler eşbütünlük olarak tanımlanmaktadır (Çakmur Yıldıztan,

2010:247). Engle ve Granger tarafından geliştirilen koentegrasyon testinden sonra ortaya çıkan ve maksimum olasılık tahmin yöntemini kullanarak koentegre vektörlerin varlığını test eden Johansen yöntemi Johansen, Stock ve Watson tarafından ortaya atılmıştır (Kutlar, 2009:381).

Johansen eşbütünleşme yöntemi çok değişkenli, yüksek mertebeden bir otoregresif süreçle ifade edilen VAR modeline dayanmaktadır. VAR modellerinde bir değişken, kendisinin ve modelde yer alan bütün değişkenlerin gecikmeli değerleri ile gösterilmektedir. Yöntem, değişkenlerin veri seti arasında var olabilecek tüm farklı eşbütünleşme ilişkilerine olanak veren bir yöntem olarak geliştirilmiştir (Bozkurt, 2013:124-125). Yöntemde temel olan matris rankı ile karakteristik kökler arasındaki ilişkidir. Johansen yöntemi tüm değişkenlerin içsel değişken olarak kabul edildiği eşanlı bir denklem sistemini ifade etmektedir (Kutlar, 2009:381). Johansen yönteminde çok değişkenli eşbütünleşme ilişki sayısı yani rankı belirlemek için, maksimum özdeğer ve iz (trace) istatistiklerinden yararlanılmaktadır. Kullanılan matrisin (m-1) adet öz değeri hesaplandıktan sonra, bu köklerin kaç tanesinin anlamlı olduğu maksimum özdeğer ve iz istatistikleri ile belirlenmektedir. (Bozkurt, 2013:124-125).

4. VERİ VE AMPİRİK BULGULAR

Çalışmada 2005:1-2019:4 yıllarını kapsayan zaman dilimi için çeyrek dönemlik veri seti ele alınmıştır. Turizm değişkenini temsilen turist sayısı verisi kullanılmıştır. Turist sayısı TÜİK veri tabanından alınmıştır. Doğrudan yabancı yatırımlar verisi TCMB veri tabanından alınmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere ait birim kök testi sonuçlarına Tablo 1 ve Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 1: Değişkenlere ait ADF birim kök testi sonuçları

Turist Sayısı -Düzy	ADF İstatistiği	Olasılık
Turist Sayısı (sabitli)	-1.2753	0.6354
Turist Sayısı (sabitli ve trendli)	-2.6590	0.2570
Turist Sayısı – 1.Fark		
Turist Sayısı (sabitli)	-8.8017	0.0000
Turist Sayısı (sabitli ve trendli)	-8.7267	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım -Düzy		
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli)	-5.9404	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli ve trendli)	-6.2886	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım-1.Fark		
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli)	-12.7730	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli ve trendli)	-12.8257	0.0000

Yukarıdaki tabloda ADF birim kök testi sonuçları gösterilmektedir. Tablodan anlaşıldığı üzere turist sayısı değişkeni, I(0)’da durağan değildir, serinin birinci farkı alındığında (1)’de durağan hale gelmektedir. Doğrudan yabancı yatırım değişkeni ise, I(0)’da durağandır. Eşbütünleşme analizi gereği, doğrudan yabancı yatırım değişkeninin de birinci farkı alınmış, yine bu değişkenin de I(1)’de durağan halde bulunduğu gözlemlenmiştir. Yani her iki değişkenin de I(1)’de birim kök içermedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2: Değişkenlere Ait PP birim kök testi sonuçları

Turist Sayısı -Düzy	PP İstatistiği	Olasılık
Turist Sayısı (sabitli)	-1.1062	0.7079
Turist Sayısı (sabitli ve trendli)	-2.6502	0.2606
Turist Sayısı – 1.Fark		
Turist Sayısı (sabitli)	-8.9531	0.0000
Turist Sayısı (sabitli ve trendli)	-8.8693	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım -Düzy		
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli)	-6.0165	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli ve trendli)	-6.2755	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım-1.Fark		
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli)	-14.6705	0.0000
Doğrudan Yabancı Yatırım(sabitli ve trendli)	-14.9724	0.0000

Yukarıda Tablo 2’de PP birim kök testi sonuçları gösterilmektedir. Bant genişliği Newey West Bandwith olarak seçilen PP birim kök testi sonuçlarında; turist sayısı değişkeninin I(0)’da durağan olmadığı görülmektedir. Bu değişkenin birinci farkı alındığında I(1)’de durağan hale geldiği anlaşılmaktadır. Doğrudan yabancı yatırım değişkeninin ise I(0)’da durağan halde bulunduğu gözlemlenmektedir. Yine yöntem gereği her iki değişkenin de birinci farkları alınmış ve değişkenlerin I(1)’de birim kök içermedikleri kanısına varılmıştır.

Tablo 3: Gecikme uzunluğunun belirlenmesi

Gecikme Sayısı	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-30.5978	NA	0.0112	1.1854	1.2584	1.2136
1	25.5610	106.1913*	0.0017*	-0.7113*	-0.4923*	-0.6266*
2	28.6169	5.5561	0.0017	-0.6770	-0.3120	-0.5358
3	29.1453	0.9223	0.0020	-0.5507	-0.0398	-0.3531
4	32.9843	6.4217	0.0020	-0.5449	0.1121	-0.2908
5	37.3699	7.0168	0.0020	-0.5589	0.2440	-0.2484

Maksimum gecikme uzunluğu 5 olarak otomatik seçildiğinde, tüm bilgi kriterleri birinci gecikmenin uygun olduğunu göstermektedir. Bu nedenle çalışmada uygun gecikme uzunluğu Akaike bilgi kriteri bağlamında 1 olarak belirlenmiştir. Bundan sonra ise Granger nedensellik / blok dışsallık Wald testi sonuçları raporlanmıştır.

Tablo 4: Granger nedensellik / Blok dışsallık Wald testi

Bağımlı Değişken: LOGTS			
	X ²	sd	Olasılık
LOGDDY	0.1783	1	0.6728
Bağımlı Değişken: LOGDDY			
	X ²	sd	Olasılık
LOGTS	3.7035	1	0.0543

Uygun gecikme uzunluğu 1 olarak belirlendikten sonra Granger nedensellik testi ile değişkenler arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere birinci modelde doğrudan yabancı yatırımları temsil eden LOGDDY serisi bağımsız ve gelen turist sayısını temsil eden LOGTS serisi ise bağımlı değişkenlerdir. Birinci modelde, LOGDDY serisine ait olasılık değerinin istatistiksel olarak % 10’da anlamlı olmadığı görülmektedir. Yani doğrudan yabancı yatırımlardan, gelen turist sayısına doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı anlaşılmaktadır.

İkinci modelde ise doğrudan yabancı yatırımları temsil eden LOGDDY serisi bağımlı ve gelen turist sayısını temsil eden LOGTS serisi bağımsız değişkenlerdir. Modelde gelen turist sayısını temsil eden LOGTS serisine ait olasılık değerinin % 10’da anlamlı olduğu görülmektedir. Yani gelen turist sayısını temsil eden LOGTS serisinden, doğrudan yabancı yatırımları temsil eden LOGDDY serisine doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisinin bulunduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5: VAR tahmin sonuçları

	LOGTS	LOGDYY
LOGTS(-1)	0.9413 (0.0483) [19.4829]*	-0.6332 (0.3290) [-1.9244]*
LOGDYY(-1)	0.0075 (0.0177) [0.4222]	0.2489 (0.1202) [2.0705]*
C	0.8788 (0.7849) [1.1196]	15.7422 (5.3448) [2.9453]*
R ²	0.8722	0.1374
Düzeltilmiş R ²	0.8676	0.1066

* Sembolü %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduklarını belirtmek için kullanılmıştır.

Yukarıdaki tabloda VAR analizi tahmin sonuçları gösterilmektedir. Birinci modelde gelen turist sayısını temsil eden LOGTS serisi bağımlı ve doğrudan yabancı yatırımları temsil eden LOGDDY serisi ise bağımsız değişkendir. Turist sayısının bağımlı değişken olduğu denklemde bir dönem gecikmeli turist sayısı değişkeninin anlamlı olduğu görülmüştür. Doğrudan yabancı yatırımların bağımlı değişken olduğu denklemde bir dönem gecikmeli turist sayısı ve bir dönem gecikmeli doğrudan yabancı yatırımlar değişkenlerinin anlamlı olduğu görülmüştür.

Tablo 6: İz (Trace) istatistiği sonuçları

Hipotezler	Özdeğer	Trace İstatistiği	0.05 Kritik Değeri	Olasılık
E.B. ilişkisi yoktur	0.3230	25.3302	20.2618	0.0092*
En az 1 tane E.B. ilişkisi vardır	0.0455	2.7023	9.1645	0.6377

Tablo 7: Maksimum özdeğer istatistiği sonuçları

Hipotezler	Özdeğer	Max-Özdeğer İstatistiği	0.05 Kritik Değeri	Olasılık
E.B. ilişkisi yoktur	0.3230	22.6279	15.8921	0.0037*
En az 1 tane E.B. ilişkisi vardır	0.0455	2.7023	9.1645	0.6377

λ_{trace} ve λ_{max} istatistikleri değişkenler arasında uzun dönem ilişkisinin olduğunu ifade etmektedir. İz ve Max-Özdeğer istatistiklerine göre eşbütünleşme ilişkisi yoktur şeklinde kurulan H_0 hipotezi reddedilmektedir. Buna karşın en az bir tane eşbütünleşme ilişkisi vardır şeklinde kurulan H_1 alternatif hipotezi ise kabul edilmektedir. Bu nedenle en az bir tane eş bütünleşme ilişkisinin bulunduğu şeklinde karar verilmektedir. Gecikme sayısı 1 olarak AIC kriterine göre belirlenmiştir.

Tablo 8: Normalleştirilmiş eşbütünleşme katsayıları

LOGDYY	LOGTS	C
1.0000	1.1522	-25.8454
	(0.4494)	(7.0590)

(Parantez içindekiler standart hataları göstermektedir.)

Tahmin edilen model aşağıdadır:

$$\text{LOGDYY} = -25,85 + 1,15\text{LOGTS} \\ (7.06)(0.45)$$

Tablo 8'deki normleştirilmiş eş bütünleşme katsayıları gösterilmektedir. Bulgulara göre turist sayısı 1.1522 katsayısıyla doğrudan yabancı yatırımları pozitif olarak etkilemektedir.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Türkiye gelen turist sayısı ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişki 2005:1-2019:4 dönemine ait veriler kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak değişkenlere ilişkin zaman serisi verileri ADF ve Philips Perron birim kök testi ile sınanmış ve birinci fark durağan oldukları tespit edilmiştir. Bu doğrultuda serilere ait ilişkiyi incelemek adına VAR modeli tahmin edilmiştir. Bu kapsamda turist sayısı ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki nedensellik ilişkisini belirleyebilmek için Granger ve Johansen analizleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre turist sayısından doğrudan yabancı yatırımlara doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmanın sonucunda değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmamızdaki bulgular literatürdeki Katircioğlu (2011), Salleh vd. (2011), Işık (2015), Işık (2016), Satrovic ve Muslija (2019) gibi çalışmalar tarafından desteklenmektedir.

Sonuç olarak çalışmada elde edilen bulgulara göre turist sayısındaki artışın, doğrudan yabancı yatırımları teşvik etmek açısından önemli olduğu görülmektedir. Bu nedenle Türkiye'de turizm endüstrisinin gelişmesinin ekonomi üzerindeki olumlu etkileriyle birlikte yabancı yatırımların girişlerinde de önemli bir fonksiyona sahip olması beklenmektedir. Bu bağlamda Türkiye ekonomisi açısından turist sayısı, doğrudan yabancı yatırımlarının belirleyicileri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte çok uluslu şirketlerin yatırım yaptıkları ülkelerde uluslararası pazarlara yönelik sistematik eğitim programları yürütme deneyimine sahip oldukları için beşeri sermaye gelişimine önemli katkı sağlamaları beklenmektedir. Bu nedenle politika yapıcıların turizm endüstrisine daha fazla doğrudan yabancı yatırımın gelmesini sağlamaları sektörde bilgi ve beceri aktarımının gerçekleşmesine olanak tanıyacaktır.

Gelişmekte olan ülkeler için en büyük zorluk, kendi ülkelerini turistler için daha cazip hale getirecek ve pazarlığı geliştirecek politika paketleri oluşturmaktır. Bu kapsamda Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) gibi kuruluşların, turizmdeki çok uluslu şirketlere, turizm ağlarına entegre olmaları açısından destek olması önem arz etmektedir. Bu bağlamda tur operatörleri gibi alanlarda çeşitlenmenin gerçekleşmesi daha fazla turistin ülkeye gelmesine katkı sağlayacaktır. Bu durum turizmden daha fazla gelir elde edilmesine neden olacaktır. Ayrıca özellikle konaklama alanına yönelik çok uluslu şirketlerin turizm endüstrisi açısından bir kalite standardı oluşturması, turistlerin destinasyon tercihlerinde önemli bir faktör olabilmektedir. Bu açıdan turizmin gelişmesiyle birlikte daha fazla doğrudan yabancı yatırımın konaklama sektörüne gelmesi mümkün olabilecektir. Bu doğrultuda tesis ve yatak kapasitesinin artması sağlanacaktır.

Turizm endüstrisinde hizmet kalitesinin yükselmesiyle ülkenin uluslararası rekabet gücü elde etmesi beklenmektedir. Turizm endüstrisinin gelişmesi sonucunda beklenen ekonomik etkiler ve doğrudan yabancı yatırımlar açısından katkısı göz önünde bulundurulduğunda endüstrinin ilerlemesine yönelik daha fazla politika geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda turizm endüstrisinde değişen tüketici taleplerine göre gereken dönüşüm gerçekleşmelidir. Ayrıca turizm ürünü çeşitlendirilerek sağlık, golf, kruvaziyer turizmi gibi nedenlerle turistlerin Türkiye'ye gelmesi sağlanarak gelen turistlerin konaklama süresinin uzatılmasına yönelik faaliyetler geliştirilmelidir. Bu kapsamda yeni pazarlar niteliğindeki ülkelere ziyaretçilerin gelmesi de turizm pazarındaki çeşitliliğin artması açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda turizmdeki gelişmeyle birlikte turizm dışı sektörlerde de daha fazla doğrudan yabancı yatırımın gelmesi sağlanabilir. Bu doğrultuda bakanlık düzeyinde sağlanan destek ve teşvikler önemli bir rol oynayacaktır. Ayrıca bütün bölgeler turizm yatırımını geliştirmeli ve turizm projelerinin sayısını artırarak teşvik etmelidir. Bu kapsamda yerel yönetimlerin de sürece dahil olarak turizm ve eğlence amaçlı tesislerin inşasında politika desteğini arttırması yatırımların kademeli olarak artmasına neden olacaktır. Bununla birlikte destinasyonlar arasındaki ulaşım olanaklarının gelişmesiyle birlikte yeni turistik cazibe merkezlerinin oluşturulması ve sürdürülebilir turizm büyümesiyle birlikte daha fazla doğrudan yabancı yatırımların gelmesi mümkün olabilecektir. Bundan sonraki çalışmalar için turizm endüstrisi içerisinde yer alan sektörlerle yönelik yapılan doğrudan yabancı yatırımlara ait verilerin artmasıyla birlikte turizmdeki gelişmelerin incelenmesi sektörler açısından karşılaştırmalı bir analiz yapılmasını sağlayacaktır. Ayrıca modele farklı değişkenler eklenerek çalışmanın kapsamı genişletilebileceği gibi farklı test yöntemleriyle de değişkenlerin analiz edilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ak, Ö. ve Zengin, B. (2020). "Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları: Turizm Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme", *Troyacademy Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5/1, 85-108.
- Akar, G. (2019). "Turizm sektörü", *Sektörel ekonomik analiz Türkiye (2003-2018)*, (Ed: M.Alagöz ve G.Akar), Gazi Kitabevi, Ankara.
- Arain, H., Han, L., Sharif, A. ve Meo, M. S. (2019). Investigating The Effect of Inbound Tourism on FDI: The Importance of Quantile Estimations", *Tourism Economics*, doi:10.1177/1354816619859695.
- Bahar, O. (2010). "Turizm Sektörüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının (DYSY) Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi: Türkiye Örneği (1986–2006)", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21/1, 27-40.
- Bezuidenhout, H. ve Grater, S. (2016). "The Dimensions of FDI in the Tourism Sector in Africa", *The Journal of Applied Business Research*, 32/4, 1115-1135.
- Bezić, H. ve Radic, M.N. (2017). "Tourism Foreign Direct Investment Led Tourism Gross Value Added: A Co-Integration And Causality Analysis Of Croatian Tourism", *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30/1, 1443–1460.
- Bozkurt, H. (2013). *Zaman Serisi Analizi*. Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.
- Chen, X (2010). The influence of FDI on China's tourism industry. (Unpublished Master of Business Thesis). Auckland University of Technology.
- Chen, Y. (2017). "China's Tourism-Led Foreign Direct Investment Inflows: An Empirical Study", *Modern Economy*, 8/01, 39.
- Cortes-Jimenez, I. (2008). "Which Type of Tourism Matters To The Regional Economic Growth? The Cases of Spain and Italy", *International Journal of Tourism Research*, 10/2, 127–139.
- Çakmur Yıldız, D. (2010). *E-Views Uygulamalı Temel Ekonometri : Makro Ekonomik Verilerle*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Çeken, H. (2003). "Türk Turizmde Yabancı Sermaye ve Yabancı Sermaye Ortamının İyileştirilmesine Yönelik Öneriler", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6/10, 23-45.
- Ege, Z. ve Gürdoğan, A. (2006). "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4/5, 42-58.
- Endo, K. (2006). "Foreign Direct Investment in Tourism Flows and Volumes", *Tourism Management*, 27, 600–614.
- Erkiliç, A. Y. (2013). *Türk Turizmde Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetine Yönelik Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarıyla Turizm Gelirleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Fayissa B., Nsiah C. ve Tadasse B. (2008). "Impact of Tourism on Economic Growth And Development in Africa", *Tourism Economics*, 14/4, 807-818.
- Fereidouni, G.H. ve Al-Mulali, U. (2012). "The Interaction Between Tourism And FDI İn Real Estate in OECD Countries", *Current Issues in Tourism*, 17, 105–113.
- Gövdeli, T. (2019). "The Dynamic Links Between, Foreign Direct Investment, Tourism and Economic Growth in the European", *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7/19, 407-427.
- Gujarati, N. D. (2016). *Örneklerle Ekonometri*, (Çev:N.Bolatoğlu), BB101 Yayınları, Ankara.
- Ilie, G. (2015). "Foreign Direct Investment in Tourism Sector", *Knowledge Horizons-Economics*, 7/3, 9-13.
- Işık, C. (2015). "Foreign Direct Investment in Tourism: Panel Data Analysis of D7 Countries", *Athens Journal of Tourism*, 2/2, 93-104.
- Işık, C. (2016). Türkiye'de Turizm Harcamaları, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Sınır Testi Yaklaşımıyla Analizi". *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1/1, 1-8.
- Ivanovic, Z., Baresa, S. ve Bogdan, S. (2011). "Influence of Foreign Direct Investment on Tourism in Croatia", *UTMS Journal of Economics*, 2/1, 21-28.

- Katircioglu, S. (2011). "The Bounds Test to The Level Relationship and Causality Between Foreign Direct Investment and International Tourism: The Case of Turkey", *E+M Ekonomie A Management*, 1, 6-13.
- Kutlar, A. (2009). *Uygulamalı Ekonometri*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Marvell, A. (2011). Foreign Direct Investment in Tourism.
https://www.academia.edu/1165345/Foreign_Direct_Investment_in_Tourism.
- Meivitananli, B. (2018). "Foreign Direct Investment in Tourism and Economic Growth: Panel Data of OECD Countries", *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 5/9, 287-295.
- Moore, W. ve Craigwell, R. (2008). "Foreign Direct Investment and Tourism in SIDS: Evidence from Panel Causality Tests", *MPRA Paper*, 33438, 1-15.
- Nunkoo R. ve Seetanah, B. (2018). "Foreign Direct Investment and Tourism Development: A Theoretical and Empirical Review", *Sage Handbook of Tourism Management*, (Ed: C. Cooper, C.W. Gartner, N. Scott, ve S. Volo), Sage Publications, London.
- Peric, J. ve Radic, M. N. (2016). "FDI-led tourism growth hypothesis: empirical evidence from Croatian tourism", *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7/3, 179– 186.
- Phillips, P.C.B. (1987). "Time Series Regression With A Unit Root", *Econometrika*, 55, 277-301.
- Phillips, P.C.B., ve Perron, P. (1988). "Testing for A Unit Root in Time Series Regression", *Biometrika*, 2, 336-346.
- Rajapakse, R. P. C. R. (2016). "The Relationship between Foreign Direct Investment and Tourism Development: Evidence from Sri Lanka", *International Journal of Research in Economics and Social Sciences*, 6/5, 183-193.
- Rasit, N.B., Singkong, F. ve Aralas, S. I. (2019). "Tourism and Foreign Direct Investment: An Analysis for ASEAN Countries", *Malaysian Journal of Business and Economics*, 6/2,1-11.
- Salleh, N.H.M., Othman, R. ve Sarmidi, T. (2011). "An Analysis of the Relationships Between Tourism Development and Foreign Direct Investment: An Empirical Study in Selected Major Asian Countries", *International Journal of Business and Social Science*, 2/17, 250-257.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S. ve Sadeghi, S. (2013). "The Relationship Between Foreign Direct Investment and Tourism Development: Evidence from Developing Countries", *Institutions and Economies*, 5/2, 59-68.
- Satrovic, E. ve Muslija, A. (2019). "Causality Relationship Between Foreign Direct Investment And Tourism", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 22, 65-76.
- Selek, D. (2009) . *Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımları: 1980 Dönemi Sonrası Üzerine Bir İnceleme*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Selvanathan, S., Selvanathan, E.A. ve Viswanathan, B. (2009). "Causality Between Foreign Direct Investment And Tourism: Empirical Evidence From India", *Working Papers 2009-046*, Madras School of Economics, Chennai, India.
- Siddiqui, F. ve Siddiqui, D. A. (2019). "Causality Between Tourism And Foreign Direct Investment: An Empirical Evidence From Pakistan", *Asian Journal of Economic Modelling*, 7/1,27-44.
- Simatupang, P. ve Chik, A. R. (2014). "FDI in Tourism Sector And Economic Growth in Sumatra Utara", *Journal The Winners*, 15/2,150-158.
- Snyman, J.A. ve Saayman, M. (2009), "Key Factors Influencing Foreign Direct Investment in the Tourism Industry in South Africa", *Tourism Review*, 64 /3, 49 - 58.
- Şahbaz, A. ve Mızırak, Z. (2017). "Turizm Gelirleri ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19/32, 107-114.
- Tomohara, A. (2016). "Japan's Tourism-Led Foreign Direct Investment Inflows: An Empirical Study", *Economic Modelling*, 52, 435–441.
- Terzi, H. ve Akbulut Bekar, S. (2019). "Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Turizm ve Dışa Açıklık Arasındaki İlişki:1974-2014 Dönemi", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 20/1, 15-30.
- UNCTAD (2007). "FDI in Tourism: The Development Dimension", New York and Geneva, United Nations.

Yapar Saçık, S., Akar, G. ve Gülmez, Z. (2019). "Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 303-316.

Yazdi, S. K., Salehi, K. H. ve Soheilzad, M. (2017), "The Relationship Between Tourism, Foreign Direct Investment and Economic Growth: Evidence From Iran," *Current Issues in Tourism*, 20/1, 15-26.

Yu-Chi, S. ve Lin, H.P. (2018). "Causality Relationship Between Tourism, Foreign Direct Investment and Economic Growth in Taiwan", *Asian Journal of Economic Modelling*, 6/3, 287-293.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:23.05.2020 ✓Accepted/Kabul:18.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.741775

Araştırma Makalesi/ Research Article

Cavlak, H. ve Ataman, B. (2021). "Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi ve Bir Uygulama" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 205-226.

TÜRKİYE ALTERNATİF PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ REHBERİ VE BİR UYGULAMA*

Hakan CAVLAK**, Başak ATAMAN***

Öz

Geleneksel performans ölçütleri; paydaş taleplerinin değişmesi, daha fazla bilgi talebi gibi muhtelif sebeplerden dolayı zamanla yetersiz kalmıştır. Bu boşluğu alternatif performans ölçütleri olarak ifade edilen ölçütler doldurmuştur. ESMA, IOSCO, IFAC ve SEC gibi kuruluşlar son yıllarda alternatif performans ölçütleri konusunda yasal düzenlemeler oluşturmuşlar ve işletmelerin kullanımına sunmuşlardır. Türkiye’de de işletmeler alternatif performans ölçütü ifadesi kullanmadan bu kapsamda yer alan performans ölçütlerini faaliyet raporları ve yatırımcı sunumları başta olmak üzere muhtelif yerlerde kullanmaktadırlar. Uluslararası kurumların alternatif performans ölçütleri konusunda getirdiği yasal düzenlemeler ile birlikte sağlanan doğrulanabilirlik, tarafsızlık, tutarlılık ve şeffaflık ise henüz Türkiye’deki işletmeler için geçerli değildir. Bunun nedeni ise ölçütler konusunda herhangi bir düzenlemenin ulusal düzeyde yer almamasıdır. Bu alandaki boşluğun UFRS’lerin Türkiye’deki uygulaması gibi alternatif performans ölçütlerinin de uluslararası düzenlemelere paralel ulusal bir düzenleme ile giderilebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada, ulusal düzeydeki bu açıktan hareket edilmiş ve Türkiye için alternatif performans ölçütleri için bir ulusal rehber önerisi ve bir uygulama örneği sunulmuştur. Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi’nin gelecekte Türkiye’de konu hakkında yapılacak olan çalışmalara temel teşkil etmesi amaçlanmaktadır. Rehberde yer alan ve işletme paydaşlarına asgari düzeyde güvence sağlayan alternatif performans ölçütlerine ilişkin denetim kontrol listesinin ise uluslararası literatüre katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: İşletme Performansı, Performans Ölçümü, Alternatif Performans Ölçütleri, Türkiye Rehberi.

JEL Sınıflaması: L25, M10, M40.

TURKISH GUIDELINES ON ALTERNATIVE PERFORMANCE MEASURES AND AN APPLICATION

Abstract

Traditional performance measures used by corporations have been insufficient in time due to various reasons such as changing stakeholder demands, requesting more information. This insufficiency has been filled by alternative performance measures. Organizations such as ESMA, IOSCO, IFAC, and SEC have prepared legal regulations on alternative performance measures and made them available to businesses in recent years. Businesses in Turkey, use mainly alternative performance measures in their annual reports and investor presentations without alternative performance measures term. Legal regulations prepared by international institutions on alternative performance measures brought verifiability, objectivity, consistency, and transparency. This situation is not yet available for businesses in Turkey. This is because any regulation on alternative performance measures is not included at the national level. The gap in this field for Turkey is thought to be filled with national guidelines in line with international regulations. In this study, we present a national guideline recommendation for alternative performance

* Çalışma, "Geleneksel, Değer Bazlı ve Alternatif Performans Ölçütlerinin Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ile İlişkisi: Borsa İstanbul’da Bir Uygulama" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

** Arş. Gör. Dr., Ardahan Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, ARDAHAN.

e-posta: hakancavлак@ardahan.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-5891-7722>)

*** Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, İSTANBUL.

e-posta: bataman@marmara.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-2065-6800>)

measures for Turkey and an application accordingly. It is thought that the Turkish Guidelines on Alternative Performance Measures will form the basis for future studies on alternative performance measures. The audit checklist for alternative performance measures included in the Turkish Guidelines that provides minimum assurance to business stakeholders is expected to contribute to the international literature.

Keywords: *Business Performance, Performance Measurement, Alternative Performance Measures, Turkish Guidelines.*

JEL Classification: L25, M10, M40.

1. GİRİŞ

“Ölçemediğiniz şeyi yönetemezsiniz ve geliştiremezsiniz.” (“If you can’t measure it, you can’t manage and improve it.”) - **Peter Drucker** ve “Nereden başlayacağınızı bilmiyorsanız nereye gideceğinizi bilmeniz çok zordur.” (“It is very difficult to know where you are going if you don’t know where you are to begin with.”) - **Ray Martin** ifadeleri, işletmelerin hem nereye gideceklerini hem de bu süreci nasıl yöneteceklerini belirlemek ve bu doğrultuda faaliyetlerini ölçümleyerek stratejilerini oluşturmak için önemlidir. Bu, etkili yönetimin etkili bir ölçümleme sürecinden geçtiğini göstermesi açısından da önem arz etmektedir (Spitzer, 2007: 13).

İşletme performansı, belirli bir dönem sonunda elde edilen çıktı veya işletme amacının yerine getirilme derecesini nitel ve nicel olarak ifade etmektedir. İşletme performansı, bir yandan geçmişin değerlendirilmesini içermekte diğer yandan da işletmenin gelecekteki hedeflerine nasıl ve ne düzeyde ulaşabileceğini göstermektedir (Akal, 2011: 17). Performans ölçümünün en önemli aracı, kullanılan performans ölçütleridir. Performans ölçümü, bir süreci belirtirken performans ölçütü ise bu sürecin nihai çıktısını ifade etmektedir. Bu tanımlar, iki kavram arasındaki temel farklılığı göstermektedir. Performans ölçütleri, işletme faaliyetlerinin performansını ölçümlemede kullanılan araçlar olmasının yanında hem işletmeler hem de işletme paydaşları için önemli birer karar destek unsurlarıdır. Bu sebeple söz konusu ölçütlerin; geçerli, tarafsız, anlaşılabilir, doğrulanabilir, güvenilir ve temsilci özelliklerini bünyesinde taşıması gerekmektedir.

Performans ölçütlerinin sınıflandırılmasında en çok kabul gören ayrımlardan biri; geleneksel, değer bazlı ve alternatif performans ölçütleri ayrımıdır. Geleneksel performans ölçütleri, performans ölçümünün ilk aşamasından beri var olan ve günümüzde geçerliliğini koruyan bir yapıya sahiptir. Zaman içinde geleneksel performans ölçütlerinin eksik yanları farklı performans ölçütlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunlardan biri olan değer bazlı performans ölçütleri, finansal olmayan unsurları da dikkate alan çok boyutlu bir anlayış çerçevesinde ortaya çıkmıştır. Bu ölçütler, ağırlıklı olarak işletme içinde uygulanan ve kamuoyuna sunulmayan bir yapıda olmasından dolayı dış paydaşlar tarafından kullanılabilen bir araç olarak ifade edilememektedir.

Geleneksel performans ölçütlerinin yetersiz kalması ve paydaşların artan bilgi talepleri neticesinde ortaya çıkan bir diğer performans ölçütü sınıfı, alternatif performans ölçütleridir. Bu ölçütler; işletmelerin kullandıkları geçerli finansal raporlama çerçevesinde tanımlanmayan, bununla birlikte bu çerçevelere göre oluşturulan ve finansal tablolardaki tutarlardan hareketle elde edilen ancak her işletmenin farklı hesaplama yöntemi ile hesapladığı ölçütlerdir. Alternatif performans ölçütleri, işletme paydaşları tarafından artan bir oranda kullanılmaktadır. Bu nedenle de ilgili ulusal/uluslararası kurum ve kuruluşlar (ESMA, IASB, IOSCO, IFAC, vd.) tarafından muhtelif çalışmalar yürütülmektedir. Bazı çalışmalar ise çalışmanın ilerleyen kısımlarında ifade edilecek olan alternatif performans ölçütleri ile ilgili düzenlemelerin yürürlüğe girmesiyle neticelendirilmiştir.

Uluslararası çerçevede alternatif performans ölçütleri konusunda son yıllarda yapılan birçok düzenleme mevcuttur ve işletmeler de paydaşlarına sundukları ölçütleri bu düzenlemelere göre oluşturmaktadırlar. Türkiye’de ise işletmeler alternatif performans ölçütlerini kullanmakta ancak bunu bilinçli ve belirli standartlara göre yapmamaktadırlar. Bunun nedeni ise hem uluslararası düzenlemelere uyumun zorunlu olmamasından hem de alternatif performans ölçütleri konusunda ulusal bir rehber bulunmamasından kaynaklandığı ifade edilebilir. Konu hakkında ilerleyen süreçte yetkili kamu kurumlarının bu konuda bir çalışma yapması öngörülmektedir. Türkiye’de alandaki söz konusu boşluğun bu çalışmada sunulan ve uluslararası muhtelif çalışmalar ile farklı

düzenlemeler incelenerek Türkiye’deki işletmelere özgü hazırlanan alternatif performans ölçütlerine dair ulusal bir rehber önerisi ve öneriye uygun bir uygulama örneği ile doldurulması amaçlanmaktadır. Ayrıca rehber önerisinin ilerleyen yıllarda ilgili kurumların yapacakları çalışmalara temel teşkil etmesi hedeflenmektedir.

1. ALTERNATİF PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ

Performans ölçümü, işletme faaliyetlerinin nasıl sonuçlandığını gösteren kıstasların elde edildiği bir süreçtir (Zairi, 1994: 4). Bu süreçte kullanılan en önemli araçlar ise performans ölçütleridir (Köseoğlu, 2005: 15). Performans ölçümü ve performans ölçütü kısaca şu şekilde tanımlanmaktadır (Neely, Mills, Platts, Gregory, & Richards, 1996: 424):

- **Performans ölçümü:** performansı belirleme süreci.
- **Performans ölçütü:** performansı belirleme sürecinde kullanılan araçlar.

Bir performans ölçütünün kalitesi, güvenilirliği ve geçerliliği ile belirlenmektedir. İşletmelerde kullanılan hiçbir performans ölçütü tek başına mükemmel değildir. Tüm ölçütlerin güvenilirliği ve geçerliliği konusunda kendine ait ülkeden ülkeye, sektörden sektöre, işletmeden işletmeye farklılaşan sınırlamalar mevcuttur (Carder & Ragan, 2005: 58).

Günümüzün dinamik ve rekabetçi iş ortamındaki değişiklikler ile işletme paydaşlarının değişen talepleri, yeni veya gözden geçirilmiş ölçüm süreçlerine ve ölçütlerine ihtiyaç duyulmasına yol açmıştır (Melnyk, Bititci, Platts, Tobias, & Andersen, 2014: 173). Ayrıca işletmelerin kısa vadede performanslarını iyileştirmek için yaptıkları faaliyetlerin uzun vadede performans iyileştirmesine katkısının belirsizliği ve seçilen ölçütlerin paydaşlar tarafından yetersiz görülmesi, işletmeleri alternatif performans ölçütlerini oluşturmaya yöneltmiştir (Bititci, 2015: 119).

Söz konusu durumların yanı sıra işletme yatırımcılarının işletmenin geçmiş ve mevcut performansını yansıtan bilgiler çerçevesinde gelecekteki performansı arasında bağlantı kurmasını sağlayacak ölçütlere olan ihtiyacı da alternatif performans ölçütlerinin ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır (PwC, 2014: 11). Bu noktada, Tablo 1’de farklı kullanımları görülen alternatif performans ölçütlerinin kullanımı yaygınlaşmıştır.

Tablo 1: Alternatif Performans Ölçütleri Kavramının Farklı Kullanımları

Alternatif Performans Ölçütleri (<i>Alternative Performance Measures</i>)
Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri (GKGMİ) Harici (Finansal) Performans Ölçütleri (<i>Non-GAAP (Financial) Performance Measures</i>)
Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) Harici Performans Ölçütleri (<i>Non-IFRS Performance Measures</i>)
Alternatif/Düzeltilmiş Kazanç Ölçütleri (<i>Alternative/Adjusted Earnings Measures</i>)
Ek Performans Ölçütleri (<i>Additional Performance Measures</i>)

Alternatif performans ölçütlerinin GKGMİ ve UFRS harici olarak adlandırılmasının temel nedeni, bu ölçütlerin ilgili finansal raporlama kurallarına göre hazırlanmış finansal tablolardan elde edilmesine (çıkartma, ekleme, bir araya getirme) rağmen uygulanabilir raporlama çerçevesinde tanımlanmamasıdır. Bu durum, Tablo 2’de gösterilen performans ölçütleri terminolojisinde de görülmektedir. Alternatif performans ölçütleri, finansal performans ölçütleri içinde genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri haricinde yer alan ve bu ilkelere göre hazırlanan finansal ölçütlerdir (Mazars, 2016: 2).

Tablo 2: Performans Ölçütleri Terminolojisi

PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ			
<i>Tüm performans ölçütlerini kapsayan geniş terim</i>			
Finansal Ölçütler		Daha Geniş Ölçütler	
GKGMİ (GAAP)	GKGMİ Harici (Non-GAAP)	Parasal olmayan (<i>finansal olmayan</i>) birimlerle ifade edilir. Örneğin; çalışan bağlılığı, marka bilinirliği, müşteri memnuniyeti ve benzeri.	
GKGMİ'ye göre hazırlanmış sayılardır. (Örneğin; IFRS veya US-GAAP). Bunlar finansal tablolarda sunulmaktadır.	Finansal bilgileri içeren ancak GKGMİ kapsamında ölçülenler ile aynı olmayan bir dizi mali ölçüttür. "Alternatif Performans Ölçütleri"	Standartlaştırılmış	İşletmeye Özgü
		Standart bir raporlama çerçevesinden alınan ölçütler.	İşletme tarafından oluşturulan ölçütler.

Kaynak: FRC Financial Reporting LAB, 2018: 2.

Genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri ve finansal raporlama standartları çerçevesinde hazırlanan bilgiler, işletme performansının tüm hikayesini nadiren ortaya koymaktadırlar. Bu açığı kapatmak için işletmeler ve yatırımcılar bu bilgilerin yanında çeşitli alternatif yollar yardımı ile iletişim kurmaktadır (Vaessen, 2016: 1). Alternatif iletişim yolları, belli ilkeler olmadan işletmelerin inisiyatifinde düzenlenmesinden dolayı rakipler ve endüstriler arasında çeşitli yaklaşımların oluşmasına neden olmuştur (Lau & Schweizer, 2016: 1).

Alternatif iletişim yollarından bir olarak kullanılan alternatif performans ölçütleri, bir sinyal görevi görerek işletmenin nasıl bir performans sergilediğini ve nereye gittiğini anlamaya yardımcı olmaktadır. Bunlarla birlikte ölçütler; analiz ve değerlendirme yapılması, yönetimin güvenilirliğinin değerlendirilmesi, eğilimleri tahmin etmek ve yönetimin uygun şekilde teşvik edilip edilmediğinin değerlendirilmesi gibi konularda da işletme paydaşlarına katkı verme amacındadır (FRC Financial Reporting LAB, 2018: 1).

Genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri çerçevesinde hazırlanan performans ölçütleri, bir dizi standart izlenerek hazırlanmakta ve güvenceye tabi tutulmaktadır. Genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri haricinde hazırlanan alternatif performans ölçütleri de bazı temel ilkeler çerçevesinde hazırlansa da hâlihazırda bu ölçütler, güvenceye tabi değildirler. Bu tür ölçütlerin denetimi konusunda yasal altyapı henüz oluşturulmamıştır. Sonuç olarak, alternatif ölçütlerinin işletmeden işletmeye, dönemden döneme ve sektörler arasında rapor edilmesinde tutarlılık, karşılaştırılabilirlik ve şeffaflık eksikliği olabilmektedir (Accounting Standards Board (AcSB), 2018:7).

Bu olumsuzluklara rağmen alternatif performans ölçütleri, işletmelerin yatırımcıları ile iletişim kurmasına değer katacak şekilde işletmeler ve paydaşları tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, ölçütlerin Avrupa'da ve tüm dünyada nasıl kullanıldığı ve tanımlandığı konusunda çeşitlilik söz konusudur. Bu alandaki rehberlik eksikliği ve çeşitlilik ise ölçütlerin fayda düzeyi konusunda endişelere neden olmuştur. Bu nedenle de ölçütlerin ortaya koyduğu bilgilerin kalitesini, şeffaflığını ve kullanılabilirliğini sağlamak adına düzenleme yapılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır (Tremolieri & Berthelot, 2014: 1). Bu konuda yapılan uluslararası düzenlemelere çalışmanın ikinci bölümünde değinilmektedir.

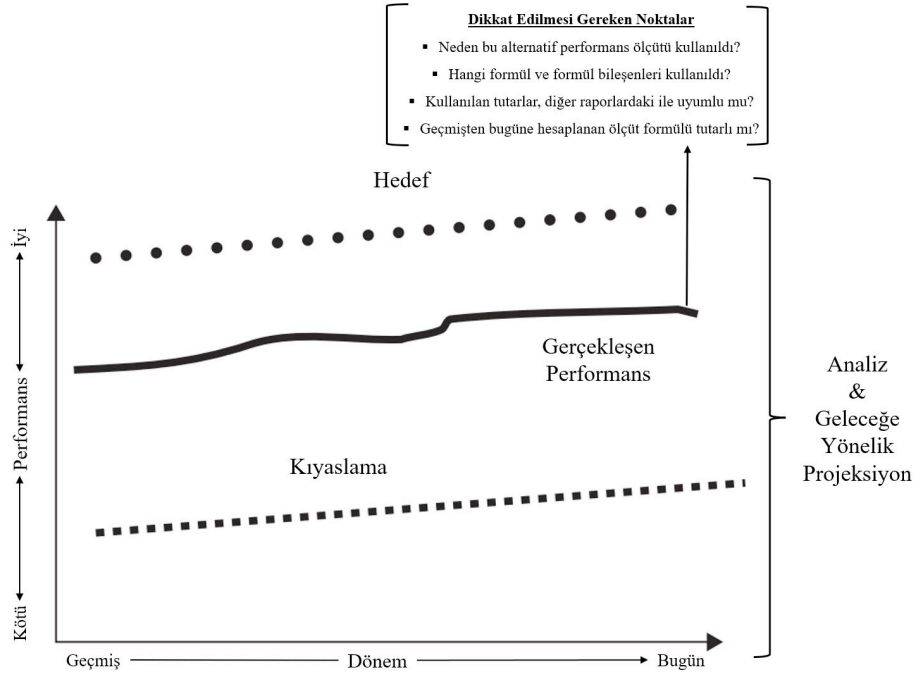
1.1. Alternatif Performans Ölçütleri Özellikleri

Alternatif performans ölçütlerinin taşıdığı temel özellikler Tablo 3'te verilmektedir. Tablodan görüldüğü üzere alternatif performans ölçütleri; finansal tablolar ile finansal içerikli raporlardan sağlanan tek boyutlu, sayısal ve finansal verilerden, muhasebe ve finans bölümlerinin katkısı ile hazırlanmaktadır. Bu süreçte ise belirli bir otorite tarafından sunulan rehberler çerçevesinde hareket edilmektedir.

Tablo 3: Alternatif Performans Ölçütlerinin Özellikleri

Veri	Sayısal ve Basit Veri
Kaynak	Finansal Tablolar, Finansal İçerikli Raporlar
Kapsam	Finansal İşlemler, Tek Boyutlu
Hesaplama	Basit veya Karmaşık (<i>Formülasyona Göre</i>)
Hedef	Geçmiş Sonuçları Analiz Etmek ve Geleceğe Işık Tutmak (<i>Finansal Açıdan</i>)
İlgili Paydaşlar	İç ve Dış Paydaşlar (Özellikle Hissedarlar ve Yatırımcılar)
Fayda	Kısa, Orta ve Uzun Vadeli (<i>Finansal Açıdan</i>)
Farkı (<i>Geleneksel ve Değer Bazlı Ölçütlere Göre</i>)	Otorite (<i>ESMA, IOSCO, vb.</i>) tarafından belli ilkelere bağlı olarak düzenlenmesi ve ölçütlerin işletmeler tarafından formüle edilmesi

Alternatif performans ölçütleri, işletmeler için kısa, orta ve uzun vadede fayda sağlama sürecinde Şekil 1’de de gösterildiği üzere gerçekleşen performansını geçmiş sonuçlar ve hedefleri çerçevesinde kıyaslamakta ve bu doğrultuda analiz yaparak geleceğine yönelik projeksiyon ortaya koyabilmektedir.



Şekil 1: İşletme Performansının Grafik Gösterimi

Kaynak: Bernard Marr, 2006: 119.

İşletmelerin, alternatif performans ölçütlerini sunarken dikkat etmeleri gereken en önemli nokta, ele aldığı alternatif performans ölçütünün neden kullandığını paydaşlarına net olarak açıklayabilmesidir (Deloitte, 2017: 7). Bu nokta, paydaşların işletme yöneticilerinin neyi başarmaya çalıştıklarını anlamalarını sağlaması ve kıyaslama yaparak geleceği hakkında sağlıklı karar vermeleri açısından önemlidir (Croner-i, 2018: 2).

Söz konusu ölçütler ile dikkat edilmesi gereken konulardan biri de alternatif performans ölçütleri ile beyan edilen bilgilerin, işletme tarafından sunulan finansal raporlardaki bilgiler ile mümkün olduğunca tutarlı olması gerektiğidir. Bu, geçmiş ve hedefler ile yapılacak kıyaslamaların güvenilir olması bakımından önem arz etmektedir (Deloitte, 2016: 2).

1.2. Alternatif Performans Ölçütleri Türleri

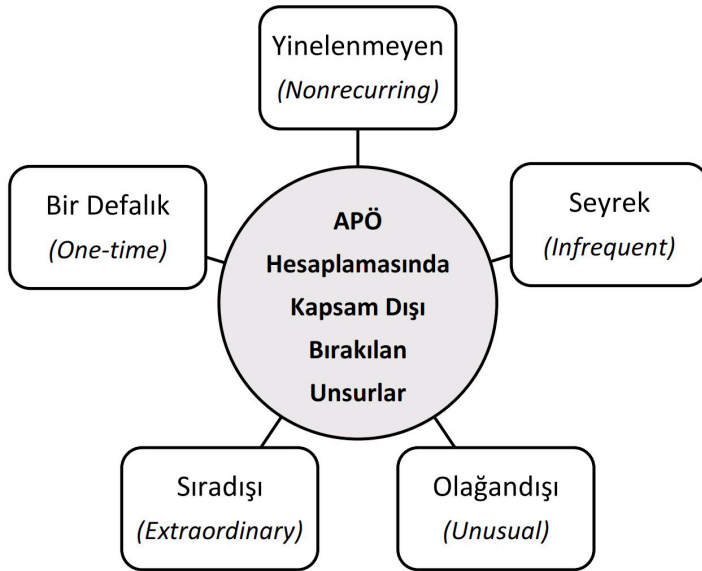
Alternatif performans ölçütlerine dair örnek ölçütler, Tablo 4’te verilmektedir. Tablo, ESMA, IOSCO, SEC ve diğer düzenleyici/denetleyici kurumların çalışmaları ile PwC, KPMG, Deloitte, E&Y, BDO, Mazars gibi önde gelen

danışmanlık şirketlerinin çalışmaları incelenerek hazırlanmıştır. İşletmeler, tabloda belirtilen alternatif performans ölçütleri dışında da ölçütler kullanmaktadır, ancak bunlar tabloda sunulan ölçütler kadar yaygın değildir.

Tablo 4: Alternatif Performans Ölçütleri Türleri

Alternatif Performans Türleri (APÖ) (Örnekler - En Çok Kullanılanlar)		
Düzeltilmiş Net Kâr (Adjusted Net Income)	Düzeltilmiş Faaliyet Kârı-FVÖK (Adjusted Operating Profit-EBIT)	Düzeltilmiş FAVÖK (Adjusted EBITDA)
Temel Kâr (Underlying Profit)	Temel Kazançlar (Underlying Earnings)	Temel FVÖK, FAVÖK (Underlying EBIT, EBITDA)
Organik Büyüme (Organic Growth)	Serbest Nakit Akışı (Free Cash Flow)	Net Borç (Net Debt)
FVÖK, FAVÖK (EBIT, EBITDA)	FVÖK, FAVÖK Marjı (EBIT, EBITDA Margin)	Çekirdek Kazançlar (Core Earnings)
Tekrarlayan Kazançlar (Recurring Earnings)	Nakit Kazançlar (Cash Earnings)	Normalleştirilmiş Kazançlar (Normalized Earnings)

Tablo 4'te yer alan alternatif performans ölçütleri, genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri veya bir finansal raporlama çerçevesi temel alınarak hazırlanan geleneksel performans ölçütlerinin türevlerini oluşturmaktadır. Bu süreçte geleneksel ölçütlere ya da finansal tablolarda yer alan tutarlara işletmenin ihtiyaçları doğrultusunda ekleme, çıkarma ile birleştirmeler yapılmakta ve alternatif ölçütler ortaya çıkmaktadır. Tablodaki düzeltilmiş (*adjusted*), temel (*underlying*) ve normalleştirilmiş (*normalized*) ölçütler, işletmeden işletmeye ya da aynı işletmede farklı şekillerde formülize edilebilmektedir. Alternatif performans ölçütleri türlerinin hesaplanma aşamasında GKGMİ çerçevesinde sunulan tutarlara birtakım ekleme, çıkarma ve birleştirme işlemleri uygulanmaktadır. Bu doğrultuda en sık kullanılan yöntem ise Şekil 2'deki unsurların hesaplanan alternatif performans ölçütünde kapsam dışı bırakılması şeklindedir.



Şekil 2: APÖ Hesaplamasında Kapsam Dışı Bırakılan Unsurlar

Şekil 2'deki gibi alternatif performans ölçütlerinin hesaplanma sürecinde kapsam dışı bırakılan bazı hesap kalemleri şunlardır (Black, Christensen, Ciesielski, & Whipple, 2018: 276; PCAOB, 2016: 43):

- ❖ Yeniden yapılandırma unsurları (*Restructuring items*)
- ❖ Vergi değişikliği maddeleri (*Tax change items*)
- ❖ Değer düşüklüğü ile ilgili maliyetler (*Impairment-related costs*)

- ❖ Hukukla ilgili gelirler veya maliyetler (*Legal-related revenues or costs*)
- ❖ Emeklilikle ilgili kalemler (*Pension-related items*)
- ❖ Faizle ilgili gelirler veya maliyetler (*Interest-related revenues or costs*)
- ❖ Döviz kuru kazançları-kayıpları (*Foreign currency exchange gains or losses*)

Yukarıda bahsedilen hesap kalemleri, alternatif performans ölçütlerinin hesaplanması sürecinde düzeltme, normalleştirme için kullanılmakta ve GKGMİ rakamları muhtelif yollarla değişime uğramaktadır. Bu değişimin iyi bir şekilde anlaşılabilmesi için de yetkili kurumlar tarafından oluşturulan düzenlemelerde de belirtildiği gibi söz konusu unsurların GKGMİ rakamları ile mutabakatının yapılması, paydaşlara gerçekçi bilgilerin aktarılması açısından önem arz etmektedir (Posner, 2018).

2. APÖ İLE İLGİLİ ULUSLARARASI DÜZENLEMELER

Alternatif performans ölçütleri düzenlemeleri ve kullanımı ile birlikte önemli danışmanlık şirketleri de 2019 yılı itibarı ile işletmelerin önem vermesi gereken konulardan biri olarak Alternatif Performans Ölçülerini vurgulamaktadırlar (Deloitte, 2019b: 2). Tablo 5'te alternatif performans ölçütleri ile ilgili olarak çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan düzenlemelere yer verilmektedir. Tablodaki çalışmalar aynı zamanda bu çalışmanın amacı kapsamında ortaya konması amaçlanan ulusal rehber önerisinin literatür taraması kısmını oluşturmaktadır. Rehber, tavsiye ya da kılavuz şeklinde oluşturulan düzenlemelerin, literatürde şahıslar tarafından değil yetkili kurum, kuruluş ya da komisyonlar tarafından oluşturulduğu görülmektedir.

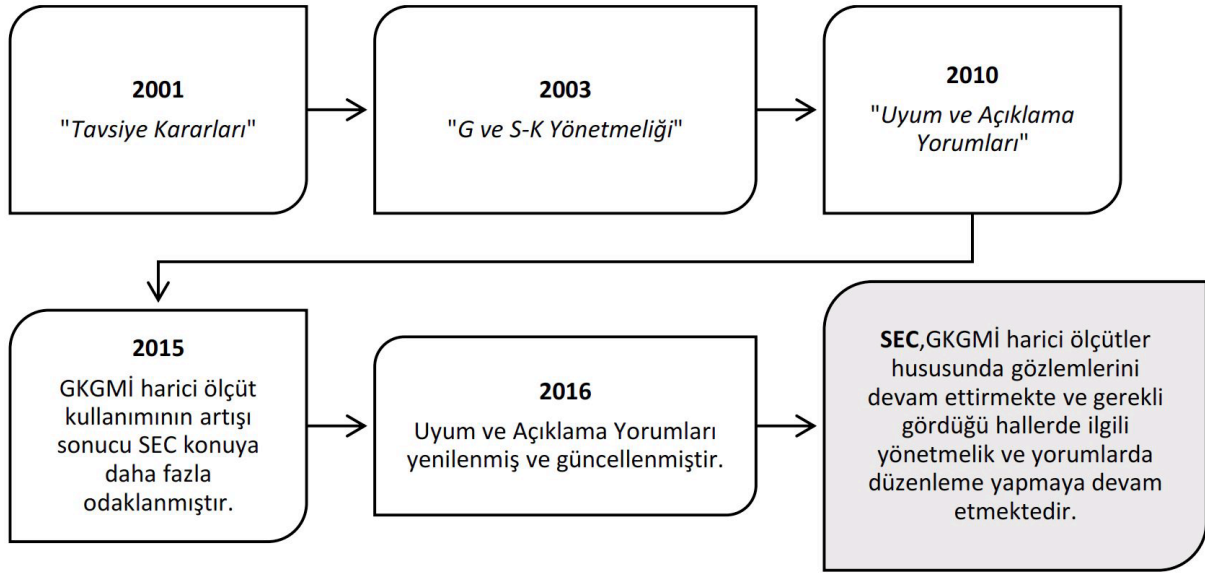
Tablo 5: Alternatif Performans Ölçütleri ile İlgili Düzenlemeler

Kurum	Düzenleme	Yıl
CESR*	CESR - Alternatif Performans Ölçütleri Hakkında Tavsiye <i>CESR Recommendation on Alternative Performance Measures Consultation Paper (CESR/05-178)</i>	Mayıs 2005
	<i>CESR Recommendation on Alternative Performance Measures (CESR/05-178b)</i>	Ekim 2005
ESMA*	ESMA - Alternatif Performans Ölçütleri Kılavuzu <i>Consultation Paper - ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures (ESMA/2014/175)</i>	Şubat 2014
	<i>Final Report - ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures (ESMA/2015/1057)</i>	Haziran 2015
	<i>Guidelines - ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures (ESMA/2015/1415en)</i>	Ekim 2015
	<i>Questions and answers - ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures (ESMA32-51-370) (Her sene ihtiyaca ve talebe göre güncellenmektedir.)</i>	Ekim 2017
IOSCO	IOSCO - GKGMİ Harici Finansal Ölçütler Beyanı <i>IOSCO Technical Committee Release: Cautionary Statement Regarding Non-GAAP Results</i>	Mayıs 2002
	<i>Proposed Statement on Non-GAAP Financial Measures (CR05/14)</i>	Eylül 2014
	<i>Final Report - Statement on Non-GAAP Financial Measures (FR05/2016)</i>	Haziran 2016
IFAC	Uluslararası İyi Uygulama Rehberliği: Ek Finansal Ölçütlerin Geliştirilmesi ve Raporlanması - Tanım, İlke ve Açıklamalar <i>International Good Practice Guidance: Developing and Reporting Supplementary Financial Measures - Definition, Principles and Disclosures</i>	Eylül 2014

CESR (The Committee of European Securities Regulators): Avrupa Menkul Kıymet Düzenleyicileri Komitesi
ESMA (European Securities and Markets Authority): Avrupa Menkul Kıymetler ve Piyasalar Otoritesi
IOSCO (International Organization of Securities Commissions): Uluslararası Menkul Kıymet Komisyonları Örgütü
IFAC (International Federation of Accountants): Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu
* ESMA, 2011 yılında CESR'in yerini aldı.

Tablo 5'ten de görüldüğü üzere APÖ konusunda uluslararası çerçevede yetkili olan düzenleyici kurum ve kuruluşlar yıllar içerisinde oluşan ihtiyaca göre çalışmalar yürütmüşlerdir. Bu çalışmalar nihai olarak sonuçlanmış olup APÖ konusunda rehber ve kılavuzlar işletmelerin kullanımına sunulmuşlardır.

ABD'de ise Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonunun (*U.S. Securities and Exchange Commission-SEC*), GKGMI harici finansal ölçütler ilgili çalışmaları uzun yıllardır devam etmektedir. SEC'in söz konusu düzenlemeleri, Şekil 3'te gösterilmektedir. Süreçteki ilk adım, 2001 yılında işletmelerin basın bültenlerinde sundukları GKGMI harici finansal bilgilere yönelik sunulan tavsiye kararları ile başlamıştır. Daha sonraki 2003, 2010, 2015, 2016 yıllarında kurum; G ve S-K yönetmeliği (*Regulation G, S-K*), Uyum ve Açıklama Yorumları (*Compliance and Disclosure Interpretations-C&DIs*) ile diğer ilgili yasal düzenlemelerde GKGMI harici ölçütler konusunda güncellemeler yapmıştır (Deloitte, 2019a: 1).



Şekil 3: GKGMI Harici Finansal Ölçütler Konusunda SEC Düzenlemeleri

Kaynak: Deloitte, 2019: 1.

ABD'de; yatırımcıları ile adil, düzenli ve verimli pazarları koruma ve sermaye oluşumunu kolaylaştırma yetkisine sahip bulunan SEC, son yıllarda işletme açıklamalarında GKGMI harici finansal ölçütlerin yaygınlığına ve artan önemine odaklanmakta olup, bu ölçütlerin işletme performansına ait verilen bilgileri çarpıtma ve işletme paydaşlarını yanlış yönlendirme potansiyelleri ile ilgilenmektedir (Morrison & Foerster (International Financial Law Review), 2017: 2).

3. APÖ ULUSAL REHBER ÖNERİSİ VE UYGULAMA ÖRNEĞİ

3.1. Çalışmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Çalışmanın temel amacı, işletme performansının ölçülmesi konusunda giderek artan bir öneme ve kullanıma sahip olduğu ifade edilen alternatif performans ölçütlerine dair ulusal düzeyde bir rehber taslağı önerisi sunmaktır. Alandaki boşluktan kaynaklanan ulusal rehber ihtiyacı, çalışmanın temel amacını ortaya çıkarmıştır. Alternatif performans ölçütlerine dair uluslararası düzenlemeler ve bağlantılı diğer muhtelif düzenlemeler çerçevesinde hazırlanan **Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi (TAPÖR)**, Türkiye'deki işletmelerin sunacakları alternatif performans ölçütü tanımına uyan performans ölçütlerine ilişkin ulusal bir rehberi, yetkili kurumların ilerleyen yıllarda hazırlaması öngörülen rehber temel teşkil etmesi ve işletmelerin kullanımına sunma amacındadır. Çalışmanın bir diğer amacı da TAPÖR'ün işletmelerde nasıl uygulanacağına dair örnek bir uygulama üzerinden rehberde belirtilen temel ilkelerin uygulanabilirliğini ortaya koymak ve bu doğrultuda işletmelere alternatif performans ölçütlerinin uygulanması konusunda yol göstermektir.

Türkiye alternatif performans ölçütleri rehberi olarak önerilen çalışmanın kapsamındaki temel unsur, işletmelerin geçerli bir raporlama çerçevesine (GKGMİ, TFRS, BOBİ FRS, vb.) göre hazırladıkları finansal raporların ve tabloların muhtelif paydaşlar tarafından analiz edilmesini destekleyecek ve/veya tamamlayacak alternatif performans ölçütleridir. Bu ölçütlerin hesaplanması ve paydaşlara sunulmasının belirli temel ilkeler doğrultusunda yapılması da çalışmanın kapsamında oluşturulan rehber ile gerçekleştirilmektedir.

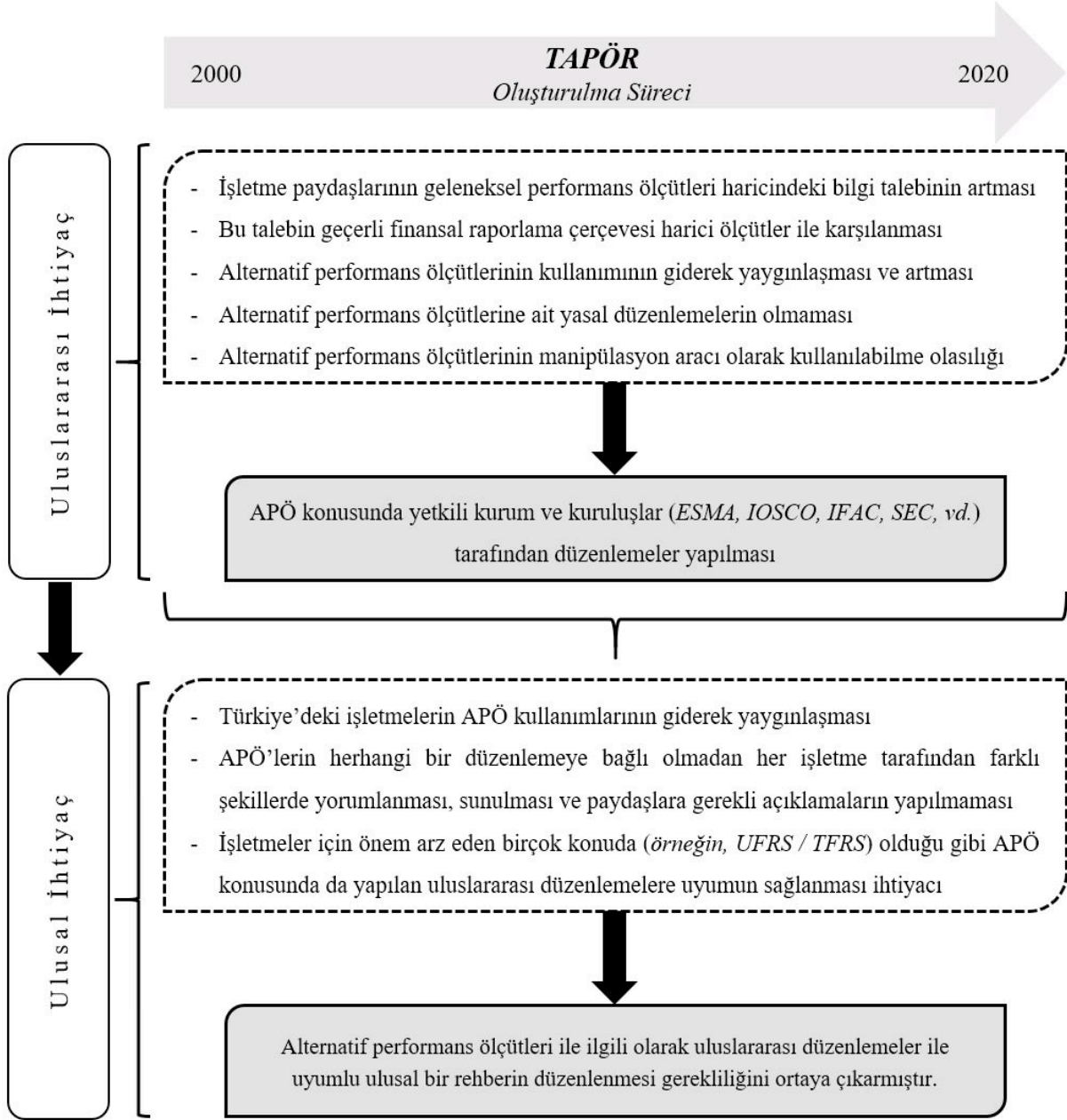
Yukarıda ifade edilen amaç ve kapsam doğrultusunda oluşturulmuş olan ulusal alternatif performans ölçütleri rehberi için Tablo 6'daki çalışmalardan yararlanılmıştır.

Tablo 6: Ulusal APÖ Rehberinin Oluşturulmasında Yararlanılan Çalışmalar

Yıl	Kurum	Çalışma
2014	IFAC	Uluslararası İyi Uygulama Rehberliği: Ek Finansal Ölçütlerin Geliştirilmesi ve Raporlanması - Tanım, İlke ve Açıklamalar (<i>International Good Practice Guidance: Developing and Reporting Supplementary Financial Measures - Definition, Principles and Disclosures</i>)
2015	ESMA	Alternatif Performans Ölçütleri Kılavuzu (<i>ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures</i>)
2016	IOSCO	GKGMİ Harici Finansal Ölçütler Beyanı (<i>Statement on Non-GAAP Financial Measures</i>)
2018	AcSB	Performans Ölçütleri Raporlama Çerçevesi (<i>Framework for Reporting Performance Measures</i>)
2018	U.S. SEC	GKGMİ Harici Finansal Ölçütler - Uyum ve Açıklama Yorumları (<i>Non-GAAP Financial Measures - Compliance and Disclosure Interpretations</i>)
2018	KPMG	GKGMİ Harici Finansal Ölçütler (<i>Non-GAAP Financial Measures</i>)
2019	Deloitte	GKGMİ Harici Finansal Ölçütler için Bir Yol Haritası (<i>A Roadmap to Non-GAAP Financial Measures</i>)
2019	KGK	Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve, TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu ve BOBİ FRS

AcSB (Accounting Standards Board) (Canada): Muhasebe Standartları Kurulu (Kanada)
SEC (U.S. Securities and Exchange Commission): ABD Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu

Çalışmanın yöntemi olarak ilk aşamada, tabloda yer alan çalışmalarda yer alan ilkeler incelenmiş olup Türkiye'deki işletmeler ve paydaşları için geçerli olabilecek temel unsurların listesi çıkartılmıştır. Daha sonra ise alternatif performans ölçütleri rehberinin çerçevesini ortaya koymak adına genel bir yapı ve içerik oluşturulmuş (bkz. Tablo 7) olup ilk aşamadaki unsurlar bu yapı içerisine bütünlüğü sağlayacak şekilde eklenmiştir.



Şekil 4: TAPÖR Oluşturulma Süreci

Çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemi doğrultusunda ortaya konan TAPÖR, Şekil 4'te yer alan ihtiyaç, talep ve uluslararası düzenlemeler çerçevesinde oluşan gereklilik sonucunda ortaya çıkmıştır. Oluşan ulusal rehber ihtiyacının, Tablo 6'da yer alan düzenlemeler esas alınarak oluşturulan TAPÖR ile giderilmesi hedeflenmektedir.

3.2. Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi (TAPÖR)

Hem işletmeler hem de işletme paydaşları açısından artan bir öneme ve kullanıma sahip olan alternatif performans ölçütlerine dair uluslararası düzeyde yapılan çalışma ve düzenlemeler incelenerek oluşturulan ulusal alternatif performans ölçütleri rehberi önerisi, bu bölümde sunulmaktadır. Önerinin içeriğine dair özet, Tablo 7'de verilmekte, detayları ise tablo sonrasında başlıklar halinde sunulmaktadır.

Tablo 7: Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi (TAPÖR) - İçerik

Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi (TAPÖR)	
1. Önem & Amaç	Rehberin oluşturulmasına duyulan gereksinim, rehberin önemi ve rehberin amaçları belirtilmektedir.
2. Kapsam & Uygulama	Rehberin hangi işletmeler tarafından hangi ölçütlere uygulanacağına dair düzenlemeler belirtilmektedir.
3. Tanımlar & Kısaltmalar	Rehberde yer alan tanımlar ve rehberin ilişkili olduğu kurum ve düzenlemeler ait kısaltmalar belirtilmektedir.
4. Yapı & İçerik	Alternatif performans ölçütlerinin ilk oluşturulma ve hesaplanma sürecinden son kullanıma sürecine kadar taşınması gereken özellikler ile ilişkili olduğu aşağıdaki tüm unsurlara dair açıklamalar bu bölümde belirtilmektedir. - Özellikler - Sunum - Denetim
5. Yürürlük Tarihi & Geçiş	APÖ Rehberinin hangi tarihte yürürlüğe gireceği ve ilk uygulamada geçişin nasıl sağlanacağı belirtilmektedir.

TAPÖR'ün Türkiye'de hangi kurum ya da kuruluş tarafından yayımlanması gerektiği konusunda benzer uluslararası düzenlemeler ile paralel olacak şekilde sermaye piyasasını düzenleyici kuruluş olarak Türkiye'de de *SPK (Sermaye Piyasası Kurulu)* olması gerekliliği gözükmemektedir. Ancak bununla birlikte TAPÖR'ün farklı ancak konu ile ilişkili başka bir kurum ya da kuruluş (*KGK, BDDK -bankalar için-, vd.*) tarafından da yayımlanabilmesi mümkündür.

<p>TÜRKİYE ALTERNATİF PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ REHBERİ (TAPÖR)</p> <p>TASLAK</p>
<p>TAPÖR-T / 2020 / İstanbul</p>

1. Önem & Amaç
<p>1.1. Alternatif performans ölçütleri hem işletmeler hem de işletme paydaşları için geçmiş faaliyet döneminin performansının doğru bir şekilde analiz edilmesi ve bunun sonucunda alınacak kararlar çerçevesinde gelecek faaliyet dönemi performansının olumlu etkilenmesi açısından önem arz etmektedir.</p> <p>1.2. Türkiye alternatif performans ölçütleri rehberi, işletme performansının analiz edilmesinde hem işletmelere hem de işletme paydaşlarına talep ettikleri performans bilgilerini şeffaf, karşılaştırılabilir ve anlaşılabilir bir şekilde sunmayı amaçlamaktadır.</p> <p>1.3. Rehber ayrıca geçerli bir finansal raporlama çerçevesi (<i>TMS/TFRS, BOBİ FRS, MSUGT, vb.</i>) haricinde oluşturulan ve sunulan performans rakamlarının belirli ilkeler çerçevesinde düzenlenmesini sağlayarak bu rakamlar konusunda oluşabilecek yanlış bilgilerin önlenmesini de amaçlamaktadır.</p> <p>1.4. Rehberin nihai amacı ise işletme hakkında karar vericilerin bu rehber çerçevesinde hazırlanan performans ölçütleri doğrultusunda doğru kararlar alabilmelerini sağlayarak hem işletmelere hem paydaşlara hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktır.</p>

2. Kapsam & Uygulama

2.1. Rehber, finansal tablolarını geçerli bir finansal raporlama çerçevesine (TMS/TFRS, BOBİ FRS, MSUGT, vb.) göre hazırlayan tüm işletmelere yöneliktir.

2.2. Rehber, sadece geçerli finansal raporlama çerçevesinde tanımlanmayan performans ölçütlerinin hesaplanmasında ve sunulmasında uygulanır. Finansal olmayan performans ölçütleri (çalışan-müşteri-hissedar memnuniyeti, şikâyet sayısı, inovasyon düzeyi, vb.), bu rehberin kapsamında yer almamaktadır.

2.3. Rehber, geçerli finansal raporlama çerçevelerindeki ilkelere aykırı olmamak koşulu ile bu çerçeveler doğrultusunda sunulan finansal tablolar dışındaki performans ölçütlerine de uygulanabilir. İki düzenleme arasında bir ihtilaf söz konusu olursa geçerli finansal raporlama çerçevesinde yer alan ilkeler dikkate alınır.

3. Tanımlar & Kısaltmalar

3.1. *“Alternatif performans ölçütü, geçerli finansal raporlama çerçevelerinde tanımlanmayan, işletmenin geçmiş, mevcut ve gelecekteki finansal performansı hakkında bilgiler sağlayan ölçüm aracıdır.”*

3.2. Rehberde geçen diğer kavramlar ise aşağıda yer alan tanımları ifade etmektedir.

- **Faaliyet dönemi:** İşletmenin faaliyetlerini sürdürdüğü belirli bir zaman aralığıdır. 3, 6, 9 aylık olabileceği gibi genellikle 01.01-31.12 tarihini kapsayan 12 aylık bir zaman dilimi olarak ifade edilmektedir.

- **Geçerli finansal raporlama çerçevesi:** Farklı işletme gruplarının uygulaması adına yürürlükte olan finansal raporlama düzenlemeleridir. Örnek olarak, KAYİK’ler için TFRS, büyük ve orta boy işletmeler için BOBİ FRS, bunlar dışında kalan işletmeler için MSUGT.

- **İletişim araçları:** İşletmelerin faaliyet dönemi performansı ile ilgili olarak paydaşları ile iletişim kurduğu faaliyet raporları, yatırımcı sunumları, vb. araçları ifade etmektedir.

- **İşletme(ler):** Alternatif performans ölçütleri sunan işletme(ler) kastedilmektedir.

- **İşletme performansı:** İşletmenin belirli bir faaliyet dönemindeki finansal performansını temsil etmektedir.

- **Paydaş/Kullanıcı:** İşletme ile doğrudan ya da dolaylı şekilde ilişki içinde olan ve işletme faaliyetlerinden etkilenen ya da işletme faaliyetlerini etkileyen kişi, grup ya da kurumlardır.

- **Rehber:** Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi’ni temsil etmektedir.

3.3. Rehberde geçen kısaltmaların açıklamaları aşağıda yer alan ifadeleri kapsamaktadır.

- **APÖ:** Alternatif Performans Ölçütü

- **TAPÖR:** Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi

- **BOBİ FRS:** Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı

- **KAYİK:** Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşlar

- **MSUGT:** Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği

- **TMS/TFRS:** Türkiye Muhasebe Standartları / Türkiye Finansal Raporlama Standartları

4. Yapı & İçerik

4.1. TAPÖR'de yer alan ilkeler, işletmelerin diğer düzenlemelerdeki yükümlülüklerini ortadan kaldırmamaktadır.

4.2. TAPÖ'ler, geçerli finansal raporlama çerçevesine göre hazırlanan verilerden ekleme, çıkarma, vb. yollar yardımı ile hesaplanabilir.

4.3. İşletmelerin sunacakları APÖ'ler aşağıda yer alan özellikleri taşımalıdır.

4.3.1. Doğrulanabilir: APÖ'lerin hesaplanmasında kullanılan geçerli finansal raporlama çerçevesi tutarları ile mutabakat yapılmalı ve söz konusu tutarlar doğrulanabilir olmalıdır.

4.3.2. APÖ'ler, işletmenin ilgili faaliyet döneminin performansı ile ilgili ya da ilişkili olmalıdır. İşletmenin performansı ile ilgili ya da ilişki olmayan bir başka ifade ile finansal olmayan performansa ait ölçütler, bu rehberin kapsamında değildir.

4.3.3. Karşılaştırılabilir: APÖ'ler, kullanıcıların işletme performansını sağlıklı bir şekilde analiz edebilmesi için geçmiş dönemler ile karşılaştırmalı olarak sunulmalıdır. Bununla birlikte işletmeler isterlerse söz konusu APÖ ile ilgili gelecek faaliyet dönemine ilişkin makul bir öngörüye ya da hedefe de yer verebilirler (*bkz. 4.6*).

4.3.4. Şeffaf: APÖ'lerde şeffaflığın sağlanabilmesi için nasıl hesaplandığı (*APÖ formülü*), hangi kalemlerin kullanıldığı, ilgili APÖ'nün neden ve hangi amaçla hesaplanıp kullanıcılara sunulduğu (*sunulma nedeni*) açık ve net bir şekilde ifade edilmelidir.

4.3.5. Tarafsız: APÖ'ler, işletme performansını belirli kullanıcıların çıkarını gözetecek şekilde değil, işletme performansını gerçekçi ve yansız bir şekilde sunmalıdır.

4.3.6. Tutarlı: APÖ'ler faaliyet dönemleri itibarı ile tutarlı bir şekilde sunulmalıdır. Ölçütlerin hesaplanmasında ve sunulma nedeninde bir değişiklik olması durumunda bunların nedeni açıklanmalı, karşılaştırılabilirliği sağlamak adına önceki dönem tutarları da söz konusu değişikliği yansıtacak şekilde düzeltilerek sunulmalıdır. Ölçütlerin sunulmasına son verilmesi durumunda ise bu durum gerekçeleri ile birlikte açıklanmalıdır.

4.4. APÖ'leri işletme ile ilgili ve ilişkili olan tüm **kullanıcılar** kullanabilir. APÖ'leri alacakları kararlarda kullanacak olan kullanıcılara; işletmenin kendisi, hissedarlar, yatırımcılar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, devlet örnek olarak verilebilir.

İşletmeler tarafından sunulan APÖ'ler, tipik olarak standartlaştırılmış bir yapıya sahip değildir. Bu durum, APÖ'leri işletmelerin formüle etmesinden kaynaklanmakta ve dolayısıyla işletmeden işletmeye değişebilmektedir. Bu nedenle de kullanıcıların benzer APÖ'leri baz alarak işletmeler arası karşılaştırma yapması, yanlış yorumlamalara neden olabilir. Kullanıcıların bu durumu göz önünde bulundurması gerekmektedir.

4.5. APÖ'lerin **sunumu** konusunda aşağıdaki ilkeler geçerlidir.

4.5.1. Rehberin uygulanması, işletmeler için zorunlu değil ihtiyaridir.

4.5.2. APÖ'lerin sunulması durumunda işletmeler, APÖ'lerin hangi amaçla kullanıldığını açık, doğru ve net bir şekilde kullanıcılara sunmalıdır. Yanıltıcı mesajlardan kaçınmak adına ölçüt içeriği ve hesaplama esasları anlaşılır şekilde ifade edilmelidir.

4.5.3. APÖ'ler, geçerli finansal raporlama çerçevesine göre hazırlanan tutarlardan daha fazla önemli olarak gösterilmemelidir. Söz konusu ölçütler, birbirlerini destekleyici veya tamamlayıcı olarak yorumlanabilmelidir.

4.5.4. İşletmeler, sunacakları APÖ'leri; kurumsal internet sitelerinde yatırımcı ilişkileri başlığı altında, faaliyet raporlarında, yatırımcı sunumlarında ve diğer iletişim araçlarında sunabilirler veya kullanabilirler. APÖ'lerin sunulduğu iletişim araçlarında yer alan geçmiş faaliyet dönemine ilişkin APÖ'lere ait dokümanlar her zaman ulaşılabilir olmalıdır.

4.5.5. İşletmeler, APÖ'leri sundukları tüm iletişim araçlarında, ilgili ölçütlerin TAPÖR'de yer alan ilkeler göre hazırlandığını ifade etmeleri gereklidir.

4.5.6. APÖ'ler, ilgili faaliyet dönemindeki işletme performansını yansıtması açısından ilgili faaliyet döneminin finansal raporları ile aynı veya yakın zamanda sunulmalıdır.

4.6. İşletmeler, hesapladıkları ve paydaşlarına sundukları APÖ'ler ile ilgili olarak gelecek faaliyet dönemine ilişkin **beklentilerini** ya da **hedeflerini** çeşitli iletişim araçları vasıtası ile hesaplayabilirler ve bu hesaplama doğrultusunda yorumlarda bulunabilirler. İşletmelerin bu hesaplamaları ve yorumları, işletmenin geçmiş performansı ve gelecek stratejisi ile uyumlu, makul bir çerçevede ve tüm risk unsurları gözetilerek yapılmalıdır.

4.7. APÖ'lerin **denetimi** konusunda yasal bir zorunluluk bulunmamasıyla birlikte işletmeler, APÖ'lere gönüllü bir iç veya dış güvence sağlayabilirler. Rehber, bu konuda işletmelere ekte sunulan **APÖ Denetimi - Kontrol Listesini** tavsiye olarak sunmaktadır.

5. Yürürlük Tarihi & İlk Uygulama

5.1. Rehber, yayımlandığı tarihte yürürlüğe girer. Rehber, 1 Ocak 2021 ve sonrasındaki faaliyet dönemlerinde uygulanır. Erken uygulamaya izin verilmektedir.

5.2. APÖ'leri ilk defa rehber çerçevesinde oluşturup sunacak olan işletmeler, mevcut dönem ile birlikte karşılaştırmanın sağlanabilmesi için ilgili ölçütün en az bir yıl geçmişe dönük tutarını da hesaplayıp sunmalıdır.

EK. APÖ Denetimi - Kontrol Listesi

APÖ Denetimi - Kontrol listesi, APÖ'lerin denetiminde denetimi yapacak ve güvenceyi sağlayacak kişi ya da gruplara denetim sürecinde izleyecekleri örnek bir şablon sunmaktadır. Ayrıca şablon, APÖ'leri kullanacak olan işletme paydaşlarına, işletmelerin sundukları APÖ'ler konusunda asgari düzeyde bir güvence sağlamaktadır.

..... İşletmesiYılı Faaliyet Dönemine İlişkin APÖ Denetimi - Kontrol Listesi		
Kontrol Edilen Unsur	Evet	Hayır
APÖ'lerin geçerli finansal raporlama çerçevesi ile mutabakatı yapılmış mı?		
APÖ'ler, işletmenin faaliyet dönemi performansı ile ilgili ve ilişkili mi?		
APÖ'ler karşılaştırmalı olarak sunulmuş mu?		
APÖ'lerin nasıl hesaplandığı açıkça belirtilmiş mi?		
APÖ'lerin önemine dair açıklama yapılmış mı?		
APÖ'ler, tarafsız bir şekilde sunulmuş mu?		
APÖ'ler, tutarlı bir şekilde sunulmuş mu?		
APÖ'lerde herhangi bir değişiklik yapılmış mı?		
APÖ'lerde yapılan değişiklikler konusunda geçerli bir açıklama yapılmış mı?		
<p>..... şirketinin tarihli faaliyet dönemine ilişkin yayımladığı Alternatif Performans Ölçütleri ile ilgili olarak yapılan denetimlere ait önemli noktalar üstte belirtilen tablodaki gibi gerçekleşmiştir. Kullanıcıların bilgisine sunarım.</p> <p style="text-align: right;"><u>Denetimin Yapılma Tarihi</u> Gün/Ay/Yıl <u>Denetimi Yapanın</u> Ad-Soyad Görevi/Ünvanı İmzası</p>		

3.3. TAPÖR ile İlgili Uygulama Örneği

Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi (TAPÖR) doğrultusunda bir işletmenin performans ölçütlerini kamuoyuna nasıl sunması gerektiğine dair örnek uygulama, aşağıda verilmektedir. Uygulamada işletmenin organizasyonu ve faaliyet konusu ve TAPÖR'e göre hazırladığı alternatif performans ölçütlerine yer verilmektedir. Son aşamada ise TAPÖR'de tavsiye olarak sunulan düzenleme çerçevesinde paydaşlara sunulan alternatif performans ölçütlerine dair denetime dair kontrol listesi sunulmaktadır.

➤ İşletmenin Organizasyonu ve Faaliyet Konusu

HMC Anonim Şirketi ("HMC A.Ş." veya "Şirket") ve bağlı ortaklıkları (hepsi birlikte "Grup" olarak ifade

edilmektedir), dayanıklı tüketim, tüketici elektroniği ve yazılım alanlarında üretim, pazarlama, satış ve satış sonrası müşteri hizmetleri, ihracat ve ithalat ile ilgili tüm ticari ve endüstriyel faaliyetleri yürütmektedir.

Grup; Türkiye, Almanya, Rusya, Çin, Güney Afrika Cumhuriyeti, Bulgaristan, Malezya ve Hindistan'da toplam on beş fabrikada üretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Şirket ana ortağı Cavlak Holding A.Ş. tarafından sahip olunan şirketler tarafından kontrol edilmektedir. Şirket merkezi; Halitziya Bulvarı No:18/A Alsancak - İzmir / Türkiye'dir.

Şirket, Sermaye Piyasası Kurulu'na (SPK) kayıtlıdır ve hisseleri 1985 yılından beri Borsa İstanbul'da (BİST) işlem görmektedir. 31 Aralık 2019 tarihi itibarıyla, şirketin halka açıklık oranı %35,75'tir (31 Aralık 2018: %35,34).

Grup'un bünyesinde dönem içinde istihdam edilen ortalama personel sayısı kategorileri itibarıyla 5.249 aylık ücretli (31 Aralık 2018: 5.221) ve 22.876 saat ücretli (31 Aralık 2018: 21.624) olmak üzere toplam 28.125'dir (31 Aralık 2017: 26.845).

➤ İşletmenin 2019 Yılı Alternatif Performans Ölçütleri

HMC Anonim Şirketi, 2019 yılına ait işletme performansının daha iyi bir şekilde analiz edilebilmesi adına paydaşlarına geleneksel performans ölçütleri (UFRS'ye göre hazırladığı finansal tablolarda yer alan kâr rakamları, hisse başına kazanç, vb.) ile birlikte alternatif performans ölçütlerini de sunmak istemektedir. Bu doğrultuda HMC A.Ş., 2021 yılı itibarı ile yürürlüğe girecek olan TAPÖR'ü erken uygulamaya karar vermiştir.

HMC A.Ş. alternatif performans ölçütlerinin işletme yönetimine, yatırımcılara ve diğer paydaşlara işletmenin performansını değerlendirmede değerli ek bilgiler sağladığına inanmaktadır. HMC A.Ş. ayrıca bu ölçütlerin hesaplama farklılıklarından dolayı diğer işletmeler ile karşılaştırılmayacağını paydaşlarına ifade etmektedir. Söz konusu ölçütler, HMC A.Ş. tarafından geçerli finansal raporlama çerçevesi olan TFRS'de sunulan tutarları tamamlayıcı ve/veya destekleyici ölçütler olarak görülmektedir.

HMC A.Ş.'nin 2019 yılı faaliyet dönemi işletme performansına ilişkin paydaşlarına Tablo 8'de yer alan APÖ'leri sunmaktadır.

Tablo 8: HMC A.Ş. 2019 Yılına Ait APÖ Listesi

- Düzeltilmiş Faaliyet Kârı	- Düzeltilmiş Faaliyet Kârı Marjı
- Düzeltilmiş Net Kâr	- Düzeltilmiş Net Kâr Marjı
- Düzeltilmiş Pay Başına Kazanç	- Düzeltilmiş FAVÖK
- FAVÖKK	- Organik Büyüme
- Tekrarlayan Gelirler	- Bakiye Sipariş ve Alınan Siparişler

➤ **Düzeltilmiş Faaliyet Kârı (Adjusted Operating Income):** Ölçüt, işletmenin daha iyi analiz edilebilmesi adına UFRS'ye göre hesaplanan faaliyet kârı içerisinde yer alan ilgili döneme ait bir defaya mahsus kalemlerin etkisinin giderilmesi ile elde edilmektedir. HMC A.Ş. 2019 yılına ait düzeltilmiş faaliyet kârını aşağıdaki gibi hesaplamakta ve paydaşlarına sunmaktadır.

	2019	2018
Faaliyet Kârı (TFRS'ye göre hesaplanan) (bin TL)	2.637.322	1.711.831
Tek Seferlik Kalemler (bin TL)	(530.100)	(306.020)
<i>- Ticari alacak ve borçlardan kaynaklanan kur farkı gelirleri ve giderleri</i>		
<i>- Vade farkı gelir ve giderleri ile peşinat iskontosu</i>		
<i>- Sabit kıymet satışından gelirler ve giderler</i>		
Düzeltilmiş Faaliyet Kârı (bin TL)	2.107.222	1.405.811
Faaliyet Kârı Değişimi (TFRS & APÖ) (Yüzde)	-%20,10	-%17,87

➤ **Düzeltilmiş Faaliyet Kârı Marjı (Adjusted Operating Income Margin):** Ölçüt, işletmenin ilgili faaliyet dönemlerinde bir defaya mahsus kalemlerin etkisinin düzeltilmesi ile hesaplanan faaliyet kârı tutarına ait marjı göstermektedir. Düzeltilmiş faaliyet kârı marjı, söz konusu kalemler haricinde oluşan faaliyet kârı marjını göstermesi açısından işletmenin paydaşları için önem arz etmektedir. HMC A.Ş. 2019 yılı ile ilgili düzeltilmiş faaliyet kârı marjını aşağıdaki gibi hesaplamaktadır.

	2019	2018
Faaliyet Kârı (TFRS'ye göre hesaplanan) (bin TL)	2.637.322	1.711.831
Tek Seferlik Kalemler (bin TL)	(530.100)	(306.020)
Düzeltilmiş Faaliyet Kârı (bin TL)	2.107.222	1.405.811
Net Satışlar (TFRS'ye göre hesaplanan) (bin TL)	26.904.384	20.840.613
Düzeltilmiş Faaliyet Kârı Marjı (Yüzde)	%7,83	%6,75
Faaliyet Kârı Marjı (TFRS'ye göre hesaplanan) (Yüzde)	%9,80	%8,21
Faaliyet Kârı Marjı Değişimi-Farkı (TFRS & APÖ) (Yüzde)	-%1,97	-%1,46

➤ **Düzeltilmiş Net Kâr (Adjusted Net Income):** Ölçüt, işletmenin ilgili faaliyet dönemlerinde ortaya çıkan tek seferlik, yinelenmeyen, olağandışı ve benzeri olarak ifade edilebilecek kalemlerin etkisinin düzeltilmesi ile hesaplanmaktadır. Düzeltilmiş net kâr tutarı, söz konusu unsurlar haricinde oluşan kâr tutarını göstermesi açısından işletmenin paydaşları için önemli bir ölçüt olarak kabul edilmektedir. HMC A.Ş. 2019 yılı ile ilgili düzeltilmiş net kâr tutarını aşağıdaki gibi hesaplamaktadır.

	2019	2018
Net Kâr (TFRS'ye göre hesaplanan) (bin TL)	855.841	845.303
BMK* (bin TL)	69.800	40.500
- Konsolidasyon yöntemindeki değişiklikten kaynaklanan bir defaya mahsus gider (2018) - T-Bank hisselerinin satışından elde edilen zarar (2019) - Almanya'da kapatılan fabrikaya ilişkin değer düşüklüğü (2019) - Gayrimenkul satışından kaynaklanan tek seferlik gelir (2019)		
Düzeltilmiş Net Kâr (bin TL)	925.641	885.803
Net Kâr Değişimi (TFRS & APÖ) (Yüzde)	+%8,16	+%4,79

[* BMK: Bir Defaya Mahsus Kalemler]

➤ **Düzeltilmiş Net Kâr Marjı (Adjusted Net Income Margin):** Ölçüt, işletmenin ilgili faaliyet dönemlerinde ortaya çıkan tek seferlik, yinelenmeyen, olağandışı ve benzeri olarak ifade edilebilecek kalemlerin etkisinin düzeltilmesi ile hesaplanan net kâr tutarına ait marjı göstermektedir. Düzeltilmiş net kâr marjı, söz konusu unsurlar haricinde oluşan kâr marjını göstermesi ve TFRS'ye göre hesaplanan net kâr marjı ile kıyaslanması açısından işletmenin paydaşları için önemlidir. HMC A.Ş. 2019 yılı ile ilgili düzeltilmiş net kâr marjını aşağıdaki gibi hesaplamaktadır.

	2019	2018
Net Kâr (TFRS'ye göre hesaplanan) (bin TL)	855.841	845.303
BMK* (bin TL)	69.800	40.500
Düzeltilmiş Net Kâr (bin TL)	925.641	885.803
Net Satışlar (TFRS'ye göre hesaplanan) (bin TL)	26.904.384	20.840.613
Düzeltilmiş Net Kâr Marjı (Yüzde)	%3,44	%4,25
Net Kâr Marjı (TFRS'ye göre hesaplanan) (Yüzde)	%3,18	%4,06
Net Kâr Marjı Değişimi-Farkı (TFRS & APÖ) (Yüzde)	+%0,26	+%0,19

[* BMK: Bir Defaya Mahsus Kalemler]

➤ **Düzeltilmiş Pay Başına Kazanç (Adjusted Earnings per Share):** Ölçüt, işletmenin olağan hisse başına performansını yansıtmaya açısından önemli olarak görülmektedir. TFRS'ye göre hesaplanan pay başına kazanç tutarından tek seferlik gelirler, azınlık kâr payı ve benzeri kalemlerin etkisi düzeltilerek düzeltilmiş pay başına kazanç tutarına ulaşılmaktadır. HMC A.Ş.'nin 2019 yılı ile ilgili olarak söz konusu ölçüte dair hesaplaması aşağıda sunulmaktadır.

	2019	2018
Dönem Kârı (bin TL)	855.841	845.303
Tek Seferlik Kalemler (bin TL) (Kalemlerin içeriği, düzeltilmiş net kâr tablosunda gösterilmektedir.)	69.800	40.500
Azınlık Kâr Payı (bin TL)	(4.085)	(2.354)
Ana ortaklık payına düşen düzeltilmiş net dönem karı (bin TL)	921.556	883.449
Çıkarılmış adi hisselerin ağırlıklı ortalama adedi	67.572.820.500	67.572.820.500
Düzeltilmiş Pay Başına Kazanç (Ana ortaklık) (kuruş)	1,36	1,31
TFRS'ye göre Hesaplanan Pay Başına Kazanç (kuruş)	1,26	1,25
Pay Başına Kazanç Değişimi (TFRS - APÖ) (kuruş)	+0,10	+0,06
Pay Başına Kazanç Değişimi (TFRS - APÖ) (Yüzde)	+%7,9	+%4,8

➤ **Düzeltilmiş FAVÖK (Adjusted EBITDA):** Ölçüt, işletmenin daha iyi analiz edilebilmesi adına sunduğu FAVÖK tutarının, ilgili faaliyet dönemlerinde ortaya çıkan tek seferlik kalemler çerçevesinde düzeltilmesi sonucunda elde edilmektedir. Bu doğrultuda bilgi talebinde bulunan paydaşların işletme performansı hakkında daha şeffaf bilgiler elde edebilmesi adına HMC A.Ş. ilgili düzeltilmiş FAVÖK tutarını aşağıdaki gibi hesaplamakta ve ilgililere sunmaktadır.

	2019	2018
FAVÖK (bin TL)	3.328.156	2.265.038
Tek Seferlik Kalemler (bin TL)	(530.100)	(306.020)
Düzeltilmiş FAVÖK* (bin TL)	2.798.056	1.959.018
FAVÖK – Düzeltilmiş FAVÖK Değişimi (TFRS & APÖ) (Yüzde)	%15,93	%15,62

[* Düzeltilmiş FAVÖK, TMS/TFRS'de tanımlanan bir finansal performans ölçütü değildir ve diğer şirketler tarafından tanımlanan benzer göstergeler ile karşılaştırılabilir olmayabilir.]

➤ **Faiz, Amortisman, Vergi ve Kira/Yeniden Yapılandırma Öncesi Kâr-FAVÖKK (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization and Rent/Restructuring-EBITDAR):** Ölçüt, işletmenin daha iyi analiz edilebilmesi adına sunduğu FAVÖK tutarının, ilgili faaliyet dönemlerinde ortaya çıkan kira ve/veya yeniden yapılandırma kalemleri çerçevesinde düzeltilmesi sonucunda elde edilmektedir. Ölçüt, yeniden yapılandırma çabaları yapan şirketler için yararlıdır, çünkü yeniden yapılandırma ücretleri genellikle bir kerelik veya tekrarlanmayan giderlerdir. HMC A.Ş. ilgili FAVÖKK tutarını aşağıdaki gibi hesaplamaktadır.

	2019	2018
FAVÖK (bin TL)	3.328.156	2.265.038
İlave: Yeniden yapılandırma giderleri (bin TL)	255.834	-
FAVÖKK (bin TL)	3.583.990	2.265.038
FAVÖK - FAVÖKK Değişimi-Farkı (TFRS & APÖ) (Yüzde)	+%7,69	-

➤ **Organik Büyüme (Organic Growth):** Ölçüt, işletmenin elden çıkarmalar ve döviz kuru etkisi benzeri kalemlerden arındırılmış gelire bağlı büyüme olarak tanımlanmaktadır. Organik büyüme, işletme paydaşlarına işletmenin faaliyetleri ile ilgili olmayan unsurları hariç tutarak, büyümenin temelini göstermesi açısından önemlidir. HMC A.Ş.'nin 2019 yılı ile ilgili olarak organik büyüme rakamları (mutabakatı) aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

	2019	Hasılat
Raporlanan Büyüme (Yüzde)	%29,1	26.904.384 (2019) 20.840.613 (2018)
Döviz Kuru Etkisi* (Yüzde)	-%3,6	
Organik Büyüme (Yüzde)	%25,5	

[* Döviz kuru etkisi; işletmenin üretimde kullandığı hammaddelerin yurtdışı teminindeki ve ihrac ettiği ürünlerin faaliyet dönemi içindeki döviz kuru hareketliliğinden kaynaklanmaktadır.]

➤ **Tekrarlayan Gelirler (Recurring Earnings):** Ölçüt, işletmenin belirli bir faaliyet dönemi süresince kazanç sağlayacağı gelir kalemlerini göstermektedir. Bu ölçüt, işletmenin gelecek dönemler için sözleşme ile sağlayacağı gelirlerin işletmenin ilgili faaliyet dönemi performansına katkısını göstermesi açısından paydaşları için önemlidir.

HMC A.Ş.'nin 2012 yılında itibaren faaliyet göstermeye başladığı yazılım sektöründen bakım, onarım, teknik destek ve diğer hizmetler vasıtasıyla gelen ve 31.12.2019 tarihi itibari ile yapılan sözleşmelere bağlı olarak 2025 yılına kadar devam edecek olan tekrarlayan gelirlerine dair tutarlar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

	2020*	2019	2018
Tekrarlayan Gelirler (bin TL)	2.685.840	2.152.350	1.042.030
- Yapılan sözleşmelere bağlı olarak ilgili faaliyet dönemine ilişkin bakım, onarım, teknik destek hizmetlerine bağlı olarak ortaya çıkan (faaliyet dönemi sonrasında ortaya çıkacak olan) ve tekrarlayan gelir olarak adlandırılan gelir kalemlerini ifade etmektedir. - Sözleşmelerin tarafları ve detayları, gizlilik gereği açıklanmamaktadır.			
Tekrarlayan Gelirler (Yüzde) <i>Tekrarlayan gelir tutarının net satışlar (alt satırda görülmektedir) içindeki payını göstermektedir.</i>	-	%8	%5
Net Satışlar (bin TL)	-	26.904.384	20.840.613
[* TAPÖR'de 4.6'da yer alan ilke doğrultusunda makul bir çerçevede ve yapılan sözleşmelere bağlı olarak hesaplanan tutardır. İlgili yılın net satışlar tutarı gerçekleşmediği için tekrarlayan gelirini yüzdesi de hesaplanmamıştır.]			

➤ **Bakiye Sipariş (Order Backlog):** Ölçüt, ilgili faaliyet döneminde siparişi alınmış olan ancak teslimi ve dolayısıyla satış geliri ilgili faaliyet döneminde tam olarak gerçekleşmemiş, gelecek faaliyet döneminde gerçekleşecek olan siparişleri ifade etmektedir. Diğer taraftan ölçüt, üretimde kalan ve/veya henüz üretilmemiş siparişleri de temsil etmektedir. Ölçüte ait tutar, paydaşlar için gelecek faaliyet döneminin performansına olası etkisi açısından önem arz etmektedir. Ölçüte dair tutarlar alınan siparişler tutarları ile birlikte gösterilmektedir.

➤ **Alınan Siparişler (Order Received):** Ölçüt, ilgili faaliyet dönemi içerisinde alınan ve sözleşmeye bağlanan ancak mal/hizmet üretiminin ve tesliminin gelecek faaliyet dönemlerinde geçerli olacağı siparişleri göstermektedir. Ölçüt, bakiye sipariş gibi paydaşlar için gelecek faaliyet döneminin performansına olası etkisi açısından önem arz etmektedir.


Bakiye sipariş ile alınan sipariş arasındaki temel fark; alınan siparişin etkilerinin gelecek faaliyet döneminde etkisini göstermeye başlaması iken bakiye siparişin etkilerinin mevcut faaliyet döneminde görülmesi ancak siparişin tam anlamıyla gelecek faaliyet döneminde (dönemlerinde) tamamlanacak olmasıdır.

HMC A.Ş.'nin 2019 ve gelecek faaliyet dönemi için geçerli olan alınan sipariş ve bakiye sipariş tutarları aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir.

	2020*	2019	2018
Bakiye Sipariş (bin TL) Üretimine ve/veya teslimine mevcut faaliyet döneminde başlanmış ancak tamamlanması gelecek faaliyet döneminde (dönemlerinde) sona erecek olan siparişler.	1.352.067	1.641.167	1.750.611
Alınan Sipariş (bin TL) Üretimine ve/veya teslimine gelecek faaliyet döneminde başlanacak olan siparişler.	315.250	403.566	625.218
Net Satışlar (bin TL)	-	26.904.384	20.840.613
Bakiye Sipariş (Yüzde) <i>Bakiye sipariş tutarının net satışlar (alt satırda görülmektedir) içindeki payını göstermektedir.</i>	-	%6,1	%8,4
Alınan Sipariş (Yüzde) <i>Alınan sipariş tutarının net satışlar (alt satırda görülmektedir) içindeki payını göstermektedir.</i>	-	%1,5	%3
Not: Bakiye ve Alınan sipariş tutarları, işletmenin karşı taraflar ile yaptığı sözleşmelere bağlı olarak elde ettiği toplam tutarları yansıtmaktadır. Sözleşmeye bağlı olmayan siparişler dikkate alınmamaktadır. [* TAPÖR'de 4.6'da yer alan ilke doğrultusunda makul bir çerçevede ve yapılan sözleşmelere bağlı olarak hesaplanan tutardır. İlgili yılın net satışlar tutarı gerçekleşmediği için tekrarlayan gelirini yüzdesi de hesaplanmamıştır.]			

➤ **İşletmenin 2019 Yılına Ait APÖ Denetim Beyanı**

HMC A.Ş.'nin 2019 yılı faaliyet dönemine ilişkin olarak TAPÖR'e göre hazırladığı ve iletişim araçları vasıtası ile paydaşlarına sunduğu APÖ'ler ile ilgili denetim – kontrol listesi aşağıdaki tabloda sunulmaktadır. Tablo ve sonucundaki beyan, işletme paydaşlarına APÖ'ler ile ilgili asgari düzeyde güvence sunmaktadır.

HMC A.Ş. 2019 Yılı Faaliyet Dönemine İlişkin APÖ Denetimi - Kontrol Listesi		
Kontrol Edilen Unsur	Evet	Hayır
APÖ'lerin geçerli finansal raporlama çerçevesi ile mutabakatı yapılmış mı?	√	
APÖ'ler, işletmenin faaliyet dönemi performansı ile ilgili ve ilişkili mi?	√	
APÖ'ler karşılaştırmalı olarak sunulmuş mu?	√	
APÖ'lerin nasıl hesaplandığı açıkça belirtilmiş mi?	√	
APÖ'lerin önemine dair açıklama yapılmış mı?	√	
APÖ'ler, tarafsız bir şekilde sunulmuş mu?	√	
APÖ'ler, tutarlı bir şekilde sunulmuş mu?	√	
APÖ'lerde herhangi bir değişiklik yapılmış mı?		√
APÖ'lerde yapılan değişiklikler konusunda geçerli bir açıklama yapılmış mı?	-	-
<p>HMC A.Ş.'nin 2019 yılı faaliyet dönemine ilişkin yayımladığı Alternatif Performans Ölçütleri ile ilgili olarak yapılan denetimlere ait önemli noktalar üstte belirtilen tablodaki gibi gerçekleşmiştir. HMC A.Ş., sunduğu alternatif performans ölçütlerini Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi'nde yer alan düzenlemeler ile uyumlu olarak hazırlamıştır. Kullanıcıların bilgisine sunarım.</p> <p style="text-align: right;">01/02/2020</p> <p style="text-align: right;">Hasan Mirza CAVLAK HMC A.Ş. İç Denetim Birimi Yöneticisi</p> 		

4. SONUÇ VE ÖNERİ

İşletme faaliyetlerinin performansını ölçümlemede kullanılan araçlar olmasının yanında hem işletmeler hem de işletme paydaşları için önemli birer karar destek unsurları olan performans ölçütleri, yıllar içerisinde muhtelif sebepler ile değişime uğramıştır. Bu değişim çerçevesinde son olarak işletme paydaşları tarafından talep gören ölçütler olan alternatif performans ölçütleridir. Geleneksel performans ölçütlerinin yetersiz kalması ve paydaşların artan bilgi talepleri neticesinde ortaya çıkan alternatif performans ölçütleri, işletme paydaşları tarafından artan bir oranda kullanılmaktadır. Bu nedenle de konu ile ilgili ve ilişkili kurum ve kuruluşlar çalışmalar yürütmektedirler.

Uluslararası düzeyde ESMA, IOSCO, IFAC ve SEC gibi kuruluşlar başta olmak üzere birçok kurum veya kuruluş tarafından alternatif performans ölçütleri ile ilgili son yıllarda artan ölçüde düzenlemeler yürürlüğe girmektedir. Bununla birlikte konu hakkında IASB tarafından da çeşitli görüşler paylaşılmakta ve çalışmalar yürütülmektedir. IASB'nin yürüttüğü ve performans ölçütleri ile ilgili olan en önemli çalışmalardan biri 2015'te duyurduğu "Finansal Raporlamada Daha İyi İletişim" projesidir. Bu çalışma neticesinde konu ile ilgili olarak finansal tablolarda ve finansal tablolar dışında nelerin yapılabileceği tartışılmış, neticede bazı somut adımların atılmasına karar verilmiştir. Bunlardan biri, alternatif performans ölçütlerinin hesaplanmasında sıklıkla kullanılan olağandışı kalemlerin dipnotlarda büyüklüğüne göre açıklanmasının istenecek olmasıdır. Diğer bir adım ise finansal tablolarda bazı alt toplamlara yer verilerek bunların standartlarda açıklanması ve bu ölçütlerin "Yönetim Performans Ölçütleri" (*Management Performance Measures*) adı ile paydaşlara sunulmasıdır. Bu ölçütlere; şeffaflık, tutarlılık, karşılaştırılabilirlik, hesaplama nedeni gibi alternatif performans ölçütleri düzenlemelerinin sahip olduğu ve kavramsal çerçeveye aykırı olmayan özellikler eklenecektir. Bir diğer önemli nokta ise Yönetici Performans Ölçütlerinin, APÖ'lerin aksine denetim kapsamına alınmasının düşünülmesidir. Bu durumun işletmeler tarafından sunulan bu ölçütlere olan güvenilirliği arttırması beklenmektedir.

Çalışmanın uygulama kısmında hem artan öneminden hem de Türkiye'de henüz kapsamlı herhangi bir çalışma yapılmamasından dolayı alternatif performans ölçütleri ile ilgili olarak uluslararası düzenlemelerle uyumlu ve birçok uluslararası düzenlemeyi ve muhtelif çalışmaları dikkate alan ulusal bir rehber önerisi hazırlanmıştır. Türkiye Alternatif Performans Ölçütleri Rehberi (TAPÖR) olarak isimlendirilen çalışma; alternatif performans ölçütlerini tanımlamakta, ölçütlerin taşınması gereken özellikleri belirtmekte, sunumunun ve asgari güvencenin nasıl gerçekleştirilebileceğini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan rehber, Türkiye'deki işletmelerin uyguladıkları mevcut düzenlemelere uyumlu olarak ele alınmış ve işletmelerin bu rehberi uygularken herhangi bir konuda zorlanmalarına dikkat edilmiştir. Rehberin uluslararası düzenlemelere benzer şekilde sermaye piyasasını düzenleyen kurum olan SPK tarafından yayımlanması önerilmektedir. Bu öneri ile birlikte bu çalışmanın ilerleyen süreçte alternatif performans ölçütleri konusunda düzenleme yapacak olan SPK ya da diğer kurumlara temel teşkil edeceği düşünülmektedir. Ayrıca rehberde yer alan "EK. APÖ Denetimi-Kontrol Listesi" kısmı, uluslararası rehberlerde yer almamakta ancak kurumlar tarafından ilerleyen yıllarda alternatif performans ölçütlerinin denetimi ile ilgili olarak bazı ilkelerin rehberlere eklenmesi planlanmaktadır. Bu çalışmanın literatüre bir katkısı olarak TAPÖR'de denetim ile ilgili asgari bir güvence sağlayan bir kontrol listesi hazırlanmış ve ilgililere sunulmuştur. Son olarak da söz konusu rehberin, işletmeler tarafından nasıl uygulanacağına dair örnek bir uygulamaya yer verilmektedir ki bunun da alternatif performans ölçütlerinin nasıl sunulacağı konusunda işletmelere önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, işletmelerin sürdürülebilir bir yapıya sahip olabilmeleri için faaliyetlerine ilişkin performanslarını gerçekçi bir şekilde ölçmeleri ve sunmaları gerekmektedir. Bunu sağlamak için ise işletmeler son yıllarda alternatif performans ölçütlerini kullanmaktadırlar. Alternatif performans ölçütlerinin ulusal düzeyde bir rehber çerçevesinde hazırlanması ya da bu işletmelerin uluslararası düzenlemelere uyum sağlaması hem işletme paydaşlarının bu ölçütlere olan güvenini hem de işletmelerin bu ölçütleri hazırlamasındaki kolaylığı ve karşılaştırılabilirliği arttıracaktır. Uluslararası düzenlemelere paralel ve uyumlu olarak hazırlanacak olan Türkiye'deki alternatif performans ölçütleri rehberi ile oluşacak alternatif performans ölçütlerine dair verilerin, akademik ve diğer çalışmalara konu teşkil etmesi ve hem ulusal hem de uluslararası önemli sonuçların ortaya konmasına zemin hazırlaması öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Accounting Standards Board (AcSB). (2018). *Draft Framework for Reporting Performance Measures: Enhancing the Relevance of Financial Reporting*. Toronto.
- Akal, Z. (2011). *İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Bititci, U. S. (2015). *Managing Business Performance: The Science and the Art*. Chichester: John Wiley & Sons Inc.
- Black, D. E., Christensen, T. E., Ciesielski, J. T., & Whipple, B. C. (2018). Non-GAAP Reporting: Evidence from Academia and Current Practice. *Journal of Business Finance & Accounting*, 45(3–4), 259–294. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12298>
- Carder, B., & Ragan, P. (2005). *Measurement Matters: How Effective Assessment Drives Business and Safety Performance*. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Croner-i. (2018). *CR Common Practices: Alternative Performance Measures (APMs)*. Manchester.
- Deloitte. (2016). *IFRS in Focus – A Practical Guide: Alternative Performance Measures*. London.
- Deloitte. (2017). *Thinking Allowed: Non-GAAP and Alternative Performance Measures*. London.
- Deloitte. (2019a). *A Roadmap to Non-GAAP Financial Measures*. New York.
- Deloitte. (2019b). *Quarterly Financial Reporting Brief*. Dublin.
- European Securities and Markets Authority (ESMA). (2015). “*ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures*”. ESMA/2015/1415en.
- FRC Financial Reporting LAB. (2018). *Reporting of Performance Metrics*. London.
- International Federation of Accountants (IFAC). (2014). “*International Good Practice Guidance: Developing and Reporting Supplementary Financial Measures - Definition, Principles and Disclosures*”.
- Köseoğlu, M. A. (2005). *Kamu İktisadi Teşebbüslerinde Performans Ölçümü*. T.C. Başbakanlık.
- KGK. (2019). Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve, TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu, BOBİ FRS.
- KPMG LLP. (2018). “*Non-GAAP Financial Measures (Issues In-Depth: SEC Rules and Regulations)*”. New York.
- Lau, J., & Schweizer, A. (2016). *IFRS News (PwC): Alternative Performance Measures - Better Described as “Profits before Unfortunate Debits”?* London.
- Marr, Bernard. (2006). *Strategic Performance Management: Leveraging and Measuring Your Intangible Value Drivers*. Oxford: Elsevier Ltd..
- Mazars. (2016). *Mazars AIAF Roundtable on the Use of Alternative Performance Measures: Report on the Panel Discussion*. Milan.
- Melnyk, S. A., Bititci, U., Platts, K., Tobias, J., & Andersen, B. (2014). Is Performance Measurement and Management Fit for the Future? *Management Accounting Research*, 25(2), 173–186. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2013.07.007>
- Morrison & Foerster (International Financial Law Review). (2017). *Non-GAAP Explained*. New York.
- Neely, A., Mills, J., Platts, K., Gregory, M., & Richards, H. (1996). Performance Measurement System Design: Should Process based Approaches be Adopted? *International Journal of Production Economics*, (46–47), 423–431.
- PCAOB. (2016). *Report on Non-GAAP Financial Measures*.
- Posner, C. (2018). Are Non-GAAP Financial Measures still Problematic? Retrieved March 16, 2019, from Cooley PubCo (Accounting and Auditing) website: <https://cooleypubco.com/2018/08/06/non-gAAP-financial-measures-still-problematic>
- PwC. (2014). *Corporate Performance: What do Investors Want to Know? (Powerful Stories through Integrated Reporting)*.
- Spitzer, D. R. (2007). *Transforming Performance Measurement: Rethinking the Way We Measure and Drive Organizational Success*. New York: AMACOM (American Management Association).

- The Board of the International Organization of Securities Commissions (IOSCO). (2016). “*Statement on Non-GAAP Financial Measures*”. FR05.
- Tremoliere, G., & Berthelot, M. (2014). *Consultation Paper ESMA/2014/175 - ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures*. Paris.
- Vaessen, M. (2016). *Non-GAAP Measures - Moving towards Global Transparency (KPMG)*. Amstelveen.
- U.S. SEC. (2018). Non-GAAP Financial Measures: Q&A of General Applicability.
- Zairi, M. (1994). *Measuring Performance for Business Results*. <https://doi.org/10.1007/978-94-011-1302-1>

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:02.06.2020 ✓Accepted/Kabul:16.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.747280

Araştırma Makalesi/ Research Article

Eryüzlü, H. ve Kurtoğlu, A. (2021). "E-Ticaret ve Bireysel Kredilerin Çok Yönlü İlişkileri: Türkiye Örneği" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 227-238.

E-TİCARET VE BİREYSEL KREDİLERİN ÇOK YÖNLÜ İLİŞKİLERİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Hakan ERYÜZLÜ*, Aysun KURTOĞLU**

Öz

Teknolojinin hızlı gelişimi her alanı olduğu gibi piyasa mekanizmalarını da etkilemektedir. Akıllı cihazlar ve mobil uygulamalar hem talep hem de arz tarafına birçok avantaj ve konfor sağlamaktadır. E-ticaret vasıtasıyla, talep edenler ürün ve muadilleri hakkında her türlü bilgiye ulaşmakta, arz edenler ise çok daha geniş müşteri kitlelerine hitap edebilmektedirler. Ticari bankalar da piyasaların genişlemesi paralelinde ürün yelpazelerini teknoloji ile uyumlu olacak şekilde geliştirmişlerdir. Çalışmada E-ticaretin yaygınlaşmasının ticari bankaların faaliyetleri ile ilişkisi incelenmiştir. Bu amaçla, Türkiye ölçeğinde, E-ticaret kullanımı ve ticari bankaların; ihtiyaç, konut ve taşıt kredileri olarak hane halkına kullandıkları kredilerin ilişkileri tespit edilmiştir. Söz konusu tespit için serilerin orijinal halleri ve pozitif/negatif bileşenlerine ayrılmış halleri olmak üzere iki tip nedensellik ilişkisi, Toda-yamamoto testi ile sınanmıştır. Analizler sonucunda, ihtiyaç kredisi ve E-ticaret arasında nedensellik ilişkileri; konut kredisi ve E-ticaret arasında nedensellik ilişkileri tespit edilirken; taşıt kredisi ve E-ticaret arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, Bireysel Krediler, Asimetrik Nedensellik.

MULTIDIRECTIONAL RELATIONSHIPS OF E-COMMERCE AND CONSUMER LOANS: THE CASE OF TURKEY

Abstract

Rapid development of technology affects market mechanisms as well as any other field. Smart devices and mobile applications provide many advantages and comfort to both demand and supply. Through E-commerce, while demanders can access all kinds of information about their products and equivalents, those who supply them can appeal to a much wider customer base. Commercial banks have also developed their product lines to be compatible with technology in line with the expansion of the markets. In the study, the relationship between the spread of E-commerce and the activities of commercial banks was examined. For this purpose, the relationships of E-commerce and the use of commercial banks with the loans extended to households as consumer loans, housing loans, and vehicle loans were determined in the scale of Turkey. For this determination, two types of causal relationships, namely the original versions of the series and their positive/negative components, were tested with the Toda-Yamamoto causality test. At the end of the analysis, while causality between consumer loan and E-commerce was determined, relationships between vehicle loans and E-commerce were not identified. Causality was determined between housing loans and E-commerce.

Key Words: E-commerce, Personal Loans, Asymmetric Causality.

*Dr. Öğretim Üyesi, İskenderun Teknik Üniversitesi, İSTE İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Ekonomi Bölümü, HATAY.
e-posta:hakan.eryuzlu@iste.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-3715-0021>)

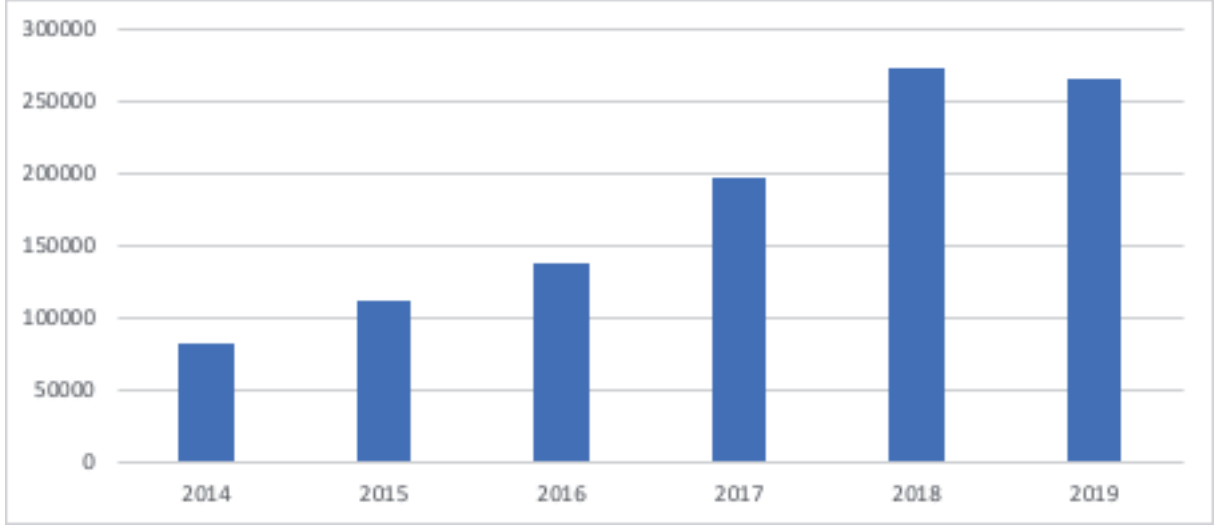
**Yüksek Lisans Öğrencisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, İSTE İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Ekonomi Bölümü, HATAY.
e-posta:aysunkurtoglu@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-7424-322X>)

GİRİŞ

Özellikle internetin gelişimi ve yayılımıyla birlikte teknolojik gelişmeler, insanların rutin çalışma hayatını yeni bir düzen doğrultusunda şekillendirmiştir. Bilgi, ağ (internet) ya da dijital ekonomi olarak da adlandırılan yeni düzen, mevcut çalışma koşullarında, yönetim düzeninde ve ticaret dünyasında büyük değişimler yaşanmasına neden olmuştur (Pekervd. 2019:47). Yeni düzende internet üzerinden alışveriş yapılabilmesi, banka şubelerine gidilmesine gerek kalmadan bankacılık işlemlerin gerçekleştirilebilmesi, birçok resmi işlemlerin internet ortamına taşınması vb. hayatı kolaylaştıran hizmetler mevcuttur. Bu hizmetler aynı zamanda çalışanların iş yükünü azaltabilmekte, işverenler içinse hem tasarruf sağlamakta hem de ürün tanıtma/satma faaliyetlerini kolaylaştırmaktadır. Söz konusu gelişim ve değişim içerisinde piyasa mekanizmasının işleyişi de yeni düzene uyum sağlamıştır. Piyasanın arz ve talep tarafının etkileşimi için artık bir bilgisayar ya da bir telefon yeterli olmaktadır. Gerçekten de yeni düzene geçiş ve uyum sürecinde sektörlerde köklü değişimler yaşanmış ve ticaretin işleyişi çok farklı bir boyuta taşınmıştır. Birçok sektörde geleneksel ticaret biçimleri yerine, internet ortamında ticarete geçilmiştir (Organ ve Çavdar, 2012:66). Çalışmanın ilgi alanlarından biri olan ve Elektronik ticaret (E-ticaret) olarak adlandırılan bu durum; piyasa mekanizmasının internet marifetiyle fiziki olarak bağlantı olmadan gerçekleştirilmesidir. E-ticaret ile arz edenler ve talep edenler etkili, hızlı aynı zamanda düşük maliyetli iş yapabilmekte ve uluslararası ticaret boyutunda da bu avantajları kullanabilmektedirler. E-ticaret gelişimi ve yayılımı incelendiğinde 1990 – 2000 yılları arasında ciddi gelişmeler yaşanmıştır. O dönemlerde mobil telefon kullanımı yaygınlaşmış ve bir adım öteye geçerek telefon teknolojisi akıllı telefon teknolojisine dönüşmeye başlamıştır. Bu aşamada bankacılık alanında kredi kartı teknolojisi ve yeni nesil ödeme sistemlerinin geliştirilmesi de E-ticaret gelişimine katkı sağlamıştır (Karabaş, 2018:84).

Türkiye tarihinde ilk defa 12 Nisan 1993'te Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde internet erişimi gerçekleştirilerek, internet Türkiye'de resmi olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1997 yılında ise, E-ticaret adına Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK), bir toplantı gerçekleştirmiş ve toplantıda E-ticaret ağının oluşturulması tartışılmıştır. 2001 yılında ise Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı olarak faaliyet gösteren Elektronik Ticaret Genel Koordinatörlüğü, E-Ticaret Çalışma Grubunu kurmuş böylece Türkiye E-Ticaret ile resmi olarak tanışmıştır (Ying, 2012: 5). Bununla birlikte kredi kartı kullanımının da aynı dönemlerde yaygınlaşmaya başladığı söylenebilir. 2001 krizinden sonra bankacılık sisteminin de iyileşmesi ve ülkenin ekonomik olarak toparlanması süreci daha da hızlandırmıştır. Sönmezler vd. (2019) bu savı destekler nitelikte çalışmalarında Türkiye'nin 2002 yılında 50 milyon TL'nin altında kredi kartı alışveriş tutarına sahipken, 2018 yılına gelindiğinde 700 milyon TL'yi aştığını göstermişlerdir.

Gelişmekte olan ülke ölçeğindeki Türkiye'de internet üzerinden gerçekleştirilen elektronik işlem adetleri, gelişmiş ülkelere göre azdır. Fakat elektronik işlem hacmi yıllara göre sürekli artış seyrindedir. Hiç kuşkusuz artışın ve gelişimin önemli nedeni teknoloji altyapı yatırımları ile birlikte tüm dünyada olduğu gibi taşınabilir bilgisayarların ve mobil kullanımının artmasıdır (Öztürk ve Başar, 2002:12). Bilgi teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) verilerine göre Türkiye'de mobil abone sayısı 2019 yılı başı itibariyle 62 milyona yaklaşmış, bir önceki yılın aynı dönemine oranlandığında %7'den fazla artış gerçekleşmiştir. Türkiye'nin bu alandaki ortalaması Avrupa Birliği (AB) ortalamasından düşüktür. Fakat gelişmekte olan ülkeler grubunda değerlendirildiğinde iyi durumdadır. BTK'ya göre Türkiye için E-ticaretin önümüzdeki dönemlerde daha hızlı gelişeceği öngörülmektedir (BTK 2019 Raporu). Türkiye'de E-ticaret adına işlem adetleri incelendiğinde ise çevrimiçi sitelere olan erişimin yüksek oranda mobil cihazlar aracılığı ile gerçekleştiği görülmektedir. Belirgin düzeyde giyim başta olmak üzere kişilerin elektronik cihaz taleplerinde, mobilden yapılan taleplerin, satın almaya dönüşüm oranları %55'i geçmiştir (TÜSİAD E-Ticaret 2019 Raporu). Çalışmanın kapsamını oluşturan 2014 ve 2019 (Eylül ayına kadar olan dönem) arası Türkiye E-ticaret hacmi incelendiğinde de hızlı gelişim fark edilmektedir.



Grafik 1: Türkiye E-Ticaret Hacmi

Çalışmanın diğer bir boyutu da ticari bankalar tarafından tahsis edilen bireysel kredilerdir. Piyasaların regülatörü olan bankaların gerçek kişilere (bireylere) sunduğu dış finansman ürünleri bireysel krediler olarak adlandırılmaktadır. Bireysel kredi kartı, kredili mevduat hesabı (KMH), taşıt kredisi, konut kredisi, ihtiyaç kredileri gibi ürünler bireysel kredi ürünleri olarak bilinirler. Diğer bireysel bankacılık ürünleri ise mobil bankacılık, internet bankacılığı, telefon bankacılığı, QR, kioks, EFT, ATM, SWIFT, vb. ürünler olarak sıralanabilir. Çalışmada bireysel kredilerden; ihtiyaç, konut ve taşıt kredileri dikkate alınmıştır. İhtiyaç Kredisi: Bireylerin hayatlarını idame ettiren çeşitli ihtiyaçlarına yönelik finansmanını sağlamak üzere nakit olarak ödenen aylık eşit taksitli, 3 aylık-6 aylık balon ödemeli, artan taksitli, azalan taksitli belirli dönem ödemesiz gibi kişilerin ödeme gücü ve seçeneklerine göre belirlenen bir kredi türüdür. Konut Kredisi: Gerçek kişi bireylerin dış finansman talebiyle konut alımlarındaki sermaye taleplerine cevaben, satın alınmak istenen evin uzman incelemesi değerinin belli bir oranına kadar kullanılabilen kredidir. Taşıt Kredisi: Bireylerin dış finansman talebiyle, sıfır veya belli bir yaşa kadar ikinci el araç alımlarında kullanılan kredi türüdür. Bankalarda diğer işletmeler gibi sektör içerisindeki paylarını korumak ve büyüme trendini arttırmak için teknolojik alt yapılarını ve mobilize oranlarını geliştirme yönünde çalışmaktadırlar. Teknolojik alt yapılarını daimi olarak güncelleyen bankalar hem yurtiçinde hem de yurtdışında ikame ürünleri ve hizmetleri müşterilerine ürünler sunmaktadır.

Çalışmada Türkiye ölçeğinde E-ticaret kullanımı ve ticari bankalar tarafından kullanılan bireysel krediler (tüketici, taşıt ve konut kredisi olarak ayrılmış biçimde) arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Eğer herhangi bir ilişki mevcut ise bu durum Türkiye açısından E-ticaret ve bireysel kredilerin uygulanabilecek politikalarda ortak değerlendirilmesi anlamına gelecektir. Ayrıca E-ticaretin bankacılık açısından hangi bireysel kredi kullanımını daha çok etkilediği de tespit edilebilecektir. Çalışmanın sonuçlarını daha hassas değerlendirebilmek amacıyla da tüm değişkenlerin pozitif ve negatif bileşenleri arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Bu kapsamda literatüre E-ticaretin bireysel kullanımının bireysel kredilere etkisi olup olmadığı ya da tersi olarak bireysel kredi kullanımının E-ticarete etkisi olup olmadığı konularında katkıda bulunulmuştur.

SEÇİLMİŞ LİTERATÜR

Literatürde E-ticaret ve ticari bankaların kullandığı bireysel krediler arasındaki ilişkileri araştıran çalışma mevcut değildir. Bunun yanı sıra E-ticaret ve bireysel krediler üzerine bağımsız çalışmalar çokça yapılmıştır. Bu aşamada çalışmanın ana konusu ile ilgili referans bir çalışma olmadığından E-ticaret ve bireysel krediler üzerine en çok yapılan çalışmalar seçilerek özetlenmiştir.

E-ticaret üzerine yapılan çalışmalar genellikle E-ticaretin kullanım avantajları, nedenleri ve yayılımı yönündedir. Başlar (2013) E-ticaretin hızlı gelişmesine neden olan etmenlerden bazılarının internet sayfalarındaki dil, içerik, reklamların gelen ziyaretçilere göre kişiselleştirilebilmesi olarak göstermiştir. Başlar ayrıca sosyal medya platformlarında tüketicilerinin kayıt oluşturmalarının işletmeler açısından ekonomik çıkar sağlanması yönünde de kullandığını tespit etmiştir. Acılar (2016) çalışmasında Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından

raporlanan İnternet üzerinden Kartlı İşlemler ile işletmelerde bilişim teknolojileri kullanım oranları ve hane halkı bilişim teknolojileri kullanım oranları gelişimini araştırmış ve Türkiye özelinde yaşanan gelişimleri ortaya koymuştur. Keleş (2018) çalışmasında 2011-2016 yılları arasında Türkiye'deki internet üzerinden yapılan kredi kartı harcamalarını analiz etmiştir. Tespitlerine göre, yurtiçi E-ticaret kapsamında yerli kredi kartı kullanımı analiz döneminde %283, yurtdışı E-ticaret kapsamında yerli kredi kartı kullanımı analiz döneminde %123 artış göstermiştir. Keleş bu tespitler ile Türkiye'de E-ticaret kullanımının ne kadar hızlı arttığına vurgu yapmıştır. Benzer şekilde Demiröğmez (2018) çalışmasında Türkiye E-ticaret gelişmesinin 2008-2018 yılları içerisinde yüksek oranda geliştiğini belirtmiştir. Karabaş (2018) önceki çalışmaları destekler nitelikte E-ticaretin makro anlamda hem Türkiye hem Dünya genelinde hızla geliştiğini belirtmiştir. Çalışması özelinde üniversite öğrencileri üzerinde de bir alan çalışması yapan Karabaş E-ticaret ve E-ticaretin yararına ilişkin korelasyon analizi gerçekleştirmiştir. Çetinkaya (2016) diğer çalışmalardan farklı olarak E-ticaretin sürekli geliştiğini fakat E-ticaretin aynı zamanda kayıt dışı ekonominin büyümesine de yol açtığını savunmuştur.

Literatürde E-ticaret ve bireysel krediler arasındaki ilişkileri araştıran bir araştırma mevcut değildir. Krediler konusunda özellikle ekonomik büyüme ile ilişkilerinin araştırıldığı çalışmalar literatürde mevcuttur. Ceylan ve Durkaya (2010) çalışmalarında Granger nedensellik testi ile yaptıkları çalışmalarında Türkiye'de kredi hacmi büyüdükçe ekonomik büyümenin etkilendiği sonucuna varmışlardır. Yine Mercan (2013) çalışmasında aynı sonuca ulaşmıştır. Bu sonuçların tersine yine Granger nedensellik yöntemi kullanarak Tuna ve Bektaş (2013) kredi hacminin ekonomik büyümeyi etkilemediği sonucuna varmışlardır. Yüksel ve Adalı (2017) çalışmalarında hem bireysel krediler hem de KOBİ kredilerinden ekonomik büyümeye nedensellik tespit etmişlerdir. Zortuk ve Çelik (2014) Türkiye için kredi hacmi ve ekonomik büyümenin eşbütünleşik olduğu tespitinde bulunmuşlardır. Türkiye ölçeğinde krediler üzerinde yapılan çalışmalar arasında kredilerin cari açık ile ilişkilerini inceleyen çalışmalarda mevcuttur. Ağazade (2014) Türkiye için cari açık ve krediler arasındaki eşbütünleşme testi sonucunda herhangi bir eşbütünleşme olmadığını tespit etmiştir. Kılıç (2015) cari açık ve bireysel kredi arasında eşbütünleşme tespit etmiştir. Tiryaki (2014) aynı ilişkiyi Granger nedensellik düzeyinde incelemiş ve nedensellik ilişkisi tespit etmiştir. Dücan (2016) çalışmasında Tiryaki ile aynı sonuçları elde etmiştir. Güneş ve Yıldırım (2017) çalışmalarında, uzun dönemde Türkiye için taşıt kredileri ile ticari kredilerdeki artışın cari açık üzerinde eşbütünleşik olduğu sonucuna varmışlardır. Türkiye ölçeğinde krediler ile araştırılan bir konu da kredi kullanımının belirleyicileri üzerinedir. Türkiye'de de tüketici kredileri ile ilgili çeşitli çalışmalar da yapılmıştır. Bu çalışmalar tüketici kredilerinin belirleyicileri alanında olmuştur. Bu kapsamda, Boylu vd. (2007) farklı gelir düzeyine sahip bireylerin bireysel kredi kullanma nedenlerini incelemiştir. Analizlerinde bireylerin kredi kullanmadan önce özellikle faiz oranı konusunda bilgilenmek istedikleri tespit etmişlerdir. İbicioğlu ve Karan (2009) benzer şekilde Türkiye'de bireylerin kredi kullanımında faiz oranının etkili olduğunu tespit etmiştir.

METODOLOJİ VE AMPİRİK SONUÇLAR

Çalışma hipotezi; "Türkiye'de E-ticaret kullanımı bireysel kredi kullanımı arasında ilişki mevcuttur" olarak belirlenmiştir. Eğer böyle bir ilişki mevcut ise, para otoritesi kredi kontrolü için E-ticareti bir parametre olarak dikkate almak zorundadır. Bu kapsamda hipotezi test etmek amacıyla Türkiye için E-ticaret ve kredilerin ilişkileri sınanmıştır. E-ticareti temsilen, Bankalararası Kart Merkezi (BKM) veri tabanından; E-ticaret işlem adedi (EİA) ve E-ticaret işlem hacmi (EİH) veri seti alınmıştır.¹ Kredileri temsilen Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) veri tabanından; ihtiyaç (İK), konut (KK) ve taşıt (TK) kredileri veri setleri elde edilmiştir. EİA dışındaki tüm seriler Türk Lirası cinsindedir. Seriler 2014 Ocak ayı ile 2019 Eylül ayları arasını kapsayan aylık verilerden oluşmaktadır.

E-ticaretin iki veri seti için (EİA ve EİH) ayrı ayrı nedensellik ilişkileri sınanmıştır. Buna göre, EİA ile İK, KK ve TK arasındaki nedensellik ilişkileri ve EİH ile İK, KK ve TK arasındaki nedensellik ilişkileri sınanmıştır. Söz konusu nedensellik ilişkileri serilerin orijinal haliyle yapıldığından bu aşamada geleneksel nedensellik ilişkilerinin sınıandığı söylenebilir. Seriler arasındaki daha detaylı ilişkilerin analizi ise bir sonraki aşamada seriler pozitif ve negatif bileşenlerine ayrılarak yapılmıştır. Bu kapsamda tüm seriler pozitif ve negatif bileşenlerine ayrılmış ve bu şekilde 48 nedensellik ilişkisi daha sınanmıştır. Çalışmada eşbütünleşme ilişkisi ise sınanmamıştır. Çünkü E-ticaret verileri ancak 2014 yılından sonra düzenli olarak tutulmaya başlanmış ve kullanım oranı teknoloji ile orantılı bir

¹ Çalışmada E-ticareti temsilen ulaşılan iki tip veri seti de kullanılmak zorunda kalmıştır. Bunun sebebi, hangi veri setinin daha güvenilir sonuçlar vereceği konusunda literatürde benzer bir çalışma olmadığıdır. Bu çalışma ve ileride yapılabilecek benzer çalışmalar soruna katkı sağlayabilecektir.

şekilde artmaya devam etmektedir. Bu sebeple uzun dönemli ilişki analizi yapmak yanıltıcı sonuçlar verebileceği öngörüsü ile sadece kısa dönemli ilişkiler üzerinde durulmuştur.

Analiz öncesinde serilerin durağanlık düzeyleri belirlenmiştir. Durağanlık tespiti için genişletilmiş Dickey-Fuller birim kök testi (ADF) kullanılmıştır (Schwarz Bilgi kriterine göre maksimum 10 gecikme uzunluğu dikkate alınmıştır). Nedensellik testi olarak ise Toda-Yamamoto testi kullanılmıştır. Bu testi geleneksel Granger nedensellik testinden ayıran bazı özellikleri vardır. Örneğin Granger testinde serilerin durağan olması ön koşulu sağlanmalıdır. Ayrıca seriler hem durağan değil hem de aralarında eşbütünlüşme ilişkisi mevcutsa VAR (vektör otoregresif model) modeli yerine VECM (hata düzeltme modeli) ile Granger nedensellik araştırılmaktadır. Toda-Yamamoto testinde ise bu iki ön koşulun önemi yoktur ve dikkate alınmayabilir. Böylece Toda-Yamamoto testinin daha esnek bir test olduğu söylenebilir. Toda-Yamamoto testinde sistem için kurulan VAR modelinin gecikme uzunluğu (k) önemli bir parametredir. Söz konusu gecikme uzunluğu yanında sistemde var olan serilerin en yüksek durağanlık düzeyi de (d_{max}) bir diğer önemli parametredir. İki gecikme uzunluğu belirlenmesinin ardından ikisi toplanarak; $k+d_{max}$ boyutunda yeni bir VAR modeli kurulur. Bu VAR modeli aşağıdaki 2 denklemden oluşmaktadır;

$$Y_t = \alpha_{10} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \vartheta_{1j} X_{t-j} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \theta_{1j} X_{t-j} \quad (1)$$

$$X_t = \alpha_{20} + \sum_{i=1}^k \alpha_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_{2i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \vartheta_{2j} X_{t-j} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \theta_{2j} X_{t-j} \quad (2)$$

Modelin temel hipotezi; “X, Y’nin Granger nedeni değildir” olarak test edilir. Bu kapsamda, Wald testi kullanılır (k serbestlik dereceli Ki-kare dağılımına göre) ve Wald testinin anlamlılığı için değişkenlere kısıtlar koyulur. Örneğin denklem (1) için $\alpha_{11}=0$ temel hipotezi sınanır. Hipotez kabul edilirse X’ten Y’ye doğru nedensellik olduğu sonucu kabul edilir. Denklem (2) içinse benzer şekilde nedensellik ilişkisi test edilir.

Belirlenen metodoloji kapsamında öncelikle serilerin durağanlık seviyeleri belirlenmiştir. Tüm seriler I(1) seviyesinde durağandır. Pozitif ve negatif bileşenleri dâhil tüm serilerin durağanlık testi sonuçları tablo.1’de özetlenmiştir.

Tablo 1: Durağanlık Testi Sonuçları

Seri Adı	Durağanlık Derecesi	İstatistik Değeri	P Olasılık Düzeyi
E-Ticaret İşlem Adedi (EİA)	I(1)	-6.9864	0.0000
E-Ticaret İşlem Adedi Pozitif Bileşen (EİA ⁺)	I(1)	-7.1388	0.0000
E-Ticaret İşlem Adedi Negatif Bileşen (EİA ⁻)	I(1)	-10.2070	0.0000
E-Ticaret İşlem Hacmi (EİH)	I(1)	-8.7663	0.0000
E-Ticaret İşlem Hacmi Pozitif Bileşen (EİH ⁺)	I(1)	-6.7756	0.0000
E-Ticaret İşlem Hacmi Negatif Bileşen (EİH ⁻)	I(1)	-11.5891	0.0000
İhtiyaç Kredisi (İK)	I(1)	-8.0628	0.0000
İhtiyaç Kredisi Pozitif Bileşen (İK ⁺)	I(1)	-8.1194	0.0000
İhtiyaç Kredisi Negatif Bileşen (İK ⁻)	I(1)	-3.4753	0.0117
Konut Kredisi (KK)	I(1)	-8.2095	0.0000
Konut Kredisi Pozitif Bileşen (KK ⁺)	I(1)	-8.1899	0.0000
Konut Kredisi Negatif Bileşen (KK ⁻)	I(1)	-3.7348	0.0056
Taşıt Kredisi (TK)	I(1)	-4.3616	0.0008
Taşıt Kredisi Pozitif Bileşen (TK ⁺)	I(1)	-3.6458	0.0072
Taşıt Kredisi Negatif Bileşen (TK ⁻)	I(1)	-5.3020	0.0000

Değişkenlerin I(2) olma ihtimaline karşın tüm değişkenlerin 1 farkları alınarak tekrar durağanlıkları sınanmıştır. Pozitif ve negatif bileşenleri dâhil 1. farklarındaki tüm serilerin durağanlık testi sonuçları tablo.2’de özetlenmiştir.

Tablo 2: Birinci Farklarındaki Serilerin Durağanlık Testi Sonuçları

Seri Adı	Durağanlık Derecesi	İstatistik Değeri	P Olasılık Düzeyi
E-Ticaret İşlem Adedi (EİA)	I(0)	-6.9864	0.0000
E-Ticaret İşlem Adedi Pozitif Bileşen (EİA ⁺)	I(0)	-7.1388	0.0000
E-Ticaret İşlem Adedi Negatif Bileşen (EİA ⁻)	I(0)	-10.2070	0.0000
E-Ticaret İşlem Hacmi (EİH)	I(0)	-0.7663	0.0000
E-Ticaret İşlem Hacmi Pozitif Bileşen (EİH ⁺)	I(0)	-6.7756	0.0000
E-Ticaret İşlem Hacmi Negatif Bileşen (EİH ⁻)	I(0)	-11.5891	0.0000
İhtiyaç Kredisi (İK)	I(0)	-8.0628	0.0000
İhtiyaç Kredisi Pozitif Bileşen (İK ⁺)	I(0)	-8.1194	0.0000
İhtiyaç Kredisi Negatif Bileşen (İK ⁻)	I(0)	-3.4753	0.0117
Konut Kredisi (KK)	I(0)	-8.2095	0.0000
Konut Kredisi Pozitif Bileşen (KK ⁺)	I(0)	-8.1899	0.0000
Konut Kredisi Negatif Bileşen (KK ⁻)	I(0)	-3.7348	0.0056
Taşıt Kredisi (TK)	I(0)	-4.3616	0.0008
Taşıt Kredisi Pozitif Bileşen (TK ⁺)	I(0)	-3.6458	0.0072
Taşıt Kredisi Negatif Bileşen (TK ⁻)	I(0)	-5.3020	0.0000

Tablo 2’de özetlenen sonuçlara göre tüm seriler I(0) olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple serilerin I(1) seviyesinde durağan oldukları kesinleşmiştir.

Durağanlık düzeylerinin belirlenmesinin ardından Toda-Yamamoto testi gerçekleştirilmiştir. Toda-Yamamoto testinde serilerin durağanlık dereceleri aynı olmak zorunda değildir. Toda-Yamamoto testinde durağanlık dereceleri, nedensellik için kurulacak modelin boyutunu aynı modelin VAR modeli boyutu ile belirlenmektedir. Bu sebeple her nedensellik araştırması için öncelikle VAR modeli kurulmuş ve uygun VAR modeli boyutu (k) belirlenmiş, daha sonra modeldeki değişkenlerin durağanlık dereceleri (d_{max}) VAR modeli boyutu ile toplanıp ($k+d_{max}$) yeni boyutta Toda-Yamamoto testi gerçekleştirilmiştir. Buna göre tablo.3’de Toda-Yamamoto testi sonuçları özetlenmiştir.

Tablo 3: Toda-Yamamoto Testi Sonuçları

Nedensellik ilişkisi	$k+d_{max}$	İstatistik Değeri (P Olasılık düzeyi)	Sonuç
EİA → İK	2	5.59130 (0.0611)	Nedensellik Var
İK → EİA	2	0.65461 (0.7209)	Nedensellik Yok
EİA → KK	2	5.20564 (0.0741)	Nedensellik Var*
KK → EİA	2	0.44826 (0.7992)	Nedensellik Yok
EİA → TK	3	2.63435 (0.4515)	Nedensellik Yok
TK → EİA	3	0.075058 (0.9947)	Nedensellik Yok
EİH → İK	6	16.76671 (0.0102)	Nedensellik Var*
İK → EİH	6	20.09687 (0.0027)	Nedensellik Var*
EİH → KK	6	18.07979 (0.0060)	Nedensellik Var*
KK → EİH	6	19.87597 (0.0029)	Nedensellik Var*
EİH → TK	3	1.622624 (0.6543)	Nedensellik Yok
TK → EİH	3	0.161389 (0.9836)	Nedensellik Yok

Asimetrik Nedensellik ilişkisi	$k+d_{max}$	İstatistik Değeri (P Olasılık düzeyi)	Sonuç
$EIA^+ \rightarrow IK^+$	2	6.033940 (0.0489)	Nedensellik Var*
$EIA^+ \rightarrow IK^-$	3	0.909221 (0.8232)	Nedensellik Yok
$EIA^- \rightarrow IK^+$	2	7.432350 (0.0243)	Nedensellik Var*
$EIA^- \rightarrow IK^-$	3	0.667728 (0.8808)	Nedensellik Yok
$IK^+ \rightarrow EIA^+$	2	0.130356 (0.9369)	Nedensellik Yok
$IK^+ \rightarrow EIA^-$	2	2.002728 (0.3674)	Nedensellik Yok
$IK^- \rightarrow EIA^+$	3	2.679707 (0.4437)	Nedensellik Yok
$IK^- \rightarrow EIA^-$	3	2.113518 (0.5492)	Nedensellik Yok
$EIA^+ \rightarrow KK^+$	2	6.059275 (0.0483)	Nedensellik Var*
$EIA^+ \rightarrow KK^-$	3	1.347589 (0.7179)	Nedensellik Yok
$EIA^- \rightarrow KK^+$	6	21.19967 (0.0017)	Nedensellik Var*
$EIA^- \rightarrow KK^-$	3	3.056393 (0.3830)	Nedensellik Yok
$KK^+ \rightarrow EIA^+$	2	0.125022 (0.9394)	Nedensellik Yok
$KK^+ \rightarrow EIA^-$	6	13.93502 (0.0304)	Nedensellik Var*
$KK^- \rightarrow EIA^+$	3	2.976346 (0.3953)	Nedensellik Yok
$KK^- \rightarrow EIA^-$	3	0.489985 (0.9211)	Nedensellik Yok
$EIA^+ \rightarrow TK^+$	3	3.100594 (0.3764)	Nedensellik Yok
$EIA^+ \rightarrow TK^-$	2	0.602144 (0.7400)	Nedensellik Yok
$EIA^- \rightarrow TK^+$	3	3.873283 (0.2755)	Nedensellik Yok
$EIA^- \rightarrow TK^-$	3	1.478813 (0.6872)	Nedensellik Yok
$TK^+ \rightarrow EIA^+$	3	4.885015 (0.1804)	Nedensellik Yok
$TK^+ \rightarrow EIA^-$	3	3.456182 (0.3265)	Nedensellik Yok
$TK^- \rightarrow EIA^+$	2	0.502301 (0.7779)	Nedensellik Yok
$TK^- \rightarrow EIA^-$	3	1.890713 (0.5954)	Nedensellik Yok
$EIH^+ \rightarrow IK^+$	6	18.88656 (0.0044)	Nedensellik Var*
$EIH^+ \rightarrow IK^-$	3	0.521677 (0.9141)	Nedensellik Yok
$EIH^- \rightarrow IK^+$	6	26.20339 (0.0002)	Nedensellik Var*
$EIH^- \rightarrow IK^-$	3	0.61182 (0.8937)	Nedensellik Yok
$IK^+ \rightarrow EIH^+$	6	15.30025 (0.0180)	Nedensellik Var*
$IK^+ \rightarrow EIH^-$	6	16.51418 (0.0112)	Nedensellik Var*
$IK^- \rightarrow EIH^+$	3	1.383568 (0.7094)	Nedensellik Yok
$IK^- \rightarrow EIH^-$	3	0.527424 (0.9128)	Nedensellik Yok
$EIH^+ \rightarrow KK^+$	6	15.30210 (0.0180)	Nedensellik Var*
$EIH^+ \rightarrow KK^-$	4	3.438069 (0.4874)	Nedensellik Yok
$EIH^- \rightarrow KK^+$	4	14.64361 (0.0055)	Nedensellik Var*
$EIH^- \rightarrow KK^-$	3	2.452891 (0.4839)	Nedensellik Yok
$KK^+ \rightarrow EIH^+$	6	17.93821 (0.0064)	Nedensellik Var*
$KK^+ \rightarrow EIH^-$	4	13.32947 (0.0098)	Nedensellik Var*
$KK^- \rightarrow EIH^+$	4	6.877438 (0.1425)	Nedensellik Yok
$KK^- \rightarrow EIH^-$	3	0.474933 (0.9244)	Nedensellik Yok
$EIH^+ \rightarrow TK^+$	6	9.568478 (0.1440)	Nedensellik Yok
$EIH^+ \rightarrow TK^-$	2	0.388968 (0.8233)	Nedensellik Yok
$EIH^- \rightarrow TK^+$	5	12.03073 (0.0344)	Nedensellik Var*

EİH ⁻ → TK ⁻	3	1.50968 (0.6800)	Nedensellik Yok
TK ⁺ → EİH ⁺	6	9.08829 (0.1687)	Nedensellik Yok
TK ⁺ → EİH ⁻	5	6.18489 (0.2886)	Nedensellik Yok
TK ⁻ → EİH ⁺	2	0.390312 (0.8227)	Nedensellik Yok
TK ⁻ → EİH ⁻	3	3.22348 (0.3584)	Nedensellik Yok

*Nedensellik sonuçları %10 anlamlılık derecesinde değerlendirilmiştir.

Tablo.3’de verilen Toda-Yamamoto testi sonuçlarında öncelikle serilerin orijinal halleri (bileşenlerine ayrılmamış) ile tespit edilen nedensellik ilişkilerine göre;

- E-ticaret işlem adetinden, konut kredisine nedensellik ilişkisi,
- E-ticaret işlem hacminden, ihtiyaç kredisine nedensellik ilişkisi,
- İhtiyaç kredisinden, E-ticaret işlem hacmine nedensellik ilişkisi,
- E-ticaret işlem hacminden, konut kredisine nedensellik ilişkisi,
- Konut kredisinden, E-ticaret işlem hacmine nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Ayrıca serilerin pozitif ve negatif bileşenlerine ayrılarak yapılan (asimetrik nedensellik) Toda-Yamamoto testi sonunda tespit edilen nedensellik ilişkileri aşağıdaki şekildedir;

- Pozitif E-ticaret işlem adedinden, pozitif ihtiyaç kredisine nedensellik ilişkisi,
- Negatif E-ticaret işlem adedinden, pozitif ihtiyaç kredisine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif E-ticaret işlem adedinden, pozitif konut kredisine nedensellik ilişkisi,
- Negatif E-ticaret işlem adedinden, pozitif konut kredisine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif konut kredisinden, negatif E-ticaret işlem adedine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif E-ticaret işlem hacminden, pozitif ihtiyaç kredisine nedensellik ilişkisi,
- Negatif E-ticaret işlem hacminden, pozitif ihtiyaç kredisine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif ihtiyaç kredisinden, pozitif E-ticaret işlem hacmine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif ihtiyaç kredisinden, negatif E-ticaret işlem hacmine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif E-ticaret işlem hacminden, pozitif konut kredisine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif konut kredisinden, pozitif E-ticaret işlem hacmine nedensellik ilişkisi,
- Pozitif konut kredisinden, negatif E-ticaret işlem hacmine nedensellik ilişkisi,
- Negatif E-ticaret işlem hacminden, pozitif taşıt kredisine nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Teknolojinin de hızlı gelişimine paralel olarak, Türkiye’de E-ticaret kullanımı hem firma hem de müşteriler düzeyinde artmış ve artmaya devam etmektedir. E-ticaret, sadece ürün ve ürünlerle ilgili bilgilere ulaşma avantajları yanında müşteriler için en uygun fiyatı bulma, satıcılar içinse pazarlarını daha geniş kitlelere ulaştırma konusunda son derece faydalı bir piyasa konumundadır. E-ticaret piyasasının gelişmesi sadece E-ticaret ile satış yapan firmaları değil etkileşimde olduğu; lojistik, kargo hizmetleri, reklam, web tasarım vb. sektörlerle de olumlu katkıları sağlamaktadır.

Bu çalışmada E-ticaretin bireysel kullanımlara açık olan; ihtiyaç kredisi, konut kredisi ve taşıt kredisi ile olan ilişkileri araştırılmıştır. Söz konusu bu kredi türlerinin araştırılmasındaki gerekçeler şu şekildedir; E-ticaret platformları tüketicileri alışverişe yönlendirmekte, böylece alışveriş için para ihtiyaçları da artmaktadır. Aynı zamanda bankalar kredi kartlarından çeşitli kullanım seçenekleriyle (mail order, sanal kart, paypall, masterpass, QR kod ile ödeme paycell, temassız) internet üzerinden ödeme kolaylıkları, internet üzerinden kredi başvurusu vb. pazarlama teknikleri ile tüketicileri yönlendirmektedir. Bu durumlarda özellikle ihtiyaç kredisi kullanımının artmasına yol açabilir. Yine hem konut hem de taşıt alım satımı için yüksek ziyaretçi oranları bulunan E-ticaret platformları bulunmaktadır. Böylelikle taşıt ve konut piyasası canlanmaktadır. Bu sebeple tüketicilerin canlanan konut ve taşıt piyasalarına paralel olarak konut ve taşıt kredi istekleri artabilir.

Analizde E-ticareti temsilen ilgili ayda internet üstünden yapılan kayıtlı E-ticaret sayısını gösteren; E-ticaret işlem adedi ve aynı aya ait toplam Türk lirası cinsinden; E-ticaret işlem hacmi verileri kullanılmıştır. Hangi veri setinin E-ticareti daha doğru temsil edeceği konusunda literatürde benzer bir çalışma olmadığından iki veri setinin de analizleri eşit önemlilikte varsayılmıştır. Bu varsayıma rağmen birim olarak kredilerle aynı olduğundan (Türk lirası cinsinden) işlem hacmi serisinin daha dikkatli izlenmesi gerektiği önerilebilir.

Öncelikle serilerin bileşenlerine ayrılmamış, orijinal halleri ile elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, E-ticaret işlem hacmi serisinin E-ticaret işlem adedi serisine göre kredilerle daha fazla nedensellik ilişkisi bulgularına sahip olduğu görülmektedir. Hem hacim hem de adet serilerinin ortak olduğu nedensellik ilişkisi E-ticaretten konut kredilerine olan nedensellik ilişkisidir. Buna göre E-ticarette meydana gelen değişiklikler konut kredisi kullanım oranını etkilemektedir. Bu durumda;

- *Konut alım satımına yönelik hizmet veren E-ticaret portallarının konut piyasasında etkili olduğu söylenebilir.*

Tespit edilen E-ticaret ve konut arasındaki nedensellik ilişkisinin serilerin bileşenlerine ayrılmış şekilde detaylı analizinde ise; E-ticaret işlem hacmindeki pozitif şoklardan konut kredisindeki pozitif şoklara nedensellik ilişkisi ve konut kredisindeki pozitif şoklardan da E-ticaret işlem hacmindeki pozitif şoklara nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Bu durumda E-ticaretteki artışların bir nedeni konut alan tüketicilerin yeni konutları için yaptıkları alışveriş olabilir. Tersi durumda yeni konut alımı da tüketicileri E-ticaret ile konutları için alışveriş yapmaya yönlendirmiş olabilir. Bu kapsamda tespit edilen bir başka nedensellikte konut kredisi kullanımının arttığında (yani pozitif şoklarda) E-ticaret işlem hacminin azalmasıdır. Bu dönemlerde konut kredisi ile konut alan tüketicilerin harcama yetenekleri azalacağından internet alışverişini azaltmaları beklenebilir. Nedenselliğin konut kredisi yönünde, işlem adedi ile olan ayrıntılı ilişkisinde ise; E-ticaret işlem adedindeki pozitif ve negatif şoklar, konut kredisinde pozitif şoklara nedensellik ilişkisi mevcutken, konut kredisindeki pozitif şoklar E-ticaret işlem adedinde negatif şoklara neden olmaktadır. Bu durumda, işlem adedi artış ya da azalışı daha çok konut dışı (konut alım satımına internet sadece arz ve talep edenin iletişimi açısından aracılık etmektedir) mal ve hizmetler olduğundan anlamlı bir sonuç çıkmamıştır. Fakat konut kredisi kullanımının artmasının (buna bağlı olarak konut satışının artması) E-ticaret işlem adedin negatif şok ile nedensellik ilişkisi, bir önceki işlem hacmi ile paralellik göstermektedir. Bu sebeple benzer bir yorum olarak, tüketicilerin konut alması harcama limitlerini olumsuz yönde etkileyip ve E-ticaret alışverişlerini azaltıyor olabilir.

Serilerin bileşenlerine ayrılmadan orijinal hallerindeki bir başka nedensellik ilişkisi, E-ticaret işlem hacmi ile ihtiyaç kredisi arasındaki karşılıklı nedensellik ilişkisidir. İhtiyaç kredisi ile E-ticaret işlem adedi arasında ise bir nedensellik ilişkisi tespit edilmemiştir. Bu durumda;

- *E-ticaret işlem hacminde meydana gelen değişiklikler, ihtiyaç kredisi oranında değişikliklerin Granger nedenidir ve tersi durumda da ihtiyaç kredisi oranında meydana gelen değişiklikler, E-ticaret işlem hacminde değişikliklerin Granger nedenidir.*

Tespit edilen E-ticaret işlem hacmi ve ihtiyaç kredisi arasındaki nedensellik ilişkisinin serilerin bileşenlerine ayrılmış şekilde detaylı analizinde ise; *E-ticaret işlem hacmindeki artışlar (pozitif şoklar), ihtiyaç kredisinde artışa (pozitif şoklara) neden olmaktadır.* Gerçekten de E-ticaret tüketicileri daha çok satın almaya yönlendireceğinden bütçelerini aşan harcamalar söz konusu olmaya başladığında bankalardan ihtiyaç kredisi ile borçlanmaları artacaktır. Tespit edilen bir başka ilişkide, *E-ticaret işlem hacminde meydana gelecek daralma, ihtiyaç kredisi*

kullanım oranına arttırdığıdır. Bazı ekonomik konjonktür dönemlerinde (özellikle daralma dönemlerinde) tüketiciler satın alma taleplerini düşürdükleri halde daha fazla borçlanabilmektedirler Bir başka asimetrik tespit *ihtiyaç kredisinde meydana gelen artışlar ile E-ticaret işlem hacminde hem pozitif hem de negatif nedensellik ilişkisi* tespit edilmiştir. Böyle bir sonuç ihtiyaç kredisi kullanımının mutlaka E-ticarete etki ettiğini göstermektedir. Tüketiciler genişleme dönemlerinde bankalardan borçlandıklarında bunu E-ticaret satış sitelerinde satışların artması yönünde harcadıkları, tersi durumda da (daralma dönemlerinde) kullandıkları ihtiyaç kredisini ekstra harcamalara (özellikle E-ticaret platformlarından) değil mevcut borç stoklarını yönetmede değerlendirmektedirler.

Orijinal serilerde görülmeyen fakat asimetrik nedensellikte görülen (bazı çalışmalar bu tür nedenselliği saklı nedensellik olarak tanımlar) E-ticaret işlem adedi ile ihtiyaç kredisi arasındaki nedensellik ilişkisi değerlendirilmesi gereken bir başka sonuçtur. Elde edilen sonuç, *E-ticaret işlem adedinde meydana gelen artış ya da azalışların, ihtiyaç kredisinde meydana gelen artışa Granger neden olduğu*dur. Bu sonucun E-ticaret işlem hacmi artış ve azalışlarının, ihtiyaç kredisi üzerindeki etkileri ile aynı olduğu görülmektedir.

Çalışmanın önemli sonuçlarından birisi de *E-ticaret işlem hacmi ya da adedi ile taşıt kredileri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi* çıkmamasıdır. Söz konusu değişkenlerin bileşenleri incelendiğinde sadece, *E-ticaret hacmi daraldığında, taşıt kredisi kullanım oranına Granger neden olduğu* sonucuna ulaşılmıştır. Taşıtlar da aynı konutlar gibi E-ticaret üzerinden alınıp satılan bir mal olmadığından, bu sonuç E-ticaret alışverişinin ülkede azalması tüketicilerin gelirlerini taşıt almak için kullandığını gösterebilir. Fakat bu değerlendirmeden daha önemli bir değerlendirme Türkiye’de taşıt kredisinin kullanım talebinin düşük olmasıdır. Çünkü ikinci el taşıt alacak tüketiciler taşıt kredisi yerine ihtiyaç kredisini tercih edebilmektedirler.

Çalışma sonunda elde edilen sonuçlar, çalışma hipotezi olan “Türkiye’de E-ticaret kullanımı bireysel kredi kullanımı arasında ilişki mevcuttur” hipotezini doğrulamaktadır. Bu durumda kredi hacminin yönetilmesi ve yönlendirilmesinde, politika yapımcılar E-ticaret gelişimini dikkate almalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Acilar, A. (2016). "E-Commerce In Turkey". *Pressacademia Procedia*, 2(1), 281-288.
- Ağazade, S. (2014). "Tüketici Kredilerine Yönelik Sınırlama Türkiye'nin Cari Açık Sorununa Çözüm Olur Mu? Doğrusal Dışı Bir Koentegrasyon Analizi". *Bankacılar Dergisi*, (91), 46-54.
- Başlar, G. (2013). "Yeni Medyanın Gelişimi Ve Dijitalleşen Kapitalizm.", Akademik Bilişim Konferansı. Ab.Org.Tr/Ab13/Bildiri/247.Pdf, (Erişim Tarihi: 15.05.2020).
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Raporu 2019, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/4-ceyrekraporu-2019-final.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.05.2020).
- Boylu, A. A., Günay, G., & Terzioğlu, G. (2009). "Ailelerin Bankalarca Sağlanan Tüketici Kredilerini Kullanma Durumlarının İncelenmesi". *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar Dergisi*, 1-11
- Ceylan, S., & Durkaya, M. (2010). "Türkiye'de Kredi Kullanımı-Ekonomik Büyüme İlişkisi". *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(2), 21-35.
- Çetinkaya, Ş. (2016). "E-Ticaret Uygulamalarının Makro Ekonomik Göstergelere Etkisi SWOT Analizi Ve Türkiye'de E-Ticaret Gelişimi İçin Bir Eylem Planı Önerisi". *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 235-256.
- Demirdöğmez, M., Gültekin, N., & Taş, H. Y. (2018). "Türkiye'de E-Ticaret Sektörünün Yıllara Göre Gelişimi". *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(15), 2216-2236.
- Dücan, E., Polat, M. A., & Balcıoğlu, E. (2016). "Tüketim Toplumu Örneği Olarak Türkiye'nin Cari Açık Ve Tüketici Kredileri İlişkisi". *Siyaset, Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 161-188.
- Güneş, S., & Yıldırım, C. (2017). "Kredi Genişlemesi İle Cari Açık Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği". *Aydın İktisat Fakültesi Dergisi*, 2(1), 43-60.
- İbicioğlu, M., & Karan, M. B. (2009). "Türkiye'de Faiz Oranlarının Tüketici Kredileri Üzerindeki Etkisi". *Journal of BRSA Banking & Financial Markets*, 3(2), 11-30.
- Karabaş, S. (2018). "E-Ticaret Ve Üniversite Öğrencilerinin Elektronik Ticarete İlişkin Tutum Ve İlgilenim Düzeylerinin Belirlenmesi: Bir Alan Araştırması." *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (68), 83-104.
- Keleş, A. (2018). "Türkiye'nin E-Ticaret İşlem Hacmi Ve İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler." *Electronic Turkish Studies*, 13(6), 255-280.
- Kılıç, C. (2015). "Tüketici Kredileri Ve Cari Açık Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği". *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 407-420.
- Mercan, M. (2013). "Kredi Hacmindeki Değişimlerin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Ekonomisi İçin Sınır Testi Yaklaşımı". *Bankacılar Dergisi*, (84), 54-71.
- Organ, İ., & Çavdar, F. (2012). "Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Uluslararası Alanda Yaşanan Sorunlar". *İnternet Uygulamaları Ve Yönetimi Dergisi*, 3(1), 63-84
- Öztürk, L. & Başar, S. (2002). "Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret: Dünya'daki Gelişmeler ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme". *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, (16)3, 11-30.
- Peker, A. E., Şanlı, İ., & Eren, E. G. "Türkiye'de Genç İşsizlik İle Mücadelede Yeni Bir Yaklaşım: Yeni Ekonomi Ve E-Ticaret". *Uluslararası Ekonomi Ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 3(9), 44-60.
- Sönmezler, G., Gündüz, İ. O., & Torun, M. (2019). "Türkiye'de Kredi Kartı Harcamaları İle Tüketici Güven Endeksi Ve Enflasyon Arasındaki İlişki Üzerine Ampirik Bir Çalışma". *Journal Of The Cukurova University Institute Of Social Sciences*, 28(1), 17-29.
- Tiryaki, G. (2014). "Türkiye'de Bireysel Kredilerin Ekonomik Büyüme Ve Cari Açık İle İlişkisi". *Bankacılar Dergisi*, (91), 55-74.
- Toda, H. Y., & Yamamoto, T. (1995). "Statistical Inference In Vector Autoregressions With Possibly Integrated Processes." *Journal Of Econometrics*, 66(1-2), 225-250.
- Tuna, K. & H. Bektaş (2013), "Kredi Hacminin Ekonomi Büyüme Üzerindeki Rolünün İncelenmesi: Türkiye Örneği", *Finansal Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi*, (5), 139-150.

TÜSİAD E-Ticaret 2019 Raporu, <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf>

Ying, M. (2012). *Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler*. (Yayımlanmış Yüksek lisans Tezi) Kadir Has Üniversitesi.

Yüksel, S., & Adalı, Z. (2017). "Farklı Kredi Türleri Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Belirlenmesi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama". *Politik Ekonomik Kuram*, 1(1), 1-21.

Zortuk, M., & Çelik, Y. (2014). "The Relationship Between Bank Loans And Economic Growth In Turkey: 1995-2010". *Alphanumeric Journal*, 2(2), 51-60.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.06.2020 ✓Accepted/Kabul:16.07.2020

DOI: 10.30794/pausbed.758699

Araştırma Makalesi/ Research Article

Güneş, H. ve Kaya M. (2021). "Döviz Kuru Getiri ve Volatilitesinde Uzun Hafıza Testi: 2008 Küresel Finans Krizine İlişkin Bir Araştırma" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 239-262.

DÖVİZ KURU GETİRİ VE VOLATİLİTESİNDE UZUN HAFIZA TESTİ: 2008 KÜRESEL FİNANS KRİZİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA*

Hidayet GÜNEŞ**, Murat KAYA***

Öz

Bu çalışma Türkiye döviz piyasasında işlem gören Amerikan Doları/Türk Lirası, Euro/Türk Lirası ve Pound/Türk Lirası döviz kurlarının 02.01.2002 ile 31.12.2019 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatlarını kullanarak getiri ve volatilité serilerinde uzun hafızanın varlığını test etmek amacıyla yapılmaktadır. Yapılan analizlerde, getiride sadece Euro getiri serisi için kriz öncesi dönemde uzun hafızanın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bütün döviz kurlarında tüm veri seti için volatilitéde uzun hafızanın olduğu tespit edilmiştir. Amerikan Doları getiri serisi için kriz dönemi ve kriz sonrası dönemde, Euro getiri serisi için de kriz öncesi dönemde getiri ve volatilitéde ikili uzun hafızanın var olduğu belirlenmiştir. FIAPARCH modelinde asimetri parametresi olan γ , tüm veri seti için anlamlı ve negatif değerde bulunmuştur. Bu, pozitif bilgi şoklarının negatif bilgi şoklarına göre volatilité üzerinde daha baskın olduğu yani daha fazla oynaklığa neden olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Riske Maruz Değer Analizi sonucunda, tüm döviz kurları için ARFIMA-FIAPARCH modeli en uygun VaR modeli olarak bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uzun Hafıza, Etkin Piyasa Hipotezi, Döviz Piyasası, ARFIMA-FIAPARCH Modeli.

TESTING LONG MEMORY IN EXCHANGE RATE RETURN AND VOLATILITY: A RESEARCH ON THE 2008 GLOBAL FINANCIAL CRISIS

Abstract

This study is performed in order to test the presence of long memory in returns and volatility series by using daily closing prices of the three exchange rates which are the US Dollar / Turkish Lira, Euro / Turkish Lira and the Pound / Turkish Lira traded in Turkey's foreign exchange market, the market of the emerging country, in the dates between 01/02/2002 and 12/31/2019. The analysis concluded that long memory in return, Euro return series exists only in the pre-crisis period. For the whole data set in all exchange rates, long memory is determined in volatility. It is determined that there is a dual long memory in return and volatility for the dollar return series in the crisis period and post-crisis period, and for the Euro return series in the pre-crisis period. In the FIAPARCH model, asymmetry parameter γ is found significant for the whole data set and in negative value. This means that positive information shocks are more dominant on volatility than negative information shocks, that is, causing more volatility. Besides, ARFIMA-FIAPARCH model was concluded as the most suitable VaR model for all exchange rates as a result of Value at Risk analysis.

Keywords: Long Memory, Efficient Market Hypothesis, Foreign Exchange Market, ARFIMA-FIAPARCH Model.

*Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamlanan Güneş (2020) "Döviz Kuru Getiri ve Volatilitesinde Uzun Hafızanın Test Edilmesi: 2008 Küresel Finans Krizi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**Arş. Gör. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, BURDUR.
e-posta:hgunes@mehmetakif.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-9826-9862>)

***Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, BURDUR.
e-posta:mkaya@mehmetakif.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-5988-0773>)

GİRİŞ

Serbestleşen finansal yapı ile birlikte yatırımcılar istedikleri ülke borsalarına, döviz kurlarına veya doğrudan yatırım olarak ülkeye çeşitli yatırımlar yapmaktadırlar. Bu yatırımlar sayesinde kazançlarına kazanç katabilmektedirler. Ülkeler arası yapılan tüm işlemler döviz üzerinden gerçekleştiği için döviz piyasaları her an takip edilen piyasa olmaya başlamıştır. Döviz piyasalarında meydana gelebilecek volatiliteler dolaylı yollardan da olsa o ülke ile ekonomik faaliyet yürüten tüm ülkeleri etkileyebilme kapasitesine sahip olmaktadır. Volatiliteler kavramı, piyasada işlem gören finansal varlıkların fiyatlarında zaman içerisinde meydana gelen ani ve beklenmedik değişimler olarak ifade edilmektedir. Döviz kuru volatilitesi de, döviz kurlarında gözlemlenen beklenmedik fiyat değişikliklerini belirtmektedir (Abdalla, 2012: 217). Döviz piyasasında ortaya çıkabilecek aşırı volatiliteler finansal piyasaların tümüne sirayet edebilmekte ve onları olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Volatilitesi yüksek olan bir ülke piyasasına çoğu yatırımcı kolay yatırım yapmak istemeyecektir. Bu yüzden karar vericiler açısından piyasalarda ortaya çıkabilecek volatilitenin yönetilebilmesi ve bunun piyasa oyuncularına doğru ve etkin bir şekilde açıklanabilmesi gerekmektedir.

Volatilitenin ortaya çıkmasının birçok sebebi bulunmaktadır. Etkinlik anlamında ön plana çıkan sorun ise asimetrik bilgi sorunudur. Döviz piyasalarında veya finansal piyasaların tamamında asimetrik bilgi sorunu söz konusu olmaktadır. Piyasaya ulaşan bir bilgi veya haberin herkes tarafından anında bilinmesi ve ona göre pozisyon alınması gerekir ki yatırımcıların hepsi aynı bilgiden kazanç elde edebilsin. Ancak böyle bir durum günümüz piyasa koşullarında pek mümkün olmamaktadır. Bu yüzden bilgiye daha önce ulaşan veya piyasadaki oyunculardan daha fazla bilgiye sahip olan bir yatırımcı diğerlerine göre daha fazla kazanç sağlayabilmektedir. İşte bu durum asimetrik bilgi olarak ifade edilmektedir. Asimetrik bilgi durumunda haksız kazanç ortaya çıkmakta ve o piyasa için etkinlikten söz edilememektedir (Mishkin, 2004: 32).

Finansal piyasalara yeni bir haber akışı ulaştığı zaman, bu haber piyasa oyuncularınca analize tabi tutulmakta analiz sonucunda da o finansal varlık için yeni bir piyasa fiyatı ortaya çıkmaktadır. Piyasaya, finansal varlık fiyatlarını etkileyebilecek yeni bir haber ulaşınca kadar, belirlenen piyasa fiyatı denge fiyatı olarak geçerliliğini sürdürmektedir. Finansal varlıkların piyasadaki yeni haberlere hemen, eksiksiz ve doğru olarak tepki verdiği, varlık fiyatlarının tesadüfi olarak değişim sergilediği, piyasa katılımcılarının normalin üzerinde getiri elde etmesinin önüne geçildiği, portföy yatırımcılarının bireysel olarak veya gruplar halinde ortalama piyasa getirisinin üzerinde herhangi bir getiri sağlamasının mümkün olmadığı piyasalar *etkin piyasa* olarak isimlendirilmektedir (Atan vd., 2009: 34).

Fama 1970 yılındaki çalışmasında *Etkin Piyasa Hipotezi*'ni ortaya çıkarmıştır. Bu hipotez, menkul kıymet fiyatlarının finansal piyasalara ulaşan tüm bilgileri yansıttığını ifade etmektedir. Etkin Piyasa Hipotezi'ne göre piyasa etkinliğinin 3 farklı türü bulunmaktadır. Bunlar; zayıf formda etkin, yarı güçlü formda etkin ve güçlü formda etkin piyasalar şeklindedir (Fama, 1970: 414). *Zayıf formda etkin piyasa*, finansal varlık fiyatlarının geçmişteki tüm bilgileri içerdiği piyasa türünü ifade etmektedir (Pike ve Neale, 1999: 44). Yatırımcı finansal varlığın geçmiş fiyat hareketlerine bakarak ortalama piyasa getirisi üzerinde bir kazanç elde edememektedir. Çünkü varlık fiyatı içerisinde zaten bu durum yansımaktadır. Etkin Piyasa Hipotezi'ne göre herhangi bir zamanda oluşan fiyat hareketleri, başka bir zamandaki fiyat hareketlerinden bağımsızlık göstermektedir (Brealey ve Myers, 1999: 358). *Yarı güçlü formda etkin piyasa*, menkul kıymet varlık fiyatına varlığın geçmiş fiyatının yanında kamuya açıklanmış olan tüm haber ve bilgilerin de yansıdığı etkin piyasa türüdür. Piyasaya yansıyan bu haber ve bilgiler, sadece geçmişteki varlık fiyat hareketlerini değil kazanç ve kar payı ilanlarını, pay senedi çıkarımını, teknolojik hamleleri, firmaların finansal tablolarını, şirket birleşmeleri gibi birçok veriyi içermektedir. Bu etkin piyasa türünde, kamuya açıklanan haber ve bilgiler hemen varlık fiyatına yansıdığı için bu verilerin tekrardan analize tabi tutularak avantaj sağlanması gibi bir durum söz konusu olamayacaktır (Arnold, 1998: 602). *Güçlü formda etkin piyasada ise*, firma içi bilgiler de dâhil olmak üzere varlık fiyatına tüm haber ve bilgiler yansıtılmaktadır. Piyasada içerden bilgi edinilenlerde dâhil olmak üzere hiçbir yatırımcının varlık fiyatında oluşacak değeri önceden tahmin edebilmesi mümkün değildir. Bu yüzden güçlü formda etkin piyasa türü Etkin Piyasa Hipotezi 'ni en iyi açıklayan ve ona en yakın olan form şeklindedir. Bu piyasa türünde piyasada dolaşan haber veya bilgi anlamında piyasada işlem yapan katılımcılar arasında bir üstünlük söz konusu değildir. Yani içerden bilgi edinilenlerin piyasa getirisi üzerinde bir kar elde etmesi ve bunu ticarete dönüştürmesi olanaksızdır (Meggison, 1997: 14).

Finansal zaman serilerinin geçmişteki fiyatlarına bakarak, gelecekte alabileceği fiyatlar tahmin edilebiliyorsa bu serinin uzun hafıza özelliği sergilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Serinin geçmiş değerleri ile arasında uzun dönem bağımlılığı işaret etmektedir. Bu durum, finansal varlığın değerinin önceden tahmin edilebilir bir yapıda olduğunu göstermesinden dolayı Etkin Piyasa Hipotezi ile bağlantılı bir kavram haline getirmektedir (Balibey, 2014: 83-84).

Bu çalışma Türkiye döviz piyasasında işlem gören, Amerikan Doları/Türk Lirası, Euro/Türk Lirası ve Pound/Türk Lirası döviz kurlarının 02.01.2002 ile 31.12.2019 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatlarını kullanarak, getiri ve volatilité serilerinde uzun hafızanın varlığını test etmek amacıyla yapılmaktadır. Bu döviz kurları Türkiye açısından, hem döviz piyasasında en çok işlem gören hem de uluslararası ticarete en çok kullanılan döviz kurları olmasından dolayı çalışmada kullanılmıştır. 2008 Küresel Finans Krizi'ni dikkate alarak veri seti 3 farklı döneme bölünmüştür. 02.01.2002 ile 31.07.2007 tarihleri arası kriz öncesi dönem, 01.08.2007 ile 31.12.2012 tarihleri arası kriz dönemi ve 02.01.2013 ile 31.12.2019 tarihleri arası da kriz sonrası dönem olarak analize tabi tutulmuştur. Analizin doğru sonuç verebilmesi için günlük kapanış fiyatları günlük nominal getiri serisi haline dönüştürülmüştür. Getiri üzerinde uzun hafızanın varlığını test etmek için ARFIMA, volatilitéde uzun hafızanın varlığını test etmek için de simetrik model FIGARCH ve asimetrik model olan FIAPARCH modelleri kullanılmıştır. İkili uzun hafızanın varlığını test etmek için de ARFIMA-FIAPARCH modeli yardımıyla sonuçlar açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada Sanso vd. (2004) tarafından geliştirilen modifiye edilmiş ICSS yapısal kırılma testi veri setlerine uygulanmış, analiz sonucunda veri seti için herhangi bir kırılmaya rastlanmamıştır.

Uzun hafıza varlığını hisse senedi piyasalarında test eden çalışmalar çok fazla sayıda olmasına rağmen, döviz piyasaları üzerine yapılan çalışmalar daha sınırlı sayıda kalmıştır. Ayrıca ikili uzun hafızanın varlığını yani getiri ve volatilité birlikte incelendiği araştırma sayısı çok değildir. Asimetrik modellerin simetrik modellere göre daha iyi sonuçlar verdiğini gösteren literatürü dikkate alarak bu çalışmanın, asimetrik volatilité modellemesi olan FIAPARCH modeli kullanılarak literatüre farklı katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma giriş bölümünden sonra ekonometrik metodoloji, literatür taraması, çalışmanın amacı, veri seti ve son olarak da sonuç bölümünden oluşmaktadır.

1. EKONOMETRİK METODOLOJİ

Otoregresif koşullu değişen varyans (ARCH) modelleri, finansal zaman serisi analizlerinde bir iktisadi varlığı elde bulundurmanın taşıdığı riskin analizinde, opsiyon fiyatlarının değerlendirilmesinde, zamana göre değişken güven aralıklarının öngörülmesinde ve değişen varyans sorunu altında daha verimli ve etkin tahminçiler elde edilmesinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Degiannakis ve Xekalaki, 2017: 8).

Engle (1982) önerdiği ARCH modeliyle, bir zaman serisinin ortalamasını ve varyansını aynı anda modellemenin imkân dâhilinde olduğunu göstermektedir. Engle, koşullu tahminlerin koşulsuz tahminlerden çok daha üstün olduğunu öne sürmüştür (Enders, 2014: 124). ARCH modelini uygularken dikkat edilmesi gereken bazı noktalar bulunmaktadır. Kalın kuyruk sorunu en önemli etmenlerden birisidir. Bu, iktisadi varlıklara ait getirilerin basıklık değerinin 3'ten büyük yani leptokurtik olması durumunu ifade etmektedir. Küçük değişimleri küçük, büyük değişimleri de büyük değişimlerin izlemesi denilen volatilité kümelenmesi de ön plana çıkan bir diğer husustur. Kaldıraç etkisi, pay senedi fiyatlarındaki değişimlerin bunların oynaklığı ile negatif ilişki içerisinde olması durumudur. Tüm bunlar seçilecek olan model için dikkat edilmesi gereken etmenlerdir (Bollerslev vd., 1994: 2964).

Volatilité modellerinin esas temelini ARCH modeli oluşturmaktadır. Ancak finansal zaman serilerinin koşullu varyansının modellenmesinde bu modelin yetersiz kalması modelin genişletilmesi gerekliliği düşüncesini meydana getirmiş ve Bollerslev (1986) Genelleştirilmiş Otoregresif Koşullu Değişen Varyans (GARCH) modelini ortaya sürmüştür. ARCH modelinde, koşullu hata varyansının yalnızca otoregresif bir süreçle belirtilmesinin eksik olduğunu ve ARMA sürecini de modele ekleyerek GARCH (p, q) modeline çevirmiştir. GARCH modeli, geçmiş hata kareleri ile geçmiş koşullu varyansların meydana getirdiği bir denklemdir. Ayrıca, koşullu varyansın kendi geçmiş değerleri ile birlikte geçmiş şokları da modelde bir arada bulundurması GARCH modelini ARCH modelinden farklılaştırmaktadır (Rachev vd., 2007: 284).

Finansal zaman serilerinde kaldıraç etkisinin yani asimetri durumunun olması, asimetrik özellik sergileyen koşullu değişen varyans modellerini ortaya çıkarmıştır. Ding vd. 1993 yılında APARCH (Asimetrik Üslü ARCH) modelini geliştirmişlerdir. Modelin formülasyonu:

$$S_t^\delta = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_i (|\varepsilon_{t-i}| + \gamma_i \varepsilon_{t-i})^\delta + \sum_{j=1}^q \beta_j S_{t-i}^\delta \quad (1)$$

şekindedir. Formüldeki α_i ve β_j GARCH değişkenleri, δ üs değeri, γ_i de kaldıraç değişkenidir. $\gamma_i < 0$ durumunda volatilité üzerinde pozitif bilginin negatif bilgidenden daha fazla etkili olduğu söylenebilir. δ üs değişkeninin aldığı değerlere göre APARCH modeli;

$\delta=2, \beta_i=0$ ($i=1, \dots, p$), $\gamma_j=0$ ($j=1, \dots, q$) olduğunda ARCH,

$\delta=2, \gamma_j=0$ ($j=1, \dots, q$) olduğunda GARCH,

$\delta=2$ olduğunda GJR-GARCH ve

$\delta=1$ olduğunda TARARCH modeline dönüşmektedir (Ding, 2011: 7).

Uzun hafıza modelleri yardımıyla, finansal zaman serilerinin getiri ve volatilitesinde uzun hafıza varlığı test edilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda Granger (1980), Granger ve Joyeux (1980) ve Hosking (1981) serinin ortalamadaki uzun hafıza özelliğini belirleyebilmek için ARFIMA (Kesirli Bütünleşik Otoregresif Hareketli Ortalama) modelini geliştirmişlerdir. ARIMA modelinde yer alan bütünleşme derecesini genel bir hale getirerek onun kesirli bir şekilde de gösterilebilmesine ARFIMA modeli olarak vermektedir. Zaman serisinin saf durağan ARIMA sürecinde olması kısa hafızalı olduğunu göstermektedir. Sonsuz bir belleğe sahip olan AR modelinde hata terimlerinin tüm değerleri geometrik olarak düşüş içerisinde. Kısa belleğe sahip olan MA modelinde q kadar gecikme süresi sonunda bugünkü değer etkisi ortadan kalkmaktadır. ARIMA modelinde, farkı alınmış bir serinin durağan hale geldiğini garanti altına almak için “d” tam sayı olarak dikkate alınmaktadır. Fakat d tüm gerçel olan sayıları aldığı ARIMA kesirli bir hale dönüşmekte ve ARFIMA modelini oluşturmaktadır (Baum, 2013: 21). ARFIMA, serinin durağanlığını dikkate almadan ARMA modellerini oluşturmakta ve I(0) ve I(1) bütünleşme dereceleri arasında oluşan farkı değerlendirmektedir (Baillie vd., 1996: 8). Model ile kesirli bütünleşik I(d) işlemi koşullu ortalamaya dâhil edilmekte ve hiperbolik oranda azalan otokorelasyon fonksiyonu ile karakterize olmaktadır (Kang vd., 2009: 3545). Bu sayede ortaya çıkan şokların volatilité üzerindeki kalıcı sonuçları da dikkate alınmaktadır (Lardic ve Mignon, 2004: 3).

Uzun hafıza modellerinde, ξ parametresinin (-0.5, 0.5) kısıtı sayesinde sürecin tersinirliği ve durağan olma durumu belirlenebilmektedir. ξ göstergesi 0.5 değerine yaklaştıkça uzun hafızalı bir volatilité serisi oluşturmakta ve normal ARFIMA (0, ξ , 0), $0 < \xi < 0.5$ şeklinde gösterilmektedir.

Granger ve Joyeux (1980) ve Hosking (1981) ARFIMA (p, ξ , q) modelini:

$$\Psi(L) (1-L)^\xi (y_t - \mu) = \Theta(L) \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\varepsilon_t = z_t \sigma_t, z_t \sim N(0,1), \quad (3)$$

$$(1-L)^\xi = \sum_{k=0}^{\infty} \frac{\Gamma(k-\xi)L^k}{\Gamma(-\xi)\Gamma(k+1)} \quad (4)$$

biçiminde ifade etmektedir. Formüldeki Ψ otoregresif süreci (AR), Θ hareketli ortalama sürecini (MA), G bir gama fonksiyonunu, $(1-L)^\xi$ kesirli fark alma operatörünü, $\varepsilon_t \sigma^2$ varyanslı i.i.d. (bağımsız ve aynı şekilde dağıtılmış) sürecini, L gecikme operatörünü ve ξ kesirli bütünleşme derecesini göstermektedir. ξ tam sayı değerini alırsa geleneksel ARMA modeline dönüşmektedir.

-0.5 < ξ < 0 aralığında ise süreç kısa hafızalı ve dirençsizdir (anti-persistence). Ayrıca süreçteki korelasyonların tümü negatiftir.

$0 < \xi < 0.5$ aralığında ise süreç uzun hafızalı ve durağan olmaktadır. Ayrıca gözlemler arasında pozitif bağımlılık olduğunu göstermektedir.

$\xi = 0$ olduğunda süreç beyaz gürültü sergilemekte ve

$\xi = 1$ olduğunda da birim kök sürecini izlediğini belirtmektedir.

Finansal piyasa volatilitesinde, gözlemlenebilen uzun dönem bağımlılıkları GARCH modeline göre daha esnek bir yapı barındırmasından dolayı daha doğru ve uygun modelleri oluşturma ihtimali yüksek olan FIGARCH (Kesirli Bütünleşik Genelleştirilmiş Otoregresif Koşullu Değişen Varyans) modelini Baillie vd. 1996 yılında yaptıkları çalışma ile geliştirmişlerdir. İki model arasındaki fark, zaman serisinde oluşan eski şokların azalma hızı yüksek oranlı olurken, son dönemdeki şokların etkisinin daha uzun süreli duracak şekilde hiperbolik oranda azalmasından kaynaklanmaktadır (Kasman ve Torun, 2007: 17).

FIGARCH (p, d, q) modeli aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Baillie vd., 1996: 8).

$$[1 - \beta(L)] \sigma_t^2 = \omega + [1 - \beta(L) - \phi(L)(1 - L)^d] \varepsilon_t^2 \quad (5)$$

Formülde ω sabit değeri, ϕ ARCH parametresini, β GARCH parametresini, d parametresi uzun hafızanın derecesini belirten kesirli fark parametresini göstermekte ve $0 < d < 1$ arasındaki bir değeri göstermektedir. Bu model, piyasa volatilitesindeki gözlemlenebilen bağımlılıkları açıklamayı sağlayan GARCH türü modellere göre daha esnek bir yapıya sahiptir (Davidson, 2004: 20).

$d = 0$ olduğunda FIGARCH (p, d, q) süreci bir GARCH (p, q) sürecine dönüşmektedir.

$d = 1$ durumunda ise, FIGARCH (p, d, q) süreci IGARCH süreci olmaktadır. Bu da şokların gelecekteki volatilité üzerinde sonsuz bir etki gücüne sahip olması anlamına gelmektedir.

$0 < d < 1$ olduğunda FIGARCH (p, d, q) süreci, varyanstaki şokun etkisinin hiperbolik oranda azalmakta olduğunu belirtmektedir.

Koşullu varyansta kısa dönem için asimetri durumunun varlığını belirleyebilen APARCH modelinin, Tse (1998) uzun dönem içinde olabileceğini düşünerek kesirli bütünleşik APARCH modelini ortaya çıkarmıştır. FIAPARCH;

$$\sigma_t^\delta = \omega + [1 - (1 - \beta L)^{-1} (1 - \phi L) (1 - L)^d] (|\varepsilon_t| - \gamma \varepsilon_t)^\delta \quad (6)$$

şeklinde modellenmektedir (Tse, 1998: 51-52). Formüldeki ω parametresi sabit değer, d parametresi uzun hafıza parametresi ve $0 < d < 1$ koşullu varyansın uzun hafıza durumunu ifade etmektedir. γ parametresi asimetri özelliğinin durumunu belirtmektedir. $-1 < \gamma < 1$ değerlerini almakta ve $\gamma < 0$ olduğunda pozitif şokların volatilité üzerindeki etkisinin negatif şoklara göre daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Beine ve Laurent (2000), 1 Ocak 1980 ile 31 Aralık 1998 yılları arasındaki Alman Markı'nın Amerikan Doları'na karşı günlük nominal döviz kuru getirisinde Markov-Switching FIGARCH modeli ile uzun hafıza varlığını belirlemeye çalıştıkları araştırmada, seçilen dönem ve döviz kurunda uzun hafızanın var olduğunu ve Markov-Switching FIGARCH modelinin karşılaştırdıkları diğer 2 modele göre (FIGARCH ve Markov-Switching GARCH) daha iyi sonuçlar verdiğini belirlemişlerdir. Aynı çalışmada yapısal değişimleri dikkate aldıklarında döviz kurlarının volatilitesindeki uzun hafıza varlığının büyük ölçüde azaldığını ve döviz kurundaki volatilité dinamiklerinin hisse senedi getiri volatilité modellerinden oldukça farklı olduklarını tespit etmişlerdir.

Laurini ve Portugal (2004), 1 Temmuz 1994 - 4 Ocak 2002 arasındaki Brezilya Reali/USD döviz kurunun günlük getirisinin uzun hafıza özelliği gösterip göstermediğini test ettikleri çalışmalarında, ARFIMA model sonuçlarına göre serinin zayıf da olsa uzun hafıza özelliği gösterdiğini belirlemişlerdir. Ayrıca gözlenen uzun hafızanın Markov Switching modeli tarafından bulunan varyans yapısındaki değişikliklerden kaynaklandığını tespit etmişlerdir.

Han (2007), İsviçre Frangı/USD, Alman Markı/USD, Fransız Frangı/USD ve USD/İngiltere Pound'unun 1996 yılındaki 30'ar dakikalık günlük değerleri üzerinden FIGARCH modelini kullanarak volatilitede uzun hafızanın varlığını belirlemek için yaptığı çalışmada, analizde kullanılan döviz kurlarında volatilitede uzun hafızanın var olduğunu tespit etmiştir.

Çağlayan ve Dayıoğlu (2009), 29 OECD ülkesine ait Ocak 1993 ile Aralık 2006 yılları arasındaki Dolar cinsinden aylık reel döviz kuru getirisi için simetrik ve asimetrik koşullu değişen varyans modelleri içerisinde en uygun döviz kuru getiri volatilitesi modellerini belirlemek için yaptıkları çalışmada, ülkelerin çoğu için asimetrik koşullu değişen varyans modellerinin simetrik koşullu değişen varyans modellerinden daha iyi sonuçlar verdiğini bulmuşlardır.

Emeç ve Özdemir (2014), 2 Ocak 2009 - 25 Ocak 2014 tarihleri arasında Amerikan Doları/TL döviz kuru üzerinde ARCH modelleri kullanarak oynaklığı modellemeye çalıştıkları araştırmada, döviz kuru getirisindeki oynaklığı modellemede asimetrik Otoregresif Koşullu Değişen Varyans modellerinin daha uygun sonuçlar verdiğini ayrıca negatif bilgi şoklarının pozitif bilgi şoklarına göre daha fazla oynaklığı artırdığını tespit etmişlerdir.

Han (2014), finansal krizleri (97 - 98 Asya Krizi ve 2008 - 2009 Küresel Krizi) de kapsayan 1 Temmuz 1997 ile 31 Aralık 2009 yılları arasındaki Kore Wonu/USD ve Japon Yeni/USD döviz kurlarının günlük getirilerinin volatilitesinde uzun hafızanın varlığını parametrik model FIGARCH ve yarı parametrik model Local Whittle modeli kullanarak belirlemeye çalıştığı araştırmada, iki döviz kuru içinde volatilitede uzun hafızanın olduğunu ve kriz dönemlerinde kriz olmayan dönemlere göre daha fazla olduğunu istatistiksel olarak kanıtlamışlardır.

Kumar (2014), Hint Rupisi'nin Amerikan Doları karşısında ikili günlük getirilerinin 17 Şubat 1994 ile 08 Kasım 2013 tarihleri arasındaki değerleri üzerinde ikili uzun hafızanın varlığını ARFIMA-FIGARCH ve ARFIMA FIAPARCH modellerini kullanarak belirlemek istediği çalışmada, getiri ve volatilitede ikili uzun hafızanın olduğunu belirlemiştir.

Diaz ve Chen (2017), farklı döviz enstrümanlarının (iPath EUR/USD Exchange Rate ETN, Market Vectors Renminbi/USD ETN, Market Vectors Double Short Euro ETN, iPath Optimized Currency Carry ETN ve Market Vectors Double Long Euro ETN) farklı tarihlerde başlayıp (11.05.2007, 02.01.2008, 17.03.2008 ve 08.05.2008) Şubat 2012 tarihinde biten verilerin Exchange Trade Notes (ETNs) değerleri üzerinden ARFIMA-FIGARCH modeli yardımıyla uzun hafıza özelliğini test ettikleri çalışmada, volatilitede uzun hafızanın varlığını belirlemişlerdir.

Mikhaylov (2018), petrol ihraç eden ülkelerin (Hindistan, Brezilya, Rusya ve Çin) borsa ve döviz kurlarında (Euro cinsinden değeri) yapısal kırılmalar eşliğinde 3 Mart 2009 ile 3 Mart 2017 yılları arasındaki günlük veriler üzerinden uzun hafızanın varlığını FIGARCH modeli yardımıyla belirlemek istediği çalışmada, yapısal kırılmalar dikkate alındığında uzun hafızanın var olduğunu belirlemiştir.

Özdemir vd. (2018), Amerikan Doları/TL ve Euro/TL döviz kurlarının 2006-2018 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatlarını ikili uzun hafıza testi olan ARFIMA-FIGARCH modeli yardımıyla uzun hafızanın varlığını test ettikleri çalışmada, getiride uzun hafızanın olmadığını ancak volatilitede iki döviz cinsi için de uzun hafızanın varlığını tespit etmişlerdir.

Zhelyazkova (2018), 3 Ocak 2000 ile 1 Mart 2017 tarihleri arasındaki on iki para biriminin Amerikan Doları cinsinden değerleri üzerinde parametrik ikili uzun hafıza testleri olan ARFIMA-FIGARCH, HYGARCH ve FIAPARCH modellerini kullandığı çalışmada, tüm döviz kurları için volatilitede uzun hafıza olduğunu; ikili uzun hafızanın ise sadece Brezilya Reali / Amerikan Doları döviz kurunda olduğunu tespit etmiştir.

Yapılan çalışmaların çoğunun volatilitede uzun hafızanın varlığını tespit etmek için gerçekleştirildiği görülmektedir. Getiri de uzun hafızanın test edildiği çalışmanın sayısının daha az olduğu anlaşılmaktadır. İkili uzun hafızanın test edildiği çalışma ise çok az sayıda kalmaktadır. Türkiye'de gerçekleştirilen çalışmalarda, çoğunlukla Amerikan Doları ve Euro döviz cinsleri kullanılmaktadır. Asimetrik modellerin simetrik modellerden daha üstün sonuçlar verdiğini gösteren çalışmalar olmasına rağmen sayısı düşük seviyelerdedir. Ayrıca ikili uzun hafıza tespitinde asimetrik modeli kullanarak analiz yapılan nadir çalışma bulunmaktadır. Küresel Finans Krizi'ni temel alarak gerçekleştirilen bu çalışma sayesinde, kriz döneminde farklı sonuçların tespit edilip edilmediği de ortaya çıkarılmaktadır. Bu çalışma bahsedilen tüm eksiklikleri dikkate alarak, döviz cinsi sayısının fazlalığı, asimetrik

modelin kullanılması, ikili uzun hafızanın test edilmesi, kriz dönemini dikkate alması gibi literatürden farklı yönlerinin olması nedeniyle, literatürün genişlemesine ve literatüre farklı katkılar sağlaması amaçlanmaktadır.

3. ÇALIŞMANIN YÖNTEM VE ANALİZİ

3.1. Çalışmanın Amacı

Çalışma, Türkiye döviz piyasasında işlem gören Amerikan Doları/Türk Lirası, Euro/Türk Lirası ve Pound/Türk Lirası döviz kurlarının getiri ve volatilité serilerinde uzun hafızanın varlığını test etmek amacıyla yapılmaktadır. Bu döviz kurları Türkiye açısından, hem döviz piyasasında en çok işlem gören hem de uluslararası ticarete en çok kullanılan döviz kurları olmasından dolayı çalışmada kullanılmıştır. Ayrıca bu çalışma 2008 Küresel Finans Krizi'ni de veri setinde kapsadığı için, diğer dönemlere göre kriz döneminde herhangi bir farklılaşma durumunun olup olmadığını göstermesi açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. Çalışmanın Veri Seti

Çalışmada Amerikan Doları/Türk Lirası, Euro/Türk Lirası ve Pound/Türk Lirası döviz kurları incelenmiştir. Veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası resmi sitesinden alınmış ve 02.01.2002 ile 31.12.2019 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatları kullanılmıştır. Hem uygulanan döviz kuru rejiminde yeni bir modele geçilmesi hem de dönemler arasındaki zaman farkının birbirlerine yakın olabilmesi için araştırmanın başlangıç yılı 2002 olarak seçilmiştir. 2008 Küresel Finans Krizi'ni dikkate alarak veri seti 3 farklı döneme bölünmüştür. 02.01.2002 ile 31.07.2007 tarihleri arası kriz öncesi dönem, 01.08.2007 ile 31.12.2012 tarihleri arası kriz dönemi ve 02.01.2013 ile 31.12.2019 tarihleri arası da kriz sonrası dönem olarak analize tabi tutulmuştur (Karagözlü,2016:84). Analizin doğru sonuç verebilmesi için günlük kapanış fiyatları günlük nominal getiri serisi haline dönüştürülmüş olup;

$$r_t = 100 * [\ln (P_t) - \ln (P_{t-1})] \quad (7)$$

formülü yardımıyla işlem gerçekleştirilmiştir. r_t , t zamanındaki döviz kurunun getirisi, P_t t zamanındaki döviz kurunun kapanış fiyatı, P_{t-1} ise t-1 zamanındaki döviz kurunun kapanış fiyatını ifade etmektedir.

3.3. Çalışmanın Metodolojisi

Çalışmada ilk olarak analize tabi tutulan döviz kurlarının getiri serilerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklere, ardından analizde kullanılan getiri serilerinin doğru sonuç verebilmesini sağlayabilmek için birim kök testlerine yer verilmektedir.

Getiri üzerinde uzun hafızanın varlığını test etmek için ARFIMA, volatilitéde uzun hafızanın varlığını test etmek için de simetrik model FIGARCH ve asimetric model olan FIAPARCH modelleri kullanılmıştır. İkili uzun hafızanın varlığını test etmek için de ARFIMA-FIAPARCH modeli yardımıyla sonuçlar açıklanmaya çalışılmıştır. Getiri serilerinde, $p, q = 0,1,2$ gecikme değerleri olmak üzere yapılan bütün model tahminleri için tüm kombinasyonlar değerlendirilerek, Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) Bilgi Kriterleri kapsamında en uygun modeller tespit edilmiş ve analizde kullanılmıştır. Simetrik model FIGARCH ile asimetric model FIAPARCH modellerinin karşılaştırılması sonucunda, hem Log-likelihood değeri en yüksek olan hem de bilgi kriterleri olan Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) değerleri en düşük olan FIAPARCH modeli çalışmanın volatilité serilerinde kullanılmıştır. Zaman serisi analizlerinde yapısal kırılma gerçekleşme durumu çoğunlukla analiz yapanların karşısına çıkan bir durumdur. Bu yüzden çalışmada Sanso vd. (2004) tarafından geliştirilen modifiye edilmiş ICSS yapısal kırılma testi veri setlerine uygulanmıştır. Analiz sonucunda veri seti için herhangi bir kırılmaya rastlanmamış bu yüzden de uygulama kısmı içerisinde yapısal kırılma testine yer verilmemiştir.

Uygun dağılım modeli seçiminde çeşitli göstergeler bulunmaktadır. Log-likelihood değerinin en yüksek olduğu, Jarque-Bera test istatistiğinin büyük değeri olması, hata öngörü performansları olan MAE ve RMSE değerlerinin en küçük olanı, Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) bilgi kriterlerinin en küçük değeri aldığı ve Pearson Uyum İyiliği testi değerinin en düşük ve anlamlı olmadığı modeller içerisinde bazıları dikkate alınarak analizler yorumlanmaktadır (Kasman vd., 2009 : 131-133). Çalışmada Normal, Student-t, GED ve Skewed Student-t (SST) dağılımları üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Belirtilen göstergeler sonucunda Skewed Student-t dağılımı (SST) en uygun model

olarak belirlenmiş ve analizler SST dağılıma göre yorumlanmıştır. Son olarak da döviz kurları getiri serileri üzerinden Riske Maruz Değer analizi ARFIMA-FIAPARCH modelleri kullanılarak yapılmış ve sonuçlar açıklanmıştır. Çalışmada kullanılan analiz ve model tahminleri OxMetrics6 ve Eviews 9 programları yardımıyla elde edilmiştir.

3.4. Analiz Sonuçları

Aşağıda analiz dönemlerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklerden başlayarak yapılan analizlerin sonuç ve yorumları verilmektedir.

Tablo 1. Kriz Öncesi Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serileri İçin Tanımlayıcı İstatistikler

	Amerikan Doları	Euro	Pound
Gözlem Sayısı	1409	1409	1409
Ortalama	0.00031581	0.00023241	0.00016063
Standart Sapma	0.0081251	0.0088157	0.0085625
Çarpıklık	0.91177	0.86187	0.91172
Basıklık	6.4228	6.9080	6.5928
Minimum	-0.02775	-0.041736	-0.031929
Maksimum	0.047744	0.054512	0.050142
Jarque-Bera:	883.01 [0.0000]	1071.0 [0.0000]	953.01 [0.0000]
ARCH (10)	17.443**	13.577**	14.469**
Q (20)	36.7581*	47.3836**	43.2932**
Q (50)	64.3481	70.9373*	59.7699
Q ² (20)	380.640**	344.207**	363.293**
Q ² (50)	406.897**	362.047**	381.735**
Augmented Dickey Fuller(ADF)	-20.8767*	-21.1048*	-20.669*
Phillips-Perron(PP)	-35.1019*	-36.121*	-34.5651*
KPSS	0.0544083	0.068328	0.0605677
Zivot-Andrews	-21.05425*	-15.53383	-15.25273*

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH (10) ARCH-LM testini göstermektedir.

Tablo 1'e bakıldığında, analiz edilen dövizlerin getiri serilerinin basıklık ve çarpıklık değerlerinin asimetrik ve leptokurtic bir özelliğe sahip olduğu yani getiri serisinin normal dağılıma göre daha sivri ve daha kalın kuyruklu dağılım sergilediği görülmektedir. Çarpıklık katsayıları pozitif dolayısıyla seri sağa çarpık asimetrik bir özellik sergilemektedir. ARCH-LM testi sonuçları artıklarda değişen varyans sorunu olduğunu ve Box Pierce istatistik değerlerinin anlamlı olması serinin otokorelasyon içerdiğini ifade etmektedir. Yapılan birim kök testlerinden ADF, PP ve Zivot-Andrews testlerinin "sıfır hipotezi" serinin durağan olmama durumunu, KPSS testi ise durağan olma durumunu göstermektedir. Test sonuçlarına göre analizde kullanılan seriler durağan bir özellik göstermektedir.

Tablo 2. Kriz Öncesi Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA Model Tahmin Sonuçları

	Pound (1, ξ , 1)	Euro (1, ξ , 1)	Amerikan Doları (2, ξ , 1)
μ	-0.000288 (0.00039256) [0.4625]	-0.000261 (0.00059265) [0.6597]	-0.000690 (0.00047164) [0.1434]
ψ_1	0.548426* (0.10552) [0.000]	0.446326* (0.078695) [0.0000]	0.468773* (0.078916) [0.0000]
ψ_2	-	-	-0.063887** (0.034415) 0.0636
ξ	0.097653 (0.11110) [0.3735]	0.222409** (0.12141) [0.0669]	0.150470 (0.10772) [0.1627]
θ_1	-0.636864* (0.096702) [0.0000]	-0.690740* (0.069743) [0.0000]	-0.608646* (0.14133) [0.0000]
v	8.747160* (1.9897) [0.0000]	7.677508* (1.4562) [0.0000]	6.133000* (1.0217) [0.0000]
$\ln(\xi)$	0.147658* (0.036201) [0.0000]	0.209976* (0.039725) [0.0000]	0.203470* (0.038092) [0.0000]
Log (L)	4866.638	4861.953	4997.142
AIC	-6.895157	-6.888506	-7.078981
SIC	-6.861619	-6.854968	-7.041716
Çarpıklık	0.61129	0.73156	0.80621
Aşırı Basıklık	1.8599	2.3935	2.7162
J-B	290.83	462.02	585.78
Q (20)	17.9665	19.2855	23.8975
Q (50)	32.5670	44.4772	47.1997
Q ² (20)	11.6441	10.9826	8.97167
Q ² (50)	26.2647	21.4414	26.5349
ARCH(10)	0.50162 [0.8897]	0.65338 [0.7683]	0.50985 [0.8841]
P (60)	56.5075[0.567940]	42.3698[0.949637]	47.9908[0.846607]
MAE	0.01015	0.01055	0.01258
RMSE	0.01334	0.0149	0.01707

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Kriz öncesi dönem getiri serilerinde, sadece Euro (1, ξ , 1) getiri serisinin ξ değeri %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu durum Euro getiri serisi için, getiride uzun hafızanın olduğunu ve Etkin Piyasa Hipotezi ile ters düştüğünü ifade etmektedir. Yani getiri serisi tahmin edilebilir bir yapıda bulunmaktadır. v parametresi tüm getiri serileri için %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuş, bu da serinin getiri hatalarının kalın kuyruklu bir olasılık yoğunluğu sergilediğini göstermektedir. $\ln(\xi)$ da %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Bu da oluşturulan modellerden elde edilen hata (artık) dağılımlarının asimetrik olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 3. Kriz Öncesi Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi FIGARCH-FIAPARCH Model Tahmin Sonuçları

	FIGARCH			FIAPARCH		
	Pound (1, d, 0)	Euro (1, d, 0)	Amerikan Doları(1, d, 2)	Pound (0, d, 1)	Euro (0, d, 1)	Amerikan Doları (1, d, 2)
ω	5.632732* (2.1472) [0.0088]	4.169599* (1.8510) [0.0244]	5.363392** (3.0853) [0.0824]	21.929610 (57.211) [0.7015]	10.663731 (22.189) [0.6309]	1.838008 (11.370) [0.8716]
ϕ_1	-	-	-0.616772* (0.11598) [0.0000]	-0.106743** (0.064319) [0.0972]	-0.150022* (0.070003) [0.0323]	-0.601795* (0.095457) [0.0000]
ϕ_2	-	-	-0.208375* (0.049920) [0.0000]	-	-	-0.185754* (0.053823) [0.0006]
β_1	0.159652** (0.081775) [0.0511]	0.225352* (0.087586) [0.0102]	-0.334275* (0.11666) [0.0042]	-	-	-0.349602* (0.088903) [0.0001]
γ (gamma)	-	-	-	-0.228644* (0.10249) [0.0258]	-0.255168* (0.084709) [0.0026]	-0.203882* (0.084365) [0.0158]
δ (delta)	-	-	-	1.814177* (0.38354) [0.0000]	1.867652* (0.24284) [0.0000]	2.042609* (0.40236) [0.0000]
d	0.321347* 0.074357 [0.0000]	0.377929* (0.084354) [0.0000]	0.474142* (0.052674) [0.0000]	0.259953* (0.061487) [0.0000]	0.291646* (0.069589) [0.0000]	0.429102* (0.066501) [0.0000]
v	8.738544* (1.9829) [0.0000]	7.827445* (1.4656) [0.0000]	6.784707* (1.0687) [0.0000]	9.470407* (2.2831) [0.0000]	8.472190* (1.7420) [0.0000]	6.155325* (1.0518) [0.0000]
$\ln(\xi)$	0.157920* (0.036666) [0.0000]	0.209527* (0.037493) [0.0000]	0.193367* (0.034232) [0.0000]	0.161762* (0.036224) [0.0000]	0.218421* (0.037944) [0.0000]	0.200861* (0.037786) [0.0000]
Log (L)	4862.839	4856.582	4992.813	4866.351	4862.173	4998.513
AIC	-6.898919	-6.890032	-7.080700	-6.901067	-6.895133	-7.085956
SIC	-6.876547	-6.867660	-7.050871	-6.871237	-6.865303	-7.048670
Çarpıklık	0.64428	0.72185	0.73281	0.62081	0.70199	0.73101
Aşırı Basıklık	1.8571	2.1772	2.3198	1.6591	1.9851	2.6292
J-B	299.75	400.36	441.72	251.92	346.83	530.93
Q (20)	24.3449	28.0150	24.5352	23.3486	26.3774	24.0907
Q (50)	39.3741	52.1766	48.3591	37.7296	50.2785	48.5870
Q ² (20)	14.9937	11.2950	8.05678	16.9035	11.6483	8.05703
Q ² (50)	28.1180	21.1361	28.1151	31.2785	21.9094	30.0229
ARCH (10)	0.59009 [0.8231]	0.41625 [0.9394]	0.37250 [0.9587]	0.54746 [0.8569]	0.30448 [0.9802]	0.33231 [0.9726]
P (60)	56.5455 [0.566526]	61.6591 [0.381174]	64.6420 [0.286156]	75.2102 [0.075762]	65.6648 [0.256970]	47.0852 [0.868281]
MAE	0.01015	0.0105	0.01266	0.01013	0.01053	0.01263
RMSE	0.01329	0.01469	0.01691	0.01325	0.01463	0.01683

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Kriz öncesi dönem FIGARCH ve FIAPARCH model sonuçlarına bakıldığında, uzun hafıza parametresi olan d tüm getiri serileri için önemli derecede sıfırdan farklı ve volatilitede uzun hafıza özelliği bulunduğunu göstermektedir. FIAPARCH modelinde asimetri özelliğini gösteren γ parametresinin istatistiksel olarak anlamlı çıkması, pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilité üzerine etkisinin asimetrik olduğunu kanıtlamaktadır. MAE ve RMSE istatistik değerlerinin küçük olması, modelin gerçeğe uygun tahminleme yaptığını göstermektedir.

Tablo 4. Kriz Öncesi Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA-FIAPARCH Model Sonuçları

	Pound (1, ξ , 1) – (0, d, 1)	Euro (1, ξ , 1) – (0, d, 1)	Amerikan Doları (1, ξ , 1) – (1, d, 2)
μ	-0.000112 (0.00044052) [0.7996]	0.000088 (0.00064358) [0.8909]	-0.000843 (0.0012626) [0.5045]
Ψ_1	0.513437* (0.097861) [0.0000]	0.431102* (0.069484) [0.0000]	0.466068* (0.10325) [0.0000]
θ_1	-0.625943* (0.095345) [0.0000]	-0.681362* (0.069501) [0.0000]	-0.753567* (0.082971) [0.0000]
ξ	0.141472 (0.10302) [0.1695]	0.250137* (0.10273) [0.0156]	0.302379 (0.18381) [0.1115]
ω	19.779316 (50.067) [0.6929]	6.284730 (15.295) [0.6812]	1.153361 (11.228) [0.9182]
ϕ_1	-0.113896** (0.062857) [0.0702]	-0.161647* (0.074030) [0.0292]	-0.617003* (0.098889) [0.0000]
ϕ_2	-	-	-0.185859* (0.058091) [0.0014]
β_1	-	-	-0.374047* (0.084249) [0.0000]
γ	-0.271324* (0.11895) [0.0227]	-0.268425* (0.092656) [0.0038]	-0.249514* (0.10492) [0.0175]
δ	1.819620* (0.36124) [0.0000]	1.908556* (0.23319) [0.0000]	2.010538* (0.39760) [0.0000]
d	0.259374* (0.064316) [0.0001]	0.301785* (0.076737) [0.0001]	0.414555* (0.068269) [0.0000]
v	9.638709* (2.3676) [0.0000]	8.761684* (1.8527) [0.0000]	6.085974* (1.0932) [0.0000]
$\ln(\xi)$	0.167562* (0.036361) [0.0000]	0.228834* (0.037972) [0.0000]	0.202426* (0.042091) [0.0000]
Log (L)	4868.695	4868.020	5004.122
AIC	-6.900135	-6.899177	-7.089662
SIC	-6.859120	-6.858162	-7.041190
Çarpıklık	0.62642	0.70548	0.76858
Aşırı Basıklık	1.6731	1.9675	2.8354
J-B	256.31	343.90	610.26
Q (20)	15.0141	17.1478	18.2320
Q (50)	29.9715	42.5885	44.8682
Q ² (20)	15.9346	10.5525	8.01518
Q ² (50)	30.6330	21.6081	30.3583
ARCH(10)	0.40681 [0.9440]	0.33073 [0.9731]	0.30109 [0.9810]
P (60)	65.6648 [0.256970]	48.6193 [0.830428]	48.4489 [0.834906]
MAE	0.01014	0.01051	0.01273
RMSE	0.01333	0.0149	0.01723

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Tablo 4'te getiri serilerinde ikili uzun hafızanın durumunu tespit edebilmek için yapılan ARFIMA-FIAPARCH model sonuçları gösterilmektedir. Euro (1, ξ , 1) – (0, d, 1) getiri serisinde ikili uzun hafızanın olduğu, diğer döviz getiri serilerinde ise sadece volatilitede uzun hafızanın olduğu ξ ve d parametrelerinin anlamlılık durumlarına bakılarak belirlenmiştir. Ayrıca d parametresi sabit değerlerinin 0.50 değerinin altında olması, zayıf formda etkinliğe yakın olduğunu ifade etmektedir. Asimetri parametresi olan γ istatistiki olarak anlamlı ve negatif değerdedir. Bu da, pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilité üzerine etkisinin asimetric olduğunu kanıtlamaktadır. Box Pierce istatistik değerleri de getiri serisinin otokorelasyon içermediğini ifade etmektedir. ARCH-LM testi hatalardaki ARCH etkisinin istatistiki olarak anlamlı olmadığını yani değişen varyans sorunu bulunmadığını göstermektedir.

Tablo 5. Kriz Dönemi Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serileri İçin Tanımlayıcı İstatistikler

	Amerikan Doları	Euro	Pound
Gözlem Sayısı	1363	1363	1363
Ortalama	0.00024613	0.00021795	0.00017558
Standart Sapma	0.0094945	0.0084506	0.0084246
Çarpıklık	-0.58544	0.19700	0.068098
Basıklık	23.253	7.1447	4.1396
Minimum	-0.11935	-0.067718	-0.049056
Maksimum	0.070429	0.047709	0.043851
Jarque-Bera:	3078.6 [0.00000]	2907.9 [0.00000]	974.27 [0.00000]
ARCH (10)	27.801 **	23.416**	31.622**
Q (20)	58.4150**	38.8978**	46.4216**
Q (50)	95.4023**	86.8430**	122.128**
Q ² (20)	507.006**	681.720**	1261.47**
Q ² (50)	523.721**	1012.04**	1882.76**
Augmented Dickey Fuller(ADF)	-20.4223*	-21.7235*	-21.9597*
Phillips-Perron(PP)	-36.7569*	-34.4754*	-34.0629*
KPSS	0.0432969	0.0370962	0.0275952
Zivot-Andrews	-17.57552*	-17.85474*	-26.90907*

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH (10) ARCH-LM testini göstermektedir.

Tabloya bakıldığında, analiz edilen dövizlerin getiri serilerinin basıklık ve çarpıklık değerlerinin asimetric ve leptokurtic (kalın kuyruk) bir özelliğe sahip olduğu yani getiri serisinin normal dağılıma göre daha sivri ve daha kalın kuyruklu dağılım sergilediği görülmektedir. Çarpıklık katsayıları Amerikan Dolarında negatif yani sola çarpık diğer döviz kurlarında ise pozitif yani sağa çarpık asimetric bir özellik sergilemektedir. ARCH-LM testi sonuçları artıklarda değişen varyans sorunu olduğunu ve Box Pierce istatistik değerlerinin anlamlı olması serinin otokorelasyon içerdiğini ifade etmektedir. Yapılan birim kök testleri sonuçlarına göre analizde kullanılan seriler durağan bir özellik göstermektedir.

Tablo 6. Kriz Dönemi Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA Model Tahmin Sonuçları

	Pound (0, ξ , 1)	Euro (0, ξ , 1)	Amerikan Doları (2, ξ , 2)
μ	0.000083 (0.00010521) [0.4288]	0.000059 (0.00015424) [0.7005]	0.000034 (0.00016280) [0.8325]
θ_1	-	-	-0.524855* (0.12091) [0.0000]
θ_2	-	-	-0.841607* (0.12771) [0.0000]
ξ	-0.013317 (0.033125) [0.7062]	-0.006961 (0.035049) [0.8566]	0.080515 (0.032246) [0.2708]
θ_1	0.139439* (0.044071) [0.0016]	0.135162* (0.044645) [0.0025]	0.549056* (0.15383) [0.0004]
θ_2	-	-	0.819553* (0.11081) [0.0000]
v	9.636002* (2.0657) [0.0000]	6.604401* (1.0871) [0.0000]	8.054363* (1.6176) [0.0000]
$\ln(\xi)$	0.074569* (0.036646) [0.0421]	0.044834 (0.035378) [0.2053]	0.168005* (0.041276) [0.0000]
Log (L)	4853.407	4845.582	4779.833
AIC	-7.096882	-7.160706	-6.997554
SIC	-7.066259	-7.130082	-6.955447
Çarpıklık	0.16395	0.22916	0.40736
Aşırı Basıklık	0.74457	1.4338	1.6576
J-B	37.591	128.68	193.75
Q (20)	14.9662	12.8271	16.8124
Q (50)	51.9118	44.9391	47.4557
Q ² (20)	17.3137	11.4747	27.2468
Q ² (50)	37.7665	38.1780	60.6622
ARCH(10)	1.1760 [0.3026]	0.75555 [0.6720]	0.25519 [0.9900]
P (60)	46.1416[0.888770]	63.1335[0.332488]	62.3412[0.358267]
MAE	0.01007	0.01051	0.01254
RMSE	0.01325	0.01467	0.01692

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Tablo 6'da verilen ARFIMA model sonuçlarına göre, kriz döneminde hiçbir döviz kuru getiri serisinde, getiride uzun hafıza parametresinin (ξ) anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, bu dönem için Etkin Piyasa Hipotezi'nin geçerli olduğunu ve serinin tahmin edilebilir bir yapıda bulunmadığını belirtmektedir. Box Pierce test istatistik değerlerine göre, getiri hata ve kareli getiri hataların istatistiksel olarak anlamlı olmaması serinin otokorelasyon içermediğini; ARCH-LM testi sonuçları da hatalarda değişen varyans sorununun olmadığını göstermektedir.

Tablo 7. Kriz Dönemi Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi FIGARCH-FIAPARCH Model Tahmin Sonuçları

	FIGARCH			FIAPARCH		
	Pound (1, d, 1)	Euro (1, d, 1)	Amerikan Doları(1, d, 1)	Pound (1, d, 1)	Euro (1, d, 1)	Amerikan Doları (0, d, 1)
ω	-0.055932 (0.44128) [0.8992]	1.478772** (0.87563) [0.0915]	-0.551282 (0.97866) [0.5733]	-1.750182 (1.4614) [0.2313]	10.358576 (12.486) [0.4069]	-4.144541* (2.0427) [0.0427]
ϕ_1	0.377426* (0.093330) [0.0001]	0.272341* (0.11447) [0.0175]	0.228479* (0.089040) [0.0104]	0.333950* (0.089340) [0.0002]	0.284114* (0.10342) [0.0061]	-0.087691** (0.046353) [0.0587]
β_1	0.706102* (0.081485) [0.0000]	0.586314* (0.15759) [0.0002]	0.554445* (0.13013) [0.0000]	0.546751* (0.11489) [0.0000]	0.553427* (0.13622) [0.0001]	-
γ (gamma)	-	-	-	-0.411598* (0.15438) [0.0078]	-0.315538* (0.10700) [0.0032]	-0.453964* (0.15459) [0.0034]
δ (delta)	-	-	-	1.972990* (0.17696) [0.0000]	1.675468* (0.16607) [0.0000]	2.101652* (0.11893) [0.0000]
d	0.348943* (0.090465) [0.0002]	0.377729* (0.13909) [0.0001]	0.570953* (0.10692) [0.0000]	0.313750* (0.099364) [0.0007]	0.264901* (0.11258) [0.0002]	0.352060* (0.053849) [0.0013]
v	10.404043* (2.2648) [0.0000]	6.324178* (1.0300) [0.0000]	8.556027* (1.6898) [0.0000]	11.426506* (2.8491) [0.0001]	7.499246* (1.4238) [0.0000]	8.140778* (1.8014) [0.0000]
$\ln(\xi)$	0.070768* (0.036073) [0.0500]	0.056534 (0.036660) [0.1233]	0.182761* (0.041804) [0.0000]	0.069841** (0.036731) [0.0575]	0.055805 (0.035691) [0.1182]	0.195756* (0.042525) [0.0000]
Log (L)	4853.806	4848.247	4978.103	4857.208	4854.380	4987.877
AIC	-7.098006	-7.157305	-7.000885	-7.108266	-7.165266	-7.013759
SIC	-7.071210	-7.130510	-6.974089	-7.073815	-7.130814	-6.983136
Çarpıklık	0.17340	0.20901	0.45998	0.12400	0.21168	0.49795
Aşırı Basıklık	0.64385	1.2243	2.1435	0.52575	1.0176	2.8236
J-B	30.373	95.045	308.99	19.191	68.988	509.12
Q (20)	25.0802	29.2789	21.2062	26.8641	31.0554	22.1058
Q (50)	66.6053	64.0257	51.2922	71.7648*	67.1520	55.8405
Q ² (20)	8.44498	8.14753	64.6617**	11.2534	7.50300	70.9503**
Q ² (50)	26.7234	38.0581	92.9253**	28.6713	37.8794	108.030**
ARCH (10)	0.46878 [0.9107]	0.43268 [0.9311]	0.95046 [0.4855]	0.68614 [0.7382]	0.33025 [0.9732]	1.5638 [0.1119]
P (60)	42.4439 [0.948747]	49.5752 [0.804110]	66.6552 [0.230519]	69.0323 [0.174522]	58.3793 [0.498351]	65.1585 [0.271185]
MAE	0.01014	0.0105	0.01265	0.01013	0.01053	0.01262
RMSE	0.01329	0.01469	0.01689	0.01326	0.01463	0.01681

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

FIGARCH ve FIAPARCH model sonuçlarına bakıldığında, uzun hafıza parametresi olan d kriz dönemi getiri serileri için önemli derecede sıfırdan farklı ve volatilitede uzun hafıza özelliği bulunduğunu ifade etmektedir. v parametresi tüm getiri serileri için %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuş bu da serinin getiri hatalarının kalın kuyruklu bir olasılık yoğunluğu sergilediğini göstermektedir. FIAPARCH modelinde asimetri özelliğini gösteren γ parametresinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif çıkması, pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilitte üzerine etkisinin asimetrik olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 8. Kriz Dönemi Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA-FIAPARCH Model Sonuçları

	Pound (1, ξ , 1) – (0, d, 1)	Euro (0, ξ , 1) – (1, d, 1)	Amerikan Doları (1, ξ , 1)–(0, d, 1)
μ	-0.000172 (0.00045857) [0.7074]	0.000191 (0.00017519) [0.2759]	0.000195 (0.00020329) [0.3380]
Ψ_1	0.505330 (0.096926) [0.0000]	-	0.779246* (0.17842) [0.0000]
θ_1	-0.621464* (0.096675) [0.0000]	0.125885* (0.043203) [0.0036]	-0.793918* (0.15439) [0.0000]
ξ	0.142657 (0.10427) [0.1715]	0.048105 (0.034806) [0.2527]	0.276927* (0.068314) [0.0399]
ω	17.005807 (43.194) [0.6939]	9.382805 (11.010) [0.3942]	-4.470992** (2.4021) [0.0629]
ϕ_1	-0.115950 (0.062053) [0.0619]	0.279029* (0.10134) [0.0060]	-0.084812** (0.046552) [0.0687]
β_1	-	0.544903* (0.13640) [0.0001]	-
γ	-0.265532* (0.11931) [0.0262]	-0.339687* (0.10824) [0.0017]	-0.479960* (0.17029) [0.0049]
δ	1.834854* (0.35338) [0.0000]	1.686081* (0.15883) [0.0000]	2.086538* (0.12683) [0.0000]
d	0.256777* (0.063898) [0.0001]	0.256722* (0.11506) [0.0001]	0.337916* (0.054196) [0.0000]
v	9.673984* (2.4043) [0.0001]	7.489875* (1.4209) [0.0000]	8.148657* (1.8135) [0.0000]
ln(ξ)	0.160181* (0.036241) [0.0000]	0.055803 (0.035983) [0.1212]	0.194404* (0.042869) [0.0000]
Log (L)	4859.203	4855.53	4993.769
AIC	-6.906272	-7.173120	-7.010088
SIC	-6.865163	-7.131013	-6.967981
Çarpıklık	0.61544	0.19222	0.49315
Aşırı Basıklık	1.6902	1.0117	2.8578
J-B	255.75	66.521	519.07
Q (20)	15.5101	13.4429	19.2976
Q (50)	30.6903	47.7219	53.2177
Q ² (20)	15.3968	8.19816	71.8534**
Q ² (50)	31.3426	39.6589	107.823**
ARCH(10)	0.38891[0.9520]	0.41087 [0.9420]	1.5381 [0.1202]
P (60)	68.9915[0.175394]	62.7814 [0.343830]	64.1900 [0.299641]
MAE	0.01014	0.01046	0.01269
RMSE	0.01334	0.01469	0.01719

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Getiri serilerinde ikili uzun hafızanın durumunu tespit edebilmek için yapılan ARFIMA-FIAPARCH model sonuçlarına göre, Amerikan Doları (1, ξ , 1) – (0, d, 1) getiri serisinde ikili uzun hafızanın olduğu, diğer döviz getiri serilerinde ise sadece volatilitede uzun hafızanın olduğu belirlenmiştir. Ayrıca d parametresi sabit değerlerinin 0.50 değerinin altında olması, zayıf formda etkinliğe yakın olduğunu ifade etmektedir. Asimetri parametresi olan γ istatistiki olarak anlamlı ve negatif değerdedir. Bu durum, pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilitte üzerine etkisinin asimetrik olduğunu kanıtlamaktadır. Box Pierce istatistik değerleri de getiri serisinin otokorelasyon

içermediğini ifade etmektedir. ARCH-LM testi hatalardaki ARCH etkisinin istatistiki olarak anlamlı olmadığını yani değişen varyans sorunu bulunmadığını göstermektedir. MAE ve RMSE istatistik değerlerinin küçük olması, modelin gerçeğe uygun tahminleme yaptığını göstermektedir.

Tablo 9. Kriz Sonrası Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serileri İçin Tanımlayıcı İstatistikler

	Amerikan Doları	Euro	Pound
Gözlem Sayısı	1758	1758	1758
Ortalama	0.00068456	0.00059119	0.00056635
Standart Sapma	0.0091713	0.009099	0.0094647
Çarpıklık	2.7241	2.2126	2.0485
Basıklık	47.344	40.441	39.397
Minimum	-0.064751	-0.071974	-0.070258
Maksimum	0.14707	0.14019	0.14536
Jarque-Bera:	1663.6 [0.00000]	1212.3 [0.00000]	1149.2 [0.00000]
ARCH (10)	49.529**	49.529**	49.529**
Q (20)	46.405**	46.405**	46.405**
Q (50)	41.952**	41.952**	41.952**
Q ² (20)	91.3324**	91.3324**	91.3324**
Q ² (50)	91.7986**	91.7986**	91.7986**
Augmented Dickey Fuller(ADF)	-26.936*	-26.5115*	-26.2883*
Phillips-Perron(PP)	-35.8365*	-34.5764*	-34*
KPSS	0.0319628	0.0436245	0.0414781
Zivot-Andrews	-21.7997*	-21.7928*	-19.8872*

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH (10) ARCH-LM testini göstermektedir.

Analize tabi tutulan dövizlerin getiri serilerinin basıklık ve çarpıklık değerlerinin asimetrik ve leptokurtic (kalın kuyruk) bir özelliğe sahip olduğu yani getiri serisinin normal dağılıma göre daha sivri ve daha kalın kuyruklu dağılım sergilediği görülmektedir. ARCH-LM testi sonuçları artıklarda değişen varyans sorunu olduğunu ve Box Pierce istatistik değerlerinin anlamlı olması serinin otokorelasyon içerdiğini ifade etmektedir. Yapılan birim kök testleri sonuçlarına göre analizde kullanılan seriler durağan bir özellik göstermektedir.

Tablo 10. Kriz Sonrası Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA Model Tahmin Sonuçları

	Pound (0, ξ , 1)	Euro (1, ξ , 0)	Amerikan Doları (1, ξ , 1)
μ	0.000486* (0.00020744) [0.0194]	0.000468* (0.00015241) [0.0022]	0.000633* (0.00025254) [0.0123]
ψ_1		0.115329* (0.048520) [0.0176]	0.781672** (0.10412) [0.0000]
ξ	0.013367 (0.032761) [0.6841]	-0.020285 (0.040724) [0.6218]	0.116785 (0.073177) [0.01107]
θ_1	0.117850* (0.039163) [0.0027]	-	-0.835097* (0.065952)[0.0000]
ν	5.098764* (0.67882) [0.0000]	4.387405* (0.47890) [0.0000]	4.354605* (0.46591) [0.0000]
$\ln(\xi)$	0.070114* (0.032267) [0.0299]	0.070084* (0.030856) [0.0232]	0.096787* (0.030705) [0.0058]
Log (L)	6134.406	6260.183	6235.13
AIC	-6.992313	-7.136858	-7.109292

SIC	-6.967412	-7.111957	-7.081279
Çarpıklık	0.076482	0.50567	0.54663
Aşırı Basıklık	5.4165	3.7398	3.5928
J-B	2150.8	1099.4	1033.1
Q (20)	19.5314	27.7035	17.4098
Q (50)	48.3681	52.9457	40.5201
Q ² (20)	11.5054	16.7509	24.8629
Q ² (50)	25.2317	70.3245*	52.6616
ARCH(10)	0.75305 [0.6745]	1.0577 [0.3920]	1.8551 [0.0472]*
P (60)	75.9249[0.068113]	62.2730[0.360526]	56.6758[0.561674]
MAE	0.003408	0.002402	0.0006758
RMSE	0.004089	0.003335	0.0008908

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Kriz sonrası dönem getiri serilerinin ARFIMA model sonuçlarına göre, hiçbir getiri serisinde ξ değeri istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu durum uzun hafızanın bu dönem için bulunmadığını ve dolayısıyla geçmiş piyasa fiyatına bakarak yatırımcıların piyasa getirisi üzerinde bir kazanç elde edemeyeceklerini ifade etmektedir. MAE ve RMSE istatistik değerlerinin küçük olması, modelin gerçeğe uygun tahminleme yaptığını göstermektedir.

Tablo 11. Kriz Sonrası Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi FIGARCH-FIAPARCH Model Tahmin Sonuçları

	FIGARCH			FIAPARCH		
	Pound (2, d, 2)	Euro (1, d, 0)	Amerikan Doları(1, d, 0)	Pound (0, d, 1)	Euro (0, d, 1)	Amerikan Doları (0, d, 2)
ω	2.619610* (0.59523) [0.0000]	6.660471* (1.9492) [0.0006]	5.791308* (1.9257) [0.0027]	76.153402 (72.809) [0.2957]	106.900896 (83.617) [0.2013]	135.414596 (185.20) [0.4648]
ϕ_1	1.720694* (0.026126) [0.0000]	-	-	-0.119393* (0.051709) [0.0211]	-0.160248* (0.048431) [0.0010]	-0.221116 ** (0.053409) [0.0000]
ϕ_2	-0.961017* (0.020979) [0.0000]	-	-	-	-	-0.071590** (0.037795) [0.0584]
β_1	1.721753* (0.020124) [0.0000]	0.301550* (0.12307) [0.0144]	0.420572* (0.13198) [0.0015]	-	-	-
β_2	-0.966680* (0.014671) [0.0000]	-	-	-	-	-
γ (gamma)	-	-	-	-0.290729* (0.085712) [0.0007]	-0.352023* (0.084750) [0.0001]	-0.323241* (0.12322) [0.0088]
δ (delta)	-	-	-	1.623920* (0.15711) [0.0000]	1.527880* (0.12555) [0.0000]	1.497552* (0.22051) [0.0000]
d	0.223118* (0.031544) [0.0000]	0.549191* (0.10189) [0.0000]	0.574716* (0.11415) [0.0000]	0.287011* (0.041973) [0.0000]	0.356422* (0.044212) [0.0000]	0.350626* (0.052636) [0.0000]
v	5.129210* (0.64895) [0.0000]	4.190998* (0.38654) [0.0000]	4.161287* (0.37156) [0.0000]	5.490521* (0.76316) [0.0000]	4.856161* (0.53206) [0.0000]	4.778755* (0.48685) [0.0000]

ln(ξ)	0.075677* (0.033637) [0.0246]	0.080325* (0.031817) [0.0117]	0.100308* (0.032380) [0.0020]	0.068256* (0.032455) [0.0356]	0.074769* (0.031361) [0.0172]	0.099861* (0.032241) [0.0020]
Log (L)	6131.425	6256.6	6232.638	6135.227	6268.948	6241.98
AIC	-6.987559	-7.134931	-7.109776	-6.993150	-7.146705	-7.116435
SIC	-6.959546	-7.116255	-7.091101	-6.968250	-7.121804	-7.088421
Çarpıklık	-0.090081	0.49834	0.50508	-0.081622	0.29631	0.42623
Aşırı Basıklık	7.0061	3.7816	3.4865	5.6106	3.4853	2.9836
J-B	3597.9	1120.3	965.13	2307.8	915.49	705.27
Q (20)	53.1734**	50.4725**	30.5066	51.9384**	48.7590**	27.3582
Q (50)	89.4730**	78.8432**	55.6253	85.2534**	79.4619**	56.2064
Q ² (20)	6.43524	13.0859	18.7740	9.99515	15.6044	17.5808
Q ² (50)	20.2084	61.3590	44.1797	21.3958	87.3656**	49.7546
ARCH (10)	0.24529 [0.9915]	0.81420 [0.6150]	1.4148 [0.1675]	0.49687 [0.8930]	0.96336 [0.4736]	1.0312 [0.4141]
P (60)	58.9966 [0.475637]	68.6212 [0.183448]	38.9283 [0.979761]	71.4198 [0.128790]	63.8430 [0.310229]	57.4949 [0.531166]
MAE	0.00339	0.002388	0.0006853	0.003384	0.002377	0.0006953
RMSE	0.00406	0.003307	0.000896	0.004056	0.003273	0.0009071

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Kriz sonrası dönem getiri serilerinde volatilitede uzun hafızanın varlığını test etmek için yapılan FIGARCH ve FIAPARCH model sonuçlarına bakıldığında, uzun hafıza parametresi olan d %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu durum, Etkin Piyasa Hipotezi'nin bu dönem için geçerli olmadığını ve serilerin tahmin edilebilir bir yapıda olduğunu ifade etmektedir. FIAPARCH modelinde asimetri özelliğini gösteren γ parametresinin istatistiksel olarak anlamlı çıkması, pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilité üzerine etkisinin asimetrik olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 12. Kriz Sonrası Dönem Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA-FIAPARCH Model Sonuçları

	Pound (0, ξ , 1) – (0, d, 1)	Euro (1, ξ , 0) – (0, d, 1)	Amerikan Doları (1, ξ , 1)–(0, d, 1)
μ	0.000600* (0.00021502) [0.0054]	0.000596* (0.00016208) [0.0002]	0.0006177* (0.0028575) [0.0000]
ψ_1	-	0.118046* (0.048220) [0.0145]	0.981240* (0.0067976) [0.0000]
θ_1	0.119719* (0.039411) [0.0024]	-	-0.996599* (0.0022507) [0.0000]
ξ	0.016790 (0.031941) [0.5992]	-0.013475 (0.039096) [0.7344]	0.079072* (0.025228) [0.0018]
ω	81.169612 (87.724) [0.3549]	93.135992 (87.644) [0.2881]	222.232109* (107.49) [0.0388]
ϕ_1	-0.143752* (0.049035) [0.0034]	-0.162863* (0.048476) [0.0008]	-0.170880* (0.048783) [0.0005]
β_1	-	-	-
γ	-0.323669* (0.094576) [0.0006]	-0.383644* (0.088541) [0.0000]	-0.366802* (0.13166) [0.0054]
δ	1.609308* (0.17824) [0.0000]	1.547708* (0.14856) [0.0000]	1.418290* (0.083187) [0.0000]
d	0.292083* (0.042775) [0.0000]	0.356548* (0.045431) [0.0000]	0.308583* (0.048275) [0.0000]

v	5.496171* (0.77239) [0.0000]	4.893222* (0.55215) [0.0000]	4.806653* (0.50183) [0.0000]
ln(ξ)	0.081508* (0.032485) [0.0122]	0.079640* (0.030480) [0.0091]	0.094495* (0.031107) [0.0024]
Log (L)	6169.898	6277.780	6248.367
AIC	-7.007848	-7.154678	-7.121585
SIC	-6.976722	-7.123553	-7.087346
Çarpıklık	-0.075919	0.29385	0.46482
Aşırı Basıklık	5.8840	3.5406	2.9652
J-B	2537.7	943.57	707.36
Q (20)	18.2262	23.7313	14.3074
Q (50)	48.5796	53.5457	44.0777
Q ² (20)	9.31644	15.1024	17.4666
Q ² (50)	21.1202	89.1536**	58.1137
ARCH(10)	0.47310 [0.9081]	0.86411 [0.5666]	1.0623 [0.3883]
P (60)	53.8771[0.664256]	73.0580[0.103128]	43.4334[0.935747]
MAE	0.003342	0.002375	0.0007258
RMSE	0.004049	0.003246	0.001022

*, ** %5 ve %10 anlam düzeyinde istatistiksel anlamlılığı, () standart hataları, [] p olasılık değerlerini, Q ve Q² hata ve kareli getiri hata serilerinin bağımsızlık testi için Box Pierce, ARCH(10) ARCH-LM testini, P(60) 60 hücre için Pearson Uyum İyiliği istatistiğini, MAE (Mean Absolute Error) ve RMSE (Root Mean Squared Error) hata öngörü performanslarını göstermektedir.

Kriz sonrası dönem getiri serilerinde getiri ve volatilitede birlikte uzun hafızanın varlığını belirlemek için yapılan ARFIMA-FIAPARCH model sonuçları, Amerikan Doları getiri serisinde (1, ξ, 1) – (0, d, 1) ikili uzun hafızanın olduğu, diğer döviz getiri serilerinde ise sadece volatilitede uzun hafızanın olduğunu göstermektedir. γ parametresi negatif değerde ve istatistiki olarak anlamlı, bu da pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilitede üzerine etkisinin asimetric olduğunu kanıtlamaktadır. Modelin güç parametresi olan δ modelin bir bütün olarak hata içermediğini ifade etmektedir. Box Pierce istatistik değerleri de getiri serisinin otokorelasyon içermediğini ifade etmektedir. ARCH-LM testi hatalardaki ARCH etkisinin istatistiki olarak anlamlı olmadığını yani değişen varyans sorunu bulunmadığını göstermektedir. v parametresi de tüm modeller için %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuş bu da serinin getiri hatalarının kalın kuyruklu bir olasılık yoğunluğu sergilediğini göstermektedir. ln (ξ) da %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Bu da oluşturulan modellerden elde edilen hata (artık) dağılımlarının asimetric olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 13. Kriz Öncesi Dönem In-Sample VaR Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA-FIAPARCH Model Sonuçları (SST Dağılımı)

Kısa Pozisyon				Uzun Pozisyon			
α	Başarı Oranı	Kupiec LR	P Değeri	α	Başarı Oranı	Kupiec LR	P Değeri
Amerikan Doları VaR Sonuçları (1, ξ, 1 – 1, d, 2)							
0.95000	0.94692	0.25422	0.61412	0.050000	0.045385	0.60082	0.43826
0.97500	0.97308	0.19249	0.66085	0.025000	0.026154	0.069965	0.79139
0.99000	0.99385	2.2513	0.13350	0.010000	0.010769	0.075800	0.78307
0.99500	0.99692	1.1208	0.28975	0.0050000	0.0046154	0.039681	0.84211
0.99750	0.99769	0.019792	0.88812	0.0025000	0.0023077	0.019792	0.88812
Euro VaR Sonuçları (1, ξ, 1 – 0, d, 1)							
0.95000	0.94462	0.76791	0.38087	0.050000	0.045385	0.60082	0.43826
0.97500	0.97846	0.66997	0.41306	0.025000	0.024615	0.0079293	0.92904

0.99000	0.99077	0.079752	0.77763	0.010000	0.011538	0.29613	0.58632
0.99500	0.99385	0.32397	0.56923	0.0050000	0.0046154	0.039681	0.84211
0.99750	0.99615	0.81019	0.36806	0.0025000	0.0023077	0.019792	0.88812
Pound VaR Sonuçları (1, ξ , 1 – 0, d, 1)							
0.95000	0.94750	0.25422	0.61412	0.050000	0.050769	0.016116	0.89898
0.97500	0.97923	1.0121	0.31441	0.025000	0.025385	0.0078504	0.92940
0.99000	0.98923	0.075800	0.78307	0.010000	0.053846	0.013361	0.66742
0.99500	0.99462	0.037705	0.84604	0.0050000	0.0015385	0.0143010	0.38090
0.99750	0.99538	1.8631	0.17227	0.0025000	0.00076923	2.1466	0.14289

Tablo 14. Kriz Dönemi In-Sample VaR Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA-FIAPARCH Model Sonuçları (SST Dağılımı)

Kısa Pozisyon				Uzun Pozisyon			
α	Başarı Oranı	Kupiec LR	P Değeri	α	Başarı Oranı	Kupiec LR	P Değeri
Amerikan Doları VaR Sonuçları (1, ξ , 1 – 0, d, 1)							
0.95000	0.95167	0.070927	0.78999	0.050000	0.050000	0.00000	1.0000
0.97500	0.97667	0.13982	0.70846	0.025000	0.023333	0.13982	0.70846
0.99000	0.99333	1.5260	0.21671	0.010000	0.0075000	0.82929	0.36248
0.99500	0.99750	1.8486	0.17394	0.0050000	0.0050000	0.00000	1.0000
0.99750	0.99917	1.8061	0.17897	0.0025000	0.0033333	0.30229	0.58245
Euro VaR Sonuçları (0, ξ , 1 – 1, d, 1)							
0.95000	0.94500	0.61258	0.43382	0.050000	0.050000	0.00000	1.0000
0.97500	0.97417	0.033824	0.85408	0.025000	0.025000	0.00000	1.0000
0.99000	0.98750	0.70189	0.40215	0.010000	0.0091667	0.086591	0.76856
0.99500	0.99333	0.60627	0.43620	0.0050000	0.0058333	0.15895	0.69013
0.99750	0.99667	0.30229	0.58245	0.0025000	0.0016667	0.37897	0.53815
Pound VaR Sonuçları (1, ξ , 1 – 0, d, 1)							
0.95000	0.94750	0.15546	0.69337	0.050000	0.047500	0.16045	0.68874
0.97500	0.97167	0.52478	0.46881	0.025000	0.028333	0.52478	0.46881
0.99000	0.98750	0.70189	0.40215	0.010000	0.010000	0.00000	1.0000
0.99500	0.99417	0.15895	0.69013	0.0050000	0.0075000	1.3059	0.25314
0.99750	0.99667	0.30229	0.58245	0.0025000	0.0025000	0.00000	1.0000

Tablo 15. Kriz Sonrası Dönem In-Sample VaR Amerikan Doları, Euro ve Pound Getiri Serisi ARFIMA-FIAPARCH Model Sonuçları (SST Dağılımı)

Kısa Pozisyon				Uzun Pozisyon			
α	Başarı Oranı	Kupiec LR	P Değeri	α	Başarı Oranı	Kupiec LR	P Değeri
Amerikan Doları VaR Sonuçları (1, ξ , 1 – 0, d, 1)							
0.95000	0.94688	0.32265	0.57002	0.050000	0.050000	-2.2737	1.0000
0.97500	0.97313	0.22535	0.63499	0.025000	0.026875	0.22535	0.63499
0.99000	0.98687	1.4370	0.23062	0.010000	0.011250	0.24272	0.62225
0.99500	0.99562	0.13119	0.71720	0.0050000	0.0025000	2.4649	0.11642
0.99750	0.99813	0.27453	0.60031	0.0025000	0.0012500	1.2299	0.26742
Euro VaR Sonuçları (1, ξ , 0 – 0, d, 1)							

0.95000	0.94625	0.46287	0.49629	0.050000	0.053125	0.32265	0.57002
0.97500	0.97562	0.025852	0.87226	0.025000	0.025000	-1.1369	1.0000
0.99000	0.98813	0.53600	0.46410	0.010000	0.0062500	2.6226	0.10535
0.99500	0.99500	-2.8422	1.0000	0.0050000	0.0050000	-2.8422	1.0000
0.99750	0.99562	1.8403	0.17492	0.0025000	0.0025000	1.7053	1.0000
Pound VaR Sonuçları (0, ξ , 1 - 0, d, 1)							
0.95000	0.94875	0.052221	0.81924	0.050000	0.049375	0.013210	0.90850
0.97500	0.97750	0.42429	0.51480	0.025000	0.021250	0.97176	0.32424
0.99000	0.99214	0.70092	0.40247	0.010000	0.010625	0.061869	0.80357
0.99500	0.99571	0.15091	0.69767	0.0050000	0.0050000	-2.8422	1.0000
0.99750	0.99714	0.068430	0.79364	0.0025000	0.0025000	1.7053	1.0000

Tablo 13, 14 ve 15'te Riske Maruz Değer (Kupiec testi) analiz sonuçları gösterilmektedir. Yapılan Kupiec testinde, analizin yeterliliği ölçülmektedir. Analiz, tahmin edilen gözlemlerle örneklem dışı bırakılan veri seti arasında başarı oranını hem uzun pozisyonda (fiyatların, satın aldıktan sonra düşmesi bir kayıp ihtimalini oluşturmakta) hem de kısa pozisyonda (satış işleminden sonra fiyatların yükselmesi riski oluşturmakta) ölçmektedir. Kupiec testi örneklem dışı bırakılan veri seti ile örneklem içi tutulan tahmin modeli arasında birbirine yakınlığı yani farkı ölçmektedir. Örneklem dışı bırakılan veri seti ile örneklem içi model tahmininin arasında fark yoktur hipotezini sınamaktadır. Burada da, olasılık değerlerinin (p) anlamsız olması, modelin en uygun veya en yeterli model olduğu anlamına gelmektedir. Olasılık değerlerinin anlamlı olması ise o modellerin tam anlamıyla yeterli olmadığını göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre tüm dönemlerde Normal, ST ve GED dağılımlarında, p olasılık değeri bazı kantillerde (0.95000, 0.97500 gibi) %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla bu modellerin, veri seti için tam anlamıyla yeterli olmadığı söylenebilmektedir. Bütün dönemlerin SST dağılımında kısa ve uzun pozisyonda yer alan tüm kantillerde, p olasılık değerleri %10 anlamlılık düzeyinden büyük olduğundan dolayı H_0 hipotezi kabul edilmektedir. Yani, bu modelin veri seti için en uygun veya en yeterli model olduğu söylenebilmektedir. Bu yüzden burada sadece SST dağılım Riske Maruz Değer (Kupiec testi) analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Ayrıca tüm döviz kurları için ARFIMA-FIAPARCH modeli en uygun VaR modeli olarak bulunmuştur.

SONUÇ

Finansal varlıkların fiyatlarını analize tabi tutmak için zaman serilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Finansal zaman serilerinin geçmişteki fiyatlarına bakarak gelecekte alabileceği fiyatlar tahmin edebiliyorsa bu serinin uzun hafıza özelliği sergilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Serinin geçmiş değerleri ile arasındaki uzun dönem bağımlılığı işaret etmektedir. Bu durum finansal varlığın değerinin önceden tahmin edilebilir bir yapıda olduğunu göstermesinden dolayı uzun hafızayı Etkin Piyasa Hipotezi ile bağlantılı bir kavram haline getirmektedir.

Türkiye döviz piyasasında işlem gören Amerikan Doları/Türk Lirası, Euro/Türk Lirası ve Pound/Türk Lirası döviz kurlarının getiri ve volatilitelerinde uzun hafızanın varlığını test etmek amacıyla 02.01.2002 ile 31.12.2019 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatları kullanılarak gerçekleştirilen analize ilişkin model sonuçlarına bakıldığında, getiride sadece Euro getiri serisi için kriz öncesi dönemde uzun hafıza parametresinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bütün döviz kurlarında tüm veri seti için volatilitelerde uzun hafızanın olduğu tespit edilmiştir. Amerikan Doları getiri serisi için kriz dönemi ve kriz sonrası dönemde, Euro getiri serisi için de kriz öncesi dönemde getiri ve volatilitelerde ikili uzun hafızanın var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç belirtilen getiri serileri için geçmiş fiyat hareketlerini kullanarak bugünkü piyasa fiyatının tahmin edilebileceğini göstermesinden dolayı Etkin Piyasa Hipotezi'nin geçerli olmadığını ifade etmektedir. Diğer ikili uzun hafıza sonuçları ise, sadece volatilitelerde uzun hafızanın bulunduğunu göstermektedir. FIAPARCH modelinde asimetri parametresi olan γ tüm veri seti için anlamlı ve negatif değerde bulunmuştur. Bu, pozitif bilgi şoklarının negatif bilgi şoklarına göre volatilitelerde daha baskın olduğu yani daha fazla oynaklığa neden olduğunu ifade etmektedir. Bu durum şu şekilde yorumlanabilir: döviz piyasalarına müdahale araçlarının çok sayıda olması sonucunda, piyasaya ulaşan olumsuz haber veya bilgi kaynaklı ortaya çıkan oynaklık, para politikası tarafından yapılan müdahaleler sayesinde daha sınırlı seviyede kalmaktadır. Ancak piyasaya ulaşan olumlu haber veya bilgi durumunda döviz kurlarına

herhangi bir müdahale yapılmayıp arz ve talep koşullarında fiyat oluşmaktadır. Bundan dolayı da pozitif bilgi şokları volatilité üzerinde daha baskın olmaktadır. Asimetri parametresi yani kaldıraç parametresi denildiği zaman, yaygın literatürde sadece negatif şoklar üzerinden yorumlama yapılmakta ve pozitif şoklar üzerine bir birliktelik bulunmamaktadır. Bundan dolayı çıkan sonucu: “analize tabi tutulan dönemler için pozitif ve negatif bilgi şoklarının volatilité üzerine etkisinin asimetric olduğu kanıtlanmıştır” şeklinde de ifade etmek mümkündür. Modelin güç parametresi olan δ , istatistiki olarak anlamlı ve değerinin 2’ye yakın olması modelin bir bütün olarak hata içermediğini belirtmektedir. Ayrıca ARFIMA-FIAPARCH modeli d parametresine bakıldığında, kriz döneminde Amerikan Doları getiri serisi hariç Euro ve Pound getiri serilerinde sabit değer (sırasıyla 0.256722 ve 0.256777) en düşük değeri almaktadır. Bu da kriz döneminde, uzun hafıza özelliğinin azalmaya başladığını ve zayıf formda piyasa etkinliğine yaklaşıldığını ifade etmektedir. Amerikan Doları’na kıyasla, Euro ve Pound ile işlem hacminin daha düşük seviyelerde olmasından dolayı böyle bir sonucun ortaya çıkabileceği düşünülmektedir. Tüm veri seti için d parametresi sabit değerleri, 0.50 değerinin altında yer almaktadır. Bu durum, Türkiye döviz piyasasının zayıf formda etkinliğe daha yakın olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca varyansta kırılma olup olmadığını tespit edebilmek için, modifiye edilmiş ICSS yapısal kırılma testi veri setine uygulanmıştır. Varyansta herhangi bir kırılma tespit edilemediği için araştırmada, yapısal kırılmalı analizlere yer verilmemiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında, veri setinin büyük bir oranında SST dağılımının hem Pearson Uyum İyiliği testi değerinin en düşük ve anlamsız olması hem de Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) bilgi kriterlerinin en düşük değeri almasından dolayı diğer dağılımlara göre daha uygun olduğu tespit edilmektedir. Bunun yanı sıra, yapılan Kupiec testi sonucunda da SST dağılımı diğer dağılımlara göre bu veri seti için en uygun veya en yeterli model olarak bulunmuştur. Ayrıca finansal zaman serilerinin kalın kuyruk özelliği sergilediği bu çalışmada da ortaya çıkan sonuçlardan bir diğeridir. Simetrik model olan FIGARCH ile asimetric model olan FIAPARCH modellerinin hem Log-likelihood değeri en büyük olan hem de Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) bilgi kriterlerinde en düşük değere sahip olan FIAPARCH modeli çalışmada ikili uzun hafıza testi içerisinde kullanılmıştır. Bu da göstermektedir ki asimetric modeller simetrik modellere göre volatilitéyi açıklamada daha iyi sonuçlar vermektedir. Tüm veri seti için MAE ve RMSE istatistik değerlerinin küçük olması, modelin gerçeğe uygun tahminleme yaptığını göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Abdalla, S. Z. S. (2012). "Modelling Exchange Rate Volatility using GARCH Models: Empirical Evidence from Arab Countries", *International Journal of Economics and Finance*, 4/3, 216-229.
- Arnold, G. (1998). *Corporate Financial Management*, Trans-Atlantic Publications, England.
- Atan, S. D., Özdemir, Z. A. ve Atan, M. (2009). "Hisse Senedi Piyasasında Zayıf Formda Etkinlik: İMKB Üzerine Ampirik Bir Çalışma", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24/2, 33-48.
- Baillie, R. T., Bollerslev, T. ve Mikkelsen, H. O. (1996). "Fractionally Integrated Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity", *Journal of Econometrics*, 74/1, 3-30.
- Balbey, M. (2014). *İkili Uzun Hafıza Modelleri: Bazı Makroekonomik Değişkenler Üzerine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi ve Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi.
- Baum, C. F. (2013). "ARIMA and ARFIMA Models", *Applied Econometrics*, Boston College, 1-61.
- Beine, M. ve Laurent, S. (2000). "Structural Change and Long Memory in Volatility: New Evidence from Daily Exchange Rates", *Econometric Society World Congress 2000 Contributed Papers*, 0312, 1-9.
- Bollerslev, T. (1986). "Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity", *Journal of Econometrics*, 31/3, 307-327.
- Bollerslev, T., Engle, R. F., and Nelson, D. (1994). "ARCH models. In Handbook of Econometrics", Edt: R. F. Engle ve D. L. McFadden, 4/49, 2959-3038.
- Brealey, A. R. ve Myers, S. C. (1999). *Principles of Corporate Finance, Sixth Edition*, McGraw Hill, USA.
- Çağlayan, E. Ve Dayıoğlu, T. (2009). "Döviz Kuru Getiri Volatilitésinin Koşullu Değişen Varyans Modelleri ile Öngörüsü", *Ekonometri ve İstatistik*, 9, 1-16.
- Davidson, J. (2004). "Moment And Memory Properties Of Linear Conditional Heteroscedasticity Models, And A New Model", *Journal of Business & Economic Statistics*, 22/1, 16-29.
- Degiannakis, S. ve Xekalaki, E. (2017). "Autoregressive Conditional Heteroskedasticity (ARCH) Models: A Review", *Munich Personal RePEc Archive*, N.80487, 1-78.
- Diaz, J. F. Ve Chen, J. (2017). "Testing for Long-memory and Chaos in the Returns of Currency Exchange-traded Notes (ETNs)", *Journal of Applied Finance & Banking*, 7/4, 15-37.
- Ding Z., Granger C. W. J., Engle R. F. (1993). "A Long Memory Property Of Stock Market Returns And A New Model", *Journal of Empirical Finance*, 1/1, 83-106.
- Ding, D. (2011). "Modeling of Market Volatility with APARCH Model", *U.U.D.M. Project Report*, N.6, 1-42.
- Emeç, H. Ve Özdemir, M. O. (2014). "Türkiye'de Döviz Kuru Oynaklığının Otoregresif Koşullu Değişen Varyans Modelleri ile İncelenmesi", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 51/596, 85-100.
- Enders, W. (2004). *Applied Econometric Time Series, Fourth Edition*, John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Engle, R.F. (1982). "Autoregressive Conditional Heteroskedasticity with Estimates of the Variance of U.K. Inflation", *Econometrica*, 50/4, 987-1007.
- Fama, E. F. (1970) "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Works", *The Journal of Finance*, 25/2, 383-417.
- Granger, C. W. J. (1980). "Testing For Causality: A Personal Viewpoint", *Journal of Economic Dynamics and Control*, 2/1, 329-352.
- Granger C. W. J. ve Joyeux, R. (1980). "An Introduction To Long-Memory Time Models And Fractional Differencing", *Journal of Time Series Analysis*, 1/1, 15-29.
- Han, Y. W. (2007). "Poisson Jumps and Long Memory Volatility Process in High Frequency European Exchange Rates", *Seoul Journal of Economics*, 20/2, 201-222.
- Han, Y. W. (2014). "Effects of Financial Crises on the Long Memory Volatility Dependency of Foreign Exchange Rates: the Asian Crisis vs. the Global Crisis", *Journal of East Asian Economic Integration*, 18/1, 3-27.
- Hosking, J. R. M. (1981). "Fractional Differencing", *Biometrika*, 68, 165-176.

- Kang, S.H., Chob, H.G. and Yoon, S.M. (2009). "Modeling Sudden Volatility Changes: Evidence from Japanese and Korean Stock Markets" *Physica A*, 388/17, 3543-3550.
- Kasman, A. ve Torun, E. (2007). "Long Memory in the Turkish Stock Market Return and Volatility", *Central Bank Review*, 7/2, 13-27.
- Kasman, A., Kasman, S. ve Torun, E. (2009). "Dual Long Memory Property in Returns and Volatility: Evidence from The CEE Countries' Stock Markets", *Emerging Markets Review*, 10, 122-139.
- Kumar, A. S. (2014), "Testing For Long Memory In Volatility In The Indian Forex Market", *Economic Annals*, 59/203, 75-90.
- Lardic, S. ve Mignon, V. (2004). "Term Premium and Long-range Dependence in Volatility: A FIGARCH-M Estimation on Some Asian Countries", *Journal of Emerging Market Finance*, 3/1, 1-19.
- Laurini, M.P. ve Portugal, M.S. (2004). " Long Memory in the R\$ / US\$ Exchange Rate: A Robust Analysis", *Brazilian Review of Econometrics*, 24/1, 109-147.
- Megginson, L. W. (1997). *Corporate Finance Theory*, Addison-Wesley, USA.
- Mikhaylov, A. Y. (2018). " Volatility Spillover Effect between Stock and Exchange Rate in Oil Exporting Countries", *International Journal of Energy Economics and Policy*, 8/3, 321-326.
- Mishkin, F. S. (2004). *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*, Pearson Addison Wesley. United States of America.
- Özdemir, A., Vergili, G. Ve Çelik, İ. (2018). " Döviz Piyasalarının Etkinliği Üzerinde Uzun Hafızanın Rolü: Türk Döviz Piyasasında Ampirik Bir Araştırma", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 12/1, 87-107.
- Pike, R. ve Neale, B. (1999). *Corporate Finance and Investment, Third Edition*, Prentice Hall Europe.
- Rachev, S. T., Mittnik, S., Fabozzi, F. J., Focardi, S. M. ve Jal, T. (2007). *Financial Econometrics*, John Wiley & Sons, New Jersey.
- Sanso, A., Arago, V., and Carrion, J. L. (2004). "Testing For Changes in the Unconditional Variance of Financial Time Series", *Revista de Economía Financiera*, 4, 32-53.
- Tse, Y.K. (1998). "The Conditional Heteroscedasticity Of The Yen-Dollar Exchange Rate", *Journal Of Applied Econometrics*, 13/1, 49-55.
- Zhelyazkova, S. (2018), "ARFIMA-FIGARCH, HYGARCH and FIAPARCH Models of Exchange Rates", *Economic Sciences Series*, 7/2, 142-153.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:17.05.2020 ✓Accepted/Kabul:21.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.739034

Araştırma Makalesi/ Research Article

Bilir, H. ve Şahin, M. (2021). "Politik Ekonomiye Schumpeterci Bir Bakış: Kapitalizm Ve Siyasi Elitler" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 263-276.

POLİTİK EKONOMİYE SCHUMPETERCİ BİR BAKIŞ: KAPİTALİZM VE SİYASİ ELİTLER

Hüsnü BİLİR*, Mehmet ŞAHİN**

Öz

Bu çalışmanın amacı Schumpeter'in elit modelinin politik ekonomisini incelemektir. Elitlerin kapitalizm içindeki rolünü anlamaya çalışan Schumpeterci yaklaşımın demokrasi teorileri bağlamındaki incelenmesine yer verilecektir. Demokrasi teorileri anlatımı ile başlayan çalışmada daha sonra sırasıyla Schumpeter'in ekonomik ve siyasi analizlerine yer verilecektir. Daha sonra bunlar arasında bağlantı kurularak günümüz politik ekonomi literatürünü nasıl etkilediğinden bahsedilecektir. Çalışmada gösterilmek istenen ana fikir, kapitalizmi evrimsel ve devingen bir sistem olarak ele alan Schumpeter'in siyasi analizinde elitlerin rolü ile ekonomik analizindeki müteşebbislerin rolünün örtüştüğü, bu nedenle elit analizinin kapitalizm analizinden ayrı ele alınamayacağıdır. Ayrıca günümüzün Sorumluluk modeli ve Yetkilendirme modeline dayanan demokrasi anlayışının temelinin Schumpeterci gelenekten geldiği de ifade edilecektir. Dolayısıyla bu modeller salt siyaset teorilerinden ziyade ekonomik modellerin yardımıyla açıklanmalıdır. Böylelikle Schumpeter'in elit analizini politik ekonomi bağlamında ele alınarak, bilhassa Türkçe literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Schumpeter, Elit Teorileri, Kapitalizm ve Sosyalizm, Demokrasi Teorileri.*

A SCHUMPETERIAN APPROACH TO POLITICAL ECONOMY: CAPITALISM AND POLITICAL ELITES

Abstract

The purpose of this study is to examine the political economy of Schumpeter's elite model. The Schumpeterian approach that seeks to understand the elites in capitalism will be examined in the context of democracy theories. Having narrated democracy theories, Schumpeter's economic and political analyses will take place respectively. This will be followed by narrating how he influenced contemporary political economy literature by linking one another. The main theme of the study is to demonstrate that the role of elites in political analysis corresponds to the role of entrepreneurs in economic analysis and consequently the elite analysis can't be discussed separately in Schumpeter who approaches capitalism as an evolutionary and dynamic system. Also it will be argued that the Accountability Model and the Authorization Model of democracies roots to the Schumpeterian tradition. Thus, these models should be explained not only by sole political theories but also by economic models. In this regard, the aim of this study is to contribute to the Turkish literature by reviewing Schumpeter's elite analysis in the context of political economy.

Key Words: *Schumpeter, Elite Theories, Capitalism and Socialism, Democracy Theories.*

*Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, AKSARAY.
e-posta: husnu_bilir@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0001-9602-8267>)

** Arş.Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, AKSARAY.
e-posta: mesahin@alumni.bilkent.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-0142-6666>)

1. GİRİŞ

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) yaşadığı dönemin en büyük iktisatçılarından biri olarak nitelendirilmektedir (Hoselitz, 1951: v). Temel eserleri arasında İktisadi Gelişme Teorisi (The Theory of Economic Development) (1911), Vergi Devletinin Krizi (The Crisis of the Tax State) (1918), Emperyalizmlerin Sosyolojisi (The Sociology of Imperialisms) (1918-1919), İş Çevrimleri (Business Cycles) (1939), Kapitalizm, Sosyalizm, Demokrasi (Capitalism, Socialism, Democracy) (1942) ve İktisadi Analiz Tarihi (*History of Economic Analysis*) (1954) sayılabilir. Ancak Schumpeter'i salt iktisatçı olarak görmek hatalı olacaktır. Zira o esasında politik ekonominin en önemli temsilcilerinden biridir. Schumpeter, bilhassa liberalizm ile birlikte gelen iktisat ve politikanın ayrı kulvarlar olduğu düşüncenin aksine iktisadi sistemlerin her birinin politik karşılığının da olduğunu göstererek iktisadın politik ekonomi bağlamında incelenmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Bu bakımdan sadece iktisada değil, siyaset bilimine de yön vermiş bir isimdir Schumpeter. Onun bilhassa elit analizi, yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren siyaset bilimi literatüründeki önemli çalışmaların temelini atmıştır. O kadar ki, günümüz elit teorileri içinde (neo)-Schumpeterci akımlar mevcuttur.

Ancak siyaset bilimi ve iktisat literatürlerinin özellikle Soğuk Savaş döneminde birbirlerinden bağımsız olarak hareket etmeleri, hatta bir ölçüde birbirlerini dışlamaları yüzünden Schumpeter'in iktisat modeli ile elit modeli birbirinden farklı gelişmiştir. Bu makale ise iki disiplin arasındaki sağlıklar diyaloguna engel olmayı amaçlamaktadır. Zira politik ekonomi, esasında klasik iktisatçıların temel dayanak noktasıdır ve Schumpeter belki de bu geleneğin (en azından Soğuk Savaş sürecindeki araya kadar) son temsilcilerinden olmuştur.

Bu noktadan hareketle, çalışmanın çıkış noktası Schumpeter'in elit analizini politik ekonomi bağlamında ele almaktır. Mevcut literatürde –bilhassa Türkçe literatürde- Schumpeter'in elit analizi sadece demokrasi teorileri çerçevesinde ele alınmakta ve diğer demokrasi teorilerinden ayrılan ya da örtüşen özellikleri temelinde bir değerlendirme yapılmaktadır. Bu çalışmalarda Schumpeter'in elit analizinin ekonomik analiziyle ilişkisi üzerinde durulmamaktadır. Bu durum da kapitalizmi evrimsel ve devingen bir sistem olarak ele alan ve kapitalizmin toplumsal gelişimin bir aşaması olduğunu belirten Schumpeter'in analizindeki bütünsel bakış açısının gözden kaçmasına neden olmaktadır. Kapitalizm analizinde Schumpeter kurumsal, tarihsel ve kültürel unsurlardan sıklıkla söz etmekte ve kapitalizmin salt ekonomik bir sistem olarak kavranamayacağını vurgulamaktadır. Kapitalizmin daha önceki sistem olan emperyalizmden farkı barışçıl bir rekabet sistemi üzerine temellenmesidir ve söz konusu rekabet bir yandan sistemin ilerlemesi için itici gücü oluştururken, diğer yandan sistemin sonunun gelmesine sebebiyet verebilecektir. Ekonomik alanda rekabet barışçıl müteşebbisler arasında gerçekleşirken, siyasi alandaki rekabet elitler arasındadır. Bu bakımdan Schumpeter'in analizinde elitler “politik müteşebbisler” olarak nitelendirilebilir. Zira Schumpeter'in ekonomik analizinde serbest rekabet firmalar arasındaki rekabet aracılığıyla kamu menfaatini azamileştirirken, politikacılar arasındaki rekabet de politik süreçlerdeki faydayı azamileştirmektedir. Diğer bir ifadeyle, serbest piyasa ekonomisindeki Görünmez El metaforunun işlevini siyasi arenada elitler üstlenmekte ve elitlerin politik arenadaki rekabeti kamu yararına işlemekte ve kamu yararı aslında bu rekabetçi sürecin bir yan ürünü olarak ortaya çıkmaktadır.

Dolayısıyla Schumpeter'in analizinde elitlerin siyasi alandaki rolü ile müteşebbislerin ekonomik alandaki rolü örtüşmektedir. Bu çalışmanın mevcut diğer çalışmalardan farkı Schumpeter'in elit analizini sadece demokrasi teorileri bağlamında değil, Schumpeter'in kapitalizm analizi bağlamında ele almasıdır. Bu bakımdan çalışmada ilk olarak demokrasi teorilerinin genel çerçevesi çizilecektir. Üçüncü bölümde Schumpeter'in iktisadi sistemler analizi geniş biçimde incelenecek ve kapitalizmin evrimsel ve devingen bir süreç olarak ele alındığına dikkat çekilecektir. Dördüncü bölümde ise Schumpeter'in analizinde elitlerin rolü ele alınacak ve müteşebbislerin rolü ile elitlerin rolü arasındaki benzerlik vurgulanacaktır. Son olarak da Schumpeter'in kurduğu politik ekonomik modelin günümüzdeki etkisi tartışılacaktır. Çalışma düşünce tarihine katkı sunmayı amaçlaması bakımından nitel olarak betimleyici bir yöntem takip edilecektir. Bu bakımdan Schumpeter'in çalışmalarının yanı sıra onun hakkında yapılan çalışmalar da araştırmanın önemli kaynağını oluşturacaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Elit teorileri çalışmaları esasında yirminci yüzyılın başına kadar uzanmaktadır. Mosca (1939) ve Pareto (1968) bu dönemde elit modellemesi ortaya koymuş ve genel olarak cumhuriyetçi elitlerle monarşist elitlerin birbirlerinden farklı değerlendirilmesi gerektiği üzerinde durmuştur. Ancak elitler hakkındaki çalışmalar Schumpeter'in 1942 yılındaki meşhur çalışması olan *Kapitalizm, Sosyalizm, Demokrasi (Capitalism, Socialism, Democracy)* haricinde iki dünya savaşı ve arkasından gelen Soğuk Savaş süresince büyük ölçüde geri planda kalmıştır. Zira bu dönemde ya toplum-merkezci çoğulcu paradigmlar ya da sınıf temelli Marksist analizler siyaset bilimi literatüründe hâkim hale gelmiş, böylece elit yaklaşımları geri planda kalmıştır (Field et al., 1990: 149). Elitler üzerine çalışmalar ancak kapitalizmin çeşitlenmesi ve farklı demokrasi türlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte 1970'li yıllardan itibaren yeniden canlanmaya başlamıştır. Özellikle Field ve Higley'in (1973) Schumpeter'in elit modelini devam ettirme çalışmaları ikinci nesil elit teorilerinin doğmasına yol açmıştır. Bu dönemde ağırlıklı olarak demokrasiler arasındaki farklılıklar üzerinde durulmuştur. Burton ve Higley elit kaynaklarını (1987) ve dönüşümlerini (2001) anlamaya çalışırken Pakulski (2012) farklı bir yol çizerek elit teorilerinin Weberyan yorumunu yapmaya çalışmıştır. Soğuk Savaşın sona ermesiyle birlikte ise yarı demokratik ve otoriter rejimlerin elit yapıları incelenmeye çalışılmıştır (Svolik, 2009; Zuba, 2016). Bahsi geçen çalışmaların birbirini tamamlayan ve yarışan özellikleri olmakla birlikte son tahlilde büyük çoğunluğu Schumpeter'in elit modellemesinden hareketle kurgulanmıştır. Bu bakımdan Schumpeter'in elit literatürdeki yeri yadsınamaz. Çalışmaların tamamına yakınında Schumpeter'in isminin bulunması ilk olarak onu anlamayı gerekli kılmaktadır. Bu makale de Schumpeter'in literatürdeki ağırlığını göz önünde bulundurarak nispeten eksik bulunan Türkçe literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

3. DEMOKRASİ TEORİLERİ

Demokrasi ve kapitalizm politik ekonomi açısından birbiriyle semiyotik ilişkisi olan sistem olarak düşünülmektedir. Milton Friedman'ın meşhur kitabı *Capitalism and Freedom'dan* (Kapitalizm ve Özgürlük) (1962) beri bilhassa liberal demokrasi ve kapitalizmin birlikte yürüyen sistemler olduğu görüşü hâkim hale gelmiştir. Buna göre ekonomik özgürlük siyasi özgürlüğün ön koşuludur ki ilerleyen yıllarda yapılan çalışmalar bunu kanıtlayacak bulgular ortaya koymuştur (Haan and Sturm, 2003; Rode and Gwartney, 2012).

Friedman'ın yaşadığı dönem için böylesine bir ilişki şaşırtıcı olmaz. Gerçekten de bilhassa Soğuk Savaş döneminde demokratik rejimler kapitalizm ile özdeş hale gelirken, otoriter rejimlerin daha kapalı ekonomik sistemler haline geldiği gözlemlenmiştir. Ancak tarihsel analizler ve daha eski çalışmalar bize farklı süreçler göstermektedir. Zira ne demokrasi doktrini bir anda toplumlara yerleşmiştir, ne de kapitalizm doğası gereği her zaman bireysel özgürlüklerin güvencesi olmuştur.

Bunun en önemli sebebinin demokrasi kavramının teorik altyapısındaki kakofoni olduğu ileri sürülebilir. Zira on sekizinci yüzyıldan günümüze uzanan demokrasi literatüründe, onun felsefesini açıklamada liberal demokrasi, klasik çoğulculuk, katılımcı demokrasi, rekabetçi demokrasi gibi birbirine benzeyen veya çatışan teoriler geliştirilmiştir (Cunningham, 2002). Bu bağlamda ABD'nin bağımsızlığı ve Fransız İhtilali ile birlikte sistemik hale getirilmeye çalışılan demokrasi, erken dönemde bilhassa Rousseau'nun etkisiyle *ortak irade (common will)* veya kendi ifadesiyle *genel irade (general will)* düşüncesine dayanmaktaydı.¹ Buna göre ideal bir demokrasi; herkesin katılımcı olduğu, ahlaki değerler ile donatıldığı, eşit ve lüksten kaçınan insanlardan oluşan bir yönetim biçimidir (Rousseau, 2002: 201). Elbette ki sayılan bu değerler ideal bir demokrasinin tanımıdır ve gerçek hayatta karşılığı bulunmamaktadır. Ancak ideale yakın bir anlayış tahsis etmek yine de mümkündür ve bunun ön şartlarından biri katılımcılığı sağlamaktır. Dolayısıyla Rousseau'ya göre demokrasi katılımcılığa dayanan ve bu sayede ortak iradenin ortaya çıktığı yönetim ve günümüzün *katılımcı demokrasi* yaklaşımı Rousseau'nun görüşlerine dayanmaktadır (Cunningham, 2001: 91). Bu bağlamda düşünüldüğüne Rousseaucu anlayışta demokrasi ve kapitalizm arasında herhangi bir ilişki bulunmasına gerek yoktur. Zira ortak irade herhangi bir ekonomik sistem üzerinde uzlaşıya varabilir.

Schumpeter ise Rousseau'nun görüşlerine dayanan yaklaşımı klasik doktrin olarak nitelendirmiş ve eleştirilerini öncelikli olarak katılımcılık ve ortak irade kavramları üzerinde yoğunlaştırmıştır. Schumpeter'in öncülüğünü yaptığı ekol "realist demokrasi teorisi okulu" (Cunningham, 2001: 92) olarak nitelendirilmektedir

¹ Bu çalışmada ortak irade kavramı kullanılacaktır.

ve katılımcı demokrasi fikrine temelden karşıdır. Realist okul, siyaseti ortak iradenin veya işbirliğinin değil, tam tersine sürekli çıkar çatışmasının olduğu bir rekabet alanı olarak görür. Bu bakımdan rasyonel tercih anlayışına sahiptir ve demokrasi teorilerindeki çeşitli kampların temelini oluşturmaktadır. Öncelikli olarak günümüzde klasik çoğulculuk anlayışı bu bakımdan Schumpeter'in görüşlerine dayanmaktadır, ancak ondan farklı olarak klasik çoğulcular demokrasinin elitler yerine çıkar grupları arasındaki çatışmadan ibaret olduğu görüşünde birleşirler (Cunningham, 2002: 73). Yani elitçi yaklaşımdan biraz daha katılımcılık anlayışına kaymakla birlikte son tahlilde temelinde kamu tercihi anlayışı (public choice) yatmaktadır ve bu bakımdan Schumpeter'e daha yakın olan kesim mübadeleci demokrasisi (*Catallactics*) teorisini benimseyenlerdir (Cunningham, 2002: 102). Zira mübadeleci demokrasi teorisi analiz düzeyi olarak siyasi partileri seçer ki bu bakımdan elit yaklaşımına benzeyen bir yapı arz etmektedir. Mübadeleci demokrasi teorisinin öncülerinden Downs, siyasi partileri "seçimler yoluyla devlet aygıtını kontrol etmeye çalışan ve ortak hedefleri olan bir takım insanlar" şeklinde tanımlamıştır (Downs, 1957: 25). Bu bakımdan siyasi partiler ve vatandaşlar birbirini dışlayan iki unsurdur, çünkü siyasi partilerin aksine vatandaşlar yönetimde söz sahibi değildir ve bunun için de mücadele etmemektedir. Dolayısıyla siyaset ve demokrasi vatandaşlar için değil, siyasi partiler için vardır. Bu bakımdan mübadeleci demokrasi teorisi bir anlamda elitçi yaklaşımı içinde barındırmaktadır.

Mübadeleci demokrasi kavramı bir bakıma kapitalizmin siyaset bilimine uyarlanmış halidir. Nasıl ki kapitalizmde girişimci ve tüketici ilişkisi varsa demokraside de aynı şekilde seçmen ve politikacı ilişkisi vardır; seçmenler tüketici, politikacılar da girişimci statüsündedir (Best and Higley, 2010: 3). Schumpeter'in elit demokrasisi de bu teorik çerçeveye oturmaktadır. Daha doğru ifade etmek gerekirse; Schumpeter'in görüşleri hem Downs gibi demokrasi teorisyenlerinin, hem de her ne kadar Schumpeter'in analizlerini çelişkili bulsalar da Best ve Higley gibi elit teorisi düşünürlerinin temelini oluşturmuştur. Yani Schumpeter'in elit demokrasisi siyaset bilimi literatüründe önemli yere sahiptir. İktisadi analiz ile birlikte ve daha da önemlisi iktisat ve sınıf analizi ile birlikte konuyu değerlendirmesi onu politik ekonomi literatüründe önemli bir yere oturtmaktadır.

Yine günümüzdeki hâkim anlayıştan farklı olarak Schumpeter'e göre, liberal demokrasi anlayışının aksine demokrasi ve kapitalizm birbirlerine benzer olmakla ve günümüz demokrasisi kapitalist burjuva sınıfı tarafından oluşturulmuş olmakla birlikte ikisinin tarih boyunca beraber hareket etmeleri veya gelecekte de edecekleri gibi bir durum söz konusu değildir. Günümüz demokrasisi her ne kadar burjuva tarafından ortaya çıkarılmış olsa da ekonomik değişimler bunu zamanla tersine çevirecektir. Bu düşünce bizi öncelikli olarak Schumpeter'in iktisadi sistemler analizini incelemeye sevk etmektedir.

4. SCHUMPETER'İN İKTİSADİ SİSTEMLER ANALİZİ

Schumpeter'in analizinde kapitalizmin dinamiklerinin ortaya konması açısından, kapitalist dönem ile kapitalizm öncesi dönemin sosyoekonomik olarak kıyaslanması yol gösterici olabilir. Bu noktada Schumpeter'in analizindeki dikkat çeken husus, emperyalizmi ele alış biçimidir, zira John A. Hobson, Rudolf Hilferding ve Rosa Luxemburg gibi emperyalizmi gelişmiş kapitalizmin bir parçası olarak ele alan düşünürlerin aksine, Schumpeter emperyalizmin kapitalizm öncesi tarihsel dönemlerde de var olduğunu ileri sürmüştür. Schumpeter'e göre emperyalizm salt iktisadi faktörlerle açıklanabilecek bir kavram değildir, sosyolojik ve psikolojik unsurlar da analize dâhil edilmelidir. Bu bağlamda bir ulusun var olma ve evrimsel olarak hayatta kalma çabasının kalıtsal bir sonucu olarak görülen alışkanlıklar, Schumpeter'de emperyalizme özgüdür. Barış dolu süreç aşınarak savaşçı alışkanlıklar topluma yerleştiğinde, söz konusu toplum, hangi toplumsal aşamada olduğundan bağımsız olarak emperyalist kalmaya devam eder. Asıl mesele, emperyalist zihniyetin doğasına var olan fetih ve istilanın tarihsel varoluşunun temel bir unsuru olarak topluma yerleşmesi ve daha sonraki aşamalarda savaşa dair her zaman bir bahanenin olmasıdır (Schumpeter, 1951: 29).

Emperyalizmin temel unsuru olan fetih olgusunun temelinde dinsel motifler yer almaktadır; savaşçı zihniyeti üstün kılan motivasyon kaynakları ise kan ve ganimet, iktidara duyulan özlem, cinsel dürtüler, ticari çıkarlar gibi içgüdülerdir (Schumpeter, 1951: 34–35). Bu bakımdan Schumpeter'e (1951: 65) göre emperyalizm karakteristik olarak geçmişe ait, atalardan aktarılan karakter özelliği anlamında atavistiktir. Bu eğilimler ancak kendine yer bulamayacağı yeni yapılar söz konusu olduğunda ortadan kalkmaktadır. Bu yapı yaşamın ve zihnin kademeli biçimde rasyonalizasyonu olup, eski alışılmış duygusal tepkinin bir unsuru olan emperyalist eğilimlerin

kaybolmasına yol açar. Fetih, genişleme ve savaşma içgüdüğü rasyonel dünyada amacını yitirmiş, etkisiz bir uygulamadır. Kapitalizmde en güçlü dürtü rasyonalizasyon ve rekabet olduğundan, kapitalizmde fiziksel savaşın emperyalist dürtülerine yer yoktur. Bu nedenle *kapitalizm doğası gereği anti-emperyalisttir* (Schumpeter, 1951: 73).

Daha ziyade kapitalist uygarlık rasyonalist ve “anti-kahramancı”dır ve bu iki özellik birbirine paraleldir. Endüstri ve ticaret alanında elde edilen başarılar için ciddi miktarda dayanıklılık gerekse de, endüstriyel ve ticari faaliyet şövalyelik anlamında ele alındığında kahramanca değildir. Bu bakımdan endüstriyel ve ticari burjuvazi esasında pasifisttir (Schumpeter, 2014: 127–128). Feodal senyörlerden farklı olarak, ticaret ve sanayi burjuvazisi iş hayatındaki başarılarıyla yükselmiştir ve burjuva toplumu bütün unsurlarıyla birlikte ekonomik bir kalıba sahiptir (Schumpeter, 2014: 73).

Bu bağlamda, kapitalizmi toplumsal gelişimin bir aşaması olarak ele alan ve kurumsal, kültürel ve toplumsal faktörlere vurgu yapan Schumpeter’e göre ekonomik alan toplumsal hayatın diğer unsurlarından yalıtılmış ve sadece “iktisat” a hapsedilmiş bir şekilde ele alınamaz: “Toplumsal süreç ayrılmaz bir bütündür² (...) Bir olguyu ekonomik olarak tanımlamak halihazırda bir soyutlama içerir (...) Bir olgu asla yalnızca veya bütünüyle ekonomik değildir; diğer –ve genellikle daha önemli olan- yönleri daima mevcuttur” (Schumpeter, 1934: 3).

Bu bakımdan Schumpeter’e (2014: 82–83) göre akılda tutulması gereken nokta, kapitalizmden söz edildiğinde aslında evrimsel bir süreçten söz edildiğidir. Kapitalizm doğası gereği bir iktisadi değişim biçimi ya da yöntemidir ve hiçbir surette durağan bir karaktere sahip değildir ve olamaz da. Kapitalist sistemin bu evrimsel karakteri savaşlar, devrimler gibi endüstriyel değişimlere yol açan değişikliklerden veya nüfus ve sermaye miktarında meydana gelen artışlardan ya da parasal sistemin kaprislerinden (vagaries) ileri gelmemektedir. Kapitalist sistemi harekete geçiren ve bu hareketi devam ettiren temel dürtünün (impulse) kaynağı, kapitalist müteşebbis tarafından yaratılan yeni tüketim malları, yeni üretim ve taşıma yöntemleri, yeni piyasalar ve yeni endüstriyel organizasyon biçimleridir. Bu gelişmeler iktisadi sistemde sürekli köklü değişiklikler yaratmakta ve eskiyi yok ederek, yenisini yaratmaktadır. *Kapitalizm hakkındaki asıl gerçek de (essential fact) bu yaratıcı yıkım sürecidir.*

Dolayısıyla Schumpeter’in analizinde temel faktör yaratıcı yıkım sürecini doğuran *gelişme*³ unsuru ön plandadır, bu bakımdan Schumpeter’e (1934: 244) göre gelişme olmadan iktisadi sistemin teorik bir resmini sunmak imkânsızdır⁴. İktisadi gelişme süreci piyasadaki rekabetin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır: “Yeni ürün, yeni teknoloji, yeni üretim kaynağı, yeni organizasyon tipinden kaynaklanan rekabet nihai maliyet ya da kalite avantajı” (Schumpeter, 2014: 84) yaratmakta ve iktisadi gelişme sürecini izah etmektedir. Bununla birlikte iktisadi gelişme düz ve kesintisiz bir güzergâh değildir⁵, daha ziyade müteşebbislerin kümeler halinde ve kesik kesik ortaya çıktıkları ve böylelikle bir takım yenilikleri uygulamaya geçirdikleri bir süreçtir. Söz konusu yenilikler beş tanedir (Schumpeter, 1934: 66): 1) Tüketicinin tanımadığı yeni bir malın veya kalitenin üretilmesi, 2) yeni üretim yöntemlerinin kullanılmaya başlaması, 3) yeni bir sürüm sahasının –piyasanın- açılması, 4) yeni hammadde ve yarı mamul kaynaklarının elde edilmesi, 5) yeni bir organizasyonun gerçekleştirilmesi.

Bu bakımdan iktisadi sistemdeki değişimin temel unsuru olan yeniliğin yaratıcısı müteşebbislerdir⁶. “Geleneksel ve alışılmış prosedürler”i izlemeyen ve yeni ürünler, yeni üretim yöntemlerin yaratan “müteşebbisler”

2 Medearis’e (2009: 37–40) göre Schumpeter *The Nature and Essence of Theoretical Economics (1908)* başlıklı çalışmasında denge modellerini iktisadi analiz için bir merdiven olarak kullanıp, iktisadın sosyoloji, metafizik, etik ve felsefeden ayrılması gerekliliğinin altını çizerken, sonraki yıllarda toplumsal sürecin ayrılmaz bir bütün olduğunu ifade etmeye başlamıştır.

3 Schumpeter’de gelişme iktisadi olduğu kadar, sosyolojik ve psikolojik de bir faktördür. “Değişikliğin her türlüüne gelişme diyemeyiz, ancak iktisadi hayatın kendi içinden kendiliğinden doğan ve aynı zamanda kesik kesik ilerleyen değişimlere gelişme adını verebiliriz” Schumpeter (1931: 98).

4 Bununla birlikte Schumpeter yalnızca teorik bir analiz sunmamış ve analizini tarihsel örneklerle zenginleştirmiş, fikirlerine geçmiş dönemlerden sağlam bir temel sağlamak amacıyla teori ile realiteyi bir arada ele almayı amaçlamıştır. Bu çerçevede konjonktür araştırmalarının önemini vurgulamış ve analizlerin mümkün olduğunca uzun dönemli olması gerektiğinin altını çizmiştir. İş Çevrimleri (*Business Cycles*) başlıklı kitabının *Kapitalist Sürecin Teorik, Tarihsel ve İstatistiksel Bir Analizi (A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process)* şeklindeki alt başlığı da bu durumu gözler önüne sermektedir.

5 Bu nedenle iktisadi gelişimin sonucu önceden kestirilememektedir. Bununla birlikte Schumpeter (1928: 383–384) inovasyon sürecinden kaynaklanan istikrarsızlıkların kendilerini düzeltme eğiliminde olduklarını ve bu nedenle *Sistem* istikrarsız olsa da, *Düzen*’in (*Order*) ekonomik olarak istikrarlı olduğunu ifade etmektedir (vurgular Schumpeter’e aittir). Schumpeter (1928) için kapitalist “sistem” sadece ekonomi iken, “düzen” sistemin işleyişi için gerekli olan tüm kurumları, inançları ve pratikleri ifade etmektedir.

6 Schumpeter’in iktisadi gelişme analizinde inovasyon ve müteşebbis kadar önemli olan bir diğer unsur, yeni işletmelerin kurulması ve yaratıcı fikirlerin finansa edilmesi için gerekli olan banka kredileridir.

(Schumpeter, 1934: 42) tamamıyla “dinamik” ve “enerjik” bir eyleyen tipidir⁷. Bu tip eyleyen, şartları olduğu gibi kabullenmemekte, kendisini veri koşullara göre ayarlamamaktadır, daha ziyade bu koşulların üstesinden gelmek, karşılaştığı engelleri aşmak ve iktisadi faaliyete yeni boyutlar kazandırmak konusunda kararlıdır. İktisadi dünyada bu yeterliliğe sahip olan liderler, gerekli olan hayal gücüne, iradeye ve riske karşı tahammüle sahip olan insanlardan oluşan “elit tabaka”dır (Kurz, 2017: 151). Schumpeter’e göre sistemi geliştirecek ve ileriye taşıyacak olanlar da bu kişilerdir. Bu bakımdan müteşebbisler kapitalist toplumun karakteristik liderleridir⁸.

5. SCHUMPETER’İN ANALİZİNDE ELİTLERİN ROLÜ

Schumpeter’in elit teorisinin temel varsayımı, ortalama vatandaşın yetersiz olduğudur, bu nedenle demokratik sistemler, geniş halk kitlelerinin değil de politik liderlerin bilgeliğine, bağlılık duygusuna ve yeteneklerine dayanmak zorundadır. Zira Schumpeter’in vatandaş ve kitleye yaklaşımı büyük ölçüde Gustave Le Bon’un görüşlerine dayanmaktadır ve bu anlayışa göre kitleler isterse tamamen aydın bireylerden oluşsun, kitle oluşturduklarında ortalama zekânın altında davranırlar. Sonuçta da sağlıklı karar alamazlar. Bu varsayımdan hareketle politik sistem iki ana gruba ayrılmaktadır: ideolojik yükümlülüklere (commitments) ve manipülatif yeteneklere sahip elit ya da “politik müteşebbisler”; ve kamusal sorunlar hakkında çok fazla bilgi sahibi olmayan ve bu konularla çok da fazla ilgilenmeyen büyük bir pasifler, eylemsizler (inert) grubundan oluşan apolitik kitle. Demokratik sistem ile otokratik sistem arasındaki farkı oluşturan şey ise sistem içerisinde liderlik konumu için elit üyeleri arasındaki sınırlı ve barışçıl rekabet koşuludur (Walker, 1966: 286).

Schumpeter’in analizinde elitlerin rolü sınıf analizi bağlamında ele alınmalıdır.⁹ Schumpeter’e göre sınıf, sınıf üyelerinin bir araya gelmesinden daha fazlasını gerektirir ve bir sınıf olarak kendi sınıf kimliğinin “karakteristik ruhu”nun farkında olan ve kendisini bu ruhla yücelten topluluktur. Bu bağlamda sınıf olgusu farklı koşullar altında farklı toplumsal değerler üzerinden düşünülmelidir. Her toplumsal durum, önceki durumların mirası; düzen, ruh gibi kültürel unsurların bir parçasıdır. Schumpeter toplumsal piramidi pek çok değişkenden oluşan kesintili bir

7 Schumpeter bu bağlamda kendisinden önceki iktisatçıların –bilhassa Walrasyan iktisadın- insan anlayışını eleştirmekte ve söz konusu analizin “statik”, “hedonist” ve “rasyonel” bir birey tipolojisi yarattığını ifade etmektedir.

8 Bu kişilerin motivasyon kaynağı bireysel olsa da, daha ziyade toplumsaldır. Müteşebbisler tarafından yapılan yenilikler sisteme dinamizm kazandırmaktadır. Diğer yandan kapitalist teşebbüs elde ettiği üstün başarılarla ilerlemeyi otomatik hale getirme ve bu nedenle kendi başarı baskısı altında parçalanma eğilimindedir. Mükemmel şekilde bürokratik hale gelmiş devasa endüstriyel birim yalnızca küçük veya orta büyüklükteki firmaları yok etmekle ve sahiplerinin “mallarına el koymak”la kalmayacak, aynı zamanda müteşebbis ve bir sınıf olarak burjuvayı da ortadan kaldıracaktır. Schumpeter (2014: 134). Bu bakımdan yeniliğin yaratıcısı olan dev şirketler aynı zamanda büyük bürokratik örgütlerdir ve bu durum sistemin iktisadi yapısı açısından bir tehdit yaratmaktadır. Müteşebbisin yenilik yapamaz hale geldiği, rasyonel ruhun burjuva aile yapısının bağlarını zayıflattığı ve entelektüellerin artan tepkilerinin yoğunlaştığı ortamda iktisadi yapıda düzensizlikler ortaya çıkacaktır. Bu unsurlara eklenecek hatalı mali politikalar da kapitalizmi bütünsel bir krize sürükleyecektir. Dolayısıyla kapitalizm yaşamaya devam eder mi sorusunun yanıtı hayırdır. Aslında Schumpeter kapitalizmin geleceği meselesini evrimsel bir bakış açısıyla ele almaktadır. Schumpeter’e (2014: 112) göre toplumsal hayatta hiçbir şey sonsuza dek baki kalmadığı ve kapitalist sistem de esasında bir ekonomik ve toplumsal değişim süreci olduğu için, bu sorunun yanıtı da kaçınılmaz olarak hayır olacaktır. Diğer yandan Schumpeter (2014: 61) kapitalist sistemin ekonomik bir yıkımın ağırlığı altında çökeceğini değil, sistemin başarısının, kendisini koruyan toplumsal kurumlarını çürüteceğini ve “kaçınılmaz olarak” kendini yıkacak şartları hazırlayacağını ve yerini sosyalizme bırakacağını ileri sürmektedir.

9 Schumpeter’in Marx’ın iş çevrimleri, yeniden üretim şeması, kapitalizmin işleyişi gibi konulardaki katkıları ve Marx’ın çalışmalarının analitik özgünlüğünü ve değerini kabul etmesine rağmen, Marksist sistemi temel olarak hatalı bulduğu (Callari 1988: 227) ve Marx’ın analizine genel olarak eleştirel yaklaştığı söylenebilir (Çalışmanın kapsamı bakımından Schumpeter’in Marx eleştirileri ve bu eleştirilere verilen yanıtlardan oluşan külliyata burada değinilmeyecektir. Bu konuda detaylı bilgi için bkz. Elliott 1983; Swedberg 1991; Graham 1993; Schumpeter 1997, 2014; Boldrin 2009; Rahim 2009; Kurz 2013). Bu bağlamda Schumpeter’in sınıf analizi Marx’ın sınıf analizinden farklılık arz etmektedir. Marx sınıf kavramını üretim ilişkileri ya da üretim araçlarının mülkiyeti üzerinden ele almaktadır. Bu durumda sınıflardan biri –kapitalist sınıf- üretim araçlarına sahipken, diğeri –işçi sınıfı- sadece emek gücünü satarak yaşamını sürdürebilmektedir ve bu iki sınıf arasındaki ilişki kaçınılmaz olarak mücadele etrafında örgütlenmektedir: “Bugüne kadarki bütün toplumların tarihi sınıf mücadeleleri tarihidir” (Marx ve Engels 2008: 22). Schumpeter’e (2014: 19) göre ise Marx’ın sınıf kavramı pür iktisadi ve aşırı basit bir kavramdır ve Marx sınıf mücadelesi kavramına fazla vurgu yapmıştır, hâlbuki sınıflar arasındaki ilişki “normalde” işbirliği üzerine kuruludur.

Schumpeter Marx’ın sınıf analizini eleştirdikten sonra, sınıf kavramını, avukatlar ya da hendek kazıcılar gibi çalışan sınıflar şeklinde ya da toprak sahipleri gibi gruplar şeklinde ele almamış, daha ziyade emperyalizmi ve kapitalizmi, sistemlerin temel itici güçleri –savaşçılar ve müteşebbisler- arasındaki farklar çerçevesinde izah etmek amacıyla kullanmıştır. Bu analizde sınıflar ailelerden oluşan kültürel olarak homojen gruplar –ailelerin sınıfsal konumu zaman içerisinde değişebilmektedir- şeklinde ele alınmakta ve her sınıfın kendine özgü kültürel kimliğe ve toplumsal dayanışmaya sahip olduğu düşünülmektedir. Sınıfsal konumun belirleyicisi ise –Marx’ın analizinde iktisadi konum iken- toplumsal işlevlerin yerine getirilmesini sağlayan bireysel kabiliyet (aptitude) farklarıdır. Bu bakımdan sınıfsal konumlar ile toplumsal liderlik arasında yakın bir bağlantı söz konusudur. Emperyal dönemde toplumsal lider savaşçı (veya şövalye) iken, kapitalizmde toplumsal lider müteşebbisdir. Bu toplumsal liderler ve bu liderlerin temsil ettiği sınıflar arasında Marksist anlamda bir sınıf mücadelesi söz konusu değildir. Savaşçıların öneminin azalması savaşçılar ile müteşebbisler arasındaki sınıf mücadelesinin sonucu olarak gerçekleşmemiştir; toplumsal ortamda zaman içerisinde meydana gelen değişiklikler neticesinde savaşçıların önemi azalırken, müteşebbislerin önemi artmıştır. Bu konuda detaylı bilgi için bkz. Taylor, 1951; Foster 1984; Rahim 2009.

yapı olarak tanımlamakta ve tarihsel süreçlerin bu yapıyı oluşturan unsurlarla birlikte ele alınması gerektiğini belirtmektedir (Güler Aydın, 2018: 314). Bu noktada Schumpeter hem tarihsel süreç, hem de sınıf kavramı açısından “kahramanlar”ın rolünün altını çizmektedir: Üretim biçimlerinin toplumsal yaşamı şekillendirdiği şeklindeki tarihin iktisadi yorumu¹⁰, mevcut koşulların bir önceki tarihsel koşullara yön veren kahramanlarca şekillenmiş olma ihtimalini göz ardı etmektedir¹¹ (Schumpeter, 1951: 108–111).

Ortaçağın toplumsal yapısını statik ve katı olarak nitelendiren Schumpeter (2014: 124), pre-kapitalist ekonomik yaşamın mevcut sınıfsal bağların aşılmasını sağlayacak, veya diğer bir ifadeyle yönetici sınıfa mensup kişilerin toplumsal konumlarına benzer toplumsal konumlar elde etmesini sağlayacak başarılarla imkan tanımadığını ifade etmiştir. Kapitalizm ise feodal yapıyı çözmüş, köylerin ve malikânelerin entelektüel huzurunu bozmuş ve bilhassa ekonomik alanda kazanılmış bireysel başarılarla dayanan yeni bir sınıf için toplumsal alan yaratmıştır.

Bu bakımdan, her durum için belirli tarihsel ve sosyolojik koşullar altında ortaya çıkan belli bir elit grubu iktisadi ve toplumsal yapının lideridir. Schumpeter’e göre emperyalizm fetih, genişleme ve savaşma içgüdüsünün bir ürünüdür ve emperyalist girişimlerin yaratıcısı onu isteyen savaşçılardır (Güler Aydın, 2018: 320). Dolayısıyla emperyalist elit tek varoluş amacı sürekli savaş çıkarmak olan aristokrasi iken, .kapitalist elit, kâr elde etme amacıyla inovasyonlar yapan bir grup barışçıl iş insanıdır.

Siyasette de benzer bir yapı vardır Schumpeter’e göre. Ona göre siyaset ve siyasî elit de benzer şekilde halkı ikna etmeyi başaran bir grup barışçıl insandan ibarettir. Zaten Schumpeter demokrasi ile burjuvayı birbirlerinden ayrılmaz bir bütün olarak görmektedir. Hatta halkın iradesinden ziyade burjuvanın iradesi olarak görmektedir. Halkın iradesi ve ortak irade gibi değerlere dayanan (kendi ifadesiyle) klasik demokrasi doktrini eleştirmektedir. Esasında Schumpeter’in klasik doktrinden kast ettiği Rousseaucu anlayışa dayanan katılımcı demokrasidir. Demokrasiyi halkın ortak iradesi olarak gören anlayışa katılmayan Schumpeter, bu bağlamda demokrasinin aşağıdan yukarı işleyen değil yukardan aşağı işleyen hiyerarşik bir sistem olduğunu ortaya koymaktadır. Schumpeter’in klasik demokrasi (Esasında katılımcı demokrasi) eleştirisi aslında kolektif biçimde arzu edilen sonucu gösteren ya da uyumlu bir ses olarak ifade edilen bir insan iradesinin üç sebeple imkânsız olduğunu belirtmesinde yatmaktadır: 1) mantıklı ya da disiplinli olmaktan ziyade kolektif düşünce ve eylemin duygusal (affective) doğası –yani diğer bireylerin kararlarından etkilenmesi; 2) kolektif eylemin doğasında bulunan sorumluluk, aşinalık, bu da bireysel seçmenlerin politik konularda ve uzun-dönemli çıkarlar konusunda yetkin kararlar vermelerini engeller, zira günlük hayat deneyimleriyle doğrudan ilgili olmayan politik konularda karar vermeleri o denli zorlaşır; 3) dışsal olarak üretilmiş bir halk iradesinin varlığı (Piano, 2018: 506–509)

Bu bağlamda Schumpeter kamu menfaatinden (common good) söz edilemeyeceğini ileri sürmüştür: “İnsanların üzerinde fikir birliğine varabileceği ya da rasyonel bir argümanla fikir birliğine varmalarının sağlanacağı belirlenmiş tek bir kamu menfaati diye bir şey söz konusu değildir” (Schumpeter, 2014: 251). Zira insanlar kamu menfaati dışındaki şeyleri isteyebilirler ya da farklı bireyler ve gruplar açısından kamu menfaati farklı şeyler ifade etmektedir (Schumpeter, 2014: 251). Bireysel irade propaganda gücüyle etkilenebileceği için, bireysel irade ile halk iradesi arasında bir uyumsuzluk ortaya çıkabilir ve üretilen politik kararlar gerçekten halkın isteklerini yansıtmayabilir (Schumpeter, 2014: 252). Ayrıca Schumpeter’e göre oy kullanan sıradan vatandaşların zihinleri kitle iletişim araçlarıyla etkilenebilir ve politik liderler tarafından kontrol edilebilir. Böylelikle politik liderler –elitler- halkın iradesini biçimlendirebilir, hatta belli sınırlar içerisinde yaratabilir. “Halk iradesi” denilen şey gerçekten halk iradesi değildir, “politik sürecin hareket gücü değil, onun bir ürünüdür” (Schumpeter, 2014: 263).

Schumpeter’in demokrasi tanımında ise demokrasi bir “pratik” olarak ele alınmaktadır. Bu tanımda demokrasi halkın kendi kendini yönetmesini değil, yalnızca kendisini yönetecek elitleri seçmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla halk aslında devleti yönetmez, politik kararları verenler vatandaşların oylarıyla seçilen politik elitlerdir: “Halkın tek olanağı devleti yönetecek kişileri kabul ya da reddetmektir¹²” (Schumpeter, 2014: 285). Dolayısıyla

¹⁰ Schumpeter Marx’ın tarihin iktisadi yorumunun materyalist tarih anlayışı olarak nitelendirilmesinin –bizzat Marx tarafından da bu şekilde nitelendirse de- anlamsız olduğunu ifade etmiştir. Bkz. Schumpeter 1997: 12-15.

¹¹ Bu nokta da Schumpeter’in analizinde sistemler (emperyalizm ve kapitalizm) ile kahramanlar (savaşçılar ve müteşebbisler) arasındaki bağlantıyı akıllara getirmektedir.

¹² Bu bakımdan demokrasiyi temsilcilerin seçilmesindeki prosedürel ve rekabetçi bir araç olarak ele almış ve sadece politik alanla kısıtlamıştır. Bu analizde politik kararlara geniş halk kitlelerinin dâhil edilmesi demokrasi tehlikeye sokabilir, zira sıradan vatandaşlar kamusal ve politik konularla ilgilenen kapasiteye sahip değildir, dolayısıyla politik güç, vatandaşların oylarıyla seçilen ve bu oylar için aralarında rekabet eden politik elitlerin elinde olmalıdır.

başkanını doğrudan seçen ABD hariç hiçbir yerde demokrasi olmadığını söylemektedir (Schumpeter, 2014: 274). Yani esasında demokrasi, Rousseaucu anlayışın iddia ettiğinin aksine katılımcılık ilkesine dayanan ve onu teşvik eden bir sistem değildir. Onun yerine Gustave Le Bon'dan da ilham alarak kitlelerin elitleri takip ettiğini ve demokratik toplumların da otoriter toplumlardan farklı davranmayacağı tezini savunmaktadır (Medearis, 2001: 104). Bunun sonucunda esasında halkın ortak çıkarına dayanan bir yönetim anlayışı gelişmemiştir. Yönetici elit, yani başbakan ve bakanlar, kitlelerin oylarıyla işbaşına gelen milletvekillerinin desteğine göre başa geçmekte veya görevlerine son verilmektedir. Dolayısıyla siyasetçi için mühim olan şey kitlelerin oyunu almaktır ve bu durum ortak bir iradeyle değil, ancak güdümlene ve kandırmaca sonucunda gerçekleşmektedir (Ober, 2018: 474). Yani yine liderlik işlevi ön plana çıkmaktadır: Kitleleri doğru güdüleyebilen liderin ortak karar illüzyonu yaratabileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Bundan dolayı ortak irade liderin ürettiği ve kitlelerin kabul ettiği bir olgudan ibarettir (Mackie, 2009: 129).

Bu bakımdan Schumpeter'in demokrasi tanımı elitleri ön plana çıkarmaktadır, zira kolektifler sadece liderler tarafından yönetildiği için, demokrasi halk yönetimi (popular rule) olarak değil, "politikacıların yönetimi" olarak tanımlanabilmektedir (Schumpeter, 2014: 285). Demokrasi de diğer muhtemel politik düzenlemeler gibi bir tür elit yönetimidir. Ayırt edici özelliği, liderler grubunun, savaş lordları ya da rahiplerin (priest) aksine profesyonel politikacılardan oluşmasıdır (Medearis, 2009: 86). Schumpeter sadece politik liderlerin ya da elitlerin davranışlarının demokratik yönetim şeklindeki önemini vurgulamamış, aynı zamanda elitlerin kişisel-çıkarcı temelli eylemlerinin demokrasinin "itici gücü" olduğunu ileri sürmüştür (Medearis, 2001: 104). Bu bakımdan demokrasinin arkasındaki güç, görünenin aksine kitleler değil, elitlerdir. Dolayısıyla Schumpeter halk katılımının rolünü ikinci plana itmektedir. Bu da Schumpeter'in elit teorisinin insan doğası görüşünden aldığı bir varsayımdır.

Demokrasi bu bağlamda işbirliğinden ziyade rekabetçi bir yapıdır. Schumpeter'e göre siyasi partiler (en azından yönetim kademesinde) ilkelerden ziyade uyum içinde çalışan kişilerin gücü ele geçirmek için rekabetçi mücadeleye girişmesiyle oluşmaktadır (Schumpeter, 2014: 283). Nitekim rekabetçi sistem de burjuva tarafından şekillendirilmektedir (Schumpeter, 2014: 297). Demokrasilerde iktidarların değişmesine rağmen politikaların aynı kalmasının sebebi de burada yatmaktadır. Zira demokrasi ile kapitalizm arasında basit bir ilişki değil, sebep sonuç ilişkisi vardır; demokrasi, burjuvanın monarşi, aristokrasi gibi kurumlara çıkar mücadelesi verilmesiyle ortaya çıkmıştır (Elliott, 1994: 294). Dolayısıyla demokrasi elitlerin rekabetinden başka bir durum değildir. Yani esasında halkın yönetimi değil, politikacının yönetimi söz konusudur (Medearis, 1997: 829). Politikacılar da bizzat burjuva tarafından şekillendirilmektedir. Günümüzdeki mübadeleci demokrasi anlayışının temeli de işte buna dayanmaktadır.

Bu bakımdan elit teorisi ile kapitalizm analizi arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Schumpeter'in kapitalizm analizinde değişimin ve inovasyonun temel kaynağı müteşebbis iken, politik sistemde de aynı şekilde değişimin ve inovasyonun temel kaynağı "politik müteşebbis"tir, zira yalnızca bu tür bir lider mevcut sistemdeki organizasyonların muhafazakâr yapısını kırabilir ve kitleleri içinde buldukları eylemsizlik halinden uyandırabilir. Dolayısıyla bir işletme kuran ve bu işletmeyi yürüten müteşebbisin yaptığı iş ile oy için yarışan politikacının yaptığı iş aynıdır, oy verenler en çok istedikleri ürünleri alma hakkına sahiptir, tıpkı tüketicilerin istedikleri ürünü satın almaları gibi. Aynı zamanda, nasıl ki satıcılar ürünlerini satmak için çeşitli pazarlama yöntemleri kullanıyorlarsa, politikacılar da oy toplamak amacıyla partileri, kampanyaları, kitle iletişim araçlarını, reklamlar ve propaganda yöntemlerini kullanmaktadırlar. Serbest rekabet firmalar arasındaki rekabet aracılığıyla kamu menfaatini azamileştirirken, politikacılar arasındaki rekabet de politik süreçlerdeki faydayı azamileştirmektedir (Schumpeter, 2014: 271). Diğer bir ifadeyle, piyasa analizinde *Görünmez El*'in her bireyin kişisel çıkarını piyasada kamu yararını gerçekleştirecek şekilde yönlendirmesi gibi, elitlerin politik arenadaki rekabeti de kamu yararına işlemekte ve kamu yararı aslında bu rekabetçi sürecin bir *yan ürün*ü olarak ortaya çıkmaktadır.

Schumpeter'in elit teorisi ile devlet analizi arasında da bir ilişki kurulabilir. Devletin mevcut düzeni tamamen yeni bir düzen yaratacak şekilde değiştirebilir mi? (Schumpeter, 1991: 99) sorusu, devletin yönetim şekli ile yönetici sınıf arasındaki ilişkiye işaret etmektedir. Bu bakımdan devletin belli tarihsel dönemlerde izleyeceği –bilhassa mali¹³- politikalar iktisadi, toplumsal ve kültürel yaşamın gelişimini doğrudan biçimlendirmektedir. Bu bakımdan Hegelci görüşün aksine, Schumpeter'e göre demokrasi ulaşılmaması gereken mutlak son değil, sadece yöntemdir

¹³ Schumpeter mali politikaları bilhassa vergi politikası bağlamında ele almakta ve devletlerin vergi politikalarının kapitalist girişimcinin girişim ruhunu köreltmeyecek şekilde ayarlanması gerektiğini vurgulamaktadır (1962: 198).

(Schumpeter, 2014: 242). Elitlerin kendi politikalarını uygulayabilmeleri, girişimci sınıfın iktisadi yönden önünün açılabilmesinin meşru hale getirilmesi için elzem olan bir yöntem. Dolayısıyla kapitalizme dayanan demokrasisi sadece tarihi süreçlerden biridir ve kapitalizmin dağılması ile birlikte o da son bulacaktır.

Bu noktadan hareketle Schumpeter tarihin feodalizmden başlayarak dört aşamadan geçeceğini ve sonunda refah kapitalizminin sosyalizmi doğuracağını savunmaktadır (Elliott, 1994: 294). Ancak Marx'ın aksine sosyalizmin proleter bir devrim yerine yaratıcı yıkım sayesinde gerçekleşeceğini iddia etmektedir. Zira ülkesi Avusturya-Macaristan İmparatorluğundaki elit değişimine şahit olan Schumpeter burada daha önceden siyasi elit konumunda olan aristokrasinin burjuva tarafından yıkılarak yeni elit olarak başa geçtiğine şahit olmuştur. Benzer şekilde, bu sefer yaratıcı yıkımlar kapitalizmin temel unsurlarından kabul edilen girişimciliği, yani burjuvanın çıkarlarını savunamaz hale getirecek ve böylece saldırıya açık hale gelen kurumlara yönelik düşmanca tavırlar da artacaktır (Schumpeter, 2014: 143). Bu tavırların arkasında durmanın siyasi güç getireceğine inanıldığında da siyasiler kitleleri bu şekilde yönlendirecek ve kapitalist devlet düzenin yerini yeni bir devlet düzeni alacaktır. Yani söz konusu kitleleri yönetenler yeni elitler haline gelecektir.¹⁴ Nitekim demokrasilerde kamu otoritesinin amacı burjuvanın meşruiyetini sağlamayı amaçlamaktadır (Schumpeter, 2014: 297). Dolayısıyla burjuvanın meşruiyeti ortadan kalkınca onu korumayı amaçlayan sisteme de ihtiyaç kalmayacak bunun yerini işçi sınıfını koruyacak sistem alacaktır.

6. GÜNÜMÜZ ELİT MODELLERİNE ETKİSİ

Peki, Schumpeter'in günümüz elit teorilerine etkisi nedir? Günümüzde elit teorileri elbette sadece demokratik elitleri değil, demokratik olmayan modelleri de kapsamaktadır. Ancak Schumpeter demokratik ülkeleri ve onların elitlerini anlamayı amaçlamaktadır. Zira yukarıda da değinildiği gibi, şayet sosyalizme bir geçiş olarsa bu otoriter yönetimler aracılığıyla değil, kapitalist düzen içindeki elitler aracılığıyla gerçekleşecektir. Yani sosyalizme geçiş aşaması yine demokratik yönetimler tarafından gerçekleştirilecektir. Bu yüzden demokratik elitleri anlamak daha önemlidir.

Schumpeter'in elit anlayışı da tıpkı demokrasi teorileri gibi günümüze temel oluşturmuştur. Günümüz literatüründe demokratik elitler, Körösenyi'nin (2010) de belirttiği gibi üç farklı modelle açıklanabilir; Vekalet modeli (*Mandate Model*), Sorumluluk modeli (*Accountability Model*) ve Yetkilendirme modeli (*Authorization Model*). Bunlardan birincisi Rousseaucu anlayışa dayanırken Yetkilendirme modeli Schumpeter'in görüşlerine dayanmakta, Sorumluluk modeli ise iki arasında bir bağ kurmaktadır.

Yetkilendirme modeli, adından da anlaşılacağı üzere, elitlerin vatandaş oyları ile yetkilendirilmesi anlayışına dayanmaktadır. Bu bağlamda yetkilendirme modeli birbiriyle bağlantılı bir takım varsayım üzerine oturmaktadır ki bunların her birinin temel Schumpeter'in görüşlerine dayanmaktadır. Öncelikli olarak seçmenler doğru bilgiye kolaylıkla ulaşamazlar, dolayısıyla yanlış bilgilendirilmektedirler ve bundan dolayı sadece kişisel performanslara ve şekillere göre oy verirler (Körösenyi, 2010: 52). Yani seçmen esasında rasyonel davranış sergileyemez. Onların davranışları anlık davranışlara göre ad hoc olarak belirlenir (Körösenyi, 2010: 53). Bundan dolayı da "ortak çıkar" gibi kavramlar esasında zayıf tanımlamalardır ve çok fazla geçerliliği yoktur. Çünkü seçilen yöneticilerin çıkarları ile onlara oy veren seçmenlerin çıkarları ters düştüğü zaman esasında bilgiye sahip olmanın avantajını kullanan yöneticiler bazı bilgileri gizledikleri için vatandaşın da hesap sorabilme yetisi ortadan kalkar (Manin et al., 1999: 29–30). Dolayısıyla günümüz Yetkilendirme modeli anlayışına göre demokratik elitler esasında Schumpeter'in söylediği gibi, sadece demokratik yollarla ülke yönetiminde söz sahibi olmaya çalışan bir grup insandan başkası ve değildir ve halkın temsilcisi olma ihtimalleri de düşüktür.¹⁵

Son olarak Schumpeter'in görüşlerinden yola çıkılarak toplumsal mutabakata dayanan bir demokrasiye ulaşmak mümkün değildir sonucuna ulaşılabilir mi? Bir başka ifadeyle, demokratik ülkelerde elitler arasında daimi bir çatışma ve yarış mı hâkimdir? Bu soru hem evet hem hayır şeklinde cevaplanabilir. Yukarıda da bahsedildiği gibi, Schumpeter'in elitçilik anlayışına göre halk iradesi esasında siyasetçinin pazarlama taktiğinin bir sonucudur. Bu bakımdan toplumsal mutabakat diye bir durum ortaya çıkmayacaktır. Bu ancak bir illüzyondur. Farklı

¹⁴ Ancak Schumpeter bunun hangi sınıf veya kitle tarafından gerçekleştirileceği sorusuna cevap vermemiştir Medearis (2001: 112).

¹⁵ Hatta söz konusu durum literatürde seçimli/liberal otoriterlik olarak da anılabilmektedir Higley and Burton (2006); Przeworski et al. (1999).

düşüncelerin bir araya gelerek demokratik bir yönetim oluşturması da ancak elitlerin birbirleri arasında denge gütmeleriyle gerçekleşebilir (Engelstad, 2010: 62). Bu yüzden liberal demokrasiler konsensüs yoluyla birleşmiş elitler (*Consensually United Elites*) olarak günümüz literatüründe yerini almaktadır (Higley and Burton, 2006: 19). Dolayısıyla günümüz elit teorileri literatürü önemli ölçüde Schumpeter'e dayanmaktadır.

7. TARTIŞMA VE SONUÇ

Schumpeter'in elit analizi siyaset bilimi literatüründe sıklıkla ele alınmaktadır, ancak söz konusu çalışmalar Schumpeter'in analizini demokrasi teorileri bağlamında tartışmakta ve analizin sosyo-ekonomik yönü üzerinde durulmamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Schumpeter'in elit analizini kapitalist sistem analizi bağlamında ele almak elit teorisine politik ekonomi açısından yaklaşmaktır. Bu doğrultuda bilhassa Türkçe literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Schumpeter'in analizinde ön plana çıkan husus tarihsel, kurumsal, toplumsal ve kültürel unsurların bir arada ele alındığı bütünsel bir yaklaşımın benimsenmesidir. Kapitalist sistem de bu çerçevede kendisinden önceki emperyalist sistem üzerinden ele alınmakta ve kapitalizmin toplumsal gelişimin bir aşaması olduğu vurgulanmaktadır. Bu bakımdan Schumpeter'in analizinde ön plana çıkan bir diğer unsur da evrimsel bakış açısidir. Kapitalizm sürekli değişen ve evrilen bir sistemdir Schumpeter'e göre. Bu devingen sistemin itici gücü ise -ekonomik alanda- sürekli yenilik peşinde koşan müteşebbislerdir. Geleneksel ve alışılmış prosedürleri izlemeyen ve yeni ürünler, yeni üretim yöntemleri yaratan müteşebbisler, şartları olduğu gibi kabullenmemekte, daha ziyade bu koşulların üstesinden gelmek, karşılaştığı engelleri aşmak ve iktisadi faaliyete yeni boyutlar kazandırmak konusunda kararlı davranmaktadırlar.

Schumpeter'in siyaset analizinde elitlerin rolü ile müteşebbislerin piyasadaki rolü arasında bir benzerlik söz konusudur. Schumpeter klasik demokrasi teorisini kamu menfaati ve ortak irade gibi kavramlardan söz edilemeyeceği gerekçesiyle eleştirmekte ve demokratik yönetimi, politik liderler ya da diğer bir ifadeyle elitler arasındaki barışçıl bir rekabet ortamı olarak ele almaktadır. Elitler kitlelerden oy toplamak amacıyla kendi aralarında yarışmakta ve ortaya çıkan serbest rekabet mümkün olan en iyiye ulaşmasını temin etmektedir. Bu bakımdan Schumpeter'in siyaset analizinde hükümeti yöneten kitleler değil, kitleler tarafından seçilen elitlerdir.

Bu bakımdan Best (2010: 100) Schumpeter'in demokratik elitizminin demokrasinin başka bir türü olmadığını, modern toplumlardaki temsili demokrasinin bir biçimi olduğunu ifade etmektedir. Piano (2018: 506) ise Schumpeter'in elit yeteneklerine (*capacities*) ilişkin eleştirileri göz önüne alındığında, Schumpeter'in elitist bir teorisyen olarak değerlendirilemeyeceğini ileri sürmektedir. Ancak bu durum onun bilhassa günümüzdeki Yetkilendirme Modeline dayanan elit teorilerine kaynaklık ettiği gerçeğini saklayamaz. Yani demokrasilerin esasında seçimli oligarşiler olduğu tezi günümüzde de canlılığını korumaktadır. Kapitalist sistemden veya demokratik bir toplumdaki sosyalist bir sisteme geçiş de bu bakımdan ancak kitleler aracılığıyla değil, elitler aracılığı ile gerçekleşebilecektir.

Bu analiz elitlerin siyaset dünyasındaki rolünü vurgulaması bakımından önemlidir, ancak belli noktalarda eleştiriye açıktır. İlk olarak, Schumpeter'in rekabetçi elit teorisi sıradan vatandaşların politik meselelerden rasyonel ve doğru kararlar veremeyeceğini varsaymaktadır. Bu durumda bu sıradan vatandaşların politik liderlerin –elitleri- seçmeleri için oy kullanmaları gerekmektedir. Ancak bu vatandaşların yeterli kapasiteye sahip olmadıkları varsayılırken, kullandıkları oyların rasyonel oldukları nasıl kabul edilebilir? Bu insanların oy kullanması neden gereklidir? Bu süreç demokratik bir sürecin oluşması için yeterli midir? Bu sorular Schumpeter'in analizinde yanıtız kalmaktadır.

Diğer yandan Schumpeter liderler ve elitler arasındaki rekabetin adil ve barışçıl olacağını ve rekabet aracılığıyla en kaliteli lider ve elitlerin seçimleri kazanacağını varsaymakta ancak bu varsayımının detaylarına değinmemektedir. Hâlbuki piyasalarda monopoller tarafından rekabetin kısıtlanmasında olduğu gibi, bazı politik adaylar da kalıtsal ayrıcalıklardan yararlanabilir ve rekabet sürecini sekteye uğratabilirler (Best and Higley, 2010: 5). Ayrıca Medearis (2009: 81) ile Best ve Higley'in (2010: 4) vurguladığı gibi, Schumpeter demokrasiyi bir tür elit politika kuralı ve sadece bir araç olarak ele almakta ve bilhassa politik özgürlük ve katılım gibi nihai ve evrensel özelliklerini ikinci plana atmaktadır. Bu bakımdan da demokrasiyi realist bir çerçevede incelemektedir. Hatta

iddia edilebilir ki günümüzün demokrasi kuramları arasında yer alan Realist Demokrasi Teorisi yine Schumpeter'in düşünceleri üzerine kurgulanmıştır.

Kısacası Schumpeter'in politik ekonomi analizi günümüzde hem iktisadi hem de siyasi sistemleri anlamakta yardımcı olmaktadır. Yirminci yüzyılın en önemli sorularından biri olan sosyalizme geçiş ona göre ancak elitler vasıtasıyla gerçekleşebilecektir. Bu bağlamda, yirmi birinci yüzyılda sosyalist topluma geçiş sorusu birçoklarına göre geçerliliğini kaybetmiş gibi gözükse de, bilhassa liberalizmin girdiği krizler alternatif modellerin yeniden sorgulamasına yol açmaktadır. Geçiş ise Schumpeterci anlayışa göre ancak ve ancak elitler aracılığı ile-ya toplumsal işlevini tam anlamıyla yerine getiremediği için, ya da bu işlevi, nihayetinde kendi konumunun altını oycak kadar başarılı bir şekilde yerine getirdiği için- mümkün olacaktır.

KAYNAKLAR

- Best H (2010) Associated Rivals: Antagonism And Cooperation In The German Political Elite. In: Best H and Higley J (eds) *Democratic elitism: New theoretical and comparative perspectives*. Leiden [u.a.], Birmingham, AL, USA: Brill; EBSCO Industries, Inc, pp. 97–116.
- Best H and Higley J (2010) Introduction: Democratic Elitism Reappraised. In: Best H and Higley J (eds) *Democratic elitism: New theoretical and comparative perspectives*. Leiden [u.a.], Birmingham, AL, USA: Brill; EBSCO Industries, Inc, pp. 1–22.
- Boldrin M (2009) Growth and Cycles, in the Mode of Marx and Schumpeter. *Scottish Journal of Political Economy* 56(4): 415-442.
- Burton MG and Higley J (1987) Elite Settlements. *American Sociological Review* 52(3): 295–307.
- Burton MG and Higley J (2001) The Study of Political Elite Transformations. *International Review of Sociology* 11(2): 181–199.
- Callari, A (1988) Some Developments in Marxian Theory Since Schumpeter. In: William O. Thweatt (ed) *Classical political economy: A survey of recent literature*. New York: Springer Science+Business Media, pp. 227-258.
- Cunningham F (2001) Democratic Theory. In: Smelser NJe and Baltes PBe (eds) *International encyclopedia of the social & behavioral sciences*: Amsterdam, New York: Elsevier, pp. 90–96.
- Cunningham F (2002) *Theories of democracy: A critical introduction*. London: Routledge.
- Downs A (1957) *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Elliott JE (1983) Schumpeter and Marx on Capitalist Transformation. *The Quarterly Journal of Economics* 98(2): 333-336.
- Elliott JE (1994) Joseph A. Schumpeter and The Theory of Democracy. *Review of Social Economy* 52(4): 280–300.
- Engelstad F (2010) Democratic Elitism–Conflict and Consensus. In: Best H and Higley J (eds) *Democratic elitism: New theoretical and comparative perspectives*. Leiden [u.a.], Birmingham, AL, USA: Brill; EBSCO Industries, Inc, pp. 61–78.
- Field GL and Higley J (1973) *Elites and Non-Elites: The Possibilities and Their Side Effects*. Andover: Warner Modular Publications.
- Field GL, Higley J and Burton MG (1990) A New Elite Framework for Political Sociology. *Revue européenne des sciences sociales* 28(88): 149–182.
- Foster JB (1984) The Political Economy of Joseph Schumpeter: A Theory of Capitalist Development and Decline. *Studies in Political Economy: A Socialist Review* 15(1): 5-42.
- Friedman M (1962) *Capitalism and Freedom*. Chicago: Chicago University Press.
- Graham K (1993) Schumpeter’s Critique of Marx: A Reappraisal. *European Journal of Political Research* 23: 225-243.
- Güler Aydın D (2018) J. A. Schumpeter’in İktisat Sosyolojisi: Emperyalizmler, Toplumsal Sınıflar ve Kurumsal Dönüşüm. In: Eren AA and Kirmızıaltın E (eds) *İktisat Sosyolojisi: Kurucu Düşünürler ve İktisat Okulları Özelinde Bir Çalışma*. Ankara: Heretik Yayıncılık, pp. 303–324.
- Haan J de and Sturm J-E (2003) Does more democracy lead to greater economic freedom? New evidence for developing countries. *European Journal of Political Economy* 19(3): 547–563.
- Higley J and Burton MG (2006) *Elite foundations of liberal democracy*. Lanham, Md., Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Hoselitz B (1951) *Introduction to Imperialism and the Social Classes*. New York: Augustus M. Kelley Publications.
- Körösényi A (2010) Beyond the Happy Consensus about Democratic Elitism. In: Best H and Higley J (eds) *Democratic elitism: New theoretical and comparative perspectives*. Leiden [u.a.], Birmingham, AL, USA: Brill; EBSCO Industries, Inc, pp. 43–60.
- Kurz HD (2013) Schumpeter and Marx: A Comment on a Debate. *Industrial and Corporate Change* 22(2): 577–584.
- Kurz HD (2017) *İktisadi Düşünce Tarihi*. Çev: Bilir H and Değirmenci E. Ankara: Heretik Yayıncılık.

- Mackie G (2009) Schumpeter's Leadership Democracy. *Political Theory* 37(1): 128–153.
- Manin B, Przeworski A and Stokes SC (1999) Elections and Representations. In: Przeworski A, Manin B and Stokes SC (eds) *Democracy, Accountability, and Representation*: Cambridge: Cambridge University Press, pp. 29–54.
- Marx K and Engels F (2008) *Komünist Manifesto ve Hakkında Yazılar*. Çev: Satlıgan N, Ağaoğlu T, Göçmen O and Alpagut Ş. İstanbul: Yordam Kitap.
- Medearis J (1997) Schumpeter, the New Deal, and Democracy. *The American Political Science Review* 91(4): 819–832.
- Medearis J (2001) *Joseph Schumpeter's two theories of democracy*. Cambridge, Mass., London: Harvard University Press.
- Medearis J (2009) *Joseph A. Schumpeter*. New York: Continuum.
- Mosca G (1939) *The Ruling Class*. New York, London: McGraw - Hill Book Company.
- Ober J (2018) Joseph Schumpeter's Caesarist Democracy. *Critical Review* 29(4): 473–491.
- Pakulski J (2012) The Weberian Foundations of Modern Elite Theory and Democratic Elitism. *Historical Social Research* 37(1): 38–56.
- Pareto V (1968) *The Rise and Fall of Elites*. Michigan: Bedminster Press.
- Piano N (2018) "Schumpeterianism" Revised: The Critique of Elites in Capitalism, Socialism and Democracy. *Critical Review* 29(4): 505–529.
- Przeworski A, Manin B and Stokes SC (eds) (1999) *Democracy, Accountability, and Representation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rahim E (2009) Marx and Schumpeter: A Comparison of their Theories of Development. *Review of Political Economy* 21(1): 51-83
- Rode M and Gwartney JD (2012) Does democratization facilitate economic liberalization? *European Journal of Political Economy* 28(4): 607–619.
- Rousseau J-J (2002) *The social contract: And, The first and second discourses / Jean-Jacques Rousseau ; edited and with an introduction by Susan Dunn ; with essays by Gita May ... [et al.]*. New Haven, London: Yale University Press.
- Schumpeter JA (1928) The Instability of Capitalism. *The Economic Journal* 38(151): 361–386.
- Schumpeter JA (1931) *Theorie der wirtschaftlichen entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schumpeter JA (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New York: Oxford University Press.
- Schumpeter JA (1951) *Imperialism And The Social Classes*. Augustus M. Kelley Publications.
- Schumpeter JA (1991) The Crisis of the Tax State. In: Schumpeter JA and Swedberg R (eds) *The economics and sociology of capitalism*: Princeton, N.J.: Princeton University Press, pp. 99–140.
- Schumpeter JA (1997) *Ten great economists: From Marx to Keynes*. London, New York (N. Y.): Routledge.
- Schumpeter JA (2014) *Capitalism, socialism, and democracy*. London, New York (N. Y.): Routledge.
- Svolik MW (2009) Power Sharing and Leadership Dynamics in Authoritarian Regimes. *American Journal of Political Science* 53(2): 477–494.
- Swedberg R (1991) *Joseph A. Schumpeter: His Life and Work*. Cambridge: Polity Press.
- Taylor OH (1951) Schumpeter and Marx: Imperialism and Social Classes in the Schumpeterian System. *The Quarterly Journal of Economics* 65(4): 525-555.
- Walker JL (1966) A Critique of the Elitist Theory of Democracy. *American Political Science Review* 60(2): 285–295.
- Zuba K (2016) Power holders: one versus many: Leadership and elite theories. *Journal of Political Power* 9(2): 269–287.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:20.05.2020 ✓Accepted/Kabul:21.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.740176

Araştırma Makalesi/ Research Article

Ada, Ö., Yıldız, K., Güzel, P., ve Özbey, S. (2021). "Sporcu Bakış Açısıyla Kadın Algısı" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 277-291.

SPORCU BAKIŞ AÇISIYLA KADIN ALGISI

Özge ADA*, Kadir YILDIZ**, Pınar GÜZEL***, Selhan ÖZBEY****

Öz

Bu çalışmada, aktif sporcu olan üniversite öğrencilerinin kadın algısına yönelik tutumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama modeliyle tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemiyle belirlenen üniversitelerde öğrenim gören ve bir branşta aktif olarak spor yapan toplam 579 üniversite öğrencisi (268 kız ve 311 erkek) oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu ile Gülmez ve diğerleri (2017) tarafından üniversite öğrencilerine yönelik geliştirilen Kadın Algısı Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde bağımsız örneklem için t testi ve Tek yönlü varyans analizi testi kullanılmıştır. Elde edilen veriler neticesinde; araştırmaya katılan katılımcıların kadına yönelik algılarının cinsiyet ve sınıf düzeyi değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre; "Kadın ile ilgili ön kabuller" ve "Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları" alt boyutlarında kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla kadına yönelik algılarının daha yüksek olduğu; "Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları" ile "Türkiye'de kadının statüsü" ve "Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri" alt boyutlarında ise erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla kadına yönelik algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Sınıf düzeyleri açısından Anova sonuçları incelendiğinde; Kadın Algısı Tutum Ölçeği alt boyutlarından; "Kadınla ilgili Ön kabuller", "Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları", "Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları", "Türkiye'de kadının statüsü" ve "Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri" alt boyutlarında grup içi ve gruplar arası karşılaştırmalarda anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, sporcu üniversite öğrencilerinin kadının statüsü ve çözüm önerilerine yönelik algıların düşük olduğu ifade edilebilir. Özellikle cinsiyet farklılığı ve eğitim seviyeleri dikkate alındığında bu farklılığın daha belirgin olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu noktada özellikle yükseköğretim kurumları çerçevesinde toplumsal cinsiyet kavramının eğitim müfredatı bazında ele alınması önerilmektedir. Ayrıca spor alanında kadın algısına yönelik çalışmalar ve eğitimlerin artırılarak kadına yönelik algının olumlu yönde değişebileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın algısı, Sporcu, Üniversite öğrencileri, Toplumsal cinsiyet.

PERCEPTION OF WOMEN FROM AN ATHLETE'S PERSPECTIVEN

Abstract

The aim of this study is to investigate the attitudes of university students who are active athletes towards women perception. In this research, descriptive and relational survey models are used. The study group of the research consisted of 579 university students 268 of which are female and 311 of which are male students actively participating in sports in a branch. As the data collection tool in this study, Women Perception Attitude Scale developed towards university students by Gülmez et al.

*Bilim Uzmanı, eposta: ozgeadaa53@gmail.com. (<https://orcid.org/0000-0002-8623-2771>).

**Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, kadiryildiz80@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0003-3347-0319>).

***Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, MANİSA.

e-posta: pnguzel@yahoo.com. (<https://orcid.org/0000-0001-5982-2816>).

****Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, MANİSA.

selhanozbey@gmail.com. (<https://orcid.org/0000-0003-4844-6338>).

S. Özbey

(2017) and Personal Information form were used. In statistical analysis, Independent Sample T Test, One Way ANOVA and Pearson Correlation test were used. As a result of the data obtained; it was determined that perception towards women of the participants in the study showed a significant difference according to gender and class level variables. According to the results of the research; in the subscales of pre-acceptances and social achievements female students' perceptions of women are higher than male students; in the subscales of social life, the status of women and the solution suggestions, male students have higher perceptions about women than girls. When the results of the research are analyzed; the subscales of Women Perception Attitude Scale; a significant difference was found in-group and between-group comparisons in the subscales "Preliminary assumptions", "Social Losses and Gains", "Status of Women in Turkey" and "Solution Suggestion". It can be stated that university students have low perceptions about women's status and solution suggestions. Especially when gender differences and education levels are taken into consideration, this difference can be explained more clearly. At this point, it is suggested that the concept of gender should be considered in the context of educational curricula, especially within the framework of higher education institutions. In addition, it is thought that the perceptions towards women can be positively changed by increasing the studies and trainings on the perception of women in the field of sports.

Keywords: *Women perception, Athletes, University students, Gender.*

1. GİRİŞ

21. yy. ilk çeyreğine yaklaşırken teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler, uzaktan yapılan eğitim faaliyetleri, bireysel ve küresel sağlığı tehdit eden virüsler ve ekonomik sorunlar toplum yaşamının yeni gündem maddelerini oluşturmaktadır. Yaşanılan bu süreç, bazı sorunları gölgede bırakıyor olmasına rağmen dünyada ve Türkiye’de kadının toplumsal rolü ve durumu uzun süreli dikkatle takip edilmesi gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle cinsiyet kavramı ile birlikte toplumsal cinsiyet kavramlarının neler ifade ettiği genel olarak netleşmelidir.

Toplumsal cinsiyet tarih boyunca ve günümüzde kadının toplumsal konumunun biçimlenmesinde önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. İnsan, bir birey olarak doğduğu toplumda cinsiyet algısına göre biçimlenmiş bir toplumsallaşma süreciyle baş başa kalmaktadır. Bu süreç cinsiyet alanları üzerinden biçimlendirildiği için kadınlar ve erkekler açısından farklı anlamlar ifade etmektedir (Karakaya, 2018). Toplumsal cinsiyet rolleri günümüzde insan ilişkilerini kuşatan ve yönlendiren bütünsel bir sistem görünümü taşısa da toplumsal yapının hayatımızın farklı kategorilere ayrıldığı bir gerçektir. İnsanlar kendilerini sahip olduklarıyla veya olmadıklarıyla herkesten farklı olarak algılar ve bu algılamalar çerçevesinde bir sınıfa koyarlar. Toplum yapısı içerisinde bu kategorik ayrımlar din (Müslüman-Hristiyan), ırk (Türk- Alman), meslek (öğretmen-işçi), biyolojik özellikler (yaşlı-genç) vb. şeklinde farklılaşabilmektedir. Bu gruplaşmaların yanı sıra insan hayatında belirlenebilecek bir diğer kategori de kadın veya erkek olarak ifade edilmesidir ki, bu bireysel ve toplumsal hayatın temel karakteristik vasıflarını ve dayanaklarını oluşturmaktadır (Ersoy, 2009). Bingöl (2014), toplumsal cinsiyeti, biyolojinin kodladığı bedenlere manevi anlamlar yükleyerek kültürel olarak tanımlamak ve ayırmak olarak tanımlamıştır. Kadın ve erkeğin, kadınlık ve erkeklik rolleri ve statüleri ile özdeşleştiğini ve bunun sonucunda kadının aleyhine eşitsizliklerin doğduğunu savunmaktadır.

Geçmişten günümüze spor ortamı kadın ve erkek arasındaki eşitsizliği sürdürme üzerine inşa edildiği toplumsal alanlardan biridir (Kavasoğlu ve Yaşar, 2016). Türkiye’de de durumun farklı olmadığını gösteren raporları (Koca,2018) ve araştırma sonuçlarını (Türkiye’de Yükseköğretimdeki Cinsiyet Eşit(siz)liği, 2019) görmek mümkündür. Son zamanlarda gerek ulusal gerekse uluslararası alanda kadınlara yönelik bilimsel çalışmaların sayısının arttığı ifade edilebilir. Kadınların diğer tüm alanlarda olduğu gibi, evrensel değerler taşıyan ve bu değerleri toplumların gelişimi adına yaymaya çalışan spor alanındaki niceliksel ve niteliksel etkinliği de giderek önem kazanmaktadır (Özbey ve Güzel, 2011). Farklı disiplinlerce yürütülen bu çalışmaların yanı sıra Spor Bilimleri temel alanında yapılan ve/veya sporcu öğrenciler üzerinde yapılan araştırmaların sayısının ise sınırlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada amaç; üniversite eğitimini sürdüren sporcu öğrencilerin bakış açılarıyla kadın algısına yönelik tutumlarının incelenmesidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet

Cinsiyet (sex), biyolojik bir kavram olup bireylerin doğumuyla başlayan süreci ifade eder. Yani bireylerin biyolojik anlamda kadın ya da erkek olarak doğmasıdır. Bireylerin yaşamlarının oldukça erken dönemlerinde başlayan cinsel kimlik olgusu; bireyin biyolojik açıdan belli bir cinsten olduğuna ilişkin bilgiyi ve ayrıca aynı kategoride olmak üzere diğer insanların cinsiyetlerini tanıma yeteneğini ifade eden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın veya erkek kavramları, yaygın kullanımıyla hem bireyin biyolojik anlamda dişi veya er oluşunu, hem de toplumun bireye sunduğu roller sistemi dâhilinde anlam kazanan kadın veya erkek oluşu ifade eden iki terimdir. Günlük yaşamda ve dilde genellikle herhangi bir ayrıma gidilmeden birlikte ifade edilmelerine karşılık, cinsiyet temelinde şekillenen biyolojik özellik ile bu özelliğin üzerinde inşa edilen toplumsal durum, bilim çevrelerinde cinsiyet (sex) ve toplumsal cinsiyet (gender) terimleri ile isimlendirilerek birbirinden ayrı tutulmaktadır (Vatandaş, 2007). Cinsiyet (sex) kavramı, biyolojik cinsiyet farklılıkları açısından erkek/kadın ayrımını anlatırken, toplumsal cinsiyet (gender) erkeklik ile kadınlık arasındaki toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yapmaktadır (Pilcher, & Whelehan, 2004: 56). Dolayısıyla alan yazın araştırmalarında cinsiyet temelinde toplumsal cinsiyet kavramının da vurgulanması önem arz etmektedir.

Toplumsal cinsiyet (gender) kavramı, biyolojik anlamda dünyaya gelen bireylerin rollerinin tanımlandığı alanı ifade etmektedir. Diğer bir aktarımla, kültürün ya da toplumun cinsiyete bağlı olarak bireyden beklediği davranışlarıdır (Vatandaş, 2007). Benzer şekilde Stoller (2019: 9) toplumsal cinsiyeti, biyolojik çağrışımlardan ziyade psikolojik veya kültürel bir terim olarak belirtmektedir.

Toplumsal cinsiyet rolü, kişinin toplumda gösterdiği açık davranış, özellikle diğer insanlarla oynadığı, kendisiyle ve cinsiyetini değerlendirmesiyle ilgili olarak kendi konumunu belirleme rolüdür (Stoller, 2019: 10). Annelik, babalık, öğretmenlik, askerlik gibi farklı rollerden süz edilebilir. Kadınlara ve erkeklere verilen farklı roller ise toplumsal cinsiyet rolleri olarak bilinir. Çocuklar doğum sonrası, toplum tarafından kız veya erkek olarak etiketlenir ve sonrasında cinsiyetin kültürel anlamlarını öğrenir ve yaşar. Böylece toplumsal cinsiyet rolleri kadınlığın ve erkekliğin sosyal ortamlarda ifade edilmiş biçimi olarak tanımlanır (Dökmen, 2009: 29). Toplumsal cinsiyet rolleri kazanımları ile ilgili alan yazında farklı kuramları görmek mümkündür. Bu çalışmada sosyal rol kuramına bağlı kalınmıştır. Sosyal rol kuramı, kadınlar ile erkekler arasındaki davranışsal farklılıkların cinsiyet kalıp yargıları ve sosyal rollerle açıklayabileceğini ileri sürer. Bu kurama göre; cinsiyet rolleri(kadın-erkek) toplum tarafından tanımlanmıştır ve toplum bu kişilerden cinsiyetlerine uygun davranmaları yönünde baskı kurar (Dökmen, 2009:82). Kalıp yargıların gücü ve etkisi sonucunda ortaya çıkan ayrımcılık, ötekileştirme ve/veya toplumsal cinsiyet eşitsizliği tüm toplumu etkilemektedir. Spor ortamları (alanları)da sosyal bir olgu olarak benzer kalıp yargılardan payını almaktadır. Bugün bile kız çocukları ve kadınların futbol, basketbol, güreş, boks, araba yarışları vb spor branşlarında sporcu, yönetici, antrenör ve/veya hakem olmak için belirtilen yargılarla mücadele etmesi gerekmektedir.

2.2. Spor Ortamlarında Kadın Algısı

Türkiye’de de “kadın hareketi” tarihsel süreci dünyadaki gelişimi ile benzerlikler taşımaktadır. Üç dalga olarak bilinen bu hareketin, ilk iki dalgasında insan hakları içerikli etkiler olduğu, son dalgada ise kadının yaşadığı toplum ve zamana özgün sorunların yer aldığı bilinmektedir. Tarihsel süreçte Dünyada ve Türk toplumunda kadın algısı ve haklarının gelişimi üzerine bir değerlendirme yapan çalışmada, toplumsal cinsiyet ve kadın algısının; her toplumda kendi inançları, gelenekleri, kültürü ve yaşam biçimi doğrultusunda farklı biçimde şekillendiğini vurgulamıştır. Toplumsal cinsiyet algısı, toplumların diline, müziğine, yapıtlarına, tutum ve davranışlarına yansıdığını ve olumsuz kadın algısı nedeniyle, kız çocukları ile kadınlara ayrımcılık ve şiddetin her türlü uygulanmış ve bu şiddetin her toplumda kadını ötekileştirip, az veya çok kamusal alandan uzaklaştırdığını belirtmiştir (Erbay, 2019).

2005 yılından itibaren düzenli olarak her yıl yapılan Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırmaları’nın 2019 rapor sonucunda da; katılımcıların siyasi görüşlerin, kadınların siyasi hayata katılımı ve Türkiye’nin Avrupa Birliği üyeliği ile ilgili görüşlerinde farklı düşüncede oldukları görülmüştür. Kadın algısına yönelik uzun dönemli akademik çalışmaların raporları incelendiğinde; Türkiye’de kadın algısı yıllara göre bazı alanlarda ve durumlarda değişiklik

S. Özbey

göstermektedir. Özellikle kadının ve erkeğin eğitim düzeyi, sosyal statüsü, sosyo-ekonomik durumunun önemli olduğu sonuçlar arasındadır (Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırmaları, 2019: 45-48).

Son yıllarda kız çocukları ve kadınların spor yoluyla güçlendirilmeleri ile ilgili (Donald, 2015), kendilerini ifade edebilmelerine ve liderlik becerilerini geliştirmeye (Goslin ve Kluka, 2014) yönelik bilimsel çalışmalar artış göstermektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde organizasyonların yanı sıra bölgesel ve yerel düzeyde etkinlikler yapılarak kadınlara yönelik toplumsal bir farkındalık oluşturulmaktadır. Toplumsal anlamda iyileştirmeler görülmesine rağmen hala spor organizasyonlarında kadınların daha düşük düzeydeki yönetim rolleri için iyi eşleştirildiği varsayılmakta ve erkekler için ise üst düzey yönetim rollerinin uygun olduğu aktarılmaktadır (Shaw ve Hoeber, 2003). Benzer şekilde alan yazın araştırmaları kadının spor ortamlarında sınırlı sayıda yer aldığını ifade eden çalışma bulguları da mevcuttur (Koca, 2011; Sertkaya, Onay ve Ekmekçi, 2013).

3. METOT

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3.2. Araştırma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemiyle belirlenen farklı üniversitelerde öğrenim gören, yaş ortalaması 22.36 ± 2.99 olan ve bir branşta aktif olarak spor yapan toplam 579 üniversite öğrencisi (268 kız ve 311 erkek) oluşturmaktadır. Katılımcılara ilişkin kişisel bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Araştırmaya katılan öğrencilerin kişisel özelliklerine ilişkin frekans dağılımları

Değişkenler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	268	46.3
	Erkek	311	53.7
Medeni Durum	Bekâr	555	95.9
	Evli	24	4.1
Sosyal Çevre	Büyükşehir	273	47.2
	İl	207	35.8
	İlçe	69	11.9
	Köy	30	5.2
Sınıf	1.sınıf	152	26.3
	2.sınıf	139	24.0
	3.sınıf	105	18.1
	4.sınıf	125	21.6
	Diğer	58	10.0
Annenin Eğitim Düzeyi	Okur-yazar değil	56	9.7
	Okur-yazar	56	9.7
	İlköğretim	325	56.1
	Lise	96	16.6
	Üniversite	44	7.6
	Lisansüstü	2	.3

S. Özbey

Babanın Eğitim Düzeyi	Okur-yazar değil	22	3.8
	Okur- yazar	33	5.7
	İlköğretim	285	48.7
	Lise	165	28.5
	Üniversite	71	12.3
	Lisansüstü	6	1.0
Annenin Çalışma Durumu	Evet	195	33.7
	Hayır	384	66.3

Araştırmaya katılan katılımcıların %95,9'unun Bekâr, %4,1'inin de evli olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda bireylerin %47,2'sinin Büyükşehir'de yaşadığı, %35,8'inin il merkezinde yaşadığı, %11,9'unun ilçede ve %5,2'sinin köyde yaşadığı tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin, %26,3'ünün 1.sınıf, %24'ünün 2.sınıf, %18,1'inin 3.sınıf, %21,6'sının 4.sınıf ve %10,0'inin da diğer kategoride yer aldıkları görülmüştür.

Araştırmaya dâhil olan sporcu öğrencilerin annelerinin %9,7'sinin okur-yazar olmadığı, %9,7'sinin okur-yazar olduğu, %56,1'inin İlköğretim mezunu olduğu, %16,6'sının Lise mezunu olduğu, %7,6'sının Üniversite mezunu olduğu ve %3'ünde Yüksek Lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin babalarının eğitim durumları göz önüne alındığında %3,8'inin okur-yazar olmadığı, %5,7'sinin okur-yazar olduğu, %48,7'sinin İlköğretim mezunu olduğu, %28,5'inin Lise mezunu olduğu, %12,3'ünün Üniversite mezunu olduğu ve %1'inin de Yüksek Lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonuçları aynı zamanda öğrencilerin annelerinin %33,7'sinin çalıştığını, %66,3'ünün ise herhangi bir iş doğrultusunda çalışmadığını göstermiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu ve Kadın Algısı Tutum Ölçeği kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Farklı spor branşlarına sahip sporcuların demografik özelliklerinin tespitine yönelik soruların yanı sıra kadın branş ve organizasyonlarını, kadın sorunlarını takip edip etmediklerini öğrenmek amacıyla katılımcılara kişisel sorular yöneltilmiştir.

Kadın Algısı Tutum Ölçeği: Araştırmada veri toplama aracı olarak Gülmez vd., (2017) tarafından geliştirilen Kadın Algısı Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 33 madde ve 5 alt boyuttan oluşan 5'li likert tipi bir ölçme aracıdır. Ölçme aracı ters kodlanmış ifade bulunmamaktadır.

Bu araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın etiği Etik Kurulu'nun 12/07/2017 tarihi ve 11 nolu karar sayısı ile etik onayı alınmış olup, katılımcıların çalışmaya gönüllü katıldıklarına dair onamları da istenmiştir.

Tablo 2: Kadın Algısı Tutum Ölçeği Güvenirlik katsayıları

Faktörler	Mevcut Araştırma için Güvenirlik (α)
Kadın İle İlgili Ön Kabuller	0.75
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kazanımları	0.78
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kayıpları	0.70
Türkiye'de Kadının Statüsü	0.71
Kadınların Yaşadıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Önerileri	0.75

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırma sürecinde verilerin bir kısmı online ortamda online anket formu ile uygulanırken; bir kısmı ise araştırmacı ve anketörler tarafından katılımcılara yüz yüze uygulanarak toplanmıştır. Toplam 600 adet anket doldurulmuş bunlar içerisinde eksik veya hatalı doldurulan 21 adet anket değerlendirme dışı tutulmuştur. Araştırma da kullanılan sağlam anket oranı %96,5'tir.

3.5. Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin analizinde istatistik paket programı kullanılmıştır. Verilerin istatistiksel gösterimlerinde aritmetik ortalama, standart sapma ve frekans değerleri sunulmuştur. Normallik sınavında çarpıklık ve basıklık değerleri (+2 ve -2 değer aralıkları) göz önünde bulundurulmuştur (Byrne, 2010). Veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik testlerden Bağımsız Örneklem için T Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde üniversitede okuyan sporcu öğrencilere yönelik kişisel bilgi formu ve Kadın Algısı Tutum Ölçeğinden elde edilen verilerin analizi yer almaktadır.

Kişisel bilgi formu ile katılımcıların “kadın sporları ile ilgili müsabaka ve organizasyonlarını takibi”, “kadınların spor alanında temsil edilmesi ile ilgili görüşleri”, “kadın sorunları ve yaşamını anlamada yazılı, sosyal medya ve kitle iletişim araçlarını takip etme durumları” ile “yönetici seçiminde cinsiyete dayalı tercihleri” yüzde ve frekans dağılımları ile tespit edilmiştir (Tablo 3).

Kadın Algısı Tutum Ölçeği ile katılımcıların “cinsiyet değişkeni”, “kadın spor branşlarıyla ilgilenme durumları”, sınıf düzeyleri ve yönetici seçiminde cinsiyete dayalı tercih oranları ölçeğin alt boyutlara bakılarak kadına yönelik algıları tespit edilmiştir (Tablo 4, 5, 6,7).

Tablo 3. Araştırmaya katılan öğrencilerin kadın algısına ilişkin yüzde ve frekans dağılımları

		Frekans	Yüzde (%)
Kadın Sporları ile İlgili Branş Takibi	Evet	381	65.8
	Hayır	198	34.2
Kadın Sporları ile İlgili Organizasyon Takibi	Evet	186	32.1
	Hayır	393	67.9
Kadınların Spor Alanında Temsil Edilme Durumları	Temsil Edilmiyor	113	19.5
	Sporcu	297	51.3
	Antrenör	31	5.4
	Lider	14	2.4
	Yönetici	30	5.2
	Hakem	10	1.7
	Spiker	81	14.0
	Diğer	3	.5
Kadın ile İlgili Kitap, Dergi vs. Okuma Durumları	Hiç	197	34.0
	Nadiren	233	40.2
	Sık sık	105	18.1
	Genellikle	39	6.7
	Her zaman	5	.9
Kadın Sorunlarını Sosyal Medyadan Takip Etme Durumları	Hiç	152	26.3
	Nadiren	181	31.3
	Sık sık	147	25.4
	Genellikle	82	14.2
	Her zaman	17	2.9

S. Özbey

Kadın Sorunlarını Kitle İletişim Araçlarından Takip Etme Durumları	Hiç	106	18.3
	Nadiren	144	24.9
	Sık sık	199	34.4
	Genellikle	106	18.3
	Her zaman	24	4.1
Yönetici Seçimi	Kadın olmasını tercih ederim	91	15.7
	Erkek olmasını tercih ederim	51	8.8
	Kadın/erkek olması benim için Fark etmez	437	75.5

Araştırmaya katılan öğrencilerin, %65,8'inin kadın sporları ile ilgili branş takibi yaptığını, %34,2'sinin ise kadın sporları ile ilgili branş takibi yapmadığını belirlemiştir. Katılımcıların aynı zamanda kadın sporları ile ilgili organizasyon takip etme durumları incelendiğinde, %32,1'inin organizasyonları takip ettiği, %67,9'unun ise kadın sporları ile ilgili organizasyon takibi yapmadığı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularından yola çıkılarak öğrencilerin %51,3'ü kadınların daha çok spor alanında sporcu olarak temsil edildiğini %19,5'i ise kadınların spor alanında temsil edilmediği yönünde görüş bildirdiğini göstermiştir. Öğrencilerin kadın sorunlarını sosyal medyadan takip etme durumları incelendiğinde, %31,3'ünün nadiren takip ettiğini %26,3'ünün ise hiç takip etmediğini göstermiştir. Ayrıca katılımcıların %34,4'ünün kadın sorunlarını kitle iletişim araçları üzerinden sık sık takip ettiğini, %24,9'unun kadın sorunlarını nadiren takip ettiğini tespit etmiştir. Araştırma katılımcıların %15,7'sinin kadın yönetici tercih ettiğini, %8,8'inin erkek yönetici tercih ettiğini ve %75,5'inin ise yönetici tercihlerinde cinsiyet ayırmaksızın kadın veya erkek yönetici ile çalışmanın önemli olmadığını ortaya koymuştur.

Tablo 4: Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre kadın algılarının alt boyutlara göre karşılaştırılması

Kadın Algısı	Cinsiyet	N	\bar{X}	S.S	t	P
Kadın ile İlgili Ön Kabuller	Kadın	268	4.46	.56	7.44	.000*
	Erkek	311	4.06	.71		
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kazanımları	Kadın	268	3.68	.78	6.01	.000*
	Erkek	311	3.28	.81		
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kayıpları	Kadın	268	2.61	.67	-10.0	.000*
	Erkek	311	3.19	.70		
Türkiye'de Kadının Statüsü	Kadın	268	2.00	.68	-7.68	.000*
	Erkek	311	2.46	.77		
Kadınların Yaşadıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Önerileri	Kadın	268	1.64	.68	-6.30	.000*
	Erkek	311	2.03	.81		

*p<0.05

Araştırmaya katılan katılımcıların kadına yönelik algılarının cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0.05). Tablo 4'e göre; "Kadın ile ilgili ön kabuller" (\bar{x} =4,46) ve "Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları" (\bar{x} =3,68) alt boyutlarında kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla kadına yönelik algılarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Ayrıca "Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları" (\bar{x} =3,19), "Türkiye'de kadının statüsü" (\bar{x} =2,46) ve "Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri" (\bar{x} =2,03) alt boyutlarında ise; erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla kadına yönelik algı düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

S. Özbey

Tablo 5: Katılımcıların “kadın spor branşlarıyla ilgilenme durumları” değişkeni ile kadın algısı ölçeği alt boyutlarına yönelik T testi sonuçları

Kadın Algısı	Branş Takibi	N	\bar{X}	S.S	t	P
Kadın ile İlgili Ön Kabuller	Evet	381	4,31	.66	3.40	.001*
	Hayır	198	4.11	.69		
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kazanımları	Evet	381	3.53	.81	2.63	.009*
	Hayır	198	3.34	.84		
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kayıpları	Evet	381	2.86	.75	-2.75	.006*
	Hayır	198	3.04	.73		
Türkiye’de Kadının Statüsü	Evet	381	2.21	.76	-1.56	.119
	Hayır	198	2.32	.77		
Kadınların Yaşadıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Önerileri	Evet	381	1.78	.76	-2.84	.005*
	Hayır	198	1,98	.80		

*p<0.05

Araştırmaya katılan katılımcıların kadına yönelik algılarının kız öğrencilerin kadın spor branşlarıyla ilgilenme durumları incelendiğinde; “Kadın ile ilgili ön kabuller”, “Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları”, “Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları”, “Türkiye’de kadının statüsü” ve “Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri” alt boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (p<0.05). Tablo 5’e göre; “Kadın ile ilgili ön kabuller” (\bar{x} =4,31) ve “Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları” (\bar{x} =3,53) alt boyutlarında kadın spor branşı ile ilgilenenler lehine; “Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları” (\bar{x} =3,04) ve “Kadınların Yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri” (\bar{x} =1,98) alt boyutlarında ise herhangi bir branşla ilgilenmeyenler lehine kadına yönelik algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 6: Araştırmaya katılan sporcu öğrencilerin “sınıf düzeylerine” göre kadın algısı tutum ölçeği alt boyutlarına ilişkin ANOVA testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	S	Varyansın Kay.	KT	Sd	KO	F	p	Fark grup
Kadın ile İlgili Ön Kabuller	1.sınıf	152	4.14	.78	Grup arası	9.719	4	2.430	5.470	0.00	1-3
	2.sınıf	139	4.23	.66	Grup içi	254.967	574	.444			1-5
	3.sınıf	105	4.42	.52	Toplam	264.686	578				3-4
	4.sınıf	125	4.14	.69							4-5
	Diğer	58	4.49	.45							
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kazanımları	1.sınıf	152	3.34	.84	Grup arası	16.926	4	4.232	6.390	0.00	1-5
	2.sınıf	139	3.42	.75	Grup içi	380.087	574	.662			2-5
	3.sınıf	105	3.59	.73	Toplam	397.013	578				4-5
	4.sınıf	125	3.35	.90							
	Diğer	58	3.91	.79							
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kayıpları	1.sınıf	152	3.13	.82	Grup arası	9.906	4	2.477	4.495	0.01	1-2
	2.sınıf	139	2.79	.68	Grup içi	316.246	574	.551			1-3
	3.sınıf	105	2.85	.68	Toplam	326.152	578				
	4.sınıf	125	2.94	.76							
	Diğer	58	2.83	.69							

S. Özbey

Türkiye’de Kadının Statüsü	1.sınıf	152	2.43 2.20 2.17	.83	Grup arası	11.917	4	2.979			
	2.sınıf	139		.70	Grup içi	329.038	574	.573			1-5
	3.sınıf	105	2.29	.67	Toplam	340.955	578		5.197	0.00	4-5
	4.sınıf	125	1.94	.84							
	Diğer	58		.57							
Kadınların Yaşadıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Önerileri	1.sınıf	152	2.06 1.82 1.72	.90	Grup arası	15.369	4	3.842			
	2.sınıf	139		.65	Grup içi	335.507	574	.585			1-3
	3.sınıf	105	1.89	.73	Toplam	350.876	578		6.574	0.00	1-5
	4.sınıf	125	1.50	.81							4-5
	Diğer	58		.44							

*p<0.05

Araştırma bulguları incelendiğinde, Kadın Algısı Tutum Ölçeği alt boyutlarından “Kadın ile ilgili ön kabuller” alt boyutunda grup içi ve gruplar arası karşılaştırmalarda istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu ortaya çıkmıştır, ($F_{(4,574)}=5,470$, $p<0.05$). Gruplar arası karşılaştırmaların hangi birimler arasında olduğunu tespit etmek amacıyla Tukey HSD yapılmıştır. Test sonuçlarına göre 3. Sınıf ile Diğer ortalamaları diğer sınıf düzeylerine göre yüksek tespit edilmiştir.

Tablo 6’ da bulgulara göre; Kadın Algısı Tutum Ölçeği alt boyutlarından “Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları” alt boyutunda grup içi ve gruplar arası karşılaştırmalarda anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir, ($F_{(4,574)}=6,390$, $p<0.05$). Yapılan testler sonucunda 3.sınıf ve Diğer (Yüksek lisans, uzatmalı vs.,) ortalamaları diğer sınıf türlerine göre yüksek tespit edilmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde, Kadın Algısı Tutum Ölçeği alt boyutlarından “Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları” alt boyutunda grup içi ve gruplar arası karşılaştırmalarda anlamlı bir farkın olduğu ortaya çıkmıştır, ($F_{(4,574)}=4,495$, $p<0.05$). Test sonuçlarına göre 1.sınıf ve 4.sınıf ortalamaları diğer sınıf türlerine göre yüksek tespit edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre; Kadın Algısı Tutum Ölçeği alt boyutlarından “Türkiye’de kadının statüsü” alt boyutunda grup içi ve gruplar arası karşılaştırmalarda anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir, ($F_{(4,574)}=5,197$, $p<0.05$). Yapılan testler sonucunda 1.sınıf ve 4.sınıf ortalamaları diğer sınıf türlerine göre yüksek tespit edilmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde, Kadın Algısı Tutum Ölçeği alt boyutlarından “Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri” alt boyutunda grup içi ve gruplar arası karşılaştırmalarda anlamlı bir farkın olduğu ortaya çıkmıştır, ($F_{(4,574)}=6,574$, $p<0.05$). Test verilerine göre; 1.sınıf ve 4.sınıf öğrencilerin ortalamaları diğer sınıf düzeylerine göre yüksek tespit edilmiştir.

Tablo 7: Araştırmaya katılan öğrencilerin “cinsiyete dayalı yönetici tercihlerine” göre kadın algısı tutum ölçeği alt boyutlarına ilişkin ANOVA testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	S	Varyansın Kay.	KT	Sd	KO	F	p	Fark grup
Kadın ile İlgili Ön Kabuller	1.Kadın olmasını tercih ederim.	91	4.26	.71	Grup arası	2.024	2	1.012	2.219	.110	
	2.Erkek olmasını tercih ederim	51	4.06	.71	Grup içi	262.663	576	.456			
	3.Kadın/erkek olması fark etmez.	437	4.27	.66	Toplam	264.686	578				
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kazanımları	1.Kadın olmasını tercih ederim.	91	3.44	.87	Grup arası	.528	2	.264	.384	.682	
	2.Erkek olmasını tercih ederim	51	3.38	.70	Grup içi	396.485	576	.688			
	3.Kadın/erkek olması fark etmez.	437	3.48	.83	Toplam	397.013	578				
Kadının Toplumsal Yaşamdaki Kayıpları	1.Kadın olmasını tercih ederim.	91	2.77	.78	Grup arası	13.430	2	6.715	12.368	.000	1-2 2-3
	2.Erkek olmasını tercih ederim	51	3.39	.78	Grup içi	312.722	576	.543			
	3.Kadın/erkek olması fark etmez.	437	2.90	.72	Toplam	326.152	578				
Türkiye’de Kadının Statüsü	1.Kadın olmasını tercih ederim.	91	2.09	.76	Grup arası	7.620	2	3.810	6.583	.001	1-2 2-3
	2.Erkek olmasını tercih ederim	51	2.57	.80	Grup içi	333.335	576	.579			
	3.Kadın/erkek olması fark etmez.	437	2.24	.75	Toplam	340.955	578				
Kadınların Yaşadıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Önerileri	1.Kadın olmasını tercih ederim.	91	1.75	.74	Grup arası	6.435	2	3.217	5.380	.005	1-2 2-3
	2.Erkek olmasını tercih ederim	51	2.18	.98	Grup içi	344.441	576	.598			
	3.Kadın/erkek olması fark etmez.	437	1.83	.75	Toplam	350.876	578				

*p<0.05

Araştırma bulguları incelendiğinde, “Kadının toplumsal yaşamdaki kayıpları” ($F_{(2,576)}=12,368$, $p<0.05$), “Türkiye’de kadının statüsü” ($F_{(2,576)}=6,583$, $p<0.05$) ve “Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri” ($F_{(2,576)}=5,380$, $p<0.05$) alt boyutlarının grup içi ve gruplar arası değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Her üç alt boyutta da sporcu öğrenci tercihlerinin erkek yöneticiler lehine görüş bildirdikleri söylenebilir.

5. Tartışma ve Sonuç

Türkiye’de kadın algısına yönelik çalışmaların yapılması, ölçek geliştirilmesi ve bu çalışmaların farklı örneklem gruplarınca test edilerek sonuçların paylaşılması alanyazın için önem arz etmektedir. Kadın algısına yönelik tutumlar geçmişten gelen geleneklerin ve bugünün modern beklentisi ile beraber yürütülmüştür. Bu nedenle ülkemizde kadın olgusunun anlaşılmasının ve/veya en azından dikkat çekici bulguların paylaşılmasının yeni atılacak adımlara veri oluşturabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla kadının toplumsal yaşamın her alanında olması gerektiği düşüncesiyle yola çıkılan bu çalışmada üniversite eğitimi alan sporcu öğrencilerin bakış açısıyla kadınlara yönelik algılarının incelenmesi amaçlanmıştır.

S. Özbey

Araştırmaya katılan öğrencilerin kadın algısına ilişkin yüzde ve frekans dağılımlarına ilişkin bulgular (Tablo 3) katılımcıların %65,8' inin kadın sporları ile ilgili branşları takip ettiğini %68'inin ise kadın sporları ile ilgili organizasyonları takip etmediğini ortaya koymuştur. Diğer taraftan bulgular, katılımcıların %31,3'ünün kadın sorunlarını sosyal medyadan nadiren takip ettiğini %34,4'ünün ise kadın sorunlarını kitle iletişim araçları üzerinden sık sık takip ettiğini göstermektedir. Katılımcılara kadınların spor alanında temsil edilme durumlarını ise, %51,3'ünün kadınların spor ortamında sporcu olarak temsil edildiğini ifade ederken, katılımcıların %19.5'i ise kadınların spor ortamında temsil edilmediğini belirtmişlerdir.

Ersoy (2009) yapmış olduğu çalışmada, kadın ve erkek cinsiyet grubunun özelliklerinin kendine mahsus olan yönleri bulunduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, her iki cinsiyet grubunun da toplumsal faktörlerin etkisi altında olduğunu, kadının ve erkeğin davranışlarını yorumlarken, toplumsal yapının mevcut normlarının yanında, bu yapıya tesir eden harici faktörleri ve her an içinde yaşadığımız değişim süreçlerinin de önemle dikkate alınması gerektiğini vurgulamıştır. Özsoy'un (2009) aktarımına göre; spordaki erkek egemen yapı, geride bıraktığımız yüzyılda daha keskin bir şekilde hissedilirken, günümüzde kadınların sporu izlemeye olan ilgisinde de bir artış görüldüğü belirtilmiştir. Yüksel (2014) ise, günümüzde kadınların spora katılımı hususunda önemli mesafeler alındığını ve kadınların spora katılımı hususunda yerleşik algılar tamamen ortadan kalkmasa da değişmelerin başladığını ifade etmiştir.

Katılımcıların cinsiyet değişkeni temelli görüşleri karşılaştırılması sonucunda; "Kadın ile ilgili ön kabuller" ve "Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları" alt boyutlarında kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla kadına yönelik algılarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür (Tablo 4). Kadına Yönelik Ön Kabuller alt boyutu kapsamında yer alan görüşlerde, "Kadının yeri evidir", "kadınlar tahrik etmezse erkekler taciz etmez", "erkekler, kız kardeşlerini, babalar, eşlerini ve kızlarını gerektiğinde dövrebilmelidir", "kadın, işsizliğin temel nedenlerinden biridir. Kadın hakları ile ilgili çalışmalar, verimsiz bir gayrettir maddeleri yer almaktadır. Cinsiyet değişkeni açısından kadın algısı değerlendirildiğinde, kadın ile ilgili ön kabullerin kız öğrenciler lehine anlamlı olduğu görüldüğü de, bu alt boyutun her iki cinsiyet içinde yüksek olduğu söylenebilir. Araştırma sonucunda katılımcılar, Türkiye'de kadın algısının yönelik bu tutumların yüksek düzeyde olduğuna yönelik görüş bildirmişlerdir. Türkiye'de kadın algısına yönelik yapılan birçok araştırmalarda kadının toplumda yaşadığı en büyük sorunun "şiddet" olarak tespit edilmiştir (Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırmaları, 2019). Özellikle giderek artan aile içi şiddet kadın ve kız çocuklarının hayatına mal olacak duruma kadar gelmiştir. Ülkemizde 2019 yılında yayınlanan kadın cinayetleri raporuna göre, 474 kadın cinayeti resmi kayıtlara geçmiştir. Bu cinayetlerin büyük bölümü aile ve akrabalar tarafından veya yakın ilişkide oldukları erkekler tarafından gerçekleşmiştir (Kadın Cinayetleri Raporu, 2019).

Araştırmada, "Kadının toplumsal yaşamda kayıpları", "Türkiye'de kadının statüsü" ve "Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri" alt boyutlarında ise; erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla kadına yönelik algı düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu alt boyutları oluşturan maddeler içerisinde, Türkiye'de kadınların özgür olmadığı, kadın hakları konusunda demokratik olmadığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ndeki (TBMM) kadın milletvekili sayısının yetersizliği üzerinedir. Kadının statüsü alt boyutunda ise ülkemizde kadına karşı taciz, tecavüz ve şiddet yaygın olduğu, erkek egemen bir toplum yapısı olduğu, kadın hakları konusunda ihlaller olduğu maddelerini kapsamaktadır. Araştırmaya katılan erkek öğrenciler belirtilen maddelere yüksek düzeyde katılmışlardır. Ayrıca yaşanan sorunlara çözüm önerisi alt boyutunda, her insan gibi kadının din ve inanç özgürlüğüne sahip olduğu, sorunların çözümü için basın ve yayın kuruluşları kullanılması, "kadın-erkek, anne-baba eğitiminin gerekliliği ve kadının ekonomik özgürlüğünün önemi görüşlerini belirtmişlerdir. Araştırma bulguları erkek öğrencilerin yaşanan kadın sorunlarına ilişkin farkındalıklarının yüksek olduğu ve ilgili çözüm önerilerine de duyarlı kalmadıklarının göstergesidir. Son zamanlarda sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar ile yaşanan sorunlar daha sıklıkla gündeme gelmektedir (Coche, 2017; Kaya, 2018).

Katılımcıların "kadın spor branşlarıyla ilgilenme durumları" değişkenine yönelik sonuçlar tespit edilmiştir (Tablo 5). Buna göre; "Kadın ile ilgili ön kabuller" ve "Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları" alt boyutlarında herhangi bir kadın spor branşı ile ilgilenenler lehine; "Kadının toplumsal yaşamda kayıpları" ve "Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri" alt boyutlarında ise herhangi bir branşla ilgilenmeyenler lehine kadına yönelik algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Türkiye'de kadının eğitiminin yeterli olduğu, siyasette yeterince yer aldığı, Avrupa ülkelerinden daha rahat ve huzurlu olduğu, her türlü hak ve hukuka sahip olduğu doğrultusunda

S. Özbey

görüşlerini belirtmişlerdir. Katılımcı öğrencilerin kadın sporlarını takip etme durumlarının kadın algısına yönelik tutumlarında önem kazandığı söylenebilir. Spor yapan kadınlar toplumsal yönden güçlü olmaları, kendilerini ve ülkelerini temsil etmeleri gibi birçok açıdan takdir görmektedir. Spor yoluyla kadının güçlenmesi ve lider roller üstlenmesi ile ilgili yapılan proje ve çalışmalarda bu sonuçlar da etkili olmaktadır. Spor ortamlarının, kadınlar için kişisel değişim üretme kapasitesine sahip olduğu ifade edilirken, bu ortamların kadınların güçlendiği ve dünya çapında kadınları etkileyen eşitsiz algıların çoğunun üstesinden geldiği bir yer olduğu ifade edilmiştir (Lim ve Dixon, 2017). Bununla beraber kadın sporlarını takip etmeyen katılımcıların kadının hukuki anlamda zorluklar yaşadığı ve kadın hakları ve özgürlüğü gibi sorunlara yönelik kayıplar yaşadığı algısı oluştuğu söylenebilir. Ayrıca bu guruptaki öğrencilerin diğer guruba oranla daha yüksek düzeyde çözüm önerilerine yöneldiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan sporcu öğrencilerin sınıf düzeylerine göre Kadın Algısı ölçeği alt boyutlarına ilişkin veri analizinde “Kadın ile ilgili ön kabuller” ve “Kadının toplumsal yaşamdaki kazanımları” alt boyutlarında 3. Sınıf öğrencilerinin diğer sınıf türlerine göre farklılaştığı tespit edilmiştir (Tablo 6). Bununla beraber, “Kadının toplumsal yaşamda kayıpları” ve “Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri” alt boyutunda 1. ve 4. sınıf ortalamaları diğer sınıflara oranla daha yüksek düzeyde olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Kadın üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir araştırmada, öğrencilerin toplumsal değer yargıları içerisinde toplumdaki olası kalıp yargıları azaltmaya, kadın ve erkeğe yüklenen geleneksel rollerle birlikte geleneksel bakış açısını dönüştürmeye yönelik daha olumlu bir tutum sergiledikleri aktarılmıştır (Esen vd., 2017). Mevcut araştırma bulgularındaki bu farklılıkların öğrencilerin toplumsal cinsiyet algıları açısından eşitlikçi bir tutuma sahip olma ve değerleri koruma çabası olarak ifade edilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “cinsiyete dayalı yönetici tercihlerine” ilişkin test sonuçları (Tablo 7), “Kadının toplumsal yaşamda kayıpları”, “Türkiye’de kadının statüsü” ve “Kadınların yaşadıkları sorunlarla ilgili çözüm önerileri” alt boyutlarında öğrenci tercihlerinin erkek yöneticiler lehine görüş bildirdikleri yönündedir. Kadir Has üniversitesi Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi’nin araştırma sonuçlarına göre, kadın katılımcılar kadınların siyasete katılmalarını önemli olduğunu ve kadın siyasetçilerin kadın hakları ve kadın sorunlarına öncelik vermeleri gerektiği düşüncesini yüksek düzeyde katıldıklarını belirtmiştir. Ayrıca, kadın katılımcılar Muhtarlık, Belediye Başkanlığı, Milletvekiliği ve Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde olurlarsa kadınlara oy vereceklerini yönelik görüş bildirmişlerdir. Kadın katılımcılar kadının siyasete katılımının ve yönetimde olmasının kadına yönelik şiddeti azaltacağına yönelik görüşleri vardır. Aynı araştırmada erkek katılımcıların tercihleri aynı sorularla erkek yöneticiler doğrultusundadır (Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırmaları, 2019). Erkekler verilen rollerin, ataerkil sistemdeki değerler sebebiyle daha önemli olduğu düşünülmektedir. Kadınlara verilen roller ise daha çok ikinci planda ve erkeğin tamamlayıcısı konumundadır. Erkeğe atfedilen bu özellikler kadınlar üzerinde kullanılan hegemonik bir güce ve kültürel pratiğe dönüşmektedir (Cangöz, 2013). Alanyazın araştırmalarında, sporun toplumsal cinsiyetçi bir kurum olması ve tüm süreçlerin hegemonik erkeksi bir norm içinde işlemesi nedeniyle sporda liderlik pozisyonlarında kadınların eksikliği vurgulanmaktadır (Burton, 2015). Diğer taraftan kadın bedeninin denetlenmesinin en yaygın ve somut biçimlerinden biri olan bu ataerkil iktidar kodlarına karşı sporcuların kararlılık ve azimle spor yaşantılarına devam etmeleri, bedenleri ve kendi yaşamları üzerinde kontrol sahibi olmalarına katkı sağlayan deneyimleri ve bedenlerinin denetlenmelerine karşı farklı direniş biçimleri geliştirmeleri, kadınların sportif aktivitelerle güçlenme deneyimlerini ortaya koymaktadır (Kavasoğlu ve Koca, 2019). Ayrıca 2019 yılında yapılan kadın liderler araştırma raporuna göre ise kadın liderlerin %63’ü hala spor ortamlarında cinsiyet ayrımcılığı yaşadığını ifade ederken aslında bu durum algının değişmediğini de göstermektedir (Womens Sports Foundation, 2020).

Araştırmamız sonuçlarında ise, kız öğrencilerin kadının yaşadığı şiddet ve hukuki sorunların erkek yöneticiler tarafından çözülebileceği algısında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, araştırmaya katılan sporcu öğrencilerin %75.5’ i yöneticilerinin kadın veya erkek olmasının önemli olmadığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar katılımcıların kadın erkek eşitliği noktasında olumlu bir yaklaşıma sahip olduğunu göstermektedir. Kamu ve özel kurumlar, cinsiyet dengesini sağlamak için büyük çaba sarf ederek, kadınları, genç kızları ve çocukları her alanda ve her düzeyde katılmaya teşvik etmektedir (Guzel, 2015). Ancak alan yazın araştırmalarında halen spor ortamlarının özellikle taraftarlık boyutunda hala erkeklerin hakimiyetinde olan bir alan olduğu ifade edilmiştir (Sarıkulak ve Koca, 2019). Geçmişten günümüze spor organizasyonları boyutuyla bakıldığında kadın yöneticilerin sayılarının

S. Özbey

arttırılma çabalarının olduğu görülmektedir (CAAWS, 2002; Womens Sports Foundation, 2020). Bu durum kadın algısının spor yönetimi boyutuyla da değiştiğinin önemli göstergelerinden birisi olarak düşünülmektedir.

Kadın algısı, norm olarak kurumsallaşmış erkeklik nedeniyle toplumlarda kırılması zor bir algı olarak görülmektedir. Ancak kadınlara spora “kadın” katılımcı değil eşit katılımcı olarak katılmaları için eşit bir fırsat verilirse, belki de toplumsal algıda bir değişiklik görülebileceği düşünülmektedir (Senne, 2016). Spor ortamlarında kadına yönelik bu toplumsal algının değişmesinin karma spor eğitimleriyle aşılabileceği de farklı bir iyileştirme olanağı sunacaktır. Ayrıca kadınların eril sporlara katılmamaları gerektiğine ilişkin koşullandırılmış toplumsal algının kırılması ise sporda kadın algısının önemini arttıracaktır.

Sonuç olarak ataerkil bir toplum yapısına sahip olan Türk toplumunda kadın algısına yönelik algıların farklı başlıklar altında gruplandırılabilirdiği görülmektedir. Dolayısıyla özellikle spor eğitim kurumlarında kadınlara yönelik algıların farklılaştırılması hususunda adımlar atılmalıdır. Bu noktada en önemli hareketin eğitim müfredatları içerisinde yer alan toplumsal cinsiyete yönelik derslerin sayısal ve nitelik olarak iyileştirilmesi önerilmektedir. Cinsiyet farklılığı ve eğitim seviyeleri dikkate alındığında bu farklılığın daha belirgin olarak ortaya çıktığı açıklanabilir. Bu noktada özellikle yükseköğretim kurumları çerçevesinde toplumsal cinsiyet kavramının eğitim müfredatı bazında ele alınması önerilmektedir. Ayrıca spor alanında kadın algısına yönelik çalışmalar ve eğitimlerin artırılarak kadına yönelik algıların olumlu yönde değişebileceği düşünülmektedir. Ayrıca, kadının her alanda var olması, kendisini temsil etmesi, sesini duyurması ve karar organları içinde yer alması önce kendisi daha sonra da yaşadığı toplum için önemlidir. Birey olarak varlığı eşit düzeyde kabul gören kadın yeni nesillere örnek olmakla kalmayıp aile ve iş yaşamı içerisindeki kararlarda yönlendirici rol üstlenecektir. Böylece çalışma kapsamında yer alan kadına yönelik ön kabuller, toplumsal yaşamdaki kayıpları ve statüsü alt boyutları kapsamında olumlu yöne doğru adımlar atılabilir. Kadınların bu konularda kendi sorumluluklarını alarak atılacak adımlarda yönetim kademelerinde bulunmalarını cesaretlendirecek ve destekleyecek uygulamalı çalışmalar önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altınova, H. H. ve Duyan, V. (2013). "Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin geçerlik güvenirlik çalışması", *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 24(2), 9-22.
- Bingöl, O. (2014). "Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16 (Özel Sayı I): 108-114.
- Burton, L.J. (2015). "Underrepresentation of women in sport leadership: A review of research", *Sport Management Review*, 18(2), 155-165. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.02.004>.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*, New York: Routledge.
- Canadian Association for the Advancement of Women in Sport (CAAWS). (2002). Women need to infiltrate board rooms, Pound says. Retrieved from <http://www.caaws.ca/englisN index.htm>.
- Cangöz, İ. (2013). "İletişim fakültesi öğrencilerinin toplumsal cinsiyet farkındalığı ve cinsiyetçi şiddetle ilgili görüşleri", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 19, 41-64.
- Coche, R. (2017). "How athletes frame themselves on social media: An analysis of twitter profiles", *Journal of Sports Media*, 12(1), 89-112. <https://doi.org/10.1353/jsm.2017.0004>.
- Çakar, D. B. (2017). *Spor ve sporcu içeren reklam filmlerinin toplumsal cinsiyet algısına nörolojik etkilerinin ölçülmesi*. (Doktora tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Dökmen, Z.Y. (2009). *Toplumsal cinsiyet, sosyal psikolojik açıklamalar*, İstanbul: Remzi Kitabevi A.Ş.
- Ecevit, Y. (2003). "Toplumsal cinsiyetle yoksulluk ilişkisi nasıl kurulabilir? Bu ilişki nasıl çalışabilir?", *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 83-88.
- Ekore, J. O. (2012). "Gender differences in perception of sexual harassment among university students", *Gender and Behaviour*, 10(1), 4358-4369.
- Erbay, H. (2019). "Tarihsel süreçte dünyada ve Türk toplumunda kadın algısı ve haklarının gelişimi üzerine bir değerlendirme", *Ege Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-25.
- Ersoy, E. (2009). "Cinsiyet kültürü içerisinde kadın ve erkek kimliği (Malatya örneği)", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 209-230.
- Esen, E., Siyez, D., Soylu, Y. & Demircü, G. (2017). "Üniversite öğrencilerinde toplumsal cinsiyet algısının toplumsal cinsiyet rolü ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmesi", *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 46-63. <https://doi.org/10.19160/5000197327>.
- Goslin, A. E. & Kluka, D. A. (2014). "Women and sport leadership: Perceptions of Malawi women educated in sport business leadership", *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 36(3), 93-108.
- Guzel, P. (2015). "Perspectives of women decision-makers over the participation and recreational events in sports: A Turkish perspective", *Educational Research and Reviews*, 10(20), 2768-2776.
- Gülmez, N., İra, N., Yılmaz, İ. & İra, G. Ö. (2017). "Üniversite öğrencilerinde kadın algısı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 65-86.
- Kadın Cinayetleri Raporu (2019). Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu. (18.05.2020). <http://kadincinayetleriniurduracagiz.net/veriler/2889/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-2019-raporu>.
- Karakaya, H. (2018). "Toplumsal cinsiyet algısı, din ve kadın", *Journal of Analytic Divinity*, 2(2), 36-62.
- Kavasoğlu, İ. ve Koca, C. (2019). "Kadın sporcuların bikini fitness yoluyla güçlenme ve baskılanma deneyimleri", *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 289-307. <https://doi.org/10.25307/jssr.633511>.
- Kavasoğlu, İ., & Yaşar, M. (2016). Toplumsal cinsiyet normlarının dışındaki sporcular. *Spor Bilimleri Dergisi*, 27(3), 118-132.
- Kaya, Ş. (2018). "Kadın ve sosyal medya", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 563-576. <https://doi.org/10.21547/jss.363932>.
- Koca, C. (2006). "Beden eğitimi ve spor alanında toplumsal cinsiyet ilişkileri", *Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 81-99.

S. Özbey

- Koca, C. (2011). "Spor kurumlarının yönetim kademelerinde kadınların temsili", *Spor Bilimleri Dergisi*, 22(1), 1-12.
- Koca, C. (2018). *Türkiye'de katılımcı demokrasinin güçlendirilmesi: Toplumsal cinsiyet eşitliğinin izlenmesi projesi, Sporda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Haritalama ve İzleme*, Ankara: CEİD Yayınları.
- Koca, C. ve Bulgu, N. (2005). "Spor ve toplumsal cinsiyet: Genel bir bakış", *Toplum ve Bilim*, 103, 163-184.
- Lim, S. Y. & Dixon, M. A. (2017). "A Conceptual framework of sport participation and women's empowerment", *Managing Sport and Leisure*, 22(5), 400-413.
- McDonald, M. G. (2015). "Imagining neoliberal feminisms? Thinking critically about the US diplomacy campaign, Empowering women and girls through sports", *Sport in Society*, 18(8), 909-922. <https://doi.org/10.1080/17430437.2014.997580>.
- Özbey, S. & Güzel, P. (2011). "Olimpik hareket ve kadın", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(25), 1-18.
- Özsoy, S. (2008). "Türk Spor Medyasında Kadın", *Spor Bilimleri Dergisi*, 19(4), 201-219.
- Pilcher, J., & Whelehan, I. (2004). *50 key concepts in gender studies*, London: Sage.
- Sarıkulak, İ. ve Koca, C. (2019). "Futbol taraftarlığı alanında kadınları marjinalleştiren doxalar", *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 246-263. <https://doi.org/10.25307/jssr.633413>.
- Senne, J. A. (2016). "Examination of gender equity and female participation in sport", *The Sport Journal*, 19, 1-9.
- Sertkaya, O., Onay, M., & Ekmekçi, R. (2013). "Spor örgütlerinde kadın yöneticilere yönelik tutumların belirlenmesi", *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(4), 1-13.
- Shaw, S. & Hoeber, L. (2003). "A Strong man is direct and a direct woman is a bitch: Gendered discourses and their influence on employment roles in sport organizations", *Journal of Sport Management*, 17(4), 347-375. <https://doi.org/10.1123/jsm.17.4.347>.
- Stoller, R. J. (2019). *Sex and gender: The development of masculinity and femininity*, New York: Routledge.
- Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırmaları. (2019). Kadir Has Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Merkezi Araştırmaları. (18.05.2020). <https://gender.khas.edu.tr/tr/turkiyede-toplumsal-cinsiyet-ve-kadin-algisi-arastirmasi>.
- Türkiye'de Yükseköğretimdeki Cinsiyet Eşit(siz)liği (2019). KHÜ-Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Araştırma ve Uygulama Merkezi. (25.06.2020). <https://gender.khas.edu.tr/sites/gender.khas.edu.tr/files/inline-files/Yuksekogretimdeki%20Cinsiyet%20Eitsizligi%20TR.PDF>.
- Vatandaş, C. (2007). "Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı", *Sosyoloji Konferansları*, (35), 29-56.
- Womens Sport Foundation. (2020). What we do. (18.05.2020). <https://www.womenssportsfoundation.org/who-we-are/>.
- Yüksel, M. (2014). "Cinsiyet ve spor", *Tarih Okulu Dergisi*, 7(19), 663-684. <http://dx.doi.org/10.14225/Joh581>.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:08.07.2020 ✓Accepted/Kabul:24.10.2020

DOI:10.30794/pausbed.766457

Araştırma Makalesi/ Research Article

Turna, M. (2021). "Bir Jön Türk'ün Gözüyle Yahudiler" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 293-301.

BİR JÖN TÜRK'ÜN GÖZÜYLE YAHUDİLER

Murat TURNA*

Öz

Ebuzziya Tevfik, Jön Türkler diye adlandırılan ve 19. yüzyılda Osmanlı yönetimine muhalif olan, Batı yanlısı siyasi bir hareketin üyesidir. Aynı zamanda gazeteci kimliği ile kamuoyunu yönlendiren bir yazardır. Fikirlerinin geniş kitlelere ulaşmasında yayıncı olmasının payı büyüktür. Kendi adıyla anılan matbaası vasıtasıyla neşredilen Millet-i İsrailiyye, onun Yahudiler hakkındaki bilgi ve kanaatlerini paylaştığı bir eserdir. Kitap Yahudilerin tarihî ve dinî geçmişlerinin ana hatlarını sunar. Ayrıca yazarın perspektifinden Yahudilerin nasıl görülüp değerlendirildiğini anlamaya yarar. Sosyo-psikolojik yönleri göz önünde tutulursa, kamuoyunu şekillendiren fikirleriyle bir Jön Türk'ün, algıladığı ve Osmanlı toplumuna takdim ettiği Yahudi imajının önemli olduğu düşünülebilir.

Yazar, Yahudilere birkaç farklı açıdan yaklaşır. Onların kanun ve medeniyet anlayışlarına eğilir. Sosyo-ekonomik cephelerini ele alır. Bu makale, 19. yüzyıl Osmanlı toplumunda, bir Jön Türk'ün, dinî ve millî cepheleri de olan her zamanın aktüeli olan bir konuya yaklaşım tarzını gösterir. Ayrıca henüz Latin alfabesine aktarılmamış olan bu kitap, Yahudiler gibi ilgi uyandıran bir mesele hakkında Türk basın hayatının tutumuna da ışık düşürür.

Anahtar Kelimeler: *Ebuzziya Tevfik, Osmanlı, Yahudilik, Siyaset.*

THE JEWS THROUGH THE PERSPECTIVE OF A YOUNG TURK

Abstract

Ebuzziya Tevfik is a member of a pro-Western political movement called the Young Turks and opposed to the Ottoman rule in the 19th century. He is also a writer who directs the public opinion with his journalist identity. Being a publisher has a great share in his ideas reaching a wide audience. Millet-i İsrailiyye, published by the printing house named after him, is a work in which he shares his knowledge and opinions about the Jews. The book presents the outlines of Jewish historical and religious backgrounds. It also helps to understand how Jews are viewed and evaluated from the author's perspective. Considering the socio-psychological aspects, with the ideas that shape the public opinion, it can be thought that the Jewish image a Young Turk perceives and presents to the Ottoman society is important.

The author approaches Jews from several different angles. He focuses on their understanding of law and civilization. He handles socio-economic aspects. This article shows the style of approach of a Young Turk in a 19th century Ottoman society to a subject that has always been religious and national fronts. In addition, this book, which has not yet been transferred to the Latin alphabet, also sheds light on the attitude of the Turkish press life about an issue that is of interest as Jews.

Keywords: *Ebuzziya Tevfik, Ottoman, Jewish, Politics.*

*Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü, KONYA.
e-posta: mturna@erbakan.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-1413-6246>).

Giriş

Ebuzziya Tevfik 1849 – 1913 yılları arasında yaşamış, Tanzimat dönemi gazeteci ve yazarlarından biridir. Ebuzziya adı, aslında, yazılarına Mehmet Tevfik imzasını atan yazarın sakıncalı görülmesinin ardından kullandığı imzadan ileri gelir. 1875'e kadar Mehmet Tevfik adıyla yazmıştır ancak mahpus ve sürgün birinin kendi adıyla yazması yasak olduğundan büyük oğlu Ziya'ya atfen Ebuzziya adını kullanmaya başlar ve bu isim sonradan ailesine soyadı olur (Ziyad Ebuzziya, 1994: 375).

Tanpınar'ın (2003: 177), "*hükümlerinde çok defa nesline tercüman olan bir muharrir*" dediği Ebuzziya Tevfik gerek yazarlığı gerekse matbaası ile Türk basın ve edebiyat hayatının gelişmesinde büyük rol oynamış bir yayıncıdır. Biyografi, tiyatro, inceleme-araştırma türlerinde eserler yazmış, çeşitli derlemeler yayımlamış ve çok sayıda makaleye imza atmıştır. Ziya Paşa, Ali Suavi gibi dönemin etkili isimleriyle adı beraber anılan Ebuzziya Tevfik, Namık Kemal'in de en yakın arkadaşlarından biridir. Aynı zamanda Osmanlı yönetimine de ulaşabilen ve bürokrasiyi içinde yetiştirerek öğrenmiş bir kimsedir. Henüz çocukken memuriyete başlar ve zaman içinde Maliye Nezaret'i'nden Şurayı Devlet'e kadar muhtelif kademelerde vazifeye layık görülür. Bununla beraber kendisinin düzenli bir eğitim hayatı olmamıştır (Yavuz ve Kara, 2019: 47).

Ebuzziya Tevfik otodidaktir. Babasını erken yaşta kaybeder ve kendi kendisini yetiştirir. Hayatında karşılaştığı güçlüklerle rağmen Fransızca, Almanca, Arapça ve Rumca dillerini öğrenmiş, bilhassa Avrupa'yı yerinde görerek tanımıştır. Avrupa'dan o günün İstanbul'una taşıdığı matbuat tekniği, adının Türk basın ve edebiyat hayatına mal olmasında etkili olur. Sadece baskı ve dizayn olarak değil, zihniyet ve birikim olarak da getirdiği yenilikler gazeteciliğe ivme kazandırır. Ceride-i Havadis, Tasvir-i Efkâr, Sirâc ve Hadika gibi günün en bilinen ve en çok okunan gazetelerinde yazarak kamuoyunu fikirleriyle yönlendirir. Ona göre basın – yayın faaliyetleri halktaki cehaleti ve gafleti giderir (Gür, 1990: 377). Ne var ki yazdıkları nedeniyle sakıncalı bulunur ve devlet vazifesinden el çektilir. Tıpkı dönemin diğer aydınları gibi Ebuzziya da sansür ve sürgünle karşılaşır. II. Abdülhamit, fikirleri ve neşrettiği mecmualar sebebiyle Jön Türkleri tehlikeli bulur. Nitekim Jön Türk ifadesi de esasen II. Abdülhamit dönemi muhalif genç aydın zümresini, onların örgütlenmelerini ve mecmualarını kapsar niteliktedir (Hanioğlu, 2001: 586)¹.

Jön Türkler, II. Abdülhamit iktidarına muhalefetini en etkili şekilde basın üstünden sürdürmüştür. Yazılı propagandanın önemini fark eden bu grup, fikirlerini eylem kuvvetinde sunmakta başarılıdır. (Yılmaz, 2019: 17). Dolayısıyla basın ve yayına yönelmeleri çok ses getirmelerini sağlar. Yayımlanan her bir yazı içeride ve dışarda etki bırakır. Ebuzziya Tevfik ise bu grubun basın sahasındaki en mahir isimlerindedir. Hem Jön Türkler birer siyasi ve edebî mahfil olan gazete ve dergileri hem kendi yazdıkları hem de sergilediği çabadaki sebatı dikkate değerdir. Sürgünde iken bile gündemi takip etmeyi sürdürmüş, kendisine çıkartılan her maninin ardından basın faaliyetlerine sanki hiç ara vermemiş gibi kaldığı yerden devam etmiştir. Türk modernleşmesi üzerine yazdıklarıyla bilinen ve Ebuzziya'nın yaşadığı devre özel bir dikkat yöneltmiş olan Şerif Mardin (1998: 68), Jön Türklerin iki isim üzerinden basın sahasında etkin olduğunu bildirir. İlki Namık Kemal, ikincisi ise Jön Türk hareketinin bugüne "ulaşan yegâne tarihinin yazarı olan Ebuzziya Tevfik"tir. Mesleğinden azledilişine, sürgün edilmesine, matbaasına el konulmasına rağmen Ebuzziya, Jön Türklerin basın sahasındaki önemli figürlerinden biri olmaktan geri kalmaz.

Ebuzziya Tevfik'in de içinde olduğu zümre, kamuoyunu ortaya çıkarma ve onu etkileme gücüne sahiptir. Bu da sosyal ve siyasi bir dinamik oluşturmaları bakımından mühimdir. Nitekim Jön Türkler, yazdıkları ve söyledikleri ile yönetimin de ihtiyatla gözlemlediği bir fikrî izlek meydana getirir. Dolayısıyla bu durum, yönetimin ve halkın onlara olan bakış açısını anlatan bir husustur. Ortalama bir eğitimin üzerine çıkmış, birden fazla yabancı dil bilen, Batı'yı görmüş, dünya görüşü oturmuş, kültürlü, - bazıları - devlet vazifesi üstlenmiş ve tecrübelerine güvenilmiş kimseler olarak Jön Türklerin 19. yüzyılın son çeyreğinde en hareketli muhalif siyasi grup olduğu bir gerçektir. Bu grubun bir üyesi olarak Ebuzziya Tevfik yaşadığı dönemi, kamuoyunu ele geçirme kabiliyetlerini, sahip oldukları politik nüfuzlarını ve bu doğrultudaki hatıralarını *Yeni Osmanlılar – İmparatorluğun Son Dönemindeki Genç Türkler* adlı kitabında uzun uzadıya anlatır (Ebuzziya Tevfik, 2006).

Bahsedilenler çerçevesinde, Ebuzziya Tevfik'in Osmanlı'daki mühim bir azınlığı teşkil eden Yahudiler üzerine yazdıklarının önemli olduğu düşünülebilir; zira gazete/basin vasıtasıyla geniş kitlelere açılan görüşler, halkın bilgilenip kanaat edinmesinde ve okuduklarını, duyduklarını yorumlayabilmesinde rol oynar. Hele etkili bir zümrenin ya da o zümreden bir ferдин açıkladığı görüşler toplum üzerinde daha da etkilidir ve sosyal motivasyonda böyle kişilerin inanç ve sözlerinin yadsınmaz bir niteliği bulunur.

1 (Hanioğlu, yazdığı Jön Türkler maddesinin en başında, bu tabirin "daha çok II. Abdülhamit dönemindeki siyasî muhalefet hareketleri, bu hareketlere katılan kişi ve gruplar için" kullanıldığını kaydeder.)

Bu noktada, Osmanlı'daki Yahudi cemaatinin genel durumu hakkında kısaca bazı bilgiler vermek uygundur. Yahudiler esasen Osmanlı'ya Selçuklular'dan intikal eden bir cemaattir. 14. yüzyıldan beri Osmanlı Devleti'nde hem tebaa olmuşlar hem de yönetim kademesinde yer almışlardır. Orhan Gazi, Yahudilere Bursa'da bir mahalle vererek onları iskân etmiş; zamanla Bursa, Edirne, İstanbul, Selanik, İzmir gibi Osmanlı'nın önde gelen şehirlerine yayılmışlar ve buraları aynı zamanda Yahudi nüfuzunun da odaklandığı yerler olmuştur. Resmî tarihî vesikalar, Osmanlı'nın Yahudilerle etkileşime geçtiği ilk devreden itibaren Yahudilere güvendiğini ve onları himaye ettiğini gösterir. II. Murat'ın hususi hekimi İshak Paşa'nın aslen bir Yahudi olması buna örnektir. Ayrıca 1492'de İspanya'dan kovulmalarından sonra, yeryüzüne dağılan bu kavme sahip çıkan bir güç olmayışına rağmen II. Beyazıt'ın onları kendi devletine kabul etmesi; yoğun göç dalgalarının Kanuni dönemine kadar sürmesi bir diğer örnektir. II. Beyazıt, Yahudilerin göç ederek geldikleri Osmanlı topraklarında hoş karşılanmaları için ferman çıkarmış; onlara zarar verenlerin de idam edileceğini kati bir dille bildirmiştir. Bunların yanı sıra Osmanlı sicil defterlerinin, Yahudi nüfusunun artışı bildiren avarız hanelerindeki yükselişin tahrir kayıtları oldukça aydınlatıcıdır. Yaklaşık kırk yıllık periyotlarla bariz artışlar tescil edilmiştir. (Güner, 2007: 117 – 121)

15 ve 16. yüzyıllarda Yahudiler Osmanlı'da altın çağlarını yaşarlar. Bilhassa ticarete söz sahibi olurlar. Devletin zayıflamasıyla birlikte Yahudi cemaatinin de gücünde bir zayıflama görülür. 19. yüzyılın başında ise çeşitli vesilelerle Yahudi aleyhtarlığı baş gösterir; ancak Osmanlı, saldırıya dönüşen vakaların derhal önünü almakta kararlı davranır. Yahudilerin Avrupa'da yaşadığı talihsizliklerin aynı biçimde kendi sınırlarında tekrarlanmasına mani olur. Buna verilecek somut bir örnek, Yahudi karşıtı olan ilk yayının Fransız kaynaklarından tercüme edilmiş antisemitist bir broşür olduğu ve 1869'da Beyrut'ta yayımlandığı ancak durumu haber alan Osmanlı makamlarının hemen harekete geçip broşürün dağıtımını yasakladığı bilgisidir. (Çoban, 2009: 68).

Hemen her yerde çeşitli zorluklarla karşılaşmış Yahudilerin hareket hâlinde bir millet olduğu düşünülür. Bununla beraber Osmanlı'nın tebaası olmuş bu kavmin, Ebuuzziya Tevfik'in hayatta olduğu 1908 yılında Osmanlı'yı emin bir belde olarak kabullendiği, Alliance İsrailite Universelle'nin aynı yıla ait nüfus tespitinden anlaşılır. Başta İstanbul olmak üzere, İzmir, Selanik, Edirne, Bağdat, Şam, Halep ve Kudüs'te yüzbinleri aşan bir Yahudi nüfusu bulunur. (Yaman, 2015: 33).

Uzun tarihî geçmişi, ticaret ve ekonomi sahalarındaki baskın özellikleri ve siyasi nüfuzları itibariyle dikkat çeken Yahudiler hakkında ise Türkçe eser sayısının fazla olmadığını yapılan araştırmalar koyar. Yahudiler, Yahudi kültürü, sanatı, yeryüzündeki Yahudilerin tarihî ve günümüzdeki varlığı hakkında yeterli çalışmanın az olduğu ve Türkçe eserlerin de yeterli olmadığı tespitleri göz önüne alınırsa, Ebuuzziya Tevfik'in *Millet-i İsrailiyye*'sinin kendi devri içindeki önemi anlaşılabilir. (Güner, 2007: 155).

Millet-i İsrailiyye henüz Latin alfabesine aktarılmamış bir eserdir ve geniş çevrelerce bilinmez. Bu makale, böyle bir eserin varlığından edebiyat araştırmacılarını ve Yahudilikle ilgilenenleri haberdar etmek ve onları bilgilendirmek maksadıyla yazılmıştır. Böylece Türk aydınının ve Türk basınının Yahudilik üzerine olan bilgi düzeyi, Yahudiliğe karşı tutumu da dolaylı biçimde açığa çıkmaktadır.

Bunu yaparken metnin orijinal hâli eksiksiz ve hatadan uzak şekilde okunmuştur. Daha evvel bu eser üzerine yapılan bir çalışmada görülen hatalar ve eksiklikler tespit edilmiştir. Bu tarafla makale bir çeşit kritik içerir. Edebiyat, basın pencereleriyle bir asır öncesinin genel sosyopolitik ortamına bakmak mümkündür. Kısacası makale hem pek bilinmeyen bir eserin tanıtımını amaçlamış hem de *Millet-i İsrailiyye*'yi bir bütün hâlinde inceleyerek onu ortaya koyan aydınının, kültürel ve siyasi değerlendirmeleri üzerinde durmuştur.

Millet-i İsrailiyye Eseri Üzerine

Millet-i İsrailiyye, Hicri 1305 tarihinde neşredilmiş yetmiş sekiz sayfalık bir inceleme-araştırma eserdir. Eseri ana hatlarıyla üç bölümde ele almak mümkündür. İlk bölüm Yahudilerin tarihleri üzerinedir. İkinci bölüm kanunları ve medeniyet anlayışlarına dairdir. Son kısımda ise ağırlıklı olarak Ebuuzziya Tevfik'in görüş ve yorumları yer alır.

Yazar, konuya tarihî perspektifle giriş yapar. “*Bu milletin her hâli, her tavrı başkadır.*” diyerek, başlangıcından itibaren Yahudilerin “*ahval-i umumiyesini*” tetkik edeceğini belirtir. Tarih sahnesine çıkmalarından yaşadıkları sürgünlere dek Yahudiler panoramik bir şekilde ele alınır. Birinci bölümde, - dahası kitabın genelinde - dikkati çeken husus, yazarın hiç tereddütsüz şekilde rakamlar vererek hadiseleri nakletmesidir. Mesela Mısır'da ikamet eden Yahudilerin en başta yetmiş nüfuslu bir aile olduğunu, 215 sene sonra 600.000 muharip asker çıkartacak kadar çoğaldıklarını ve hatta esir adedinden göç esnasındaki hayvan sayılarına kadar ayrıntıları çok net şekilde sunar. “*Süleyman Aleyhisselam zamanımız akçesiyle 25 milyar 648 milyon frank raddesinde bir hazine terk*

eylemiştir.” veya “...İspanya kıtasında elyevm Portuğan memaliki dahi dâhil olduğu hâlde mevcut olan benî israilin miktarı en yeni istatistiklere nazaran 4500 nüfustan ibarettir.” gibi cümleleri ne kadar kesin konuştuğunu gösterir. Kaynağının Tevrat olduğunu belirttiği yerler olsa da çoğu bilginin nereden alındığı belirsizdir. Bir, iki tarih kitabının adını anmasının dışında, faydalandığı kaynakların neler olduğunu açıklamaz.

Ebuzziya, Yahudilerin vaat, rivayet ve menkıbeden teşekkül eden bir geçmişleri olduğuna kanidir. Yahudiler, yeryüzünün kendi yönetimlerine gireceği fikrisabitindedirler; zira *“hatif-i gaybler kendilerine daima fütûhat ve muzafferiyat vaad eyleyegelmıştır”* (Ebuzziya Tefvik, 1305: 4). Hâlbuki Müslümanların ve Hristiyanların, Yahudileri “en zelil ve hakir bir millet” addettiklerini, buna rağmen Yahudilerin kendilerini, Müslümanların ve Hristiyanların ecdadı görmeleri nedeniyle *“eşref-i akvâm”* kabul ettiğini söyler. (Ebuzziya Tefvik, 1305: 5 – 6). Yazar, pek kapalı bir şekilde, Yahudilerin “üstünlük psikolojisi” taşıdıklarına ve bunun kökenine işaret eder.

İlk bölümde Yahudilerin, Davut ve Süleyman Peygamberler zamanındaki maceralarına değinilir. Mısır’dan Kudüs’e, oradan Babil’e uzanan savaş ve esaret hikâyeleri neticesinde, bu kavmin belli bir coğrafyaya yayıldığı anlatılır. Sonradan Büyük İskender’in istilası sebebiyle o coğrafyaya yayılan halkın İskender’in tebaası olduğu bildirilir. İskender’in vefatının ardından, Kudüs’te yaşayan Yahudiler Suriye Krallarına, İskenderiye’de kalanlar ise Mısır hükümdarlarına bağlı kalır. Yazar bunun arkasından, Romalılar devrinde Yahudilerin vaziyetini aktarır. Ebuzziya Tefvik, zaman içerisinde pek çok hadisenin vuku bulunduğunu kaydeder. Hatalar, tahrikler, savaşlar ve kıyımlar birbiri ardınca gelir. Özetlenecek olursa, Ebuzziya da sürgün, esaret ve sefaletin Yahudilerin değişmez alın yazısı olduğu fikrinde.

Yazarın kitapta dikkatini odakladığı bir nokta, Yahudilerin para ile olan münasebetleridir. Tarihî maceraları içinde, Yahudilerin hemen hemen sürekli ticaretle meşgul olmaları, Ebuzziya’nın ilgisini celbeder. Hatta bir yerde, *“Yahudiler indinde en büyük iki vazifenin birincisi evlat yetiştirmek, ikincisi her nasıl olursa olsun para kazanabilmektir.”* der (Ebuzziya Tefvik, 1305: 28 – 29). Bu kavmin düzenli orduları yoktur ancak sermayeye yön vermekte mahirdir. Dağınık bir hâlde yaşadıkları, devamlı ticaretle uğraştıkları için *“hiçbir Yahudi’de vatanperverlik lüzumundan olan fikr-i askerî”*nin kalmadığı tespitinde bulunulur. Nitekim tarih içindeki idare ediliş biçimleri de askerlik sistemlerinin gelişmemesiyle alakalı kılınır.

Kitabın ikinci bölümü Yahudilerin inanç esaslarına, yaşam tarzlarına; bunlardan doğan kanun ve medeniyet anlayışlarına hasredilir. Bu kısımda yazar şahsi kanaatlerine ilk bölümdekinden daha çok başvurur. Anlattıklarını kendi görüşleri ile hükme bağladığı müşahede edilir. Bu üslubun henüz ilk bölümde baş gösterdiği belirtilmelidir. Kitabın daha ikinci paragrafında, *“Fihakika Yahudiler politika nokta-i nazarında şayan-ı tahkir bir millet ise de felsefe nokta-i nazarından bakılınca birkaç cihetten haiz-i ehemmiyetdir.”* diyerek fikrini ortaya koyar (Ebuzziya Tefvik, 1305: 3). İkinci bölümde ise Yahudilerin kanunlarından bahsederken Ebuzziya, onların kanunlarını tuhaf bulunduğunu açıklayan değişik örnekler ileri sürer. Farklı yorumlar ve tarzlarla tarih içinde şekillenmiş kanunları, dışarıdan birine garip görünür. Yazar, birbirine zıt ahkâmlar içeren bu kanunların indirilmiş semavi bir kitap olan *“Tevrat’tan başka bir şey”* olduğunu düşünür. Ayrıca inanç bakımından diğer milletlerle ayrışmasına temas ederek, Yahudilerin hem kendi olumsuz davranışlarından hem de hissettikleri “üstünlük psikolojisi”nden ötürü doğrudan ya da dolaylı biçimde tecrit olduklarını dile getirir. Konu etrafında sarf ettiği şu cümleler çarpıcıdır:

“Yahudilerin milel-ü mezheb-i saireye bir husumet-i daimede bulunmaları putperestliğe nefretlerinden neşet eylediği kendileri tarafından iddia olmakta ise de bu davaları muvafık-ı hakikat değildir. Çünkü Yahudiler arz-ı Ken’an’a geldikleri zaman tesadüf ettikleri bazı akvam-ı sagireyi mahv-u perişan etmeleriyle milel-i mücaverenin kin ve garezlerini üzerlerine celp etmişler ve bilahere milel-i merkumeden mukabele gördükleri te’diyat üzerine halk-ı cihânın yalnız o milletlerden ibaret bulunduğuna hüküm ile Yahudi milletinden maada kaffe-i milel-ü akvama husumet etmeyi farz-ı ayn bildirmişlerdir.” (Ebuzziya Tefvik, 1305: 34 – 35).

Bu ayrışmanın bir başka sebebi ise yukarıda belirtildiği üzere, bir gün dünyayı yöneteceklerine dair duydukları değişmez inançtır. Yazar, *“millet-i israiliyyeyi milel-i saireden en ziyade tebrid eden hâl hatif-i gaybleri tarafından kendilerine icra edilen telkinattır”* diyerek başka milletlerle aralarını açan, onları birbirlerine karşı soğutan hususun altını çizer (Ebuzziya Tefvik, 1305: 4). Kendilerine haber verilen bir istikbali gözlerken, başka milletler tarafından devamlı tardedilmeleri, baskıya ve zulme uğramaları; onları, başkalarına karşı kuşku ve nefretle bakmaya, kendi cemaatlerini ise kutsayıp aziz kılmaya sevk etmiştir. Yazar bilhassa İspanya’da tesis edilen engizisyon sonrasında, tüm Yahudi cemaatinin İspanya topraklarından kovulmasını hatırlatarak, Yahudilerin de kendi hâl, tavır ve fikirlerinde haklı oldukları yerler olduğunu bildirir. Gördükleri kötü muameleler onları birbirlerine kenetlemiş, dinî itikatlarını kuvvetlendirmiştir. Ebuzziya Tefvik’e göre Yahudiler din ve mezheplerine son derece sadıktır. Öyle ki bu sadakat taassup derecesine varmıştır. Dinlerine ve cemaatlerine hissettikleri aşırı bağlılık ve sorumluluk,

tarih içinde karşılaştıkları zorluklardan kaynaklanır. Çeşitli davranışlardan ailevi hukuka kadar geniş bir sahada hep dinî hükümlere göre hareket ederler. İzdivaca rağbetleri, boşanma hakkında dinlerinin emrettiği kurallara olan riayetleri Ebuzziya'nın ilgisini çeken örneklerdir.

Yazar Yahudilerin başka özelliklerine de değinir. Yahudiler ilk başlarda geri bir kavim olmakla beraber zamanla eksiklerini gidermiştir. Ne geometri ne matematik bilen hatta çocuklarına ilim öğretecekleri mektepleri olmayan bir millet iken eğitim açıklarını kapatmışlardır. Ebuzziya, bir zamanlar, değil çocuklarına eğitim vermek; kendi dillerinde mektep ve hesap kelimeleri dahi olmayan bir milletin “*maden artup sikke kesmek zahmetini ihtiyar*” etmediğini; yani akçe basmakta bile başarısızlığını anlatıp onların bir dönemki cehaletlerinden dem vurur (Ebuzziya Tefvik, 1305: 37 – 38).

Kimseden yardım görmeyen bu millet toparlanmayı bilmiştir. Onları terbiye eden, yaşadıkları acı tecrübelerdir. Ebuzziya kitap boyunca buna dair örnekler verir. Özellikle Avrupa'da uğradıkları vahşi muamelelere temas eder. Frenk krallarının işkence ile Yahudilerden para aldığını, İngiltere Kralı III. Henry'nin despotluğunu ve irtikâbını dile getirir. Voltaire'in bu doğrultudaki, “*Fransa'da Yahudiler hakkında reva görülmemiş ve mevki-i icraya konmamış zulüm yok gibidir.*” sözlerini nakleder. Voltaire kendi felsefe eserinde Yahudilerin gördüğü zulmü anlatır. Asılsız ithamlara maruz kalan, cinayetle ve ihanetle suçlanan Yahudilerin sebepsiz yere malları müsadere edilir, kendileri hapse atılır ve eşleri ile evladı esir olarak alıkonur. İspanya'da ise Hristiyanlığı kabul etmeyen Yahudiler ateşte yakılır (Ebuzziya Tefvik, 1305: 45 – 46). Tüm bunlar Yahudilerin belli bir bilinç kazanmasında etkili olmuştur. Kendilerini işlerine veren, ticaretle, para işleriyle meşgul olan Yahudiler, bu sayede servete ve refaha erişir. İçinde buldukları koşullar, polişe ve kambiyo icat etmelerine vesile olur. Ebuzziya onların yirmi beş asırdan beri görmediği eza ve mihnetin kalmadığını söyler. Yine de 18 ve 19. yüzyılda Rusya ve Almanya'da yaşadıklarının, Yahudilerin kendi ahlâk ve itikatlarından kaynaklandığını eklemeyi ihmal etmez. Bu noktadan sonra yazar kendi şahsi görüş ve yorumlarına yer verir.

Eserin son kısımları doğrudan Ebuzziya'nın Yahudiler hakkındaki fikirlerini içerir. Ebuzziya, Yahudilerde kökleşmiş “*bir şecere-i itikat*” olduğuna kanidir. O yüzden bir Yahudi'yi değiştirmek asla mümkün değildir. Ebuzziya'nın Yahudilere olan güvenini ve bakış açısını yansıtan şu ifadeler önemlidir:

“*...en hakşinas tanıdığımız bir Yahudi bile sırasını düşürdükçe menafi-i zatiyesine her türlü hatıra-i insaniyet ve lazime-i fazliyet-i feda etmektedir*” (Ebuzziya Tefvik, 1305: 49).

O, Yahudilerin kendi menfaatlerini herkesten üstün tuttuğunu, faizcilikten ticari hilelere kadar başvurduğu türlü fiillerin de bu fikirlerinden kaynaklandığını iddia eder.

Millet-i İsrailiyye'deki genel söylemi nedeniyle Ebuzziya Tefvik'in yaşadığı dönemin sosyo-politik hareketlerinden uzak kalmadığı savunulur. Hükümlerinin sübjektifliğinden ve antisemitik bir hava taşıdığından dem vuran bir araştırmada şunlar denilmektedir:

“*Kitabın yazıldığı dönem içerisinde karşılaştırma yapılacak olursa 1880'li yılların başlarında Avrupa'daki Yahudi sorununa yaklaşımlarının daha sert ve baskın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Ebuzziya Tefvik'in anlatısının özellikle Fransa, Almanya, Rusya ve Romanya'daki Antisemitik havanın söylemlerine yakın olduğunu söylenebilir... Zira kitabın yayınlandığı yıllarda 'Antisemit' kelimesinin yeni yeni ortaya çıkıp kullanılmaya başlandığı göz önünde bulundurulursa, bu kelimenin Osmanlı düşüncesine de o yıllarda hızlıca girdiği söylenebilir*” (Özkul vd., 2019: 73 – 74).

Bu yoruma ihtiyatla yaklaşmak icap eder. Ebuzziya zaten eserin içinde maksadının tariz olmadığını birkaç defa beyan ederek Yahudiler hakkında lehte ve aleyhte pek çok bilgi ve yoruma yer verir. Belli bir tavır olmakla birlikte, söylemini antisemitizmle telife kalkışmak veya kendisine antisemitizm atfetmek aşırıya kaçan bir değerlendirme olarak görülmelidir. Ayrıca söz konusu araştırmacının okuma hataları ile malul olması, *Millet-i İsrailiyye'deki genel söylemi sıhatle analiz edebilme imkânına şüphe düşürmektedir. Mamafih ilgili yazının sonuç kısmında, “Genel olarak söylenilebilir ki Ebuzziya Tefvik'in Millet-i İsrailiyye'si ırkçı bir görüşün tezahürü değildir.”* denilmesi de mühimdir (Özkul vd., 2019: 78). Tüm bunların yanı sıra Ebuzziya hakkında hatıra ve ilk elden evrak sahibi olması dolayısıyla en fazla bilgisi bulunan Ziyad Ebuzziya, Ebuzziya Tefvik'i en yalın şekilde, Osmanlılık bağına önem veren bir Osmanlı aydını olarak tarif eder (Ziyad Ebuzziya, 1994: 376).

Yazar, Yahudilerin içinde yaşadıkları topluma uyum sağlamayı bildikleri kanaatinde. Ebuzziya Tefvik, Prens Bismarck'ın “*Her memleketin Yahudisi kendisine layıktır*” sözünü ölçü kabul eder. Ebuzziya'nın düşündüğü, her

ülkenin kendine özgü koşullarının olduğu ve orada yaşayan Yahudilerin de buna tabii olmayı kabullenerek, oranın halkıyla uyumlu yaşaması gerektiğidir. Nitekim onların tavırlarında da bunu gözlemler:

“Millet-i İsrailiyyenin hâl ve şanına dikkat edilirse görülür ki bu millet sakin olduğu memleket halkının etvar-u ahlakına tatbik-i ef’alden başka hiçbir şeyi düşünmez. Çünkü kavm-i Yahudin vatanı yoktur” (Ebuzziya Tefvik, 1305: 51).

“Vatanı olmayan millet” olarak gördüğü Yahudilerin, zaten tarih içerisinde de hep hâkim bir unsurun yanında yaşadığını; galip bir millettten sonra gelen diğer galip millete devrolan bir topluluk olduğu fikrini paylaşır. O yüzden Yahudiler, yaşadıkları yere uyum sağlamakta yetenek geliştirmiştir. Ebuzziya şöyle düşünür; şayet bir Yahudi, İngiltere’yi kendisine vatan seçti ise oranın tüm medeni ve hukuki haklarından faydalanır. Nitekim asıl esas da o ülkenin hukuk ve menfaatleridir. Her türlü azınlık o genel menfaatlerden hissesini alır. İngiltere’nin menfaatlerinin içinde ayrıca bir de Yahudi menfaatleri diye kategori yoktur. Serveti ve Yahudiliği ile bilinen Rothschild Ailesi’nin buna uygun bir misal olduğunu bildirir.

Konu üzerine olan görüşlerini bir hatırasını yazarak daha da somutlaştırır. Yazar, on beş sene öncesine dek Galatasaray karşısında Fransızca kitaplar satan biri olduğunu ve onunla aralarında geçen konuşmayı anlatır. Bir gün yanına uğradığında kitapçının üzgün olduğunu gören Ebuzziya Tefvik, kitapçıya, bunun nedenini sorar. O esnada ise Fransa ve Almanya savaşmaktadır. Kitapçı Fransa’nın mağlubiyetinden dolayı kederli olduğunu açıklar. Ebuzziya tebessüm ederek, *“Adam sen de Fransız değilsiniz ya size ne?”* deyince; kitapçı, *“Nasıl! Ben Fransız değil miyim, ben Fransız değilsem neyim?”* diye tepki gösterir. *“Canım siz Musevi değil misiniz?”* diye şaşkınlığını beyan eden yazara, kitapçı, *“Af edersiniz mösyö! Fransa’da her şey Fransız’dır.”* diye çıkışır (Ebuzziya Tefvik, 1305: 58). İşte bu da Yahudilerin yaşadığı yere nasıl gönül bağladığını açıklar.

Eserin devamında Ebuzziya’nın sözü, Avrupa’da bulunan Yahudiler hakkındaki şikâyetlere getirdiği görülür ve meseleyi biraz dağıtır. Ardından, Avrupa’ya yayılmış Yahudi nüfusundan ve onlara sağlanan imkânlardan bahseder. Tüm anlattıkları, artık prensip kabul ettiği, Bismarck’a ait *“Her memleketin Yahudisi kendisine layıktır”* sözünü kanıtlamak içindir.

Kitabın sonunda, Rusya’daki Yahudilerin durumuna kısaca temas edilir. Ebuzziya burada, kendi kanaatlerini perçinleyen ve aynı zamanda okuyucuyu da gülümseten bir anekdot aktarır:

“Rusya’daki Yahudilerin gaddarlıkları hakkında şöyle bir fıkra mervîdir:

‘Mujikin biri bir gün içecek votka parası bulamaz. Kalkar bir muameleci Yahudiye müracaatla vakti hasatta verilmek üzere iki ruble istikraz etmek ister. Yahudi ise iki rubleye iki ruble de faiz zam ederek dört rubleye bir senet alır, iki rubleyi çıkarıp köylüye verir. Mujik kapıdan çıkacağı sırada Yahudi herifi çağırarak bu parayı ne yapacağını sual eyler. Mujik de votka içeceği cevabını verir. Onun üzerine Yahudi der ki “Ne hamakat! Şimdi bana dört ruble borcun var, elinde ise iki ruble bulunuyor. Votka içeceğine şu parayı borcuna mahsuben bana versen de diğer iki rublesini de vakt-i hasatta tesviye etsen daha ala olmaz mı?” Mujik Yahudinin sözünü muvafık-ı sevap bulmağla derhal iki rubleyi dâyine ita ile çikip gider.’

Şu fıkra Yahudilerin şeytaniyetinden ziyade mujiklerin belahetine tercüman oluyor. Ve binaenaleyh behimiyyetle insaniyet arasında bulunan rusya köylüleri miyanında müteayyış olan tâife-i benî israil dahi Moskoflara layık bir halde bulunuyor” (Ebuzziya Tefvik, 1305: 75 – 76 – 77).

Yazarın görüşü fıkranın içinde gizlidir. Ruslara ve Yahudilere dair kanaatlerini içeren bu fıkrayı anlatarak, okuyucuları, en genel anlamıyla kamuoyunu, üstü örtülü bir şekilde etkileme çabası sergilediğini de düşünmek mümkündür.

Kitabın sonunda, çok kısaca Osmanlı’daki Yahudilere değinilir. II. Beyazıt devrinden beri Osmanlı topraklarında güven ve huzur içinde yaşadıkları, ırz ve namusça Müslümanlardan hiçbir vakit ayrı tutulmadıkları hatırlatılır. Ebuzziya’nın tespitleri isabetlidir. İstanbul’un fethi ve İspanya Yahudilerinin Osmanlı’ya göçü gibi iki temel sebeple bünyesindeki Yahudi nüfusu artmış olan Osmanlı’da, 15 ve 16. yüzyıllarda Yahudilerle Türkler zaten rakip iki unsur gibi değil; bilakis birbirini tamamlayan yapılar gibi değerlendirilir. Başka ülkelerdeki gibi ayrı yahut kötü muamele yaşanmamıştır (Gürkaynak, 2003: 287).

Kitabın baş ve orta kısımlarına nispetle son kısmı daha kısadır ve okur üzerinde kitabın genel hükümlerle bitirildiği izlenimini bırakır. Sözelimi Osmanlı Devleti’ndeki Yahudilerin durumu, yalnızca bir paragraflık yer tutar.

Bu da iki cümleden ibarettir. Oysa ilk bölümde Mısır'dan Babil'e Yahudilerin serencamı ayrıntılara dökülerek sunulur. Bilhassa Yahudilerin, Avrupa'da yüzyıllar boyunca yaşadıkları, yazarın üstünde durduğu önemli bir meseledir. Tüm dünyada Yahudilerin gördükleri muameleleri anlatan yazarın, Yahudilerin Osmanlı topraklarındaki macerasını iki cümleyle özetlemesi, bu hususa yeteri kadar yer ayırmadığı fikrini doğurur.

Ayrıca kitapta bölümler arasında sezilen bir yaklaşım değişikliği söz konusudur. Yazar ilk ve ikinci bölümde, Yahudilerin yaşadıklarını kısmen kendi hatalarıyla da telif etme yoluna gider. Millet-i İsrailiyye'nin karakteri ve tarih içerisinde şekillenen davranış kalıpları nedeniyle de bazı durumların önünün açıldığını düşünür. Hâlbuki son bölümde dış tesirler daha çok ön plana çıkartılır. Onların da "dinlerince ve âdetlerince hiç taarruza uğramadı"kları dönemlerde, hukuk teminatı altında iken "metanet-i ahlak" üzere ve "*seyyiâtta bulunmadan*" ömür sürdürdükleri belirtilir. Bu fikrin son bölümde öne çıktığı dikkatten kaçmaz. Hele İspanya Yahudilerinin yaşadıkları akıbeti, Ebuzziya Tefvik'in Müslüman bir Osmanlı olması hasebiyle Endülüs bağlamında değerlendirmesi, onun bu bölümde farklı bir perspektif geliştirdiğine işaret eder. Yahudileri ve Müslümanları aynı tarihî acıyı idrak etmiş milletler olarak görür. Yazardaki sezilen bu tutum farklılığı, kitabın farklı tarihlerde kaleme alınmış metinlerden oluştuğuyla ilgili kılınır. Konu hakkındaki bir araştırmada, kitabın ilk iki bölümünün 1882 – 1883 yıllarında; son bölümün ise 1886'da makale şeklinde yayımlandığı ve sonradan bunların bir araya getirilerek kitaplaştırıldığı kaydedilir; ancak buna dair bir kaynak bilgisi sunulmaz (Özkul vd., 2019: 76). Geçerli bir kaynak belirtilmediği için ihtiyatla yaklaşmakla beraber, bahsedilen husus göz önünde bulundurulduğu takdirde, yazarın tutum farklılığının da nedeni anlaşılabilir. Şayet farklı zamanlarda kaleme alınmış metinler söz konusu ise bir yaklaşım değişiminin olması makul karşılanabileceği gibi; *Millet-i İsrailiyye*'nin bir derleme ürünü olacağı da ortaya çıkacağından, son bölümdeki ayrıntıdan uzak hatta yüzeysel denilebilecek anlatımın da neden kaynaklandığı açıklığa kavuşur.

Sonuç

Ebuzziya Tefvik etkin bir muhalif siyasi grubun taraftarıdır. Kendisini bir Jön Türk olarak tanımlar. Yazdığı "Yeni Osmanlılar – İmparatorluğun Son Dönemindeki Genç Türkler" isimli eseri, siyasi görüşleri ve genel itibarıyla Jön Türklerin yönetim ve kamuoyu nezdindeki yeri hakkında bilgiler verir. O, aynı zamanda siyasi yanı kadar gazeteci, yazar ve yayıncı olarak da adından söz ettirir. Yaşadığı zaman dilimi içinde, kamuoyunun olaylar ve kavramlar hakkında bilgilenip yorum yapmasına katkı sağlar. Bilhassa matbaası dolayısıyla öne çıkan yayıncı kimliği, Ebuzziya'nın, Osmanlı yönetimi tarafından dikkatle takip edilmesi neticesini doğurmuştur. Yayınları vasıtasıyla kamuoyu oluşturabilme, zihinleri belirli noktalara odaklama kabiliyeti olduğundan Ebuzziya'nın görüşlerinin önem arz ettiği açıktır.

Tercüme, telif, derleme ürünlerinden gazeteciliğine dek kamuoyunun aydınlanması yolunda çalışan Ebuzziya, bir 19. yüzyıl aydını olarak aktüel konulara kayıtsız değildir. Her zamanın aktüeli sayılabilecek ve daima geniş çevrelerin ilgisini celp etmiş Yahudilik gibi bir konuya da eğilmiş ve bu husus üzerine bilgi ve görüşlerini kaleme almıştır. *Millet-i İsrailiyye*, edebiyat ve tarih bilimleri sahasına özgün bilgiler katmamasına rağmen dağılıma sürecine girmiş bir devletin aydınının, azınlık kesimine dair bilgi ve perspektifini yansıtmaya bakımından önemlidir. Onun görüşleriyle etkilenebilecek değişik halk tabakalarının da varlığı düşünülürse, bu eserde bilginin kullanış biçiminin ve bilginin yorumlanmasının toplum psikolojisi oluşturma ve sosyolojik yapıya etki etme bakımlarından kıymet taşıdığı öngörülebilir.

Ebuzziya Tefvik, kitabı ile önyargılı ve sert hükümler vermekten çekinmeyen antisemitist bir yazar portresi değil, değişik yanlarıyla hadiseleri aktaran amatör bir araştırmacı portresi çıkartır. Yahudilerin, tarih içerisinde çetin koşullarla mücadele ettiklerini ve zaman zaman var olma savaşı verdiklerini anlatır. Yazarın dile getirdiklerine göre Yahudilerin ticarete, ekonomik faaliyetlere yönelmeleri, büyük oranda koşulların doğurduğu bir sonuçtur. Hayatta kalma ve neslini idame ettirme fikrinin yanı sıra, çağlar geçtikçe eğitim ve finans alanında daha da ilerlemeleri sayesinde bu taraflarıyla temayüz ederler. Karşılaştıkları güçlükler Yahudilerin yaşam tarzlarının, davranış biçimlerinin gelişmesinde etkilidir. Diaspora hâlinde yaşadıklarından, onlarda vatan ve askerlik fikirleri gelişmemiştir. Buldukları yere aidiyet hissederler. Oranın kültürel ve siyasi atmosferine göre hareket ederler. Bu bakımdan Ebuzziya, Bismarck'ın sarf ettiği "Her memleketin Yahudisi kendisine layıktır" sözünü ciddiye alır. Yine uğradıkları baskı ve zulümden kurtuluş melcei olarak dinlerini buldukları ve ona sıkıca sarıldıkları ifade edilir. Ebuzziya Yahudileri inanç, itikat konularında tavizsiz insanlar olarak görür ve öyle takdim eder. Karakterleriyle bütünleşen bu tavizsizlikleri nedeniyle onları değiştirmek imkânsızdır.

Millet-i İsrailiyye'de yazarın, tam anlamıyla nesnel bir çalışma ortaya koyma gayesi yoktur. Tarihî gerçeklere kendi yorumlarını ekler. Bununla beraber, yorumları, gerçekleri tahrif etmez. Bu yorumların belirli kısmı, konuyu açıklamak ve okuyucu nazarında anlaşılır kılmak içindir. Değerlendirme içeren yorumlarında ise Müslüman bir

Osmanlı aydınının genel hissiyatı sezilir. Mesela kitabın son bölümünde, İspanya Yahudilerine karşı duyduğu sezilen yakınlık, ortak bir geçmiş paylaşmanın hatırasıyla ilgilidir ve bu hatıraya duyulan hürmet ve belleklerde yerini koruyan mazinin sıcaklığı son sayfalarda kendini belli eder. Yitirilmiş tarihî, siyasi potansiyele hayıflanılan yazar, Yahudileri ve Müslümanları aynı tecrübeyi yaşamış iki millet olarak düşünür. Mamafih onları değiştirmenin mümkün olmadığı fikri ya da hakşinas bir Yahudi'nin dahi şahsi menfaatleri uğruna, insani hasletleri yok sayabileceğine dair duyulan inanç da kayda değerdir; zira bunlar da Ebuzziya'nın şahsında Osmanlı aydınının yerleşmiş kanaatleri olarak düşünülebilir.

Osmanlı'ya çok uzun zaman boyunca bağlı kalmış bu milletin, Osmanlı'daki tarihi ise Ebuzziya'nın kitabında eksik kalan kısımdır. Kitabında yürüttüğü genel plana göre, yazarın bu dönemi de belli bir seviyede/yoğunlukta ele alması beklenirken, söz konusu döneme yeterince yer verilmeyişi, ilgili kısmın âdeta birden kesildiği ve sürecek bir faslın yarım kaldığı intibasını uyandırır. Hâlbuki İstanbul'un fethinin ardından Yahudilere karşı sergilenen hoşgörünün yanı sıra, İspanyol Yahudilerinin 1492 sonrasında, Osmanlı topraklarına göç etmesiyle Osmanlı Devleti, dünyadaki Yahudi nüfusun önemli bir bölümüne ev sahipliği yapmıştır. Asırlar süren bir tarihin kitapta kendine yer bulamaması; Yahudiliği, Yahudi tarihini konu edinen bir eserin zaafı olarak düşünülebilir.

Yukarıdan itibaren anlatıldığı üzere bu makalede çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Güncel literatüre asıl katkı sağlayacak hususlar ise şöyle sıralanabilir:

Millet-i İsrailiyye'nin bugünün okuruna bilgi dağarcığı bakımından sunacağı fazla bir husus yoktur. İçindeki bilgiler eskidir ve bir cep kitabı olarak tasarlandığından kısıtlıdır. Makale, Ebuzziya'nın çalışmasının aslında bir çeşit derleme olduğunu da ortaya koyar. Varılan sonuca göre, onun özgünlüğü, bir 19. yüzyıl aydının gözüyle Yahudileri nasıl naklettiğinde yatar. Ebuzziya, Yahudiler tarafından olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilebilecek bilgi, tespit ve görüşleri paylaşır ancak bunları ifade ediş biçimi itibarıyla ne Yahudileri yaralamak ve başka milletleri onlara karşı kıskırtmak ne de gerçekleri eğip bükerek bir kesimi sempatik göstermek gayretindedir. Maksadı toplumu aydınlatmaktır. İnsanların zihninde ve duygu dünyasında sarsıntı meydana getirmek, Yahudilerin lehinde ya da aleyhinde duygu sömürüsü yapmak, toplumu bir amaca güdülemek niyetlerini taşımaz. Kısacası sosyo-politik, sosyo-psikolojik bir manipülasyon peşinde değildir. Şahsi görüş ve yorumları, uzun yıllar Osmanlı'nın da tebaası olmuş bu milleti çeşitli yanlarıyla tanıtmaya amacının ötesine geçmez.

Millet-i İsrailiyye, Avrupa'da bir nefret nesnesine dönüşmüş olan Yahudi imajına karşı, Osmanlı topraklarında yetişmiş bir aydının, gayet serinkanlı bir yaklaşım içinde olduğunu gösterir. Makalede varılan en önemli sonuçlardan biri de budur. Etkin bir politik zümrenin de mensubu olan Ebuzziya'nın ajitasyondan uzak bu tavrı, onun yayıncılık imkânlarının kuvvetiyle beraber düşünülürse; bir Jön Türk'ün, daha genel bir çerçevede, Müslüman Osmanlı kimliğini taşıyan aydının enformasyon konusunda sağduyulu ve sorumlu bir duruş sergilediği kanaatini peyda eder. Antisemitizmin revaç bulduğu yıllarda, Osmanlı topraklarında basılmış bu kitap, özellikle bu tarafla dikkat çeker.

İbrani araştırmalarıyla ilgilenenlerin, Osmanlı'daki sosyal yapıyla alakalı araştırma yapanların ve halkla iletişim konusuna eğilenlerin *Millet-i İsrailiyye*'yi, küçük bir örnek olmakla birlikte, bu yanı sıra mütalaa etmeleri çalışmalarına katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Çoban, M. (2009). *Türkiye’de Yahudi Aydınları*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ebuzziya Tefvik. (1305). *Millet-i İsrailiyye*, Matbaa-i Ebuzziya. (<https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/1347>)
- Ebuzziya Tefvik. (2006). *Yeni Osmanlılar – İmparatorluğun Son Dönemindeki Genç Türkler*, Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Güner, Y. (2007). *Orta Çağ Avrupa’sında Yahudi Göçleri ve Yahudi Kültürü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gür, Â. (1990). *Ebuzziya Tefvik’in Hayatı, Dil, Edebiyat, Basın, Yayın ve Matbaacılığa Katkıları*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gürkaynak, M. (2003). “Osmanlı Devleti’nde Millet Sistemi ve Yahudi Milleti”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9/2, 275 – 290.
- Hanioglu, M. Ş. (2001). “Jön Türkler”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, c. 23, s. 584 – 587, İstanbul.
- Mardin, Ş. (1998). *Yeni Osmanlı Düşüncesinin Doğuşu*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Özkul, O ve Çomak, N. Uzun ve Hilal (2019). “Osmanlı Devleti’nde Yahudilik: Ebuzziya Tefvik’in Millet-i İsrailiye Kitabı”, *Filistin Araştırmaları Dergisi*, 5, 59 – 80.
- Tanpınar, A. H. (2003). *19. Asır Türk Edebiyatı Tarihi*. Çağlayan Kitabevi, İstanbul.
- Yaman, A. (2015). “Yahudilerin Osmanlı Millet Sistemi İçindeki Yeri ve Hukuki Konumları”, *Diyanet İlmî Dergi*, 51/2, 11 – 35.
- Yavuz, N. ve Kara A. (2019). “Bir Fikir ve Siyaset Adamı Olarak Ebuzziya Mehmed Tefvik Hayatı ve Eserleri Üzerine Bir Çalışma”, *Bellek – Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü Dergisi*, 1/1, 45 – 52.
- Yılmaz, M. (2019). *Jön Türk Matbuatında Propaganda (1895 – 1902)*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Ziyad Ebuzziya. (1994). “Ebuzziyâ Mehmed Tefvik”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, c. 10, s. 374 - 378, İstanbul.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uydıklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:22.11.2020 ✓Accepted/Kabul:22.12.2020

DOI:10.30794/pausbed.829833

Araştırma Makalesi/ Research Article

Keyifli, N. (2021). "OECD Ülkelerinde Doğal Afetlerin Bütçe Açıkları Üzerine Etkisi: Dinamik Panel Veri Analizi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 303-318.

OECD ÜLKELERİNDE DOĞAL AFETLERİN BÜTÇE AÇIKLARI ÜZERİNE ETKİSİ: DİNAMİK PANEL VERİ ANALİZİ

Nazlı KEYİFLİ*

Öz

Bu çalışma, doğal afetlerin bütçe açıkları üzerindeki etkisini ampirik olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma 34 OECD ülkesini ve 2000-2018 dönemini kapsamaktadır. İki aşamalı sistem GMM analizinden yararlanılarak elde edilen bulgular; kamu borcu, dış ticaret, GSYH büyümesi, doğal afetlerin toplam zarar maliyetleri bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif, nüfus yoğunluğunu ise negatif etkilediğini göstermektedir. Çalışma sonuçları enflasyon ile bütçe açıkları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymaktadır.

Anahtar sözcükler: *Doğal Afetler, Bütçe Açıkları, Panel Veri.*

JEL Sınıflandırması: Q54, H61, C33

THE EFFECT OF NATURAL DISASTERS ON BUDGET DEFICITS IN OECD COUNTRIES: DYNAMIC PANEL DATA ANALYSIS

Abstract

This study aims to analyze empirically the impact of natural disasters on budget deficits. The study on 34 OECD countries covers the period 2000-2018. The results of the study obtained by employing two-stage system GMM analysis reveal public debt, foreign trade, GDP growth, and total loss costs of natural disasters affect the budget deficits statistically significantly and positively, while population density negatively affects the population density; however, there is no statistically significant relationship between inflation and budget deficits.

Keywords: *Natural Disasters, Budget Deficits, Panel Data.*

JEL Classification: Q54, H61, C33

*Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, GÜMÜŞHANE.
e-posta: n.keyifli@hotmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-0589-8089>)

1. GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki süreçte ülkelerdeki hızlı büyüme ve nüfus artışıyla birlikte enerji ve hammaddeye talep artmıştır. Bu durum, enerji ve hammadde ihtiyacı olan ülkelerde hem petrol ve kömür gibi fosil yakıtların kullanımını arttırmış hem de doğanın bilinçsizce tahrip edilmesine neden olmuştur. Bu gibi durumlar da su ve hava kirliliği gibi pek çok çevresel sorunun yaşanmasına yol açmıştır. Fakat bu dönemde, çevre sorunlarının küresel düzeyde rahatsız edici seviyede olmaması ve teknolojiye yaşanan gelişmeler neticesinde bu sorunlarla baş edebileceği anlayışı, bölgesel ya da ülkesel ölçekte ortaya çıkan çevre sorunlarının gereken ilgiyi görmemesine neden olmuştur. Ancak, sanayileşme ve özellikle de sürdürülebilir çevreye rağmen sanayileşme çevre sorunlarını artırmıştır. Küreselleşme ise çevresel sorunların ve doğal afetlerin neden olduğu ekonomik etkilerin tüm dünyaya yayılması sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Jeofizik, meteorolojik, hidrolojik ve iklim değişikliği (klimatojistik) kaynaklı aşırı hava olayları deprem, volkanik patlamalar, aşırı sıcaklık, kuralık, sel, fırtına, orman yangınları gibi doğa afetleri ortaya çıkarmıştır. Şüphesiz, dünyanın farklı yerlerinde ve farklı zaman dilimlerinde ortaya çıkan bu afetler insanlık için can ve mal kaybı gibi önemli sonuçlar yanında önemli ekonomik kayıplara da neden olduğundan insanoğlunun ilgisini çekmiştir. Öte yandan, küreselleşmeyle birlikte dünyanın herhangi bir bölgesindeki afetin ekonomik etkilerinin ülke sınırları dışındaki insanları da etkilemesi bu olaylara olan ilgiyi daha da arttırmıştır.

Doğal afetlerin yol açtığı insani ve ekonomik kayıplar ve bu çerçevede alınan kamusal önlemler kamu bütçe dengesi üzerinde baskı oluşturmakta ve bütçe açığına sebebiyet vermektedir. Doğal afetler, bütçenin harcama ve gelir tarafını doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Bir doğal felaketin ilk etkisi ölüme, hastalıklara ve elektrik, ulaşım, su ve iletişim gibi fiziksel altyapı hizmetlerinde kayba neden olmasıdır. Gıda ve yiyecek kıtlığı, eğitim, sağlık hizmetlerinde yaşanan aksamalar ve geçici olarak gerçekleştirilememesi, konut ve barınma alanında yaşanan sorunlar bu ilk etkilerdendir. Bu ilk etkileri, ekonomi üzerindeki müteakip etkiler takip eder. Gelir, istihdam kaybı (işsizlik artışı), üretimin sektörel bileşiminin değişmesi, enflasyon vb. sorunlar bunlar arasındadır. Kurtarma ve yeniden inşa dönemlerinde artan kamusal destekler ve bunun istihdam yapısını değiştirmesi, ihracat ve ithalat hacimlerinin ihracat aleyhine değişmesi gibi sorunlar kamu bütçelerinde açıklar meydana getirmektedir (Eclac, 1991: 18; Cavallo ve Noy, 2010:14). Sonuçta, afetler, bütçe dengesi üzerinde; harcama tarafında afet sonrası yardım ödemeleri veya altyapı hasarlarının yeniden inşası gibi doğrudan etki ya da üretimdeki düşüşün refah kaybına neden olmasının vergi gelirlerini düşürmesi ve işsizlik ödemeleri ya da diğer sosyal yardımların daha yüksek harcamalara yol açması gibi dolaylı etkilere sebebiyet vermektedir.

Literatürde, farklı ülke örnekleme ve zaman aralığı ele alınarak bütçe açıklarının belirleyicileri üzerine pek çok çalışma yapılmıştır. Ancak, doğal afetlerin ülke ekonomileri üzerindeki etkisi özellikle de bütçe dengesi üzerine etkisini araştıran çalışmalar görece olarak azdır. Bu görece eksiklik, doğal afetlerin ekonomiye maliyetleri ve bütçe üzerinde oluşturduğu yükün teorik ve ampirik olarak araştırılmasını gerekli kılmaktadır. Bu araştırma OECD ülkeleri özelinde yapıldığı ve inceleme dönemi açısından yenilikçidir.

Çalışmanın yapılmasının temel gerekçesi, ekonomiler üzerinde oluşturduğu mali yükler her geçen gün artan doğal afetlerin bütçe dengesi üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır.

Çalışmanın amacı, doğal afetlerin zarar maliyetinin bütçe açığı üzerinde bir baskı unsuru olduğu ve bütçe açığını pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkileyip etkilemediğini ampirik olarak ortaya koymak ve böylece doğal afetlerin mali boyutunun daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmaktır.

Çalışmanın yöntemi, iki aşamalı GMM tahmincisi dayanan dinamik panel analiz yöntemi ile doğal afetler ile bütçe dengesi arasındaki ilişkinin 2000-2018 dönemi için 34 OECD üyesi ülke üzerinden analiz edilmesidir. Çalışmanın dönemi olarak bu tarih aralığının alınmasının nedeni doğal afet sayısının arttığı dönem olmasıdır. Üç üye ülke ise veri yetersizliği nedeniyle çalışma dışında bırakılmıştır.

Literatürde genel olarak doğal afetlerin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Ancak bütçe dengesi üzerine etkileri sınırlı sayıda çalışmada farklı yöntem ve farklı örneklem için incelenmiştir. Bu çalışmanın katkısı ise inceleme dönemi, örnekleme ve yöntemidir. Çalışma, inceleme konusu yapılan OECD üyesi ülkelerinde

bütçe dengesinin doğal afetlerden nasıl etkilendiğini görme imkanı verecek ve bu yönüyle de literatüre katkı sağlayıcı niteliktedir.

2. DOĞAL AFETLERİN ETKİLERİ: TEORİK ARKA PLAN

Afetin tek bir tanımı yoktur. Bununla birlikte, ekonomik açıdan bakıldığında, bir doğal afet, varlıklar, üretim faktörleri, çıktı, istihdam veya tüketim üzerinde önemli olumsuz etkileri ile ekonomik sistemin işleyişinde bozulmaya neden olan doğal bir olay olarak tanımlanabilir (Hallegatte ve Przyluski, 2010:2). Doğal afet için birçok tanım olmasına rağmen, üç ortak faktör vardır. Birincisi, bir popülasyonu veya çevreyi etkileyen bir olay veya olgu olmasıdır. İkincisi, toplumlar afet karşısında savunmasızdır veya örneğin bir kasırganın yaşamı ve insanların evlerini tahrip etmesi/yok etmesi gibi daha ciddi etkileri söz konusudur. Üçüncüsü, yerel kaynaklarla bu olayın veya olgunun neden olduğu problemlerle mücadelenin yetersiz kalmasıdır (Mahar vd., t.y.:1-2). Dolayısıyla, doğal afet, bir felakete maruz kalma veya felaket karşısında savunmasız kalma durumudur. İlave olarak, bununla başa çıkmak için yetersiz kapasite veya potansiyel olumsuz sonuçlarını azaltıcı önlemlerin yetersiz kaldığı bir olgudur.

Hem ulusal hem de uluslararası kalkınma politikalarının hedefi yoksulluk, büyüme ve refah üzerindeki olumsuz etkileri ortadan kaldırmak olduğundan doğal afetler bir kalkınma sorunudur. Bu nedenle doğal afetler multidisipliner ve çok boyutlu bir yanıt gerektiren “toplum sosyal gerçekler” haline gelmektedir (Benali vd., 2018:1). Afetin etkileri; mülke zarar, varlıkların tahrip edilmesi, hizmet kaybı veya aksaması, sosyal ve ekonomik bozulma ve çevresel bozulma ile birlikte kayıp, yaralanma, hastalık ve insanın fiziksel, zihinsel ve sosyal refahı üzerindeki diğer olumsuz etkiler şeklinde gerçekleşebilir. Bu yüzden bir doğal afet, normal yaşam biçimini bozarak hem fiziksel hem de duygusal acıya ve ezici bir çaresizlik ve umutsuzluk hissine neden olabilir. Bir bölgenin ve çevrenin sosyoekonomik yapısı üzerindeki etkileri genellikle dışarıdan yardım ve müdahale gerektirir (Mahar vd., t.y.:1-2). Sonuçta kontrolümüz dışındaki olaylar bir felaketi tetiklese de, hükümetin hazırlık ve müdahale düzeyi, etkilenen nüfusun maruz kaldığı ıstırapın ve maliyetin boyutunu büyük ölçüde belirler.

Günümüzde doğal afetlerin çok ciddi bir küresel tehdit olduğu konusunda fikir birliği bulunduğu ifade edilebilir. Şüphesiz, doğal afetler geçmişten günümüze insanlık için önemli ekonomik ve insani kayıplara neden olmaktadır. Doğal afetler genellikle önemli ölçüde fiziksel ve ekonomik maliyetleri söz konusudur. Örneğin, 1990’lardan bu yana, bir dizi doğal afet, on milyarlarca ABD doları tutarında ekonomik kayıplara neden olmuştur. 1994’teki Northridge (ABD) depremi, 1995’teki *Kobe depremi* (Japonya), Aralık 2004’te Hint Okyanusu’nda meydana gelen tsunami felaketi, Ekim 2005’teki *Pakistan Keşmir depremi* ve 2005’teki *Katrina kasırgası* (ABD), Eylül 2005’te New Orleans’ta yaşanan sel felaketi (ABD), Japonya’daki 2011 depremi ve tsunami ve 2017’deki *Harvey Kasırgası* (ABD) yakın zamanda meydana gelen önemli doğal afetler arasında yer almaktadır (Noy, 2009:221; Botzen vd., 2019:167). Bu afetlerin ortaya çıkardığı insani ve maddi maliyetler de dünya çapında kamuoyunun dikkatini çekmesine neden olmuştur. Ancak, doğal afetlerin ekonomik sonuçlarını ve politika üzerindeki etkilerini anlamak ve değerlendirebilmek ülkenin ekonomik yapısına, gelişme aşamasına ve söz konusu ülkede geçerli ekonomik ve politik koşulları içeren bir dizi karmaşık etkilere bağlıdır. Ayrıca, farklı hidro-meteorolojik (iklime bağlı) ve jeofiziksel tehlike türlerinin bir ekonomiyi etkileme yolları, bu tehlikelerin toplumlar ve ekonomiler tarafından bu tehlikelere uyum sağlama ve yok sayma yollarına da bağlıdır (World Bank, 2004:2). Genel olarak, bir ülke geliştikçe, doğal afetlerin etkilerini azaltmak için tasarlanmış ihtiyati tedbirlerin uygulanması da dahil olmak üzere güvenliğe daha fazla kaynak ayırdığı gerçektir.

Jeofizik, meteorolojik, hidrolojik ve iklim değişikliği (klimatojolitik) kaynaklı doğal afetler farklı coğrafyalardaki insanlar için; kuraklık, suya erişim, gıda üretimi, ölüm, yaralanma, hastalık, diğer olumsuz fiziksel ve zihinsel sağlık etkileri ile arazi ve çevre kullanımı gibi konularda yaratacağı olumsuzluklarla yaşamın temel unsurlarını etkilemektedir (Stern ve Jacobs, 2006: 56; Xu vd., 2016:39). Münich Re (2020)’ye göre, doğal afetler nedeniyle dünya ekonomisinde 1980-2019 arasında en az 1 kişinin ölümü ile neticelenen veya Dünya Bankası tarafından belirlenen gelir durumuna göre ülkedeki ekonomik kayıpların en az 100 bin, 300 bin, 1 milyon veya 3 milyon dolar olarak hesaplandığı; jeofizik (deprem, tsunami, volkanik aktivite), meteorolojik (tropik siklon, ekstrasitropikal fırtına, konvektif fırtına, yerel fırtına), hidrolojik (sel, kütle hareketi), klimatolojik (aşırı sıcaklık, kuraklık, orman yangını) toplam 18 bin 467 doğal afet yaşanmıştır (Munich Re, 2020b). 1989-2018 arasındaki 30 yıllık dönemde dünya genelinde yıllık ortalama 520 doğal afet gerçekleşmiştir. Bu afetlerde yıllık ortalama 51.600 ölüm ve yaklaşık 145 milyar dolar ekonomik kayıp yaşanmıştır (Munich Re, 2020a).

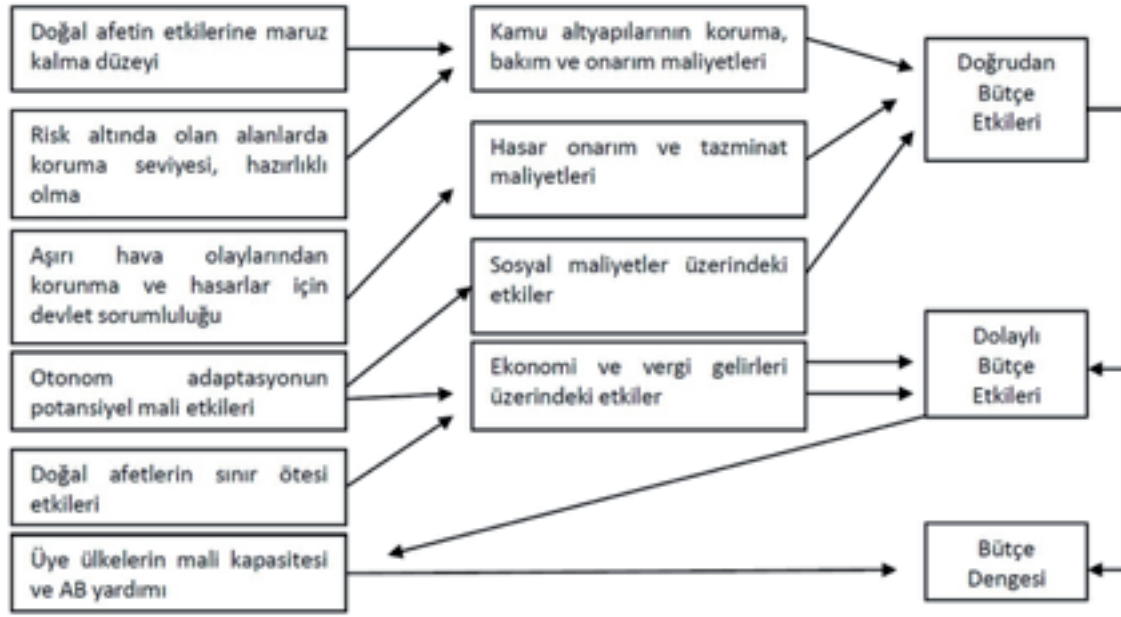
Dünya Bankası da Münich Re'nin tespitlerine benzer tespitlere yer vermiş ve 1980'den bu yana, iki milyondan fazla insan ve 3 trilyon dolardan fazla kaynağın doğal afetlerin yol açtığı felaketlerde kaybedildiğini belirtmiştir. Toplam zararlar 1980'lerdeki 23 milyar dolar seviyesinden son on yılda yıllık 150 milyar dolara yükselmiştir (World Bank, 2020). *Morgan Stanley'de*, '1980'den bu yana, fırtınalar, kasırgalar, sel, orman yangınları, alışılmadık derecede yüksek hava sıcaklığı ve kuraklık gibi küresel doğal afetlerin sayısının üç kattan fazla arttığını bu çerçevede genel ve sigorta kapsamındaki ekonomik kayıplarında arttığını belirtmiştir. Ayrıca, yalnızca 2016-2018 arasında, aşırı hava olaylarının dünya çapında 630 milyar dolardan fazla ekonomik zarara neden olduğunu belirtmiştir (Morgan Stanley, 2020). Stern raporunda, aşırı hava olaylarından kaynaklanan maliyetlerin 2050 yılına kadar küresel GSYH'nın yıllık %0,5 ila % 1'ine ulaşacağını tahmin etmektedir (Stern, 2007: 149).

Doğal afetler ulaşım ve iletişim altyapısı, enerji sektörü ve doğal kaynaklara zarar vermek suretiyle ekonomik, politik ve sosyal yapıda olumsuz etkiler ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, işgücü verimliliğini olumsuz yönde etkileyerek, yatırımları yavaşlatmakta ve insan sağlığına zarar vererek uzun vadeli makroekonomik etkilere neden olabilmektedir. (Xu vd., 2016: 39). İklim değişikliği kaynaklı doğal afetler ekonomik anlamda sadece düşük gelirli ülkeleri değil, ABD'de büyük yıkıma neden olan *Harvey ve Irma Kasırgası* örneklerinde yaşandığı gibi, gelişmiş ülkeleri de olumsuz şekilde etkilemektedir (Khan vd., 2019: 1). Fakat, gelişmekte olan ülkeler, günümüzde iklimsel değişkenlikten kaynaklanan aşırı hava olaylarına karşı daha savunmasızdır ve bu önemli ekonomik hasara neden olmaktadır. Çünkü bu ülkelerin çoğu, tipik olarak afetin yol açtığı zararlara tepki verecek kaynaklardan ve idari kapasiteden yoksundurlar.

Doğal afetlerin kısa vadede mali yardım uzun vadede de ülke kalkınması için ortaya çıkardığı etkiler ülke mali yapıları üzerinde önemli baskılara neden olabilmektedir. Doğal afetler mali politikaları iki şekilde etkileyebilir: Birincisi, "doğrudan mali etki" yardım ödemeleri ve kamu afet müdahalesinin finansmanı ile ilgilidir. İkincisi, çıktıda bir düşüş ve felaketin neden olduğu olumsuz refah etkisinin, ekonomideki çeşitli aktarım kanalları yoluyla bazı 'dolaylı mali etkilere' neden olarak daha düşük vergi gelirleri ve sosyal yardım harcamaları artışıyla ilgilidir (Schuknecht, 1999: 571; Heipertz ve Nickel, 2008: 243). İlave olarak, doğal afetler tüm ekonomik faaliyetler ve dolayısıyla büyüme üzerinde etkiye neden olmaktadır. Bu durum vergi gelirlerinin düzeyi ve bileşimini değiştirerek gelir; işsizlik ve sağlık gibi sosyal yardımlara harcama yapılmasını gerektirecek giderler olmak üzere bütçe üzerinde de etkilere neden olmaktadır (CEPS ve ZEW, 2010: 51).

Bir doğal afet meydana geldiğinde, kamu bütçesi iki açıdan savunmasızdır. Birincisi, ekonomik faaliyetler kısa vadede daralarak gelir tahsilatını azaltabilir. Belirli bir doğal afet için gelir etkisi ekonomik çeşitliliğin boyutuna ve vergi gelirinin bileşimine (ekonomik sektörler ve gelir kaynakları-gelir vergileri, tüketim vergileri, gümrük vergileri vb.) bağlıdır. İkinci olarak, afet sonrası yardım ve yeniden yapılanma çabaları kamu harcamalarını artırmakta ve ayrıca içinde beşeri sermaye harcamaları ve ekonominin potansiyel büyümesine katkı sağlayan harcamaları da dışlamaktadır (Çevik ve Huang, 2018: 2). Şöyleki, doğal afetler, hem kamu mallarının onarım ve rehabilitasyon maliyetlerini karşılamak hem de mağdurlara destek sağlamak için ek harcamalara ve/veya halihazırda taahhüt edilmiş olan mali kaynakların kısmen yeniden tahsis edilmesine neden olabilir. Bu eylemler, planlanan yatırımın ertelenmesine veya terk edilmesine, kamu hizmetlerinin sunumunda bir azalmaya, ücret ve maaş artışlarının ertelenmesine yol açabilir. Devam eden projelerin uygulanması da ertelenerek afetlerin nihai maliyetlerini artırabilir (Benson ve Clay, 2003:35).

Ayrıca, ithalat ve ihracattaki olası net düşüşler de dahil olmak üzere daha düşük ekonomik faaliyet seviyeleri, doğrudan ve dolaylı vergi gelirlerinin azalması anlamına geldiğinden afetler devlet gelirlerinin düşmesine de neden olabilir. Bu tür kayıplar, artan resmi dış yardım akışlarıyla kısmen dengelenebilse de, bunların tamamen telafi edilmesi söz konusu değildir. Kamuya ait işletmeler de afetle ilgili kayıplar yaşayabilir ve bu da kamuya ek bir yük getirebilir (Benson ve Clay, 2003:35; World Bank, 2004: 29). Kamu harcamaları ve gelirlerde ortaya çıkan etkiler doğrultusunda bütçe üzerinde önemli ölçüde baskı oluşturmakta ve hükümetler artan bütçe açıkları ile karşıya kalabilir. Bu durum kısa ve uzun vadede ülkenin kalkınmasının zarar görmesine sebep olabilmektedir. Dolayısıyla afet maliyetlerinin kamu tarafından finansmanı da bütçe üzerinde önemli bir yük ortaya çıkarmaktadır. Doğal afetler sonucunda vergi gelirlerinin, ihracat ve ithalatın ve ekonomik faaliyetlerin hacminin daralmasından dolayı kamu gelirleri olumsuz etkilenebilmektedir. Böylelikle ülkelerin bütçe dengeleri bozularak iç ve dış borçlanma miktarının artması tetiklenmektedir (Benson, 1997: 55). Şekil 1'de doğal afetlerin bütçe üzerindeki etkisi gösterilmiştir.



Şekil 1: Doğal afetlerin bütçe üzerindeki etkisi

(Kaynak: CEPS ve ZEW, (2010: 52))

Doğal afetlerin mali etkilerinin araştırılmasına ilişkin metodoloji doğal afetlerin mali etkilerini azaltma ve uyum maliyetlerinin yanı sıra doğrudan ve dolaylı maliyetleri de ele almaktadır. Dolayısıyla doğal afetlerin mali maliyetleri doğrudan, dolaylı ve ikincil maliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır (Kutasi, 2011:5). Acil yardım ve kurtarma harcamaları gibi doğrudan maliyetler sabit varlıklarda, sermaye ve stok mallarında eş anlı ortaya çıkan maliyetler olup toplam maliyetlerin küçük bir bölümünü oluşturur (Pelling vd., 2002: 286). Doğrudan maliyetler kadar kolay ölçülemeyen dolaylı maliyetler ise fiziksel hasarların sonuçlarıyla ortaya çıkan maliyetlerdir. Dolaylı maliyetlerin belirlenmesindeki zorluklar şeffaflığı ortadan kaldırdığından, hesaplanması ve finanse edilmesi kolay değildir (National Academy Press, 1999: 35). Ancak, doğrudan ve dolaylı maliyetler doğal afetlerden sonra ikincil maliyetlere de sebep olmaktadır. İkincil maliyetler, ekonomik büyümenin yanı sıra istihdamı, üretimi, tüketimi ve kamu gelirlerini etkilemektedir. Böylece kamu bütçesi üzerindeki etkiler, gelir fırsatları / servet / doğal varlıkların zararına dayanmaktadır (Scott-Joseph, 2010: 8). Kısacası, bir doğal afetin şokunun ekonomiye yayılması sonucu dolaylı ve ikincil etkilerinin ölçülebilmesi zordur. Bu tür etkiler genel itibariyle, ödemeler dengesini, mal ve hizmet akışını, kamu bütçelerini, ekonomik büyümeyi ve gelir dağılımı ve yoksulluğu etkileyebilmektedir. İlave olarak, doğal afetlerin maliyetleri nedeniyle savunmasız olan ülkeler ekonomik yapıda ve kalkınma aşamalarında ciddi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Dolayısıyla, ifade edilen hususlar nedeniyle doğal afetlerin etkilerinin bilimsel olarak incelenmesi önem arz etmektedir.

Doğal afetler meydana geldikleri ülkelerde ciddi boyutta maliyetlere yol açmaktadırlar. Tablo 1’de OECD ülkelerinde 2000-2018 yılları arasında yaşanan en önemli ve yüksek maliyetli on doğal afet olayı sıralanmaktadır.

Tablo 1: OECD ülkelerinde 2000-2018 yıllarında meydana gelen en maliyetli 10 afet

Ülke	Tarih	Maliyet (000 Dolar)
Japonya (Deprem, Tsunami)	11.03.2011	210.000.000
ABD (Katrina Kasırgası)	29.08.2005	125.000.000
ABD (Harvey Kasırgası)	25.08.2017	95.000.000
Şili (Deprem, Tsunami)	27.02.2010	30.000.000
Japonya (Deprem)	23.10.2004	28.000.000
Japonya (Deprem)	16.04.2016	20.000.000
İtalya (Deprem)	20.05.2012	15.800.000
Yeni Zelanda (Deprem)	22.02.2011	15.000.000
ABD (Florence Kasırgası)	12.09.2018	14.000.000
Almanya (Sel)	18.06.2013	12.900.000

(Kaynak: EM-DAT The OFDA/CRED International Disaster Database-www.emdat.be-Université Catholique de Louvain, Brussels-Belgium.)

Tablo 1'e göre, 2000-2018 yılları arasında depremlerin doğal afetler arasında en maliyetli afetlerden biri olduğu görülmektedir. Japonya'da 2011 yılında meydana gelen deprem ve tsunami 210.000 milyon dolarla en maliyetli doğal afettir. Japonya konumu gereği pek çok doğal afete karşı risk altındadır. Japonya, dünyanın kara alanının sadece %0,25'ini kaplamasına rağmen büyük bir deprem ve aktif volkan payına sahiptir. Ayrıca, dünyadaki aktif yanardağların %7'si Japonya'da olup ülkenin topolojisi ve hava koşulları da tayfunlara, yoğun kar yağışına ve şiddetli yağışlara neden olabilmektedir (Phaup ve Kirschner, 2010: 13). Tablo 1'de görüldüğü üzere, yıkıcılığı ve etkileri açısından maliyetli bir diğer doğal afet 2005 yılında ABD'de meydana gelen *Katrina Kasırgası*dır. Bu afetin maliyeti 125.000 milyon dolardır. 2017 yılında ABD'de yaşanan *Harvey Kasırgası* ise 95.000 milyon dolar kayba neden olmuştur. 2010 yılında Şili'de meydana gelen deprem ve tsunami ülkeye 30.000 milyon dolar maliyet çıkarmıştır. Japonya'da 2004 ve 2016 yıllarında meydana gelen depremler ülkede sırasıyla 28.000 milyon dolar ve 20.000 milyon dolar kayba yol açmıştır. 2012 yılında İtalya'da meydana gelen İtalya depremi toplam 15.800 milyon dolar; 2011 yılında Yeni Zelanda'da meydana gelen Yeni Zelanda depremi ise 15.000 milyon dolar kayba yol açmıştır. 2018 yılında meydana gelen *Florence Kasırgası* 14.000 milyon dolar; Almanya'da 2013 yılında meydana gelen sel toplam 12.900 milyon dolara mal olmuştur.

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Sosyal bilimlerde ve doğa bilimlerinde her geçen gün daha fazla araştırma, doğal afetleri tahmin etme ve bunlara hazırlık yapma yeteneğimizi artırmaya adanmıştır. Bununla birlikte, ilginç bir şekilde, son yıllarda artan bir literatür olmasına rağmen doğal afetler ve sonuçları hakkındaki ekonomik araştırmalar oldukça sınırlıdır (Cavallo ve Noy, 2010:6). Buna karşın, literatürde bütçe açıklarının nedenleri üzerine çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda, bütçe açıklarının arkasındaki nedenleri belirlemede ekonomik, politik, mali ve kurumsal faktörlerin rolüne vurgu yapmıştır (Örn. Roubini ve Sachs, 1989; Haan ve Sturm, 1994; Hallerger ve Von Hagen, 1999; Volkerink ve Haan, 2001; Woo, 2003; Gali ve Perotti, 2003; Hallerberg vd., 2004; Tujula ve Wolswijk, 2007; Javid vd., 2011; Dalyop, 2017). Doğal afetlerin ekonomik ve mali denge üzerindeki etkilerine ise yer verilmemiştir. Oysaki, doğal afetler insanoğlunun karşı karşıya olduğu en büyük sorunlardan biridir, ekonomik maliyetleri önemli ve her geçen gün artmaktadır.

Genel olarak, sosyal gelişmişlik düzeyi afetlerin etkisini etkilemektedir. Bugün, afet kaynaklı ölümler, düşük gelirli ülkelerde ve demokratik olmayan ülkelerde ortalama olarak daha yüksektir. Fakat, ekonomik gelişme ile doğal afetlere maruz kalma arasında belirgin bir ilişki yoktur. Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya'daki yüksek gelirli bölgeler, Afrika ve Asya'daki düşük gelirli bölgeler kadar doğal tehlikelere maruz kalmaktadır (Strömberg, 2007:200-201). Fakat, yüksek gelirli ülkeler doğal afetlerin etkilerini sınırlama ve önlemleri kararlaştırmada düşük gelirli ülkelere kıyasla daha avantajlıdır. Düşük gelirli ülkelerin kaynaklarının sınırlılığı göz önünde bulundurulduğunda afetlerin etkilerini azaltmak için zengin ülkelere uluslararası yardımlar önemli olmaktadır. Ntekim Horwich (2000) herhangi bir ekonominin doğal afete verdiği tepkinin altında yatan kritik bir faktörün refah

seviyesi olduğunu ifade etmiştir. Yani, ekonomik gelişme, doğanın şoklarına karşı örtük sigorta sağlamakta ve daha kaliteli kurumlara sahip demokrasiler ve uluslar, doğal afetlere karşı daha korunaklıdır (Khan, 2005:271).

Büyük ölçekli afetler, dünya çapında toplumları etkilemekte, büyük yıkımlara ve hasara neden olmaktadır. Munich Re'ye (2013: 51) göre bir afetin büyük ölçekli bir doğal afet sayılabilmesi için- (i) etkilenen kişi sayısının en az 100.000, (ii) afetlerin tahmini ekonomik hasar maliyetleri en az 1 milyar ABD doları veya (iii) ölen kişi sayısı en az 1000- kriterlerinden en az birinin ortaya çıkması gerekmektedir. Bu olayların her birinin ardından, medya, sigorta şirketleri ve uluslararası kuruluşlar "afetin maliyeti" hakkında çok sayıda değerlendirme yayınlıyor (Hallegatte ve Przulski, 2010:1). Fakat bu çeşitli değerlendirmeler, farklı metodolojilere ve yaklaşımlara dayanmakta ve genellikle oldukça farklı sonuçlara ulaşmaktadır. Literatürde daha çok doğal afetlerin ekonomik büyüme üzerindeki kısa ve uzun dönemli etkileri ile sermaye birikimi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Afetlerin bütçe dengesi üzerindeki etkilerine ise yer verilmemiştir. Doğal afetlerin neden olduğu ekonomik kayıpları son birkaç on yılda artmış ve 1980'lerden bu yana önemli kayıplara neden olan doğal afetlerin sayısı üç kat artmıştır. 2000'li yıllardan sonra ise pek çok ülkede hem sayı olarak hem de çok daha yüksek maliyetli doğal afetlerin yaşanması afetlerin makroekonomik etkilerinin yanında özellikle de bütçe dengesi üzerindeki etkisinin dikkate alınması gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu gereklilik çerçevesinde ortaya çıkan literatürü gözden geçirerek doğal afetlerin ekonomik ve mali etkilerine işaret edilerek çalışmamıza dayanak sağlanmaktadır.

Doğal afetlerin ekonomik etkilerine ilişkin tahminlerin çoğu afet sayısı, parasal zararlar, ölüm sayıları ve kasırga yoğunluğu gibi bazı afet ölçülerine göre toplam değişkenlerin regresyonlarına dayanmaktadır. Öncü çalışmalar, büyümenin potansiyel belirleyicilerini kontrol ederken, ekonomik sonuçları afet göstergeleriyle ilişkilendiren yatay kesit regresyonları kullanılmıştır.

Örneğin, Muralidharan ve Shah (2001), 1980-1995 döneminde 32 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeden elde edilen verilerden yararlanarak meydana gelen doğal afetlerin ekonomik sonuçlarını ampirik olarak tahmin etmişlerdir. Analiz sonucunda ülkelerde yaşanan doğal afetlerin kısa vadede ekonomik büyüme üzerinde ciddi bir etkisinin olduğu uzun vadede ise bu etkinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, doğal afetler ile dış borç, bütçe açıkları ve enflasyon arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Mirza (2003) ise, 1960-1990 döneminde 76 gelişmekte olan ülkeye ilişkin doğal afetlere karşı savunmasızlığın mali etkilerini araştırmıştır. Çalışmada, aşırı iklim olaylarının gelişmekte olan ülkeler üzerinde borç yükü sarmalı yaratacağı sonucuna ulaşılmıştır. Nordhaus ve Bover (2000); Dayton-Johnson (2006) ve Strömberg (2007) tarafından yapılan çalışmalarda ise doğal afetlere karşı savunmasızlığın ülkeler arasında farklılık gösterdiğine dikkate çekilmiştir. Bilhassa gelişmekte olan ülkeler daha yüksek gelir eşitsizliğine, daha zayıf hükümet etkinliğine, daha sıcak iklime sahip olduklarından doğal afetlere karşı savunmasız oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca söz konusu ülkelerde toplam üretkenlikteki düşüşler nedeniyle enflasyonist baskıların ortaya çıktığı gözlemlenmiştir.

Noy ve Nualsri (2007) 1975-2000 dönemi için 98 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke üzerine büyüme modellerini kullanarak dışsal şoklar olarak ifade edilen doğal afetlerin ekonomik büyüme ve kalkınma üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Analiz sonucuna göre neoklasik modeller doğal afetten sonra ortaya çıkan kayıplar sermaye stokunu güncelleyecek ve yeni teknolojilerin benimsenmesine fırsat sunacağından üretimde artış öngörürken içsel büyüme modelleri ise afetlerin insan sermayesi ve teknolojiye yıkıma sebep olacağından büyümeyi negatif etkileyeceğini öngörmektedirler. Kısacası, çalışmada, insan sermayesini tahrip eden doğal afetin büyüme üzerinde olumsuz etkisi olduğu, fiziksel sermayede azalmaya yol açan doğal afetin ise çıktı üzerinde olumlu bir etki ortaya çıkaracağı tespit edilmiştir. Skidmore ve Toya (2002) 1960-1990 döneminde 86 gelişmekte olan ülke üzerine yapılan çalışmada ekonomik büyüme ve doğal afetler arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca doğal afetlerin sık görülmesinin uzun vadede daha yüksek büyüme oranı ile ilişkili olduğu sonucu elde edilmiştir.

Raddatz (2007) 1975-2006 dönemini kapsayan çalışmada 112 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için doğal afetlerin etkilerini panel VAR analizi yöntemi ile araştırmıştır. Analizde fakir ülkelerin iklim olaylarına karşı daha savunmasız olduğu görülmüştür. Gassebner vd. (2008) ise 1962-2004 dönemi için çekim modeli kullanılarak gelişmiş ve gelişmekte olan 170 ülkede doğal afetlerin ticaret akışları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Analiz sonucuna göre, doğal afetlerin etkisinin ülkelerin demokrasi düzeyine ve büyüklüğüne bağlı olduğu demokratik ülkelerde ihracat azalırken ithalatın arttığı; otokrasilerde ise ihracat ve ithalatın azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Heger vd. (2008) Karayip adalarındaki doğal afetlerin makroekonomik etkilerini araştırmıştır. Çalışma 1970-2006 dönemini kapsamaktadır. Çalışmanın sonucu doğal afetlerin ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediği, uzun vadede mali dengeyi ve dış dengeleri bozduğunu göstermektedir.

Lis ve Nickel (2010) büyük ölçekli aşırı hava olaylarının kamu bütçesi ve mali politikalar üzerindeki etkisini 1985-2007 dönemi için 138 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeden elde edilen verilerle ampirik olarak analiz etmişlerdir. GMM analiz sonuçları, aşırı hava olaylarının GSYH başta olmak üzere bütçe dengesi üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Noy ve Nualsri (2010) 20 gelişmekte ve 22 gelişmiş olan ülkeye ilişkin doğal afetlerin ekonomik sonuçları araştırılmıştır. 1990-2005 dönemini kapsayan çalışmada panel VAR analizi kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre gelişmiş ülkelerde hükümetler doğal afet sonrası harcamaları artırıp vergileri düşürürken gelişmekte olan ülkelerde ise hükümetlerin büyük oranda harcamaları azaltıp gelirleri arttırdığı tespit edilmiştir.

Ferreira ve Cunado (2011) 1985-2008 döneminde gelişmekte ve gelişmiş olan 135 ülke için sel şoklarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Panel VAR analizi sonucuna göre, sellerin gelişmekte olan ülkelerdeki tarımsal büyüme üzerinde doğrudan bir etkisi görülürken tarım dışı büyüme oranları üzerinde ise dolaylıdır. Kuraklığın ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1960-2002 döneminde gelişmekte ve gelişmiş olan 153 ülkeyi ele alarak inceleyen Berlemann ve Wenzel (2015), kuraklığın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uzun vadeli ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Akar (2013) tarafından yapılan teorik çalışmada Türkiye özelinde doğal afetlerin kamu maliyesi üzerindeki etkileri teorik olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucu, Türkiye’de meydana gelen depremler ulusal ekonomiyi ciddi ölçüde etkilemiş ancak deprem vergilerinin bu etkiyi hafiflettiği sonucunu ortaya koymaktadır.

Benali vd. (2018) 9 orta gelirli ülke özelinde doğal afetler, bütçe açığı, kamu borcu ve ekonomik büyüme arasındaki nedensel ilişkiyi araştırmışlardır. 2000-2014 dönemini kapsayan çalışmada Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Analizde doğal afetlerden bütçe açıklarına tek yönlü nedensellik ilişkisi, kamu borcu ile bütçe açıkları arasında çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir. Doğal afet önlemleri ile bütçe açığı arasında ise negatif bir ilişki bulunmuştur.

Kahn vd. (2019) ise, 174 ülkeye ilişkin 1960-2014 döneminin yıllık verileri kullanılarak doğal afetlerin ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisini ampirik olarak araştırmışlardır. Analiz sonuçları kişi başına reel çıktının, işgücü verimliliğinin ve bütçe dengesinin doğal afetlerden olumsuz etkilendiğini göstermektedir.

İncelenen literatür genel olarak değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak panel veri çalışmalarının olduğu görülmektedir. Doğal afetlerin çeşitli ekonomik göstergeler üzerindeki etkisini araştıran çalışmalarda daha çok GMM ve panel VAR tahmin yöntemleri kullanılmıştır. Pek çok ampirik çalışmada doğal afetlerin önemli ölçüde makroekonomik değişkenleri etkilediği ve bu durumun ülkelerin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak değiştiği görülmektedir. Çalışmalar, kişi başına gelir düzeyi düşük ülkelerin gelir düzeyi yüksek ülkelere kıyasla doğal afetlerden daha fazla zarar gördüğüne dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın, hem literatürde görece daha az incelenen OECD ülkeleri genelinde özgü olması hem de doğal afetlerin bütçe dengeleri üzerindeki etkisinin ampirik olarak araştırılması dolayısıyla literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4. EKONOMETRİK ANALİZ

4.1. Veri Seti

Çalışmada, OECD üyesi ülkelerde doğal afetlerin bütçe açıkları üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla 2000-2018 dönemine ait yıllık veriler kullanılmıştır.

Tablo 2: Değişkenlerin tanımlanması

Kategori	Değişkenin Adı	Kısaltması	Kaynağı
Bağımlı Değişken	Bütçe Açığı (%GSYH)	bd	OECD
Bağımsız Değişken	Kamu Borcu	debt	IMF
	Ticari Açıklık	trade	World Bank
	GSYH Büyümesi	gdpg	World Bank
	Enflasyon	inf	World Bank
	Nüfus Yoğunluğu	pop	World Bank
	Toplam Zarar Maliyeti	ewe	EM-DAT
	Enlem	lat	CI

Çalışmada, bağımlı değişken olarak bütçe açığının GSYH içerisindeki payı (bd) verisi kullanılmıştır. Bu veri OECD veri tabanından elde edilmiştir. Bağımsız değişken olarak; kamu borcunun GSYH içerisindeki payı (debt), ticari açıklık (ihracat ve ithalatın toplamının GSYH içerisindeki payı) (trade), GSYH büyümesi (gdpg), enflasyon (tüketici fiyat endeksi) (inf), nüfus yoğunluğu (pop), toplam zarar maliyeti (ewe) ve enlem (lat) verileri kullanılmıştır. Kamu borcu değişkeni IMF veri tabanından; ticari açıklık, ekonomik büyüme, enflasyon ve nüfus yoğunluğu verileri World Bank veri tabanından; doğal afetlerin toplam zarar maliyetini ifade eden değişkeni Afet Epidemiyolojisi Araştırma Merkezi (CRED) tarafından yönetilen EM-DAT veri tabanından¹; enlem değişkeni ise Central Intelligence Agency (CIA) veri tabanından elde edilmiştir.

Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişki değerlendirildiğinde; kamu borç oranlarındaki artış daha yüksek faiz ödemelerini tetikleyeceğinden bütçe dengesinin kötüleşmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla daha yüksek bir kamu borcunun bütçe açıklarını arttırması beklenmektedir. Pek çok ülkede kamu harcamalarının yüksek büyüme aracı olarak kullanıldığı varsayıldığında kamu harcamalarındaki artış kamu gelirleri ile desteklenmediğinden bu durum büyük oranlı bütçe açıklarının ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bilhassa GSYH büyümesi otomatik dengeleyici-bütçe açıklarındaki artış durgunluk döneminde ortaya çıkacağı refah döneminde azalacağı- kanalıyla bütçe dengesini etkilemektedir. Bu nedenle bütçe açıklarını arttırması beklenmektedir. Enflasyon ise bütçe dengesini farklı kanallardan etkileyebilmektedir. Bir yandan, dış borçlanma neticesinde ülkeye gelen yabancı tasarruflar hem toplam talebi hem de enflasyonu arttırıcı etkiye neden olmaktadır. Dolayısıyla enflasyon daha yüksek uzun vadeli faiz oranlarına yol açarak borç ödeme maliyetlerini arttıracığından bütçe dengesini kötüleştirebilir (Kaya ve Öz, 2016: 639). Öte yandan, hem gelir vergisi hem de kamu borcunun değerini aşındırarak bütçe dengesini olumlu etkileyebilir. Kamu harcamalarında artış veya gelirlerde ortaya çıkan azalma bütçe açığına neden olacağından bu durum tüketim ve üretimi olumlu etkileyerek milli geliri arttırmaktadır. Milli gelirdeki artış da yabancı mallara olan talebi arttıracığından dış ticaret açığının artmasına neden olacaktır (Berke vd., 2015:71). Dolayısıyla bütçe açığı ve dış ticaret açığının birbirini arttırıcı yönde olması beklenmektedir.

Çalışmada doğal afetleri temsilen toplam zarar maliyeti kullanılmıştır. Doğal afet sonucunda ortaya çıkan zarar maliyetindeki artışın bütçe açıklarını olumsuz etkilemesi beklenmektedir. Öte yandan, sıcak iklime sahip ülkelerin doğal afetlere karşı daha savunmasız olduğu varsayılmaktadır. Dolayısıyla ekvatorun uzakları ülkelerde doğal afetlerin bütçe üzerindeki etkisinin zayıf olması beklenmektedir. Bu olguyu test etmek amacıyla modele doğal afetin toplam zarar maliyeti ve ülkenin başkentinin enleminin çarpımı moderatör etkisi olarak eklenmiştir.

4.2. Model ve Ampirik Metodoloji

Doğal afetlerin bütçe açıkları üzerindeki etkisi aşağıdaki denklem (1)'de analiz edilmektedir.

$$bd_{it} = \beta_1 debt_{it} + \beta_2 trade_{it} + \beta_3 gdpg_{it} + \beta_4 inf_{it} + \beta_5 pop_{it} + \beta_6 lnewe_{it} + \beta_7 ewexld_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Modelde kullanılan $i=1,2,\dots,N$ alt indisi ülkeleri, $t=1,2,\dots,T$ alt indisi zamanı ve ε ise hata terimi göstermektedir. Bağımlı değişken olarak bütçe açıklarının GSYH içerisindeki payı (bd) verisi kullanılmıştır. Bağımsız değişken olarak

¹ EM-DAT afetler üzerine geliştirilen uluslararası bir veri tabanı olup ölen insan sayısı, etkilenen insan sayısı, mülk ve altyapıda meydana gelen hasar maliyetleri gibi verileri içermektedir.

kamu borcu (debt), ticari açıklık (trade), GSYH büyümesi (gdp), nüfus yoğunluğu (pop), toplam zarar maliyeti (ewe) ve toplam zarar maliyeti x enlem (ewexlat) verileri kullanılmıştır.

Tablo 3: Tanımlayıcı istatistikler

Değişken Adı	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Bd	614	-1,865	4,409	-32,06	18,63
Debt	611	63,293	40,201	3,765	237,129
Trade	646	84,971	40,873	19,798	226,041
Gdp	646	2,470	2,947	-14,433	25,162
İnf	646	2,765	4,092	-4,478	54,915
Pop	646	134,976	134,457	2,493	529,358
Ewe	300	2943599	1,54e+07	100	2,10e+08
Lat	646	0,502	0,141	0,044	0,722

Modelde kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 3'te sunulmuştur. İlgili dönemde (2000-2018) ülkelerin bütçe açıklarının ortalaması -1,865 düzeyindedir. Bütçe açığının en yüksek olduğu ülke İrlanda (-32,06) iken bütçe fazlası en yüksek olan ülke Norveç (18,63)'dir. Kamu borcunun ortalaması 63,293, ticari açıklığın ortalaması 84,971, gayrisafi yurtiçi hasıla büyümesinin ortalaması 2,470, enflasyonun ortalaması 2,765, nüfus yoğununun ortalaması 134,976 iken toplam zarar maliyetinin ortalaması 2,943599'dur. İlgili dönemde toplam zarar maliyeti en düşük ülke 100 milyon dolarla Polonya iken en yüksek zarar maliyetine sahip ülke de 2,10e+08 milyon dolarla Japonya'dır.

Tablo 4: Çarpıklık-Basıklık (Jarque-Bera) Test Sonuçları

Değişken Adı	Gözlem Sayısı	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	Prob>chi2
Bd	614	0,0458	0,0000	0,0000
Debt	611	0,0000	0,0000	0,0000
Trade	646	0,0000	0,4467	0,0000
Gdp	646	0,5198	0,0000	0,0000
İnf	646	0,0000	0,0000	0,0000
Pop	646	0,0000	0,0000	0,0000
Ewe	300	0,0282	0,3981	0,0626
Ewe x lat	300	0,0048	0,3495	0,0163

Tablo 4'de görüldüğü üzere, Jarque-Bera testi normallik sınaması gerçekleştirirken çarpıklık ve basıklık katsayılarından faydalanmaktadır. Buna göre, serilerin normal dağılımdan çok büyük sapma olmadığı görülmektedir.

Literatürde yer alan ampirik çalışmalar ışığında oluşturulan modellerin genel itibarıyla dinamik bir yapıya sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu bağlamda, içsellik dikkate alan bir yöntem olması ve en iyi sonuçları elde etmek adına çalışmada ekonometrik analiz aşamasında İki Aşamalı Sistem GMM yönteminden istifade edilmiştir.

İki aşamalı bir tahmin edici olan GMM tahmincisi, öncelikli olarak parametreler için tutarlı tahminler elde edebilmek adına başlangıç yarı kesin art ağırlık matrisi kullanır. Söz konusu tutarlı parametre tahminleri göz önüne alındığında, ağırlık matrisinin etkinliği için tutarlı bir ağırlık matrisi oluşturulur ve söz konusu ağırlık matrisi ise asimptotik olarak iki aşamalı etkili tahminler için kullanılır. Ancak, zaman serileri kalıcı ya da tesadüfi yürüyüş sürecine yakın olduğunda, değişkenlerin gecikmeli değerleri zayıf enstrümanlar olup içsel değişkenlerle zayıf bir şekilde ilişkilidir. Birinci farklar GMM tahmincisi değerli gözlemlerin kaybolmasına neden olabileceğinden ötürü sonlu örneklemede zayıf tahmin gücüne sahip olup katsayı tahminlerinde sapmalı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bunun yerine Arellano ve Bover (1995), Blundell ve Bond (1998) tarafından iki aşamalı sistem GMM tahmincisi önerilerek söz konusu tahmincinin daha yüksek tahmin gücüne sahip olduğu ileri sürülmüştür. Dolayısıyla, İki

aşamalı sistem GMM tahmincisi yüksek etkinlik ve düşük sapma gibi özelliklere sahip olmasından ötürü başta birinci fark GMM tahmincisi olmak üzere pek çok tahminciye göre üstün özelliklere sahiptir.

Dinamik panel veri modellerine bağlantılı olarak Arellano ve Bover (1995) tarafından “ileri ortogonal sapmalar” yöntemi kullanılmıştır. Böylelikle etkin araç değişken/değişkenler tahmincisi önerilmiştir. Birinci farklar yönteminde olduğu gibi bu yöntemde de değişken/değişkenlerin mevcut dönemden bir önceki dönemin farkı alınmayarak, tüm mümkün olası değerlerinin ortalamasının farkı alınmaktadır. Böylelikle dengesiz panel veri setleri dahil birinci farklar tahmininde meydana gelen veri kaybı azaltılmış olur. Ayrıca, Blundell ve Bond (1998) kesit boyutunun zaman boyutundan büyük ($N > T$) olduğu durumlarda dinamik panel veri tahmin modelinin etkin tahmincisini elde etmek adına ekstra moment koşulu üzerinde durmuşlardır (Yerdelen Tatoğlu, 86-87).

Doğal afetlerin bütçe açıkları üzerindeki etkisini GMM yöntemine dayalı olarak tahmin eden ekonometrik model aşağıdadır. Model (2)'de içsellik sorununu ortadan kaldırmak için bağımlı değişkenin gecikmeli değerli bağımsız değişken olarak modele dahil edilmiştir.

$$bd_{it} = \beta_1 bd_{it-1} + \beta_2 debt_{it} + \beta_3 trade_{it} + \beta_4 gdpg_{it} + \beta_5 inf_{it} + \beta_6 pop_{it} + \beta_7 lnewe_{it} + \beta_8 ewexld_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

GMM tahmincisinin tutarlılığı otokorelasyon ve araç değişkenlerin geçerliliği olmak üzere iki temel varsayım aracılığı ile sınanmaktadır. Dolayısıyla hata terimlerinin korelasyona sahip olup olmadığını test etmek için Arellano-Bond (1991) tarafından geliştirilen birinci ve ikinci mertebeden otokorelasyon testleri olan AR (1) ve AR (2) testleri uygulanmaktadır. Ayrıca, araç değişkenlerin uygun olup olmadığının sınaması da Sargan testi ile yapılmaktadır.

4.3. Bulgular ve Tartışma

Çalışmada OECD'ye üye ülkelerin 2000-2018 dönemi verileri kullanılarak doğal afetlerin bütçe açıkları üzerindeki etkisi iki aşamalı sistem GMM yöntemi ile araştırılmıştır. Bu çalışmadaki asıl amaç doğal afetlerin zarar maliyetinin bütçe açığı üzerinde bir baskı unsuru olduğu ve bütçe açığını pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkileyip etkilemediğini ortaya koymaktır. Bu amaçla iki aşamalı sistem GMM modeline dayanan dinamik panel analiz yapılmıştır.

İki aşamalı sistem GMM analizinden elde edilen sonuçlarının tutarlı olup olmadığını sınamak için diagnostik testler yapılmıştır. Her iki model için birinci ve ikinci dereceden otokorelasyonun varlığı sınanmış ve test sonuçlarını veren AR (1) ve AR (2) testleri sonuçlarına göre birinci dereceden otokorelasyonun varlığı doğrulanırken ikinci dereceden otokorelasyonun bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, her iki modeldeki Sargan testi sonucuna göre araç değişkenlerin içsellik sorunu bulunmadığı yani araç değişkenlerin geçerli olduğu görülmüştür.

Tablo 5: İki aşamalı sistem GMM analiz sonuçları

Değişkenler	Model I (Bağımlı Değişken:bd)	Model II (Bağımlı Değişken:bd)
Bd	0,7457*** (23,87)	0,7456*** (23,85)
Debt	0,0142** (2,33)	0,0130** (2,05)
Trade	0,0432*** (5,82)	0,0430*** (5,73)
Gdpg	0,5662*** (11,42)	0,5639*** (11,27)
İnf	-0,0680 (-1,23)	-0,0785 (-1,40)
Pop	-0,0289*** (-5,01)	-0,0288*** (-4,96)
Ewe	0,2559*** (3,83)	
ewe x lat		0,2451*** (-3,69)
Diagnostik Testler		
Sargan Testi	22,0189 (1,0000)	21,9591 (1,0000)
AR (1)	-2,2636 (0,023)	-2,2421 (0,020)
AR (2)	0,1753 (0,860)	0,1681 (0,866)
Gözlem Sayısı	240	240
Araç Sayısı	136	136

Not: ***,**, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Tablo 5'te sunulan İki Aşamalı Sistem GMM analiz sonuçlarına göre, her iki modelde de bağımlı değişken olan bütçe açıklarının gecikmeli değeri istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı ve pozitiftir. Yani önceki dönem bütçe açıklarının izleyen dönem bütçe açıklarını arttırma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Önceki dönem bütçe açıklarındaki 1 birimlik artış cari dönem bütçe açıklarını yaklaşık olarak %0,75 birim arttırmaktadır. Doğal afetleri ifade eden toplam zarar maliyeti bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilemektedir. Toplam zarar maliyetindeki 1 birim artış bütçe açıklarını yaklaşık olarak %0,26 birim arttırmaktadır. Bu bulgu Benali, vd. (2018), Lis ve Nickel (2010) çalışmalarını destekler niteliktedir ve doğal afetlerin bütçe dengeleri üzerinde olumsuz bir mali etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, kamu borcu, dış ticaret, gayri safi yurt içi hâsıla büyümesi ve doğal afetler bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilerken, ekvatora yakınlık istatistiksel olarak anlamlı ve negatif etkilemektedir. Enflasyon ile bütçe açıkları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

5.SONUÇ

Jeofizik, meteorolojik, hidrolojik ve iklim değişikliği (klimatojolitik) kaynaklı aşırı hava olaylarının neden olduğu deprem, volkanik patlamalar, aşırı sıcaklık, kuralık, sel, tsunami gibi olayların canlılar, ülkeler ve ekonomiler üzerinde kısa ve uzun dönemde etkilerini göstermektedir. Dolayısıyla doğal afetler hem bugünkü nesilleri hem de gelecek nesiller üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca, doğal afetlerin ülke ekonomileri üzerinde ekonomik büyüme, kalkınma ve yoksulluk gibi bir dizi yansımaları söz konusudur. Bu etkiler küreselleşme ile birlikte tüm dünyaya hızla yayılmış ve bu durum doğal afetlerin ülke ekonomilerini özellikle de bütçe dengelerini etkileyip etkilemediği sorusunu gündeme getirmiştir.

Bu noktadan hareketle çalışmada OECD'ye üye 34 ülkede doğal afetlerin bütçe dengesi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. 2000-2018 dönemini kapsayan çalışmada dinamik panel tahmincisi olarak iki aşamalı sistem GMM yönteminden istifade edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; doğal afetler bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilemektedir. OECD ekonomileri için doğal afetler bütçe açığında yaklaşık olarak %26 arttırıcı özellik göstermektedir. Ayrıca, moderatör etkisi değişkeni modele dahil edildiğinde ülkelerin ekvatora uzaklığı bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve negatif etkilemektedir. Buna göre, ekvatora yakın ülkelerde bütçe açıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani bir ülkenin ekvatora uzaklığı 1 enlem artarsa bütçe açığı etkisi %24 azalmaktadır. Elde edilen bulgu Heipertz ve Nickel (2008) çalışmasını destekler niteliktedir.

Modeldeki diğer değişkenlerden kamu borcu bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilemektedir. GSYH büyüme bütçe açıklarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilemektedir. Bu, yüksek seviyede bir ekonomik büyümenin daha yüksek bir bütçe düzeyine yol açtığı anlamına gelmektedir. Dış ticaret açığı bütçe açıklarını istatistiki olarak anlamlı ve pozitif etkilerken nüfus yoğunluğu istatistiki olarak anlamlı ve negatif etkilemektedir.

Çalışma, ekonomiler üzerinde oluşturduğu mali yükler her geçen gün artan doğal afetlerin bütçe dengesi üzerindeki etkilerini nispeten az inceleme konusu yapılan OECD üyesi ülkeler açısından ele alan bir çalışma olması nedeniyle literatüre katkı sağlayıcı niteliktedir. Ayrıca, ekonometrik tahmin modelinde; kamu borcu, ticari açıklık, GSYH büyümesi, enflasyon, nüfus yoğunluğu, doğal afetleri temsilen toplam zarar maliyeti ve moderatör etkisi değişkenini (toplam zarar maliyeti ve ekvatora uzaklık) bağımsız değişken olarak kullanılması açısından da önemlidir. Ayrıca, çalışmada inceleme konusu yapılan dönem doğal afet sayısının ve neden olduğu mali kayıpların arttığı bir dönem olması sebebiyle güncel literatüre katkı sağlayıcı niteliktedir.

Teorik arka plan ve çalışmanın ampirik bulgularına dayalı olarak şu çıkarımlarda bulunabilir. Birincisi, OECD ülkeleri özelinde doğal afetlerin kamu bütçeleri üzerinde bir etkisinin olduğu ve ancak OECD ülkelerinin mali durumlarının doğal afetlerin maliyetlerine karşı daha sağlam olduğu ve günümüze kadar bu ülkelerin bütçeleri üzerindeki bu ek yük ile başarılı bir şekilde mücadele ettikleri ifade edilebilir. İkincisi, doğal afetlerin sıklığı ve sayısının giderek artması durumunda mevcut afet tesislerinin yetersiz kalması ve kamusal olarak hazırlıksız olunması durumunda kamu bütçelerinin afetlerin yol açtığı mali baskıyla baş etmesi mümkün olmayabilir. Bu Üçüncüsü, çalışmanın örneklemini oluşturan pek çok ülkenin yaşanan nüfusun yüküyle başa çıkmak durumunda olduğu göz önüne alındığında daha fazla ve ağır doğal afetlerin bütçeler üzerine ek yük getireceği açıktır. Dördüncüsü, bir ülkenin doğal afetlerin neden olduğu maliyetlerle başa çıkabilmesi için dayanıklı bir ekonomik yapıya sahip olması, önceden hazırlıklı olması, kamu ve özel sektör işbirliği ile mali yükleri hafifletmesi gerekli ve elzemdir. Beşincisi ise, ülkeler gelecekte meydana gelebilecek afetlerin bütçe dengesi üzerindeki etkisini azaltmak için doğal afet risk yönetimi stratejilerini uzun vadeli yatırım politikalarına entegre ederek bunu mali kaynakların tahsisine uygun bir şekilde yansıtmalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Akar, S. (2013). "Doğal Afetlerin Kamu Maliyesine ve Makroekonomiye Etkileri: Türkiye Değerlendirmesi". *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 21, 185-206.
- Arellano, M. ve Bond, S. (1991). "Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations". *Review of Economic Studies*, 58, 277-297.
- Arellano, M. ve Bover, O. (1995). "Another Look at the Instrumental Variable Estimation of Error-Components Models". *Journal of Econometrics*, 68, 29-51.
- Benali, N., Abdelkafi, I. ve Feki, R. (2018). "Natural-Disaster Shocks and Government's Behavior: Evidence from Middle Income Countries". *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 27, 1-16.
- Benson, C. (1997). "The Economic Impact of Natural Disasters in Vietnam". *Overseas Development Institute, Working Paper 98*.
- Benson, C., Clay, E. (2003), "Economic and Financial Impacts of Natural Disasters: an Assessment of Their Effects and Options for Mitigation: Synthesis Report". Overseas Development Institute, 1-120. Economic and Financial Impacts of Natural Disasters: an Assessment of Their Effects and Options for Mitigation - (odi.org)
- Berke, B., Temiz, D. ve Karakurt, E. (2015). "Üçüz Açık ve Türkiye İlişkisi: Türkiye Örneği". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(2),67-89.
- Berlemann, M. ve Wenzel, D. (2015). "Long-Term Growth Effects of Natural Disasters-Empirical Evidence for Droughts". *CESifo Working Paper No. 5598*.
- Blundell, R. ve Bond, S. (1998). "Initial Conditions and Moment Restrictions in Dynamic Panel Data Models". *Journal of Econometrics*, 87, 115-143.
- Botzen, W.J.W., Deschenes, O., Sanders, M. (2019), "The Economic Impacts of Natural Disasters: A Review of Models and Empirical Studies". *Review of Environmental Economics and Policy*, 13(2), 167-188.
- CEPS & ZEW (2010). "The Fiscal Implication of Climate Change Adaptation". Final Report No: ECFIN/E/2008/008.
- Cavallo, N., Noy, I. (2010), "The Economics of Natural Disasters A Survey". Inter-American Development Bank, 1-50.
- Çevik, S., Huang, G. (2018), "How to Notes-How to Manage the Fiscal Costs of Natural Disasters", Fiscal Affairs Department, International Monetary Fund.
- Dalyop, G. T. (2017). "Determinants of Fiscal Deficit in Conflict-affected States in Africa". *The International Journal of Economic Policy Studies*, 12(4),69 – 95.
- Dayton-Johnson, J. (2006). "Natural Disaster and Vulnerability". *OECD Development Centre Policy Brief, No. 29*.
- ECLAC, (1991). "Manual For Estimating The Socio – Economic Effects of Natural Disasters". *United Nations Economic Commission for Latin America And The Caribbean Programme Planning And Operations Division*.
- EM-DAT (2008). The OFDA/CRED International Disaster Database Universite Catholique de Louvain-Brussels-Belgium, (11.10.2020), <http://www.emdat.be/Database/terms.html>.
- Ferreira, S. ve Cuñado, J. (2011). "The Macroeconomic Impacts of Natural Disasters: the Case of Floods". *Land Econ.*, 90 (1),149–168.
- Gali, J. ve Perotti, R. (2003). "Fiscal Policy and Monetary Integration in Europe". *Economic Policy*, 18, 533–572.
- Gassebner, M., Keck, A. ve Teh, R. (2008). "Shaken, not Stirred: the Impact of Disasters on International Trade". *Review of International Economics*, 18(2), 351-368.
- Haan, J. ve Sturm, J.-E. (1994). "Political and Institutional Determinants of Fiscal Policy in the European Community". *Public Choice*, 80, 157 - 172.
- Hallegatte, S. ve Przulski, V. (2010), "The Economics of Natural Disasters Concepts and Methods". World Bank Policy Research Working Paper 5507, 1-29.
- Hallerberg, M. ve Von Hagen, J. (1999). "Electoral Institutions, Cabinet Negotiations, and Budget Deficits within the European Union". *Fiscal institutions and fiscal performance*, (Ed: In Poterba, J., ve Von Hagen, J.), Chicago: University of Chicago Press.

- Hallerberg, M., Von Hagen, J. ve Strauch, R. (2004). "The Design of Fiscal Rules and Forms of Governance in European Union Countries". *ECB Working Paper Series*, No. 419.
- Heger, M. ve Julca, A. O. (2008). "Paddison, Analysing the Impact of Natural Hazards in Small Economies: The Caribbean Case". *UNU/WIDER Research Paper*.
- Heipertz, M. ve Nickel, C. (2008). "Climate Change Brings Stormy Days: Case Studies on the Impact of Extreme Weather Events on Public Finances". *In Fiscal Sustainability, Analytical Developments and Emerging Policy*, 3-5.
- Horwich, G. (2000), "Economic lessons from the Kobe earthquake". *Economic Development and Cultural Change*, 48, 521-542.
- Javid, Y., Arif, A. U. ve Arif, A. (2011), "Economic, Political and Institutional Determinants of Budget Deficits Volatility in Selected Asian Countries". *The Pakistan Development Review*, 50(4), 649 - 662.
- Kahn, M.E. (2005), "The Death Toll from Natural Disasters: The Role of Income, Geography, and Institutions". *Review of Economics and Statistics*, 87(2), 271-284.
- Kahn, M. E., Mohaddes, K., Pesaran, M. H., Raissi, M. ve Yang, J.C. (2019). "Long-Term Macroeconomic Effects of Climate Change: A Cross-Country Analysis". *Nber Working Paper Series*, 26167.
- Kaya, M. G. ve Öz, E. (2016). "Enflasyon, Bütçe Açığı ve Para Arzı İlişkisinin Türkiye Ekonomisi Açısından Değerlendirilmesi: 1980-2014 Dönemi". *Yönetim ve Ekonomi*, 23(3),639-651.
- Kutasi, G. (2011). Modeling the Fiscal Impacts Caused by Climate Change. In: 3rd International Scientific Conference: Sustainable Development, 10-11 June 2011, Ravda, Bulgaria.
- Lis, E. M. ve Nickel, C. (2010). "The Impact of Extreme Weather Events on Budget Balances". *Int Tax Public Finance*, 17,378-399.
- Mahar, P., Lynch, J.A., Wathen, J., Tham, E., Berman, S., Doraiswamy, S., Maina, A.G.K. (t.y.), "Disasters and their Effects on the Population: Key Concepts". https://www.aap.org/en-us/Documents/disasters_dpac_PEDsModule1.pdf (aap.org)
- Mirza, M. M. Q. (2003). "Climate Change and Extreme Weather Events: Can Developing Countries Adapt?". *Climate Policy*, 3, 233-248.
- Morgan Stanley (2020). Climate Change Investment Risk and Bonds. (19.11.2020), <https://www.morganstanley.com/ideas/bondholders-to-companies-lets-talk-climate-change>
- Munich Re (2013). "Natural Catastrophes 2012 Analyses, Assessments, Positions". *NatCatService Topics Geo*, 2013 Issue, 49-55.
- Munich Re (2020a). "Factsheet Natural Catastrophes in 2019". January 2020. (19.11.2020), https://www.munichre.com/content/dam/munichre/global/content-pieces/documents/media-relations/Factsheet-natural-disasters-2019.pdf/_jcr_content/renditions/original/Factsheet-natural-disasters-2019.pdf.
- Munich Re (2020b). "Natural Disaster Risks: Losses are Trending Upwards". (08.10.2020), <https://www.munichre.com/en/risks/natural-disasters-losses-are-trending-upwards.html#-1624621007>
- Murlidharan, T. L. ve Shah, H. C. (2001). "Catastrophes and Macro-Economic Risk Factors: An Empirical Study, in: Proceedings of the Conference on 'Integrated Disaster Risk Management: Reducing Socio-Economic Vulnerability". *Laxenburg, Austria, International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA)*.
- Natural Research Council (1999). "The Impacts of Natural Disasters: A Framework for Loss Estimation". *National Academy Press*, Washington DC.
- Nordhaus, W. D. ve Boyer, J. (2000). "Warming the World: Economic Models of Global Warming". *Cambridge: MIT Press*.
- Noy, I. ve Nualsri, A. (2007). "What Do Exogenous Shocks Tell Us About Growth Theories?". *University of Hawaii Economics Working paper*, 07-28.
- Noy, I. ve Nualsri, A. (2008). "Fiscal Storms: Public Spending and Revenues in the Aftermath of Natural Disasters". *University of Hawaii Working Paper*.
- Noy, I. (2009). "The Macroeconomic Consequences of Disasters". *Journal of Development Economics*, 88, 221-231.

- Pelling, M., Özdem, A. ve Barakat, S. (2002). "The Macro-Economic Impact of Disasters". *Progress in Development Studies*, 2,4, 283-305.
- Phaup, M. ve Kirschner, C. (2010). "Budgeting for Disasters: Focusing on the Good Times". *OECD Journal on Budgeting*, 2010/1.
- Raddatz, C. (2007). "Are External Shocks Responsible for the Instability of Output in Low-Income Countries?". *Journal of Development Economics*, 84, 155–187.
- Roubini, N. ve Sachs, J. (1989). "Political and Economic Determinants of Budget Deficits in the Industrial Democracies". *European Economic Review*, 33 (5), 903 - 938.
- Schuknecht, L. (1999). "Fiscal Policy Cycles and the Exchange Rate Regime in Developing Countries". *European Journal of Political Economy*, 15, 569–580.
- Scott – Joseph, A. (2010). "Financing Recovery: Implications of Natural Disaster Indebtedness on the Fiscal Sustainability of the Eastern Caribbean Currency Unit (ECCU)". *Journal of Business, Finance and Economics in Emerging Economies*, 5(2),2 – 36.
- Skidmore, M. ve Toya, H. (2002). "Do Natural Disasters Promote Long-Run Growth?". *Economic Inquiry*, 40(4), 664–687.
- Stern N. ve Michael J. (2006). "The Economics of Climate Change: The Stern Review". (16.04.2020), http://mudancasclimaticas.cptec.inpe.br/rmclima/pdfs/destaques/sternreview_report_complete.pdf.
- Stern, N. (2007). *The Economics of Climate Change: The Stern Review*. 1st. Ed., Cambridge: Cambridge University Pres.
- Strömberg, D. (2007). "Natural Disasters, Economic Development, and Humanitarian Aid". *The Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 199222.
- Tujula, M. ve Wolswijk, G. (2007). "Budget Balances in OECD Countries: What Makes Them Change?". *Empirica*, 34, 1–14.
- Volkerink, B. ve Haan, J. (2001). "Fragmented Government Effects on Fiscal Policy: New Evidence". *Public Choice*, 109, 221 - 242.
- Woo, J. (2003). "Economic, Political, and Institutional Determinants of Public Deficits". *Journal of Public Economics*, 87 (3 – 4), 387 - 426.
- World Bank, (2004). Understanding the Economic and Financial Impacts of Natural Disasters. The International Bank for Reconstruction and Development, Washington, DC 20433.
- World Bank, (2020). Disaster Risk Management. <https://www.worldbank.org/en/topic/disasterriskmanagement/overview>
- Xu, J., Wang, Z., Shen, F., Ouyang F. ve Yan Tu (2016). "Natural Disasters and Social Conflict: A Systematic Literature Review". *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 17, 38-48.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2013). *İleri Panel Veri Analizi Stata Uygulamaları*, 2. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.06.2020 ✓Accepted/Kabul:03.09.2020

DOI:10.30794/pausbed.758640

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yıldırım, O. (2021). "Ulusal Alan Yazında Spor Turizminin Gelişimi: Lisansüstü Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S ayı 43, Denizli, ss. 319-331.

ULUSAL ALAN YAZINDA SPOR TURİZMİNİN GELİŞİMİ: LİSANSÜSTÜ TEZLER ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Oya YILDIRIM*

Öz

Turizmin önemli bir alanı olan spor turizminin özellikle turizmin farklı bölgelere ve tüm yıla yayılması açısından Türkiye’de gelişiminin desteklenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda spor turizmi alanının genel yapısının ve özelliklerinin bibliyometri tekniğinden yararlanılarak incelenmesi ve ulusal alan yazında gelişim sürecinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu amaçla 14.01.2020 tarihinde Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nin internet veri tabanında yer alan spor turizmi konulu lisansüstü tezler taranmıştır. Yapılan taramada 43’ü yüksek lisans, 18’i doktora tezi olmak üzere toplam 61 teze ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda, son yıllarda spor turizmini konu alan tez yazımında az da olsa artış olduğu, bu konuda en büyük katkısı Gazi ve Akdeniz Üniversiteleri’nin sağladığı belirlenmiştir. Tezlerin %39,3’ü turizm ile ilgili ana bilim dallarında, %29,5’i ise beden eğitimi ve spor ile ilgili ana bilim dallarında yazılmıştır. En çok tez yazılan konu spor turizmi potansiyelinin genel olarak belirlenmesidir. Bunu ikinci sırada golf turizmi ve üçüncü sırada doğa yürüyüşü izlemiştir. Tezlerde ağırlıklı olarak nicel araştırma yönteminin ve anket tekniğinin (%47,5) kullanıldığı tespit edilmiştir. Yüksek lisans tezlerinde ağırlıklı olarak Türkçe kaynakların, doktora tezlerinde ise yabancı kaynakların kullanıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Spor turizmi, Bibliyometri, Lisansüstü tez.

THE DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM IN NATIONAL LITERATURE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON POSTGRADUATE THESES

Abstract

Sports tourism, which is a important area of tourism, especially to different regions of tourism and in terms of the spread to the whole year should be supported in Turkey. In this context, it is aimed to examine the general structure and features of the sports tourism area by using bibliometry technique and to reveal the development process in the national literature. For this purpose, the postgraduate theses on sports tourism on the internet database of the Higher Education Council National Thesis Center were scanned on 14.01.2020. On screening, a total of 61 theses were reached, 43 of which were masters and 18 of them were doctoral theses. As a result of the study, it was determined that there has been a slight increase in the thesis writing on sports tourism in recent years, and Gazi and Akdeniz Universities have provided the greatest contribution in this regard. 39.3% of theses are written in the departments of tourism related and 29.5% in the departments of physical education and sports related. The most frequently written subject is the general determination of the sports tourism potential. This was followed by golf tourism in the second place and trekking in the third place. It was determined that quantitative research method and survey technique (47.5%) were mainly used in theses. It has been determined that Turkish sources are mostly used in master theses and foreign sources are used in doctoral theses.

Keywords: Sport tourism, Bibliometry, Postgraduate theses.

*Öğr. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi, Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği, ADANA.
e-posta: oyildirim@cu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-8090-4629>)

1. GİRİŞ

Turizm ve spor, 21. yüzyılda ekonomik önemi giderek artan son yılların en gözde endüstrilerinden ikisidir (Maenning ve Zimbalist, 2012). Bu iki endüstri dalının birbirine benzer ve birbirini tamamlayan yönleri bulunmaktadır. Farklı kültürlerden bireylerin birbirlerini daha yakından tanımalarını ve anlamalarını sağlamak, bu yolla toplumlar arasında hoşgörü oluşturmak ve barışı pekiştirmek bunlardan bazılarıdır. Turizm ve spor aktivitelerinin birlikte yapılması spor turizmi kavramını ortaya çıkarmış ve turizm ürününün farklılaştırılması konusunda önemli bir alternatif olarak kabul edilmiştir (Çetin, 2008:13). Aslında spor turizmi kavramı oldukça karmaşıktır ve bu karmaşıklık kavramı tanımlamadaki zorluklardan kaynaklanmaktadır. Spor turizmi, sporla ilgili aktivitelere katılmak veya bu aktiviteleri izlemek için yapılan seyahat deneyimini ifade etmektedir (Ross, 2001:3). Ancak Gibson spor turizminin üçüncü bir yönünden daha bahsedilebileceğini ifade etmiş ve spor turizmini, bireyleri fiziksel aktivitelere katılmaya (aktif spor turizmi), fiziksel aktiviteleri izlemeye (pasif spor turizmi/etkinlik spor turizmi) ve sportif etkinliklerle ilişkili cazibe merkezlerini görmeye yönelten (nostalji spor turizmi) boş zaman temelli seyahatler olarak tanımlamıştır (Gibson, 2013:135).

Sportif etkinliklere katılmak veya bu etkinlikleri izlemek için seyahat etmek yeni bir şey değildir. Ancak bu tür seyahatleri tanımlamak için spor turizmi kavramının kullanılması son yıllarda daha yaygın hale gelmiştir. Dünyanın dört bir yanında çeşitli hükümetler, çeşitli derecelerde başarıya sahip olan spor turizmi stratejileri başlatırken, bu konuda yazılan kitaplar veya spor turizmini inceleyen dergiler de artış göstermiştir (Gibson, 2013:134). Diğer bir ifadeyle spor turizmi, hem akademik ilginin hem de devlet ilgisinin giderek arttığı bir konu haline gelmiştir. Ekonomik katkısının yanı sıra toplumun refahı üzerindeki etkisi, insan sağlığına katkısı, spor turizminin yaratabileceği gurur duygusu gibi diğer etkiler nedeniyle önemli olarak algılanmaktadır (Deery vd., 2004:235). Bünyesinde çok farklı turizm unsurlarını bir arada bulundurmasından dolayı canlı bir turizm alanı olan spor turizmi, bir kentin turizm destinasyonu olabilmesi yolunda önemli bir etkidir (Zeytonlu vd., 2013:3933). Dünyada rekabetçi bir şekilde gelişen ve işgücünü olumlu yönde etkileyen önemli bir turizm çeşidi olarak da görülmektedir (Eslami vd., 2013:105).

Uluslararası alan yazında böyle bir gelişim gösteren spor turizmi konusunu inceleyen çalışma sayısının, ulusal alan yazında kısıtlı olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada dünyadaki bu gelişmeye paralel olarak spor turizminin Türkiye'deki gelişimi araştırılmak istenmiştir. Bu kapsamda, yayınların ya da belgelerin belirli özelliklerinin analiz edilmesi ve bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulguların elde edilmesi esasına dayanan (Al ve Coştur, 2007:144) bibliyometri tekniğinden yararlanılmıştır. Böylece konunun yıllar içerisinde gösterdiği gelişime ilişkin bilgilerin sunulması, eksik kalan yönlerinin tespit edilmesi, bu yolla alan yazına ve araştırmacılara katkı sağlanması hedeflenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bilimsel çalışmalar sonucunda elde edilen bulguların incelenmesi, incelenen bilim dalı ile ilgili gelişmelerin takip edilmesinde, bilimsel bilginin yayılmasında ve bilimsel iletişimin sağlanmasında, dolayısıyla o alanda ortaya çıkan sorunların ve bu sorunları giderecek çözüm yollarının belirlenmesinde önemli bir etkidir. Bir disiplinin genel yapısının, özelliklerinin ve gelişim sürecinin ortaya konmasında kullanılan yöntemlerden biri bibliyometri yöntemidir (Çiçek ve Kozak, 2012:735). Bibliyometri, bilimsel yayınların yazar, konu, yıl, sayfa sayısı, yapılan atıflar gibi çeşitli unsurlarının sayısal analizler ve istatistikler yardımıyla incelenmesini ifade etmektedir. Bibliyometrik analizler belirli bir yılda yayımlanan makale sayısının belirlenmesi şeklinde tanımlayıcı nitelikte olabileceği gibi, bir makalenin kendisinden sonra gelen araştırmaları ne şekilde etkilediğini ortaya koymak için atıf analizi yapılması şeklinde değerlendirici nitelikte de olabilmektedir (McBurney ve Novak, 2002).

Ulusal alan yazın incelendiğinde son yıllarda turizmi konu alan bibliyometrik çalışmaların önemli bir artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu çalışmalar içerisinde doğrudan turizm disiplininin inceleyen çalışmalar (Evren ve Kozak, 2012; Tayfun vd., 2016; Turan, 2014) olduğu gibi turizm disiplininin alt alanlarını inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Turizm pazarlaması (Kozak, 2001; Özel ve Kozak, 2012; İnce vd., 2017), turizm eğitimi (Polat Üzümcü, 2019), sürdürülebilir turizm, (Güdü Demirbulat ve Tetik Dinç, 2017), engelli turizmi (Cevizkaya vd., 2014), sağlık turizmi (Bayın, 2015; Temizkan vd., 2015), seyahat işletmeciliği (Arıca, 2014), yiyecek içecek işletmeciliği (Aydın, 2017), yöresel yiyecekler (Ayaz ve Türkmen, 2018), turist rehberliği (Şahin ve Acun,

2015), gastronomi ve mutfak sanatları (Sünnetçioğlu vd., 2017; Yılmaz, 2017) ve kırsal turizm (Alımanoğlu ve Ayazlar, 2017; Bozok vd., 2017) turizm disiplininin bibliyometri tekniği ile incelenen alt alanlarını oluşturmaktadır. Turizm disiplininin bir diğer alt alanı olan spor turizmi, son yıllarda dünyada önemli bir gelişme göstermesine ve toplam turizm aktivitelerinin yaklaşık %35'lik bölümünü oluşturmasına rağmen, Türkiye'de sadece %2 dolaylarında kalmıştır (Genç, 2019). Türkiye'de gelişime çok müsait olan ancak dünyadaki gelişmenin yüzde olarak oldukça gerisinde kalan spor turizmi ile ilgili çalışmaların incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Yapılan taramada spor turizmi çeşitleri içerisinde değerlendirilen kış turizmini konu alan sınırlı sayıda bibliyometri çalışmasının olduğu görülmüştür (Ardıç Yetiş ve Çokal, 2018; Çalhan ve Çakıcı, 2019). Ancak ulusal alan yazında doğrudan spor turizmine yönelik çalışmaları bibliyometrik yöntemle inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Bibliyometri tekniği ile incelenen bilimsel yayınlar kitaplar, makaleler, bildiriler ve/veya lisansüstü tezler olabilmektedir. Lisansüstü tezler, birçok yönüyle ilgili alandaki bilimsel araştırmaların yönü ve niteliği hakkında önemli ipuçları vermekte, incelenen alanın teorik temellerinin oluşturulması sürecinde belirleyici unsurlardan olmaktadır (Dener, 1995). Azami bir süre zarfında, üniversitelerin akademik kadrolarında bulunan öğretim üyelerinin danışmanlığında hazırlanan tezler, en az üç kişiden oluşan bir tez jürisi karşısında savunularak başarılı olunması halinde tamamlanmaktadır (Kozak, 2001:27). Aynı zamanda tezler, biçimsel açıdan bilim insanı yetiştirme sürecinin temelini oluşturmakta ve tezlerin toplumsal konulara katkı sağlaması beklenmektedir (Üstüner ve Cömert, 2008:501). Bu nedenle, belirli bir alanla ilgili olan lisansüstü tezlerin niteliğini ortaya koymanın önemli olduğu düşünülmüş ve çalışmada spor turizmi ile ilgili tezlerin incelenmesine karar verilmiştir. Bu bağlamda, spor turizmüne yönelik hazırlanan ulusal lisansüstü tezlerin bibliyometrik özelliklerini ortaya koymayı esas alan bu çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Spor turizmi alanının bibliyometri tekniğinden yararlanılarak genel yapısının ve özelliklerinin incelenmesi ve böylece ulusal alan yazındaki gelişim sürecinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu amacın birkaç aşamada gerçekleştirilmesi planlanmış olup ilk aşama bu alanda hazırlanmış lisansüstü tezlerin incelenmesini içermektedir. Bu nedenle çalışmanın kapsamını ulusal alan yazında yer alan ve erişilebilen spor turizmi konulu lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Her veri kaynağının farklı parametrelere göre incelenmesi gerektiğinden ve tezlerin detaylı olarak incelenmesini sağlamak açısından spor turizmi alanında yayınlanmış kitap, makale ve bildiri gibi diğer yazılı dökümanlar başka bir çalışmanın konusu olmak üzere bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Döküman inceleme tekniğinin kullanıldığı araştırmada veriler ikincil kaynaklardan elde edilmiştir. Çalışmaya esas oluşturacak verilerin derlenmesinde Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nin internet veri tabanında yer alan tezlerden yararlanılmıştır. Tezlerin taranmasında öncelikle "spor turizmi" anahtar kelimesi kullanılmıştır. Ancak, mümkün olduğunca fazla veriye ulaşarak araştırma evrenini en yüksek oranda temsil edebilmek ve araştırmanın doğruluk payını arttırabilmek amacıyla spor turizmi çeşitleri kapsamına giren "sualtı dalış turizmi", "golf turizmi", "futbol turizmi", "akarsu sporları turizmi", "rafting turizmi", "dağ sporları turizmi", "hava sporları turizmi", "kış sporları turizmi", "bisiklet turizmi", "av turizmi", "yamaç paraşütü" ve "trekking" (Hazar, 2007) gibi anahtar kelimelerle de tarama yapılmıştır. 14 Ocak 2020 tarihinde yapılan taramada 72 teze ulaşılmış, erişim izni olmayan 6 tez, çalışma alanı Türkiye olmayan 1 tez ve spor turizmi ile ilgili olmayan 4 tez kapsam dışı bırakılmış ve toplam 61 tez üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Tezlerin bibliyometrik özelliklerinin saptanması amacıyla kullanılacak parametrelerin belirlenmesinde Kozak (2001), Özel ve Kozak (2012) ve Çakıcı vd. (2013)'nin çalışmalarından yararlanılmıştır. İlk olarak belirlenen parametreleri içeren bir tez inceleme formu geliştirilmiş ve tezlere ait bilgiler önce yazar tarafından bu inceleme formuna ardından SPSS istatistik programına aktarılmıştır. Daha sonra betimleyici istatistik analizler kullanılarak yüzde ve sıklık değerleri hesaplanmıştır. Parametreler dikkate alınarak oluşturulan ve yanıtları aranan araştırma soruları aşağıda yer almaktadır;

1. Spor turizmi konulu tezlerin yıllara göre dağılımı nedir?
2. Spor turizmi konulu tezlerin düzeyi nedir?
3. Spor turizmi konulu tezlerin sayfa sayılarına göre dağılımları nasıldır?

4. Spor turizmi konulu tezlerin danışmanlarının ünvanlarına göre dağılımları nasıldır?
5. Spor turizmi konulu tezlerin yayınlandığı üniversiteler hangileridir?
6. Spor turizmi konulu tezlerin enstitülere göre dağılımları nasıldır?
7. Spor turizmi konulu tezlerin yayınlandığı anabilim dalına göre dağılımları nasıldır?
8. Tezlerin araştırma konularının spor turizmi çeşitlerine göre dağılımı nasıldır?
9. Spor turizmi konulu tezlerde uygulanan araştırma yöntemleri nelerdir?
10. Spor turizmi konulu tezler evren/örneklem bakımından uygulama alanlarına göre nasıl dağılmaktadır?
11. Spor turizmi konulu tezler kullanılan örnekleme yöntemi ve türlerine göre nasıl dağılmaktadır?
12. Spor turizmi konulu tezler örneklem büyüklüğüne (hacmine) göre nasıl dağılmaktadır?
13. Spor turizmi konulu tezler uygulanan istatistiki veri analizi yöntemlerine göre nasıl dağılmaktadır?
14. Spor turizmi konulu tezlerde yerli ve yabancı atıf sayısı, atıf yapılan yayınların dağılımı (dergi/kitap/tez/bildiri ve diğer yayınlar (raporlar, kataloglar, envanterler, gazeteler), nasıldır?

4. BULGULAR

Ulusal alan yazında 1995-2019 yılları arasında spor turizmini konu alan toplam 61 teze ulaşılmıştır (Tablo 1). Spor turizmi konusunda ilk tez 1995 yılında yazılmış, takip eden beş yıl bu konuda hiç tez yazılmamış olup, 2010'lu yıllarda konu ile ilgili yazılan tez sayısının az da olsa arttığı anlaşılmaktadır. En çok tezin yazıldığı yıl ise 2019'dur. Bu durum spor turizmine olan ilginin akademik alanda yıllar itibariyle düzensiz de olsa artış gösterdiğine işaret etmektedir ve alan yazında var olan son yıllarda spor turizmine olan akademik ilginin arttığı yönündeki görüşü desteklemektedir (Deery vd., 2004:235).

Tezlerin %70,5'i yüksek lisans, %29,5'i doktora tezidir. Sayfa sayılarına bakıldığında %60,7 oranla en çok 101-200 sayfa aralığında tez yazıldığı anlaşılmaktadır. Yaklaşık dörtte biri ise 1-100 sayfa aralığındadır. Tezlerin hazırlanmış olduğu konunun kapsamı, tezlerde kullanılan araştırma yöntemi, yararlanılan analiz tekniklerinin çeşidi ve sayısı, danışmanın beklenti ve yönlendirmeleri vb. nedenlerle sayfa sayıları değişkenlik gösterebilir. Dikkat edilmesi gereken nokta, konunun kuramsal altyapısını, alan yazındaki durumunu ve eksik yönlerini, kullanılan yöntemi ve ortaya çıkan sonucu açık bir ifadeyle herhangi bir belirsizliğe yer vermeyecek şekilde aktarmaktır. Tezlerin yazımında buna engel olacak kadar kısa tutulmasından veya sayfa sayısı arttırılarak tekrara düşülmesinden kaçınılmalıdır. Yapılan incelemede tezlerin yarısından fazlasının (%60,7) ortalama bir uzunlukta olduğu söylenebilir. Tezleri yöneten danışmanların ünvanı incelendiğinde en çok profesör doktor ve doktor öğretim üyelerinin tez yönettikleri ve yönetilen tez sayılarının eşit olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Tezlerin yayınlandığı yıl, sayfa sayısı, düzeyi ve danışman ünvanına göre dağılımı

Yayın Yılı	F	%	Sayfa Sayısı	F	%
1995	1	1,6	1-100 arası	14	23,0
2001	1	1,6	101-200 arası	37	60,7
2004	3	4,9	201-300 arası	7	11,5
2005	1	1,6	301 ve üzeri	3	4,9
2006	1	1,6	Toplam	61	100,0
2008	3	4,9			
2009	3	4,9			
2010	2	3,3	Düze	F	%
2011	7	11,5	Yüksek Lisans	43	70,5
2012	4	6,6	Doktora	18	29,5
2013	1	1,6	Toplam	61	100,0
2014	6	9,8			
2015	7	11,5			
2016	3	4,9	Danışman Ünvanı	F	%
2017	5	8,2	Prof. Dr.	23	37,7
2018	4	6,6	Doç. Dr.	15	24,6
2019	9	14,8	Dr. Öğr. Üyesi	23	37,7
Toplam	61	100,0	Toplam	61	100,0

Spor turizmini konu alan tezlerin yayınlandığı üniversiteye göre dağılımı Tablo 2’de yer almaktadır. Buna göre toplam sekiz tez ile alana en yüksek katkısı Gazi Üniversitesi sağlamaktadır. Bunu yedi tez ile Akdeniz Üniversitesi ve dörder tez ile İstanbul ve Süleyman Demirel Üniversiteleri izlemektedir. Konu ile ilgili sadece bir tezin yazıldığı üniversitelerin oranı ise %31’dir. Bu bulgu her ne kadar son yıllarda spor turizmi ile ilgili yazılan tez sayısında artış olduğu görülsede konunun ulusal alan yazında görece kısıtlı olarak ele alındığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 2: Tezlerin yayınlandığı üniversiteye göre dağılımı

Üniversite	F	%	Üniversite	F	%
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	1	1,6	İstanbul Üniversitesi	4	6,6
Adnan Menderes Üniversitesi	1	1,6	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	1	1,6
Afyon Kocatepe Üniversitesi	1	1,6	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	1	1,6
Akdeniz Üniversitesi	7	11,5	Karadeniz Teknik Üniversitesi	1	1,6
Anadolu Üniversitesi	2	3,3	Maltepe Üniversitesi	1	1,6
Atatürk Üniversitesi	3	4,9	Marmara Üniversitesi	2	3,3
Celal Bayar Üniversitesi	1	1,6	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	2	3,3
Cumhuriyet Üniversitesi	1	1,6	Mersin Üniversitesi	1	1,6
Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi	1	1,6	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	2	3,3
Dokuz Eylül Üniversitesi	3	4,9	Muğla Üniversitesi	2	3,3
Dumlupınar Üniversitesi	1	1,6	Necmettin Erbakan Üniversitesi	1	1,6
Düzce Üniversitesi	3	4,9	Sakarya Üniversitesi	1	1,6
Ege Üniversitesi	1	1,6	Selçuk Üniversitesi	1	1,6
Gazi Üniversitesi	8	13,1	Süleyman Demirel Üniversitesi	4	6,6
Hacettepe Üniversitesi	1	1,6	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi	1	1,6
İstanbul Gelişim Üniversitesi	1	1,6			
			Toplam	61	100,0

Spor turizmini konu alan tezlerin önemli bir kısmı (%63,9) sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde yazılmıştır. Bunu sırasıyla eğitim bilimleri, sağlık bilimleri ve fen bilimleri enstitüleri izlemektedir. Tezlerin hangi ana bilim dalı bünyesinde yazıldığına bakıldığında, halkla ilişkiler ve tanıtımdan coğrafyaya, peyzaj mimarlığından orman mühendisliğine çok farklı ana bilim dallarının yer aldığı bir tablo ile karşılaşmaktadır (Tablo 3). Buna göre tezlerin %39,3'ü turizm ile ilgili ana bilim dallarında, %29,5'i ise beden eğitimi ve spor ile ilgili ana bilim dallarında yazılmıştır.

Tablo 3: Tezlerin enstitü ve ana bilim dalına göre dağılımı

Ana Bilim Dalı	F	%	Enstitü	F	%
Turizm İşletmeciliği	13	21,3	Sosyal Bilimler Ens.	39	63,9
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	5	8,2	Fen Bilimleri Ens.	5	8,2
Turizm ve Otel İşletmeciliği	2	3,3	Sağlık Bilimleri Ens.	8	13,1
Turizm İşletme Eğitimi	3	4,9	Eğitim Bilimleri Ens.	9	14,8
Beden Eğitimi ve Spor	10	16,4			
Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	4	6,6			
Sporda Psiko Sosyal Alanlar	2	3,3			
Sosyoloji	1	1,6			
Peyzaj Mimarlığı	3	4,9			
Rekreasyon Yönetimi	1	1,6			
İşletme	6	9,8			
Spor Yöneticiliği	1	1,6			
Coğrafya	2	3,3			
Siyaset Bilimi ve Kamu Yön.	1	1,6			
Orta Öğretim Sosyal Alanlar Eğitimi	1	1,6			
Orman Mühendisliği	2	3,3			
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2	3,3			
Antrenörlük Eğitimi	1	1,6			
Yönetim ve Organizasyon	1	1,6			
Toplam	61	100,0	Toplam	61	100,0

Çalışmada yanıtı aranan sorulardan biri, tezlerin araştırma konularının spor turizmi çeşitlerine göre nasıl bir dağılım gösterdiği yönündedir. Tablo 4'de görüldüğü gibi %24,6 ile en çok spor turizminin çeşitli araştırma bölgelerindeki potansiyelini herhangi bir spor turizmi branşına göre ayırım yapmaksızın genel olarak belirlemek üzere tez yazılmıştır. Bunun yanı sıra golf turizmi, yazarlar tarafından en çok araştırılan spor turizmi çeşidi olmuştur (%16,4). Bunda özellikle Belek bölgesinin golf turizminde öne çıkmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Belek, gerek sahip olduğu tarihi ve doğal değerler gerekse nitelikli golf sahaları ve tesisleri ile golf turizmi için eşsiz bir potansiyel oluşturmaktadır. 27 golf sahasına ve tesise sahip olan Belek, Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği (IAGTO) tarafından 2008 yılında Avrupa'nın en iyi golf destinasyonu olarak değerlendirilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Tez yazımında en çok tercih edilen ikinci spor turizmi çeşidi ise doğa yürüyüşüdür (trekking). Bu durum son yıllarda dünya genelinde doğa yürüyüşüne olan talebin artması ile açıklanabilir. Çeşitli araştırmalarda doğa yürüyüşünün Avrupa'da sporla ilgili tatil yapanların en çok tercih ettikleri, Amerika'da ise en popüler açık hava etkinliği olduğu ifade edilmektedir (Çetinkaya, 2014:30). Ayrıca Türkiye'de Kaçkar Dağları, Kaz Dağları, Antalya Bey Dağları, Aladağlar, İhlara Vadisi, Likya Yolu gibi her bölge ve ilde farklı zorluk derecelerine sahip çok sayıda parkur bulunmaktadır (Akgün, 2016). Doğa yürüyüşünü eşit oranlarla (%4,9) futbol, yamaç paraşütü, kış sporları ve av turizmi izlemektedir. Türkiye turizmi için önemli bir potansiyel oluşturan futbol turizminin araştırma konusu olarak ilk üç içerisinde yer almaması dikkat çekmektedir. Rüzgar sörfü, kano turizmi, olimpiyat oyunları gibi bazı spor turizmi çeşitlerini konu alan sadece birer çalışma varken, bisiklet turizmi, tenis turizmi gibi bazı spor turizmi çeşitlerini konu alan çalışmaya ise rastlanmamıştır.

Tablo 4: Tezlerin konularına göre dağılımı

Tezin Konusu	F	%
Spor Turizmi Potansiyeli	15	24,6
Futbol Turizmi	3	4,9
Golf Turizmi	10	16,4
Yamaç Paraşütü Turizmi	3	4,9
Sualtı Dalış Turizmi	2	3,3
Rafting Turizmi	2	3,3
Kış Sporları Turizmi	3	4,9
Doğa Yürüyüşü	5	8,2
Av Turizmi	3	4,9
Basketbol Turizmi	2	3,3
Spor Pazarlaması	1	1,6
Spor Yönetimi	2	3,3
Spor Ekonomisi	1	1,6
Kano Turizmi	1	1,6
Spor Sosyolojisi	1	1,6
Motor Sporları	1	1,6
Su Sporları	1	1,6
Hava Sporları	1	1,6
Masa Tenisi Turizmi	1	1,6
Rüzgar Sörfü	1	1,6
Mağara Turizmi	1	1,6
Olimpiyat Oyunları	1	1,6
Toplam	61	100,0

Tezler, araştırmada kullanılan yöntem, veri toplama aracı ve verilerin toplandığı kitleye göre de incelenmiş olup, elde edilen sonuçlar Tablo 5’de gösterilmektedir. Buna göre tezlerin yarıya yakınında (%47,5) nicel araştırma yönteminin kullanıldığı, bunu %29,5 ile nitel araştırma yöntemlerinin izlediği anlaşılmaktadır. Her iki yöntemin birlikte kullanıldığı çalışmalarda bulunmakta olup oranı %23’tür. Veri toplama aracı olarak en çok anket tercih edilmiş olmakla birlikte birden fazla tekniğin beraber kullanıldığı çalışmaların oranı (%31,1) da azımsanmayacak düzeydedir. Verilerin araştırmanın amacına hizmet edecek şekilde doğru ana kütleden toplanması oldukça önemlidir. Bu nedenle çalışmada verilerin toplandığı kitleler incelenmiştir. Veriler en yüksek oranla yerli turistlerin ve turizm paydaşlarının yanıtlarından elde edilmiştir. Hem yerli hem yabancı turistlerden veri toplama oranı %13,1, sadece yabancı turistlerden veri toplama oranı ise %11,5’tir. Burada üzerinde durulması gereken nokta, tezlerin %8,2’sinde toplanan verilerin elde edildiği kitle hakkında bilgi verilmemiş olmasıdır. Tezler, lisanüstü eğitime başlayan ve bilim insanı adayı olan bireylerin hem kendileri hem de yetiştireceği bilim insanları için bilimsel araştırma süreçlerini öğrenmeleri ve eksiksiz olarak uygulamaları açısından son derece önemli yayınlardır. Dolayısıyla bu yayınlarda verilerin toplandığı kitle gibi bilgilerin tam ve doğru olarak belirtilmesi beklenmektedir.

Tablo 5: Tezlerin araştırma yöntemi, veri toplama aracı ve kitleye göre dağılımı

Araştırma Yöntemi	F	%	Veri Toplanan Kitle	F	%
Nitel Yöntem	18	29,5	Yerli Turist	11	18,0
Nicel Yöntem	29	47,5	Yabancı Turist	7	11,5
Karma Yöntem	14	23,0	Yerli ve Yabancı Turist	8	13,1
Toplam	61	100,0	Turizm Paydaşları	11	18,0
			Dağcı Rehber	1	1,6
			Kurum/Kuruluş Yöneticisi	3	4,9
Veri Toplama Aracı	F	%	İşletme Yöneticisi	4	6,6
Anket	29	47,5	Yerel Halk	4	6,6
Görüşme	8	13,1	Spor Yöneticileri	1	1,6
Birden Çok Teknik	19	31,1	Öğrenci	1	1,6
Literatür Taraması	5	8,2	Veri Toplanmayan Çalışma	5	8,2
			Belirtilmeyen	5	8,2
Toplam	61	100,0	Toplam	61	100,0

Tezlerin kullanılan örnekleme yöntemleri ve örneklem büyüklüklerine göre dağılımı Tablo 6’da yer almaktadır. Tabloda da görüldüğü gibi en çok kullanılan yöntem tesadüfi örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemidir. Bunu sırasıyla tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme ve kasıtlı (amaçlı) örnekleme izlemektedir. Tezlerin %9,8’inde örnekleme yöntemi bulunmamaktadır. Bu durumun bazı tezlerde sadece literatür taraması yapılmasından kaynaklandığı söylenebilir. Ancak burada dikkat çeken nokta yararlanılan örnekleme yönteminin belirtilmediği çalışma oranının yüksek olmasıdır (%27,9). Bu bulgu bilimsel değeri olan yayınlar için önemli bir eksiklik olarak kabul edilebilir. Çünkü, bir alan araştırmasında yapılan ilk işlerden biri, üzerinde araştırma yapılacak kütlenin ve bu kütleyi en iyi temsil eden örneklemin belirlenmesidir. Örneklemin hangi yöntemle belirlendiği çalışmanın güvenilirliği ve şeffaflığı açısından önemlidir (Nakip, 2006:195). Örneklem büyüklüğü açısından incelendiğinde tezlerin %26,2’sinin 301-500 arasında örneklem büyüklüğüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. %16,4’ünün örneklem büyüklüğü 1-50 arasında olup, bunlar ağırlıklı olarak nitel araştırmalardan oluşmaktadır (8 nitel, 1 nicel ve 1 karma araştırma). Tezlerin %32,8’inde örneklem büyüklüğü 200’ün altında iken, örneklem büyüklüğü belirtilmeyen çalışmaların oranı %13,1 olarak belirlenmiştir. Bu bulgulardan yola çıkarak, tezlerde örnekleme ilişkin verilen bilgilerde eksiklikler olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6: Tezlerin örnekleme yöntemine ve örneklem büyüklüğüne göre dağılımı

Örnekleme Yöntemi	F	%	Örneklem Büyüklüğü	F	%
Tam Sayım	1	1,6	1-50 arası	10	16,4
Basit Tesadüfi Örnekleme	13	21,3	51-100 arası	3	4,9
Tabakalı Örnekleme	1	1,6	101-200 arası	7	11,5
Kolayda Örnekleme	12	19,7	201-300 arası	6	9,8
Kasıtlı (Amaçlı) Örnekleme	8	13,1	301-500 arası	16	26,2
Örnekleme Yöntemi Olmayan	6	9,8	501-1000 arası	4	6,6
Birden Fazla Yöntem	2	3,3	1001 ve üzeri	2	3,3
Uygun Örnekleme	1	1,6	Örneklem Olmayan	5	8,2
Belirtilmeyen	17	27,9	Belirtilmeyen	8	13,1
Toplam	61	100,0	Toplam	61	100,0

Tezlerde kullanılan veri analiz tekniklerine ilişkin bulgular Tablo 7’de gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde 61 tez için toplamda 207 analiz tekniğinin kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle tezlerde görece birden çok tekniğin bir arada kullanıldığını söylemek mümkündür. En fazla kullanılan teknik %67,2 oranla frekans analizi olup bunu %45,9 oranla betimsel analiz izlemektedir. Sırasıyla; güvenilirlik testi, faktör analizi, t test, ANOVA,

ki kare ve korelasyon analizlerinin en fazla kullanılan analizler olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte tezlerde %16,4 oranında swot analizinden, %11,5 oranında Yapısal Eşitlik Modellemesinden ve %9,8 oranında da içerik analizinden yararlanılmıştır.

Tablo 7: Tezlerde kullanılan veri analiz yöntemleri

Analiz Tekniği	F	%	Analiz Tekniği	F	%
Betimsel Analiz	28	45,9	Korelasyon Analizi	13	21,3
İçerik Analizi	6	9,8	Regresyon Analizi	4	6,6
Frekans Analizi	41	67,2	Faktör Analizi	17	27,9
İkincil Veri Analizi	1	1,6	Ki-Kare Analizi	14	23,0
Swot Analizi	10	16,4	YEM	7	11,5
Güvenilirlik Testi	23	37,7	Kümeleme Analizi	1	1,6
T-Test	16	26,2	Uyum Analizi	1	1,6
Anova	15	24,6	Kappa Analizi	2	3,3
Mann Whitney U	3	4,9	Loglinear Analizi	1	1,6
Kruskal Wallis H	3	4,9	Kendall W Testi	1	1,6

Not: Birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Tezlerin yazımında en çok yararlanılan kaynakların kaynak dili ve kaynak çeşitlerine göre dağılımları Tablo 8’de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde yüksek lisans tezlerinde kullanılan toplam kaynak sayısının ortalama 110 olduğu, bunun 73,6’sının Türkçe, 36,8’inin ise yabancı kaynak olduğu görülmektedir. Dolayısıyla yüksek lisans tezlerinde ağırlıklı olarak Türkçe yayınların tercih edildiği anlaşılmaktadır. Yüksek lisans tezlerinin yazımında en çok kitaplardan yararlanılmakta, bunu makale, web siteleri, tezler, diğer yayınlar (çeşitli kurum/kuruluşlara ait istatistikler, raporlar vb.) ve bildiriler izlemektedir. Doktora tezlerinin yazımında yararlanılan kaynakların ortalama toplam 191 olup yüksek lisans tezlerinde kullanılan toplam kaynak ortalamasından fazladır. Burada dikkat çeken diğer bir nokta ise doktora tezlerinin yazımında yabancı kaynak kullanımının yüksek lisans tezlerine kıyasla daha fazla olmasıdır. Doktora tezlerinin yazımında en çok makalelerden, ikinci olarak kitaplardan yararlanılmaktadır. Bunu web siteleri, tezler, diğer yayınlar ve son olarak bildiriler takip etmektedir. Genel ortalamalara bakıldığında ise Türkçe kaynak kullanımının ağırlıklı olduğu, makale ve kitap tercihi ön plana çıkmakla birlikte web sitelerinin de önemli oranda tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 8: Tezlerde kullanılan kaynakların dile ve türlerine göre dağılımı

Tezlerin Düzeyi	Tez Sayısı	Kaynak Dili		Toplam Kaynak	Kaynak Türü					
		Türkçe	Yabancı		Makale	Kitap	Tez	Bildiri	Web	Diğer
		Ort.	Ort.		Ort.	Ort.	Ort.	Ort.	Ort.	Ort.
Yüksek Lisans	43	73,6047	36,8140	110,4186	29,7209	39,3721	8,3953	5,4419	21,3721	6,1163
Doktora	18	75,2778	115,8333	191,1111	81,0000	58,5000	11,2222	4,8333	27,3889	8,1667
Toplam	61	74,0984	60,1311	134,2295	44,8525	45,0164	9,2295	5,2623	23,1475	6,7213

5. SONUÇ

Tezler, herhangi bir alanla ilgili yapılan çalışmaların araştırma temelini oluşturduğu gibi ulaşılan bulgular aracılığıyla ilgili alanda çalışmak isteyen araştırmacılara da rehberlik etmektedir. Aynı zamanda gelişen toplumun ihtiyaç duyduğu bilgiye ulaşmaya aracılık eden, ülke sorunlarına çözüm yolları önermesi beklenen, yıllara göre ağırlık verilen veya araştırma yapılmadığı için eksik kalmış konuların tespitine yardımcı olan önemli kaynaklardır. Spor turizmi, gelişen toplumlarda değişen turistik tercihlere cevap verebilecek özelliklere sahip alternatif bir turizm çeşidi olarak dikkat çekmektedir. Dünyanın dört bir yanında hükümetler spor turizmini ülkelerinde geliştirmek için çalışmakta, şehirler ve bölgeler sportif faaliyetlere uygun yönlerini ön plana çıkararak spor turistlerini çekme çabası içine girmektedir. Türkiye, coğrafi yapısından dolayı özellikle rekreatif spor turizmi potansiyeli yüksek olan

bir ülke olarak bu gelişmelerin gerisinde kalmamalıdır. Bu nedenle çalışmada ulusal alan yazında spor turizminin durumu araştırılmak istenmiştir.

Çalışmada, spor turizmini konu alan 61 lisansüstü tez incelenmiş olup bunların çoğunluğunun (%70,5) yüksek lisans tezi olduğu görülmüştür. Bu durumun temelinde, Türkiye’de yüksek lisans programı sayısı ve kontenjanının doktora programı sayısı ve kontenjanından fazla olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Diğer taraftan 2010 yılından sonra spor turizmi konusunda yazılan tez sayısında genel olarak bir artış olduğu ve 2019 yılında bu sayının en üst noktaya ulaştığı (9 adet) görülse de bir alanın gelişmesi açısından görece bu sayıların yeterli olmadığı düşünülmektedir. Yıllar itibariyle tezlerin dağılımına bakıldığında inişli çıkışlı farklı oranlarla karşılaşılmakta (2013-2014 yılları, 2015-2016 yılları ve 2018-2019 yılları gibi), bu konuda düzenli bir artıştan ve istikrardan söz etmek mümkün olmamaktadır. Lisansüstü eğitimin yüksek lisans ve doktora tezi gibi yapılan bilimsel çalışmalar aracılığı ile bilimi üretmesi ve yayması beklenmektedir. Dolayısıyla spor turizminin bir bilim alanı olarak gelişimine katkıda bulunulması ve toplumda spor turizmi ve önemi ile ilgili bilinç oluşturulması için spor turizmi konusunu farklı açılardan inceleyen daha fazla lisansüstü tez, özellikle doktora tezi yazılması gerekmektedir.

Uluslararası alan yazında son yıllarda spor turizmine olan akademik ilginin artmasından söz edilmektedir (Deery vd., 2004). Ulusal alan yazında spor turizmini konu alan tez sayısı ile alana en önemli katkısı Gazi (8 tez) ve Akdeniz Üniversiteleri (7 tez) sağlamış, bunu İstanbul (4 tez) ve Süleyman Demirel (4 tez) Üniversiteleri izlemiştir. Ancak konu ile ilgili hiç tez yazılmayan üniversitelerin olması, 19 üniversitemizde konu ile ilgili sadece birer tezin yazılmış olması, spor turizminin uluslararası alan yazındaki gelişimi ulusal alan yazında henüz yakalayamadığına işaret edebilir. Spor turizmi ile ilgili yazılan makale, bildiri ve kitapları inceleyen bir çalışma ile bu konuya ilişkin daha fazla bilgiye ulaşmak mümkün olacaktır. Özellikle son yıllarda Turizm Fakülteleri bünyesinde rekreasyon programlarının açılması ile de doğru orantılı olarak spor turizminin araştırmacılar tarafından daha fazla irdelenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tezlerin sosyal bilimler enstitüleri ağırlıklı olmak üzere eğitim, sağlık ve fen bilimleri enstitüleri bünyesinde, aynı zamanda turizm ve beden eğitimi ve spor ile ilgili ana bilim dalları ağırlıklı olmak üzere coğrafya, peyzaj mimarlığı ve siyaset bilimi ve kamu yönetimi gibi farklı ana bilim dallarında yazıldığı bulgulanmıştır. Tezlerin %68,8 oranla turizm ve beden eğitimi ve spor ile ilgili ana bilim dallarında yazılmış olması, spor turizminin spor ve turizm gibi iki önemli bilim dalını kapsamaması nedeniyle normal bir durumdur. Diğer taraftan farklı enstitüler bünyesinde ve %31,2 oranla farklı ana bilim dalları bünyesinde yazılmış olmaları turizmin multidisipliner yapısından kaynaklanıyor olabilir. Çalışma konuları açısından tezlerde dörtte bir oranında spor turizmi potansiyeli genel olarak ele alınmıştır. Bazı spor turizmi çeşitleri sınırlı olarak ele alınmışken bazıları hiç araştırma konusu olmamıştır. Oysa spor turizmi çeşitlerinin irdelenmesi hem bu konuda daha fazla uzmanlaşmaya gidilmesi hem de alanın gelişimi açısından faydalı olacaktır. Dolayısıyla araştırmacılara özellikle Türkiye’nin potansiyelinin yüksek olduğu spor turizmi çeşitlerini ele alan çalışmalar yapmaları önerilebilir.

Tezlerin yarıya yakınının anket tekniği kullanılarak nicel yöntem ile gerçekleştirildiği, yaklaşık üçte bir oranında nitel yöntemin kullanıldığı ve yaklaşık dörtte bir oranında da karma yöntemin tercih edildiği belirlenmiştir. Bu durum araştırma yöntemi seçiminde nicel yöntemin öne çıktığını ancak nitel ve karma yöntemin de göz ardı edilmediğini ortaya koymaktadır. Nitel araştırma yöntemleri, araştırmacıların olay ve olguları yakından izlediği, elde edilen verilerin ayrıntılı ve derinlemesine olması böylece bir bilim dalı ile ilgili derinlemesine bilgi sağlanmasına olanak sunması nedeniyle nicel araştırmalar kadar önemlidir (Yıldırım, Şimşek, 2011: 48). Tezlerde nicel araştırmalar kadar nitel ve karma yöntemlere de yer verilmesi, farklı bakış açılarıyla bilgiye ulaşmak ve farklı yöntemlerle bilgiyi doğrulamak adına önemli olmaktadır. Diğer taraftan çoğunlukla yerli turist ve turizm paydaşlarından veri elde edildiği, yabancı turistlerden veri toplanma oranının %11,5 olduğu tespit edilmiştir. Spor turizminin gelişimi sürecinde yerli turistlerin beklentileri kadar ülkeye gelen yabancı spor turisti sayısını arttırmak için doğru stratejileri belirleyebilmek adına yabancı turistlerin istek, ihtiyaç ve algılarını ölçmek de önemli olmaktadır. Dolayısıyla yabancı turistlerden veri elde edilen çalışma oranını artırmanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

Verilerin hangi kitleden toplandığının belirtilmediği çalışma oranı (%8,2), örnekleme yönteminin belirtilmediği

çalışma oranı (%27,9) ve örneklem büyüklüğünün belirtilmediği çalışma oranına (%13,1) bakıldığında, tezlerde özellikle yönteme ilişkin bir takım eksikliklerle karşılaşıldığını söylemek mümkündür. Yöntem, problemi çözmek için izlenen yoldur ve bu yolda araştırmacı tarafından kullanılacak teknikler ayrıntılı olarak planlanmalı, başka bir araştırmacının aynı planı anlayıp uygulayabilmesine imkan tanıyacak kadar açık olmalıdır (Karasar, 2008:75). Yapılan araştırmaların güvenilirliği açısından kullanılan yöntem ile ilgili detaylı bilginin okuyuculara verilmesi gerekmektedir. Bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda verilerin hangi kitleden ve nasıl toplandığı, veri toplanan kitlenin evreni temsil edip etmediği, dolayısıyla hangi örnekleme yönteminin kullanıldığı, olması gereken örneklem büyüklüğüne ulaşıp ulaşılmadığı gibi konularda bilimsel araştırmalarda olması gereken açıklık ve doğruluk esas alınmalıdır.

Doktora tezlerinin yazımında yabancı kaynak kullanımı Türkçe kaynak kullanımından fazladır. Ancak tez yazımında yararlanılan kaynakların genel ortalamaları, Türkçe kaynak kullanımının ağırlıklı olduğunu göstermektedir. Spor turizmi gibi gelişmekte olan bir alanda uluslararası gelişmelere hakim olabilmek için yabancı literatürü yakından takip etmenin önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla doktora tezlerinin yazımında olduğu gibi yüksek lisans tezlerinin yazımında da araştırmacıların uluslararası literatürü daha detaylı incelemeleri faydalı olacaktır.

Araştırma sonucunda, spor turizmi ile ilgili yapılan çalışma sayısının son yıllarda kısmen artış gösterdiğini ancak bu alternatif turizm çeşidinin ülkemizde gelişimini desteklemek için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğunu söylemek mümkündür. Bunu yaparken de gerek bilimsel araştırma yöntemlerini daha profesyonelce uygulamak gerekse uluslararası alan yazını daha yakından takip etmek gerektiği göz ardı edilmemelidir.

KAYNAKÇA

- Akgün, S. (2016). Trekking'e var mısınız? *Raillife*. Erişim tarihi: Mayıs 10,2020, <http://www.raillife.com.tr/trekkinge-var-misiniz/>
- Al, U. ve Coştur, R. (2007). "Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili", *Türk Kütüphaneciliği*, 21/2, 142-163.
- Alımanoğlu, Ç. ve Ayazlar, G. (2017). "Türkiye'de Kırsal Turizm Konulu Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme (2003-2016)", *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 1/1, 6-12.
- Ardıç Yetiş, Ş. ve Çokal, Z. (2018). "Kış Turizmi Alanında Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Profili", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5/1, 38-52.
- Arıca, R. (2014). "Seyahat İşletmeciliği Literatürünün Gelişim Süreci: Türkiye'de Hazırlanan Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Olarak İncelenmesi", *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Kuşadası-Aydın 04-05 Nisan 2014.
- Ayaz, N. ve Türkmen, B.M. (2018). "Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2/1, 22-38.
- Aydın, B. (2017). "Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (Yöktez) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi", *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2/1, 23-38.
- Bayın, G. (2015). "Türkiye'de Sağlık Turizmi Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Değerlendirmesi", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17/28, 49-55.
- Bozok, D., Kılıç, S. N. ve Özdemir, S. S., (2017). "Turizm Literatüründe Kırsal Turizmin Bibliyometrik Analizi", *Journal of Human Sciences*, 14/1, 187-202.
- Cevizkaya, G., İlsay, S. ve Avcıkurt, C. (2014). "Turizm Alan Yazınında Engelliler ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili", *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 101-108.
- Çetinkaya, G. (2014). *Doğa Yürüyüşü Parkurlarının Turizm Amaçlı Değerlendirilmesi: Antalya Beydağları Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi.
- Çakıcı, A. C., Yıldırım, O. ve Karacaoğlu, S. (2013). "Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili", *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1429-1447.
- Çalhan, H. ve Çakıcı, A.C. (2019). "Uluslararası İndekslerce Taranan Kış Turizmi Başlıklı Makalelerin Bibliyometrik Analizi", *1. Uluslararası Kış Turizmi Kongresi*, Erzurum 19-21 Aralık 2019.
- Çetin, G. (2008). *Dünyada Golf Turizmi ve Türkiye'de Golf Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012). "Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili", *Türk Kütüphaneciliği*, 26/4, 734-756.
- Deery, M, Jago, L. ve Fredline, L. (2004). "Sport Tourism or Event Tourism: Are They One and The Same? *Journal of Sport & Tourism*, 9/3, 235-245.
- Dener, H. I. (1995). "Turizm Talebi ile İlgili Bazı Ampirik Araştırmalar Hakkında", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 14-21.
- Eslami, S., Farahani, A. ve Asadi, H. (2013). "The Effects of Development of Sport Tourism on the Employment: A Review of Related Research", *International Journal of Sport Studies*, 3/1, 105-110.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). "Türkiye'de 2000-2010 Yılları Arasında Yayımlanan Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi", *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Antalya 12-15 Nisan 2012.
- Genç, A. Ç. (2019). Türkiye spor turizminde nerede? *Turizm Günlüğü Turizm ve Seyahat Gazetesi*, Erişim tarihi: Haziran 28, 2020, <https://www.turizmgunlugu.com/2019/06/28/turkiye-spor-turizminde-nerede/>
- Gibson, H. J. (2013). *Sport Tourism: Concepts and Theories*, Routledge Taylor & Francis Group, London and Newyork.
- Güdü Demirebulat, Ö. ve Tetik Dinç, N. (2017). "Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14/2, 20-30.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- İnce, M., Gül, H. ve Bozyiğit, S. (2017). "Türkiye'de Turizm Pazarlaması Konusunda Yazılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi: 1990-2016", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6/5, 113-130.

- Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kozak, N. (2001). "Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1998 Yılları Arasında Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, Bahar, 26-33.
- Maenning, W. ve Zimbalist, A. S. (2012). *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events*. Edward Elgar Publishing Inc., Massachusetts, USA.
- Mcburney, M. K. ve Novak, P. L. (2002). "What is Bibliometrics and Why Should You Care?", *Proceedings of the Professional Communication Conference*, Portland 17-20 September 2002, 108-114.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları, Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, 2. Baskı*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Özel, Ç. H., ve Kozak, N. (2012). "Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması", *Türk Kütüphaneciliği*, 26/4, 715-733.
- Polat Üzümcü, T. (2019). "A Bibliometric Study on Tourism Education", *Journal of Turkish Tourism Research*, 3/4, 1433-1449.
- Ross, S. D. (2001). "Developing Sport Tourism. An e-Guide for Destination Marketers and Sports Events Planners, National Laboratory for Tourism and eCommerce", *Illinois: Univeristy of İllionis at Urbana-Champaign*: 3, 7.
- Sünnetçioğlu, A, Yalçınkaya, P., Olcay, M., ve Mercan, Ş. O. (2017). "Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/Special issue 2, 345-354.
- Şahin, Ş. ve Acun, A. (2015). "Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Makaleler ve Lisansüstü Tezler)" 16. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, Detay Yayıncılık, 1456-1475.
- Tayfun, A., Küçükergin, F. N., Aysen, E., Eren, A. ve Özekici, Y. K. (2016). "Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz", *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1/1, 50-69.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). (29.04.2020). <https://www.goturkey.com/search-results?q=belek>
- Temizkan, P., Çiçek, D., ve Özdemir, C. (2015). "Sağlık Turizmi Konusunda Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Profili", *International Journal of Human Sciences*, 12/2, 394-415.
- Turan, A. (2014). "Turizm Konulu Yüksek Lisans Tezlerinin Bibliyometrik Özellikleri (1984-2003)", *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Kuşadası-Aydın 04-05 Nisan 2014.
- Üstüner, M. ve Cömert, M. (2008). "Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Anabilim Dalı Lisansüstü Dersleri ve Tezlerine İlişkin Bir İnceleme", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 497-515.
- Yılmaz G. (2017). "Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanı ile İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma", *Turizm ve Araştırma Dergisi (TURAR)*, 6/1, 24-39.
- Zeytonli, A. H., Asadi, H., Farahani, A. ve Soufi, M. R. (2013). "Brand Equity of Iranian Sport Tourism Destinations", *International Journal of Sport Studies*, 3/6, 581- 587.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:28.06.2020 ✓Accepted/Kabul:18.07.2020

DOI:10.30794/pausbed.759447

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kayıkçı, S. (2021). "Türkiye'de İnfluenza Pandemisi Politikası Analizi: Covid-19 Örneği" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 333-345.

TÜRKİYE'DE İNFLUENZA PANDEMİSİ POLİTİKASI ANALİZİ: COVID-19 ÖRNEĞİ

Sabrina KAYIKCI*

Öz

Kamu politikası, hükümetlerin, kamusal bir problemi politika gündemlerine alarak o problem hakkında eylemde bulunma veya hareketsiz kalma durumu olarak tanımlanabilir. Hükümetler görev/yetki alanı itibarıyla çok geniş bir hizmet alanına yönelik politikalar geliştirmektedir. Bu politikalar analiz edildiğinde hükümetlerin başarı/başarısızlıkları yanısıra geleceğe yönelik değerlendirmeler de ortaya çıkacaktır. Bu çalışmada da, Lasswell tarafından ilk kez geliştirilen süreç analizi modeli kullanılarak Türkiye'deki influenza (grip) pandemisi politikası Covid-19 örneği üzerinden analiz edilmiştir. Sözkonusu analizin yapılmasındaki amaç, pandemi politikasının bir süreç olarak ilgili aktörleriyle birlikte tarihsel/yönetimsel açıdan fotoğrafının çekilmesidir. Literatür incelendiğinde, yeni bir çalışma konusu olan Covid-19 pandemisinin genellikle fen bilimciler tarafından çalışıldığı görülmektedir. Bu çalışma ile, konunun politika analizi yapılarak alandaki sözkonusu boşluğun doldurulmasına katkıda bulunmak amaçlanılmaktadır. Yapılan analiz sonrasında gelinen noktada, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) direktifleri gözönüne alınarak hazırlanan Türkiye'deki Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planının başarı ile uygulandığı ve bu uygulama ile olası vaka ve ölüm sayılarının düştüğü söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: *Kamu Politikası Analizi, Pandemi, Covid-19.*

AN ANALYSIS OF TURKEY'S INFLUENZA PANDEMIC POLICY: THE COVID-19 CASE

Abstract

Public policy can be defined as the state of governments to act or to remain actless on a public problem by putting it on their policy agendas. Governments develop policies for a wide range of services by the scope of their authority/jurisdiction areas. When such policies are investigated, relevant evaluations can be made for the future, as well as the achievements/failures of the governments will emerge. In this study, Turkey's influenza (flu) pandemic policy was analyzed through the Covid-19 case by using stages analysis model which was firstly developed by Lasswell. The purpose of the analysis in question was to depict a historical/administrative picture of the pandemic policy process with its relevant actors. The literature has suggested that this new subject, the Covid-19 pandemic, is generally studied by researchers from natural sciences. Ultimately, this study aimed at filling the gap in the field by making a policy analysis of the subject. At this point, the analysis results revealed that Turkey's Pandemic İnfluenza National Preparedness Plan, generated based on the directives of the World Health Organization (WHO), was successfully implemented; thus, it led the fall of the probable cases and the number of deaths.

Keywords: *Public Policy Analysis, Stages Model, Pandemic, Covid-19.*

*Doç.Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, BURDUR.
e-posta: skayicki@mehmetakif.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-1016-1265>)

1. GİRİŞ

Hükümetlerin, kamusal bir problem karşısında gerçekleştirdikleri faaliyetler olarak tanımlanabilecek olan kamu politikası, Türkiye’de özellikle 2000’li yıllardan itibaren öncelikle doktora ders programlarına girmiş, arkasından da çok sayıda akademik çalışmanın konusu haline gelmiştir. Kamu politikası analizine yönelik olarak yapılan bu çalışmalar, hükümetlerin uyguladıkları politikaların gözler önüne serilmesini, başarı veya başarısızlıklarının değerlendirilebilmesini ve politikanın sorumlularının ortaya çıkarılabilmesini kolaylaştırmıştır. Bu çalışmanın amacı da içinde bulunulan dönemde ekonomik, siyasal, yönetsel ve toplumsal hayatı sarsan Covid-19 pandemisini örnek olarak alıp sözkonusu kamu politikası analizini Covid-19 pandemisi üzerinden yapmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için süreç modeli kullanılacak, böylece uygulanan pandemi politikasının her aşaması netleştirilecek, bir bakıma haritalandırılacaktır. Süreç analizi modeli ile politikanın tarihsel ve yönetsel olarak akışı ortaya koyulduktan sonra, politikada ön plana çıkan aktörler incelenecektir. Sözkonusu inceleme, sorumluların daha net bir şekilde görülmesini sağlayacaktır.

Literatürde kamu politikasının ne olduğuna ve analizine ilişkin yerli ve yabancı pekçok kaynak bulunmaktadır. Bunlardan bazıları kamu politikasının tanımlanması ve süreç modeli üzerinde ağırlıklı olarak dururken (Lasswell, 1963; Anderson, 2000; Dye, 2011; Birkland, 2016; Howwlett vd., 2018); bazıları kamu politikasının her aşamasında kullanılan karar verme modellerini (Easton, 1957) açıklamaya öncelik tanımıştır. Hill (2013), diğer değinilen kaynaklardan farklı olarak, kamu politikasının uygulanmasının temelinde güç uygulamanın olduğundan yola çıkarak kamu politikası teorilerine de çalışmasında yer vermiştir. Lowi (1972), kamu politikalarını sınıflandırarak açıklama yolunu tercih etmiştir. Cobb ve Elder (1971), süreç modelinin ilk aşaması olan gündem oluşturmayı tek başına ele alarak incelemişlerdir. Sobacı ve Yıldız (2018) tarafından yapılan derleme kitap çalışmasında da Cobb ve Elder’in yaklaşımına benzer şekilde süreç modelinin aşamalarını teker teker inceleyen makaleler olduğu gibi, çeşitli aktörlerin kamu politikasındaki rolüne ilişkin makaleler ve bir politika alanının analizine yönelik makaleler de yer almaktadır. Kuramsal olarak kamu politikasının ne olduğunu ele alan Türkçe makaleler arasında da Babaoğlu (2018) ve Gül’ün (2015) makaleleri sayılabilir. Kayıkcı’nın (2005) tütün politikası üzerine ele aldığı makale ile Okçu ve Acar’ın (2015) makalesi de kamu politikası analizine örnek olarak değerlendirilebilir.

Covid-19 pandemisinin incelendiği bu çalışmanın ilgili literatüre katkısı ise, yeni bir çalışma alanı olan pandemi konusunun, genellikle fen bilimleri özelinde çalışılmakta olması dolayısıyla pandemi politikasına farklı bir bakış açısıyla yaklaşılacak olmasıdır. Bu katkıyı sağlayabilmek için ilgili literatür taranmış, ilgili web kaynaklarından veri elde edilerek çalışmada yararlanılmıştır.

2. KAMU POLİTİKASI VE SÜREÇ ANALİZİ

Kamu politikası, temel aktör olarak hükümetlerin, kamusal bir problem karşısında gerçekleştirdiği faaliyetler (Anderson, 1994:5) veya söz konusu problem karşısında sergilediği eylemsizlik durumu (Hill, 2013: 19) olarak tanımlanabilir. Politika sözkonusu olduğunda 2 tip gündemden sözedilebilir: özel gündem ve sistemik gündem. Özel gündem, bireysel sorunlardan oluşan gündem olup hükümet tarafından dikkate alınmadığı takdirde kısıtlı bir çevreyi etkileyen gündem olarak varolacaktır (Anderson, 1994: 90). Sistemik gündem ise, hükümetler tarafından ele alınıp çözüm önerileri geliştirilen veya eylemsiz kalınarak tepki gösterilen gündemdir. Bu ayrım çerçevesinde bir politikanın kamu politikası olabilmesi için hükümet kurumları tarafından benimsenmesi gerektiği söylenebilir. Bir sorun, hükümetlerin gündemine gelip onun tarafından ele alınması o politikaya meşruiyet kazandırır (Dye, 2011: 12). Söz konusu meşruiyet kaynağını, hükümetleri elinde bulundurduğu yasal düzenleme yapma ve politikaya uygun hareket etmeyenleri cezalandırabilme yetkisinden almaktadır.

Kamu politikasının temel aktörü hükümetler olmakla birlikte onun yanısıra resmi, gayri resmi ve uluslararası aktörler de özellikle günümüzün çoğulcu bakış açısı çerçevesinde politikanın her aşamasında yer almaktadırlar. Resmi aktörler, kamu politikasının yasal yönetsel altyapısını sağlayıp uygulamaya koyan aktörlerdir. Gayri resmi aktörler, resmen politikadan sorumlu olmayıp politikanın şekillenmesinde etkide bulunan aktörlerdir. Bunlara örnek olarak siyasi partiler, baskı grupları, politikardan etkilenen vatandaşlar, medya, sivil toplum kuruluşları (STK) verilebilir. Kamu politikalarının şekillenmesinde rol oynayan diğer bir kategori olarak uluslararası aktörler, devletlerarası ilişkileri düzenleyen, koordine eden, çerçeve çizen ulusüstü kurumlardır. Bu aktörlere de Dünya Bankası, Avrupa Birliği, Uluslararası Para Fonu ve çalışmamız açısından önemli olan Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) örnek olarak gösterilebilir.

Hükümetler, bu aktörlerin de etkisi/katkısı ile kamuyu ilgilendiren her konuda (eğitim, sağlık, enerji, güvenlik, tarım vb.) kamu politikası geliştirip uygularlar. Bu kadar geniş bir alana nüfuz eden politikalar politikanın siyaseti belirleyebildiğini savunan Lowi (1972: 299-300) tarafından nitelik açısından sınıflandırılmıştır. Ona göre dört ayrı politika türü bulunmaktadır:

- Dağıtıcı politika. Dağıtıcı politika türünde yeni kaynakların dağıtımı söz konusudur.
- Yeniden dağıtıcı politika: Bu politika türü, var olan kaynakların değişen şekilde dağıtımını gerektirir.
- Düzenleyici politika: Düzenleyici politika ile, politika alanını düzenleyen faaliyetler gerçekleştirilir.
- Kurucu politika: Kurucu politika ise, kamusal bir sorunu çözmek üzere gereken kurumları oluşturma veya yeniden örgütlemeyi içerir (Lowi'den aktaran Hill, 2013: 141).

Politikaları hükümetlerin eylemleri üzerinden Lowi'nin yaptığı şekilde sınıflandırmak, uygulanan politikanın yönünü belirlemek açısından yarar sağlamaktadır. Yapılabilecek bir diğer sınıflandırma da kamu politikasını bir süreç olarak değerlendirip bu süreci belirli aşamalara bölmek ve aşamalar ile bu aşamalarda rol oynayan aktörleri analiz etmektir. Bu yaklaşım, süreç modeli veya politika döngüsü olarak adlandırılmaktadır. Kamu politikasını aşamalı bir süreç olarak literatürde ilk kez ortaya koyan, Siyaset Biliminin Geleceği başlıklı 1963 tarihli kitabın yazarı Lasswell'dir. Lasswell, bu kitabında, politika analizinin bilgi toplama, tavsiye, kanunlaştırma, çağrı, uygulama, değerlendirme ve sonlandırma aşamalarından oluştuğunu ifade etmiştir (Lasswell, 1963). Sistem yaklaşımını geliştiren David Easton'ın bakış açısı, Lasswell tarafından alt yapısı oluşturulan süreç modeli açısından önemli bir kaynak olarak değerlendirilebilir. Öyle ki Easton, siyasal faaliyetlerin pek çok sayıda alt süreçten oluştuğunu ve bu siyasal faaliyetleri anlayabilmenin yolunun da sözkonusu süreçleri analiz etmekten geçtiğini ileri sürer (Hill, 2013: 153). Easton, siyasal yaşamı bir sistem olarak kabul etmiş ve bu sistemin çevresinden aldığı girdileri işleyerek çıktıya dönüştürdüğünü ve çıktılardan aldığı geri bildirim ile yeni bir girdi-çıkı döngüsünün oluştuğunu ifade etmiştir (Easton, 1957: 383-384). Böylece Easton, Lasswell'in bakış açısının yanısıra ondan farklı olarak politika döngüsüne ve geri bildirim önemine vurgu yapmıştır.

Lasswell ve Easton'ın betimlemeleri çerçevesinde süreç modeli, çeşitli aşamalardan oluşmaktadır. Bunlardan gündem oluşturma aşaması, problemlerin veya alternatif çözümlerin kamuoyunun ilgisini kazanması veya kaybetmesi ile ilgili bir süreci ifade eder. Birkland (2016: 202,203), gündem düzeylerini kendi içinde sınıflandırmış en dış çeperde gündem evreni, onun içinde sırasıyla sistemik gündem, kurumsal gündem ve karar gündemi yer alır. Gündem evreni, toplumdaki olası bütün fikirleri içerir. Sistemik gündem, hükümet üyeleri tarafından algılanan tüm konulardan; kurumsal gündem ise, hükümet tarafından gözönünde bulundurulan kurumların listesinden oluşur. Karar gündemi, hükümetin bir birimi tarafından faaliyette bulunan konuları ifade eder. Süreç modelinin ikinci aşaması olan politika formülasyonu aşaması, gündem oluşturma aşamasında tanımlanan probleme ilişkin olası politika seçeneklerini belirlemeye yönelik faaliyette bulunan bir süreci ifade eder. Bu aşama, hükümetin uzmanları tarafından geliştirilmekle birlikte çoğu kez hükümet dışı uzmanların da görüşlerine başvurulur. Bu aktörler tarafından, problemin kaynağı belirlenir, seçenekler belirlenir, hedefler saptanır, destek sağlanır ve seçenekler birleştirilir. Politikanın uygulanması aşaması, hükümetin, hedeflenen politika çıktılarını elde edebilmek amacıyla kaynaklarını harekete geçirme sürecidir. Son aşama olan politikanın değerlendirilmesi ise hem devlet aktörleri hem de devlet dışı aktörler tarafından gerçekleştirilebilir. Bu aşamadaki faaliyetlerin hedefi, uygulamada nasıl ilerlendiğini göstermek ve politikanın gelecekte nasıl bir yöne gidebileceğini ortaya koymaktır (Howlett vd., 2018: 50, 53, 100). Aşamaların da ortaya koyduğu üzere süreç modeli, problemi tespitinden itibaren son derece sistemli bir şekilde ilerlemektedir. Bu sistem, herhangi bir politika analizinde kullanıldığı takdirde incelenen alanın net bir şekilde analizi mümkün olacaktır.

Temelleri Lasswell ve Easton tarafından atılan bu model, günümüzde de problemi tanımlama ve gündem oluşturma, politika formülasyonu, uygulama ve değerlendirme aşamaları kullanılarak politika alanlarının analizinin yapılmasında kullanılan önemli bir modeldir. Her ne kadar modelin kısıtlayıcı yanları olduğu yönünde eleştiriler¹ özellikle 1980'li yıllardan itibaren yapılmış olsa da hala model, analiz edilen konuya kuşbakışı bir

¹ Bu eleştirilerden birisi, ele alınan politikanın nedenlerini ele almadığı için süreç modelinin nedensel bir teori olmadığıdır. Bir diğer eleştiri ise, süreç modelindeki aşamaların birbirinden net bir şekilde ayrılamamasıdır. Süreç modelinin, yukarıdan aşağı eğilimli bir model olduğu yönünde eleştiriler yapılmıştır. Bu eleştirilere destek veren Sabatier (2007: 7) süreç modelinin yararlılığını yitirdiğini, dolayısıyla bu modelin "savunuculuk koalisyonu" gibi başka teorik modellerle yer değiştirmesi gerektiğini ileri sürmüştür.

görünüm kazandırmakta; karmaşık bir yapı olan politika sürecini etkileyen unsur ve aktörlerini, politikanın çıktılarını anlamının yolunu açmaktadır. Böylesi bir kolaylaştırıcı yönü olan süreç modeli, Türkiye'deki pandemi politikasını analiz ederken de kullanılacaktır.

3.İNFLUENZA (GRİP) PANDEMİSİ

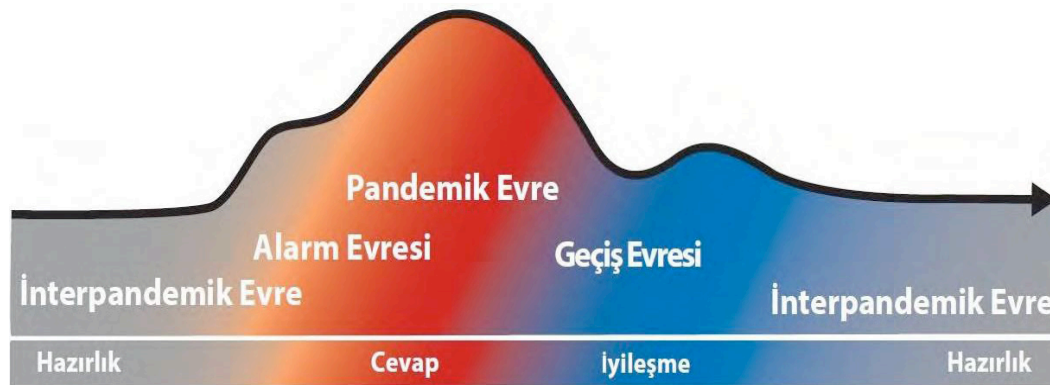
Grip, bazı hayvanları da etkilemekle birlikte, insanlarda yüksek oranlarda hastalığa yakalanma veya yüksek oranda ölümlere sebep olan viral bir solunum yolu hastalığıdır. Bu hastalığın bulaş yolu ile küresel anlamda yayılması durumu ise pandemiyi işaret etmektedir. 20. yüzyıl boyunca dünya, dört büyük grip pandemisi ile karşı karşıya kalmıştır. Tablo 1, bu dört grip pandemisinin temel unsurlarına dikkat çekmektedir-Covid 19'a ilişkin bilgiler tabloya tarafımızdan eklenmiştir.

Tablo 1: Grip Pandemilerinin Temel Unsurları

Pandemi yılı	Kaynak bölgesi	İnfluenza A virüs alt tipi (hayvan genetik girişi)	Dünya çapında atfedilen tahmini mortalite	Etkilenen yaş grupları
1918 İspanyol Gribi	Belirsiz	H1N1 (Bilinmiyor)	20-50 milyon	Genç erişkinler
1957-1958 Asya Gribi	Güney Çin	H2N2 (Kuş)	1-4 milyon	Bütün yaş grupları
1968-1969 Hong Kong Gribi	Güney Çin	H3N2 (Kuş)	1-4 milyon	Bütün yaş grupları
2019-2010 İnfluenza A (H1N1) 2009	Kuzey Amerika	H1N1 (Domuz)	100-400 bin	Çocuklar ve genç erişkinler
2020 Covid-19	Çin Hubei Eyaleti, Wuhan Şehri	Yarasa (kanıtlanmamış)	-	Bütün yaş grupları (ağırlıklı olarak yaşlılar)

(Kaynak: WHO, 2017: 33)

Söz konusu dört pandemiden A (H1N1) pdm09, 2009 yılının Haziran ayında DSÖ tarafından 21. yüzyılın ilk grip salgını olarak ilan edilmiştir. Virüs, Nisan ayından itibaren Meksika ve Amerika'da görülmüş ve birkaç hafta içinde dünya çapında insandan insana bulaş yoluyla yayılmıştır (WHO, 2017: 25). Tablo 1'deki pandemi tecrübeleri, pandemilerin anında ortaya çıkıp yayılmadığını, çeşitli aşamalardan geçtiğini ortaya koymuştur. Şekil 1, pandemi aşamalarını² göstermektedir.



Şekil 1. Pandemi Aşamaları

(Kaynak: WHO, 2017: 12)

² DSÖ Evrelerine Göre Ulusal Alarm Düzeylerinden alarm evresinde, dünyada bir DSÖ bölgesinde salgın vardır ama ülkemizde yoktur. Bu evrenin 4/A döneminde yapılacaklardan bazıları pandemi yönetimine geçiş hazırlıklarının yapılması ve sınır kapılarında gerekli önlemlerin alınmasıdır; 4/B döneminde ülkede salgın yerel düzeyde başlamıştır ve buna yönelik olarak salgın kontrol önlemlerinin alınması ve gerekli talimatların yayımlanması söz konusudur. Pandemik evresinin 5/A döneminde DSÖ'de en az 2 ülkede salgın başlamıştır henüz ülkemizde vaka yoktur bu durumda Ulusal Koordinasyon Kurulu göreve çağrılarak hazırlıklara başlanır. 5/B döneminde artık ülke içinde yaygın bulaş durumu söz konusudur. Bu evrede pandemi planları uygulamaya koyulur (Sağlık Bakanlığı, 2019: 25).

Şekil 1’de görüldüğü üzere pandemi çeşitli aşamalardan oluşan bir süreklilik göstermektedir. Bu aşamalardan ilki, iki grip pandemisi arasındaki süreci ifade eden interpandemik evredir. İkinci evre, yeni bir virüs tipinin neden olduğu bir gribin tespit edildiği evre olan alarm evresidir. Bu evrede, yerel, ulusal ve küresel düzeylerde risk değerlendirmeleri yapılır ve eğer pandemiye dönüşme olasılığı zayıf görülürse çalışmalar interpandemik evresi seviyesine dönebilir. Pandemi aşamasında ise, küresel düzeyde yapılan süveyans çerçevesinde yeni bir grip virüsü tespit edilir ve bu virüsün insandan insana küresel düzeyde yayılımı sözkonusudur. Bu aşamada, risk değerlendirmeleri çerçevesinde ülkeler, faaliyetlerini gerçekleştirirler (WHO, 2017: 12,13). DSÖ tarafından benimsenen bu evreler gözönünde bulundurularak ülkelerin küresel değerlendirmeler ışığında yerel koşullara göre kendi ulusal risk değerlendirmelerini gerçekleştirmeleri ve olası bir pandemi durumunda hazırlıksız yakalanmalarının önüne geçilmesi gerekmektedir.

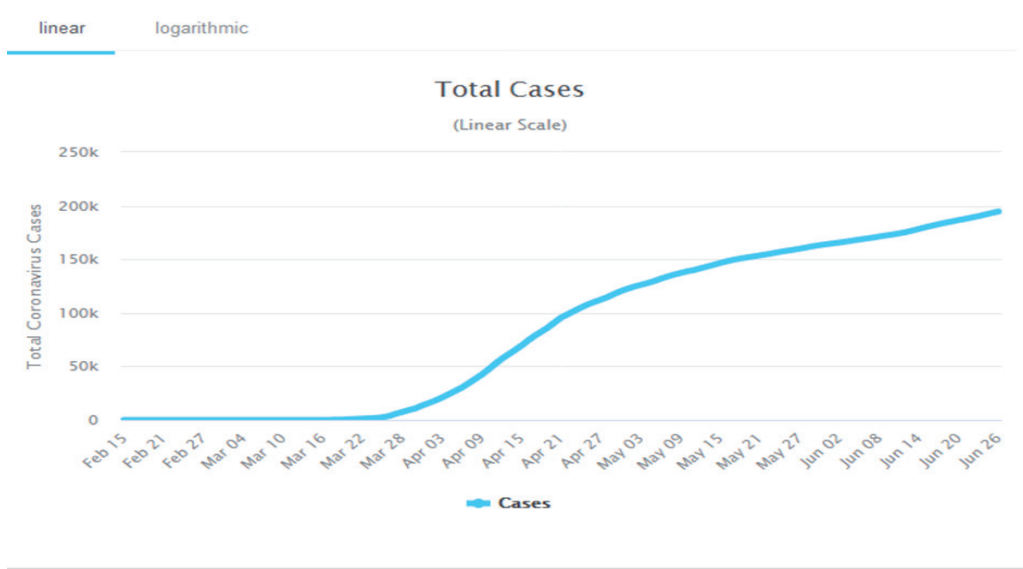
Dönem dönem yaşanan pandemiler dolayısıyla ülkemizde de gerekli çalışmaların 2004 yılından itibaren yapılmaya başlandığı görülmektedir. Nitekim bu hazırlıklar boşa çıkmamış, günümüzde içinde bulunduğumuz Covid-19 pandemisine ışık tutmuştur. Covid-19 pandemisi, önce Çin’de başlamış gelinen noktada ise 9,003,132 Covid-19 vakası tespit edilmiş, virüs 468,602 ölüme yol açmıştır. Tablo 2, 21.06.2020 itibariyle dünya çapında ve çeşitli ülkelerdeki vaka, ölüm ve kurtarılan hasta sayılarını göstermektedir.

Tablo 2: Sayılarla Covid-19 Pandemisi (21.06.2020 itibariyle)

ÜLKE	TOPLAM VAKA SAYISI	TOPLAM ÖLÜM SAYISI	TOPLAM KURTARILAN SAYISI	NÜFUS
DÜNYA	9,003,124	468,602	4,786,151	
AMERİKA	2,346,982	122,140	975,049	<u>330,949,344</u>
BREZİLYA	1,073,376	50,182	543,186	<u>212,516,958</u>
RUSYA	584,680	8,111	339,711	<u>145,932,915</u>
HİNDİSTAN	426,910	13,703	237,252	<u>1,379,604,102</u>
BİRLEŞİK KRALLIK	304,331	42,632	N/A	<u>67,876,328</u>
İSPANYA	293,352	28,323	N/A	<u>46,754,331</u>
PERU	251,338	7,861	138,763	<u>32,957,322</u>
ŞİLİ	242,355	4,479	200,569	<u>19,111,466</u>
İTALYA	238,499	34,634	182,893	<u>60,463,939</u>
İRAN	204,952	9,623	163,591	<u>83,959,572</u>
ALMANYA	191,346	8,962	174,900	<u>83,776,947</u>
TÜRKİYE	187,685	4,950	160,240	<u>84,311,855</u>
PAKİSTAN	176,617	3,501	67,892	<u>220,744,151</u>
FRANSA	160,377	29,640	74,312	<u>65,269,812</u>
ÇİN	83,378	4,634	78,413	1,439,323,776

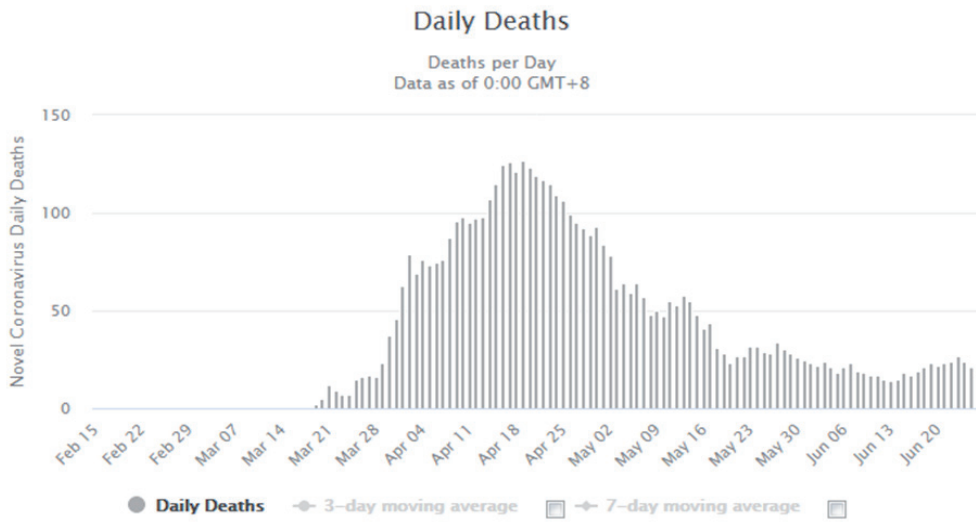
(Kaynak: <https://www.worldometers.info/coronavirus/#countries>, 21.06.2020)

Çin’in Hubei Eyaleti’nin Wuhan şehrinde 1 vaka ile başlayan grip hastalığı tablo 2’nin de ortaya koyduğu gibi milyonlarca vakaya dönüşmüş ve bir salgın haline dönüşmüştür. Pandemi, Türkiye açısından ise 1 vaka ile 11 Mart 2020’de başlamış ve vaka sayıları zamanla artış göstermiştir. Şekil 2 Türkiye’deki toplam vakaları, şekil 3 ise günlük ölümleri göstermektedir.



Şekil 2. Türkiye'deki Toplam Covid-19 Vakası

(Kaynak: <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/turkey/>) (27.06.2020)



Şekil 3. Türkiye'de Günlük Ölümler

(Kaynak: <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/turkey/>) (27.06.2020)

Şekil 1 ve şekil 3'ten elde edilen veriler ışığında 18 Mart'ta 93 yeni vaka ve 1 ölüm (61 yaş üzeri erkek); 2 Nisan'da 2,456 yeni vaka ve 79 yeni ölüm; 19 Nisan'da 3,977 yeni vaka ve **127** yeni ölüm; 26 Nisan'da 2,357 yeni vaka ve 99 yeni ölüm; 11 Mayıs'ta 1114 yeni vaka, 55 yeni ölüm; 30 Mayıs'ta 983 yeni vaka ve 26 yeni ölüm; 26 Haziran'da 1,396 yeni vaka ve 19 yeni ölüm görülmüştür. 26 Nisan, **ölüm sayısının ilk kez 100'ün altına düşmüş olması açısından önemlidir.** Gelinen noktada Türkiye'de toplam vaka sayısı 195,883, ölüm sayısı 5,082 ve toplam iyileşen sayısı 169,182'dir.

4. COVID-19 SÜREÇ ANALİZİ

Süreç analizi, Easton ve Lasswell'in formüle ettiği şekliyle problemin tespiti ve gündem oluşturma, politika formulasyonu ve yasallaştırma, politikanın uygulanması, son aşama olarak da değerlendirmeyi içeren bir döngüyü ifade etmektedir. Covid-19 pandemisi de bu model kullanılarak analiz edildiği takdirde, pandeminin bir anlamda haritasının çıkarılabileceği söylenebilir.

4. 1. Covid-19 Probleminin Tespiti ve Gündem Oluşturma

Süreç analizinin ilk aşaması olan bu aşamada, bir sorun, hükümet veya parlamento gibi bir kamu aktörünün ilgisini çeker ve bu kamu aktörleri belirlenen soruna ilişkin bir çözüm arayışına girme kararı alır (Hill, 2013: 163).

Genel olarak pandemi politikası konusunun bir problem olarak gündeme gelişi, Covid-19 öncesi yaşanan pandemiler sayesinde olmuştur denilebilir. Grip pandemileri, Covid-19 öncesinde de yaşandığı için DSÖ'nün sürekli bu konuya dikkat çektiği ve ülkeleri hazırlıklı olma konusunda uyardığı görülmektedir. DSÖ, pandemi konusunda ulusal hükümetleri, ulusal risk yönetimi açısından doğal lider olarak değerlendirmiş, ulusal hükümetlerin küresel risk değerlendirmelerine dayanarak, kamu ve özel kurum ve kuruluşlara rehberlik etmesini, varsayımları planlamasını ve tüm düzeylerde ve sektörlerde yasa ve yönetmeliklerde uygun değişiklikleri yaparak pandemiye yönelik gereken eylemlere karar vermesini önermiştir (WHO, 2019: 12). DSÖ tarafından tavsiye edilen bu hazır bulunuşluluk, Türkiye tarafından da 2004 yılından itibaren gösterilmiştir.

Türkiye'de, Sağlık Bakanlığı koordinasyonunda ilgili bakanlık temsilcileri ve alanında uzman akademisyenlerin de katıldığı ve 2004 yılında başlatılan pandemi hazırlık çalışmaları Pandemi Hazırlık Planı olarak 2006 yılında Başbakanlık Genelgesi ile yayımlanmıştır. Pandemi Hazırlık Planı temel alınarak İl Pandemi Planları da hazırlanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2019:5). 2009 yılında yeniden bir grip pandemisinin (influenza A(H1N1)) gün yüzüne çıkması, sözkonusu çalışmaların güncellenmesi gerekliliğini gündeme getirmiş ve 2019/5 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi³ ile gelecekte yaşanabilecek bir pandemi olasılığına karşı, Sağlık Bakanlığı'nın koordine edeceği bir Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı'nın hazırlanması ilgili kurumlara bildirilmiştir. Uygulama aşamasında ele alınacağı üzere Sağlık Bakanlığı koordinasyonunda Ulusal Pandemi Planı güncelleme çalışmaları yapılarak 2019 yılında ilan edilmiştir.

4.2. Politika Formülasyonu ve Yasallaştırma

Bir kamusal sorun tespit edilip hükümet tarafından gündeme alındıktan sonraki aşamada artık bu soruna ilişkin politika hedef ve çözüme yönelik araçların saptanması gerekmektedir. Bu aşamada belli başlı yapılacaklar şunlardır:

- "Politika hedeflerinin daha kesin tanımlamaları,
- Politikayı etkili hale getirmek için kullanılacak araçları içeren operasyonel unsurlar,
- Politikayı uygulamakla görevli olacak olan otoritelerin belirlenmesini içeren siyasal-yönetimsel düzenlemeler; bu yetkililerin ihtiyaç duyacakları para ve diğer kaynaklar,
- Politikanın uygulanmasında kullanılan kurallar olarak ifade edilen prosedürel unsurlar" (Knoepfel ve Weidner'den aktaran Hill, 2013: 183).

Covid-19 pandemisine yönelik politika hedeflerinin net bir şekilde saptanarak bu hedeflere ulaşmayı sağlayacak araç ve maddi kaynakların belirlenmesi ve gerekli idari düzenlemelere ilişkin konular bir önceki aşamada problemin tespitinin ardından politika formülasyonu aşamasında Sağlık Bakanlığı koordinasyonunda ele alınmıştır. Cumhurbaşkanlığı Genelgesi gereğince Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı, Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürü başkanlığında bakanlık ve il müdürlükleri temsilcilerinin, alanında uzman akademisyenlerin, ilgili bakanlık temsilcilerinin katılımı ile güncellenmiş ve 2019 yılında yayımlanmıştır.

³ Genelgeye göre, pandemi ihtimaline karşı kamu kurum ve kuruluşlarınca alınması gereken tedbirler şunlardır: "Sağlık Bakanlığı koordinasyonunda hazırlanan ve bakanlıklar ile diğer kamu kurum ve kuruluşlarının pandemiye yönelik görev ve sorumluluklarının belirtildiği "Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı" www.grip.gov.tr adresinde yayımlanacak, konu ile ilgili ayrıntılı bilgilendirme ve güncel duyurular bu adresten düzenli olarak yapılacaktır. "Pandemik İnfluenza İl Hazırlık ve Faaliyet Planı" hazırlanacaktır." Bkz. **Küresel Grip Salgını (Pandemi) Hakkında 2019/5 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi**, R.G.: 13.04.2019, 30744.

Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planında, dünyada veya ülkemizde, influenza virüsüne bağlı bir enfeksiyon tespit edildiğinde alınacak önlemler virüsten korunmaya ve kontrole yönelik⁴ olarak tek tek sayılmıştır. DSÖ Evrelerine Göre Ulusal Alarm Düzeyleri dikkate alındığında Türkiye'nin alarm evresinden (4A)⁵ itibaren çalışmalarını yaptığı görülmektedir. Plan çerçevesinde olası bir pandemi durumunda hangi birimin koordinatör (Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü) olacağından başlayarak tüm sorumlular ve görevlerine ilişkin ayrıntılı planlamalar yapılmıştır. Buna göre, DSÖ'nün pandemi alarm evresini ilan ettikten sonra uygulanmak üzere Ulusal Koordinasyon Kurulu ve Bakanlık Operasyon Merkezi personelinin göreve çağırılmasından, Ulusal Pandemi Danışma Kurulundan destek alınmasına, halkı bilgilendirmeye yönelik olarak bilgi akışının nasıl ve hangi birimler aracılığı ile (Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi ve Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi) sağlanacağına (Sağlık Bakanlığı, 2019: 41, 42) ilişkin ve bu birimlerin kullanacağı afiş ve kamu spotlarına kadar ayrıntılı düzenlemeler yapıldığı görülmektedir.

4.3. Politikanın Uygulanması

Politikanın uygulanması aşaması, bir önceki aşamada saptanan hedefler ve bu hedefleri gerçekleştirmeye yönelik araçlar çerçevesinde kamu/özel birey veya gruplar tarafından politikanın gereklerinin yerine getirilmesini içerir. Bir önceki aşamada Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı hazırlandığı için Covid-19 ortaya çıktıktan sonra bu pandemiye ilişkin çalışmaların yürütülmesi bu plan çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Uygulama aşaması Türkiye özelinde 10.01.2020 tarihinde Bilim Kurulunun Covid-19 gündemiyle toplanması ile başlamıştır. Tablo 3, Covid-19 pandemi politikası uygulama aşamasını daha net bir şekilde görebilmek için dünyadaki ve Türkiye'deki seçilmiş tarih ve olayları göstermektedir.

Tablo 3: Pandemi Politikası Uygulama Aşaması Dünya ve Türkiye'de Seçilmiş Tarih ve Olaylar⁶

TARİH	OLAY DÜNYA	TARİH	OLAY TÜRKİYE
31 Aralık 2019	DSÖ Çin Ülke Ofisi, Çin'in Hubei Eyaleti, Wuhan Şehrinde saptanan pnömoni bilinmeyen etioloji vakaları hakkında bilgilendirildi		
1 Ocak 2020	Wuhan şehrindeki Huanan Deniz Ürünleri Toptan Satış Pazarı, çevre sağlığı ve dezenfeksiyon amacıyla kapatıldı.		
02.01.2020	DSÖ'nün üç düzeyinde (ülke, bölge ofisi ve merkez karargah) acil yönetim sistemi aktive edildi		
07.01.2020	Çinli yetkililer izole edilen yeni bir tür olarak koronavirüsü belirlediler		
12.01.2020	Çin, ülkelerin belirli teşhis kitlerini geliştirmede kullanmaları için yeni koronavirüsün genetik dizisini paylaştı	10.01.2020	Bilim kurulunun kurulması

4 Sözcükonu önlemler Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planında ayrıntılı bir şekilde yer bulmuştur: "Aşının henüz ülkemizde bulunmadığı dönemde, enfeksiyondan korunma ve kontrol önlemlerini uygulayarak; enfeksiyonun toplumda yayılmasını azaltmak ve böylece pandeminin erken dönemlerinde enfekte olacak kişi sayısını ve pandemi nedeniyle ortaya çıkacak vakaları azaltmak mümkündür. Toplumun (influenzanın bulaşma yolları, belirtileri, aşısı, korunma yolları ve tedavisi konularında) bilgilendirilmesi, seyahatlerle ilgili öneriler ve önlemler, pandemik bölgelerden gelen insanların taranması, eğitim ve öğretime ara verilmesi ve insanların toplu halde buldukları yerlerin (özellikle alışveriş merkezleri, metro, havaalanları ve uçaklar, toplu taşıma araçları gibi yoğun popülasyon içeren ve/veya kapalı havalandırması olan yerler) kısıtlanması, virüsle temas eden kişilerin izole edilmesi, influenza veya influenza şüpheli hastaların diğer hastalardan ayrıştırılmış izole ortamlarda muayene ve tedavisi, hastalara hizmet veren sağlık çalışanlarının eldiven, maske, gözlük, dezenfektan vb. araçlarla enfekte olmalarının ve enfekte etmelerinin önlenmesi, enfeksiyonun bulaşmasını azaltmak bakımından önem taşıyan stratejiler olabilir. Pandeminin epidemiyolojik özellikleri dikkate alınarak bu girişimler uygulamaya konulmalıdır" (Sağlık Bakanlığı, 2019:3, 4).

5 Türkiye'nin alarm evresinden itibaren almayı öngördüğü önlemlerden bazıları şunlardır: 4/A evresinde ulusal düzeyde süreyans çalışmaları yapılması ve koruyucu önlemlerin alınmaya başlanması; 4/B düzeyinde vakalar bölgesel olarak görüldüğü andan itibaren pandemi planına uygun harekete geçilmesi; 5. evrede de 4. evrenin tekrarı. Antiviral ilaç temini, ek iş yükü planlarının devreye sokulması gibi çok ayrıntılı önlemlere planda yer verildiği görülmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2019: 32-35).

6 Tablo 3, dünyadaki gelişmeler, belirtilen kaynaktan yararlanılarak; Türkiye'deki gelişmeler çeşitli kaynaklardan yararlanılarak tarafımızdan hazırlanmış olup, çalışmanın konusu Türkiye ile sınırlı olduğundan Türkiye'deki ilk vakadan itibaren tabloda Dünyadaki gelişmelere yer verilmemiştir.

13 Ocak 2020	Tayland Halk Sağlığı Bakanlığı, Çin'in Hubei Eyaleti, Wuhan'dan laboratuvar onaylı yeni koronavirüs (2019-nCoV) ithal edilen ilk vakayı bildirdi.	14.01.2020	Covid-19 hastalığı rehberinin hazırlanması
15 Ocak 2020	Japonya Sağlık Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (MHLW), Çin'in Hubei Eyaleti, Wuhan'dan laboratuvar onaylı 2019 yeni koronavirüs (2019-nCoV) ithal bir vaka bildirdi.		
20 Ocak 2020	Kore Cumhuriyeti ilk yeni koronavirüs vakasını bildirdi.	22.01.2020	Wuhan-İstanbul uçuşları durduruldu
30.01.2020	DSÖ'nün acil durum ilanı		
		04.02.2020	Hastalık görülen ülkelerden gelenlerin havalimanında termal kamera ile test edilmeye başlandı
		05.02.2020	Çin'den gelen tüm uçuşlar durduruldu
		23.02.2020	Türkiye-İran kara hudut kapıları kapatıldı
		11.03.2020	Türkiye'de ilk vakanın tespiti
		12.03.2020	Okulların tatil edildi
		13.03.2020	Kamuya açık toplu etkinlikler kısıtlandı
		19.03.2020	Futbol, basketbol, hentbol, voleybol ligleri ertelendi
		21.03.2020	Vefa sosyal destek grupları oluşturuldu
		22.03.2020	Kamuda esnek çalışmaya geçildi
		04.04.2020	20 yaş altı çocuklara ve 60 yaş üstü vatandaşlara sokağa çıkma yasağı getirildi, 30 büyükşehir ve Zonguldak için şehre giriş çıkış yasağı
		10.04.2020	Hafta sonu sokağa çıkma yasağı getirildi
		04.05.2020	Normalleşme takvimi açıklandı
		06.05.2020	Sağlık Bakanı tarafından virüsle mücadelede ilk dönemin tamamlandığı ve 2. aşamaya geçildiği açıklandı. 2. Aşama, kontrollü sosyal hayat sloganiyle ifade edildi.

(Kaynak, WHO, 2020: 1)

Tablo 3'de de görüldüğü üzere, 31 Aralık'ta sadece Çin'de tespit edilen bir vaka olarak başlayan Covid-19 pandemisine giden süreçte DSÖ'nün konu hakkında bilgilendirilmesinin ardından, virüsün kaynağı olarak düşünüldüğü için Wuhan şehrindeki Deniz Ürünleri Toptan Satış Pazarı, çevre sağlığı ve dezenfeksiyon amacıyla kapatılmıştır. 13,15 ve 20 Ocak'ta Çin'den gelen kişiler aracılığıyla Tayland, Japonya ve Kore'de yayılan virüs tüm dünyanın dikkatini çekmeyi başarmıştır. Virüsün DSÖ'ye bildirimini üzerinden 1 ay geçtikten sonra 31.01.2020 tarihinde DSÖ pandemi ilan etmiştir. Türkiye ise, gelişmeleri yakından takip etmiş ve Pandemi İnfluenza Ulusal

Hazırlık Planı gereğince Ocak ayının 10'unda Bilim Kurulunu Covid-19 gündemi ile toplamış ve bu konudaki bilimsel çalışmaları Sağlık Bakanlığı koordinatörlüğünde başlatmıştır. Bu çerçevede, Covid-19 hastalığı rehberi hazırlanmış, önce Wuhan'dan daha sonra Çin'den gelen uçuşlar durdurulmuş, hastalık görülen ülkelere gelen yolcular havalimanında termal kamera ile test edilmeye başlanmış, umreden dönenler ve yurtdışında yaşayan diğer Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları karantinaya alınmış, Türkiye-İran kara hudut kapıları kapatılmış fakat virüsün ülkeye girişi ancak 3 ay durdurulabilmiş ve ülkemizdeki ilk vaka 11 Mart 2020'de Sağlık Bakanlığı tarafından açıklanmıştır. Bu aşamaya kadar çalışmaların plan çerçevesinde başarılı yürütüldüğü söylenebilir çünkü plandaki temel hedeflerden biri de salgını mümkün olduğunca öteleyebilmek olarak ifade edilmiştir. Salgını ötelemek, bir yandan gerekli tedavinin geliştirilmesi için zaman kazandıracak diğer yandan da sağlık alt yapısının yoğunluk yaşamasını önleyecektir ki Türkiye özelinde bu durum gerçekleştirilebilmiş gözükmektedir. İlk vaka tespitinden itibaren planda öngörülen koruma ve tedaviye yönelik önlemler aşama aşama uygulamaya koyulmuştur. Bunlardan bazıları temaslı kişilerden bulaşı önlemeye yönelik önlemler, sosyal mesafeyi sağlamaya yönelik önlemler, hasta izolasyonuna yönelik önlemler, dezenfeksiyon önlemleri, hastalık görülen bölgelerle temasın engellenmesine yönelik önlemlerdir. Bu önlemlerin somutlaştırılmış hali, okulların tatil edilmesi, toplu etkinliklerin kısıtlanması, kamuda ve özel sektörde esnek çalışmaya geçilmesi, buna yönelik teşviklerin açıklanarak maddi desteklerin sağlanması, kısmi sokağa çıkma kısıtlamalarının ve karantinaların ilan edilmesi, sağlık çalışanlarına ek ödemelerin sağlanması, sağlık çalışanlarının ailelerine bulaşı engellemek amacıyla onlara kalacak yer temini, salgınla mücadele eden diğer ülke bilim adamları ile iletişim kurularak oralardan gelen bilgi ve verilerin değerlendirilmesi ve uygun tedavinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların desteklenmesidir.

Covid-19 Pandemi politikası uygulama aşamasında sağlık çalışanlarını teşvik etmek amacıyla Sağlık Bakanının önerisi ile 19 Mart 2020 tarihinde Türkiye çapında sağlık çalışanlarının alkışlanması faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte sosyal medya aktif bir şekilde kullanılmış, vatandaşlar tarafından çeşitli etkinlik videoları paylaşarak pandemi psikolojisinin ortaya çıkardığı olumsuz duygular ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır.

4.4. Politikanın Değerlendirilmesi

Bu aşama, süreç analizinin son aşaması olup problemin çözümüne yönelik olarak nerede bulunduğu başarı/başarısızlıkların ve bu durumlara yönelik neden/sonuç ilişkilerinin belirlenmesini gerektirir. Covid-19 pandemisi özelinde bu aşama ele alındığında politikanın başlangıcına yönelik bir takım tespitler yapılabilirse de henüz pandemi süreci sona erip interpandemi sürecine girilmediği için nihai bir değerlendirme yapmak çok sağlıklı olmayacaktır. Bu nedenle, politikanın başlangıcına yönelik olarak olası pandemiye ilişkin ön hazırlıkların 2004 yılından itibaren yapılmış ve bir ulusal pandemi planı hazırlanmış olması, Türkiye açısından olumlu ve olası kötü sonuçları (hazırlıksız yakalanma sonucu panik ve ölüm vakalarında artış gibi) azaltıcı bir durum olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, Çin'de görülen ilk vakadan 90 gün gibi bir süre ülkemizde vaka tespit edilmemiş olması da salgının ötelenmesi açısından başarılı bir dönem geçirildiğinin göstergesidir.

5. COVID-19 PANDEMİ POLİTİKASI AKTÖRLERİ

Kamu politikası analizlerinde en önemli konulardan biri de ele alınan politika alanında rol alan aktörlerin tespit edilmesidir. Bu durum bir yandan konuyu aydınlatıcı rol oynarken diğer yandan politikanın sorumlularının daha net bir şekilde görülmesine de yol açacaktır. Covid-19 pandemisi özelinde pekçok aktörün bu başlık altında ele alınabileceğini kayıt altına alarak burada resmi ve gayri resmi aktörlerin belli başlılarına değinilecektir.

Her kamu politikasında olduğu gibi, Covid-19 pandemi politikasının da baş aktörü, ulusal düzeyde, hükümettir. Bu bağlamda Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı ile Sağlık Bakanlığı, olası bir grip pandemisinde koordinasyonla görevlendirilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2019: 4). Gerek olası pandemiye ilişkin hazırlık planlarının yapılması gerekse pandemi durumunda hizmet sunumu, koordinasyon ve iletişimden sorumlu kılınması nedeniyle hükümeti temsilen Sağlık Bakanlığı temel sorumlu aktör olarak değerlendirilebilir.

Pandeminin alarm evresinde en çok gündeme gelen diğer aktör konuyla ilgili bilim adamlarından oluşan Ulusal Pandemi Danışma Kuruludur. Bu kurulun görev alanı şöyledir:

- Pandemiye yönelik bilimsel danışmanlık (vaka yönetim algoritmasının oluşturulması, güncellenmesi; pandemi ile ilgili araştırmaların planlanması; elde edilen verilerin analiz edilerek teknik destek verilmesi vb.) yapar,

- Medya ve iletişim konusunda destek sağlar,

- Danışma kurulu üyelerinden seçilen sözcüler tarafından risk iletişimi birimi ile ortaklaşa halka yönelik bilgilendirme yapılmasını sağlar(Sağlık Bakanlığı, 2019: 55).

Resmi aktörlerden diğerleri İçişleri Bakanlığı, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ve Tarım Bakanlığıdır. İçişleri Bakanlığı, pandemi döneminde güvenlik kısıtlamaları ve karantina uygulamaları çerçevesinde rol alırken; Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, pandemi döneminde maddi ihtiyaç sahiplerine ulaşılması ve risk grubu olan yaşlıların huzurevlerine yönelik olarak ön plana çıkmıştır. Ticaret Bakanlığı, pandemi döneminde oluşabilecek fahiş fiyat artışlarına yönelik aldığı önlem ve çalışmalarla; Tarım Bakanlığı ise sözkonusu dönemde gıda arzı güvenliğini sağlama açısından önemli birer aktör halini almıştır. Pandemi sırasında bakanlıklar arasında koordinasyonu sağlamak üzere kurulan Ulusal Koordinasyon Kurulunda yer alan kurum ve kuruluş temsilcileri de politikanın aktörleri olarak yer almaktadır. Bu üyeler, Sağlık Bakanı/ Bakan Yardımcısı, Bakanlık Operasyon Merkezi Başkanı (Halk Sağlığı Genel Müdürü), Kamu Hastaneleri Genel Müdürü, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürü, Acil Sağlık Hizmetleri Genel Müdürü, Türkiye Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürü, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu (TİTCK) Başkanı, Sağlık Bilgi Sistemleri Genel Müdürü, Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürü, Basın ve Halkla İlişkiler Müşaviri, Yönetim Hizmetleri Genel Müdürü, Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürü, Strateji Geliştirme Başkanı, Sağlık Yatırımları Genel Müdürü, Hukuk Hizmetleri Genel Müdürü Adalet Bakanlığı Temsilcisi, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Temsilcisi, Gençlik ve Spor Bakanlığı Temsilcisi, Hazine ve Maliye Bakanlığı Temsilcisi, İçişleri Bakanlığı Temsilcisi, Millî Eğitim Bakanlığı Temsilcisi, Millî Savunma Bakanlığı Temsilcisi, Tarım ve Orman Bakanlığı Temsilcisi, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Temsilcisi, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı Temsilcisi, Diyanet İşleri Başkanlığı Temsilcisi, Türk Kızılayı Temsilcisi, Yükseköğretim Kurumu Temsilcisi, Ulusal Pandemi Danışma Kurulu Temsilcisi, gerekli durumlarda; ilgili bakanlıkların temsilcileri, gönüllü kuruluşlar ve meslek örgütlerinin temsilcileri ve uluslararası kuruluşların temsilcileridir (Sağlık Bakanlığı, 2019: 43). Millî Eğitim Bakanlığı, Öğrenci Seçme ve Değerlendirme Merkezi (ÖSYM) ve Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı (YÖK) pandemi politikasının uygulanmasının eğitim ayağının aktörleri olarak çok fazla gündeme gelmiştir. Bu süreçte yapılan liselere geçiş sınavı ve yüksek öğretime giriş sınavı, hem karar alıcı hem de alınan kararların uygulayıcıları olarak bu aktörleri ön plana çıkarmaktadır. İletişim alanında yer alan en önemli resmi aktör Cumhurbaşkanlığı İletişim Ofisidir. Bu birim aracılığı ile halk, Covid-19 hakkında güvenilir ve güncel bilgiye ulaşma imkanı bulmuştur.

Gayri resmi aktörlerden en önemlisi bu politikanın etkilenen aktörü olan vatandaşlardır. Vatandaşlar, hem hastalığa yakalandıkları zaman sağlık hizmetinin yararlanıcısı olması açısından hem de hasta olmasa da muhtemel hasta adayı olması dolayısıyla uygulanan kısıtlamaların muhatabı olması nedeniyle pandemi politikasının yönünü dahi değiştirebilecek – belirlenen kurallara uyum sağlanmaması durumunda yeni kısıtlamaların getirilmesine veya yeni bir dalgaya yol açabileceğinden- bir aktördür.

Kızılay, Türk Tabipler Birliği (TTB), Halk Sağlığı Uzmanları Derneği gibi sivil toplum kuruluşları pandemi döneminde ön plana çıkan gayri resmi aktörlerdendir. Kızılay, Covid-19 tedavisinde kullanılmak üzere plazma bağışına yönelik yaptığı çalışmalarla, Covid-19'a yönelik bilgilendirme projeleriyle pandemi aktörü haline gelmektedir. Türk Tabipler Birliği de Covid-19'a yönelik pekçok çalışma yapmış, Covid-19 çalışma grubu oluşturmuş , kamuoyuna ve sağlık çalışanlarına yönelik bilgilendirmeler yapmış (TTB, 2020: 133) ve bunları gerek medya gerekse kendi internet sitesi aracılığı ile duyurmuş, pandemi sürecinde desteği alınması gereken bir kuruluş olduğunun altını çizmiştir. Halk Sağlığı Uzmanları Derneği de yine Covid-19 hakkında eğitim, bilgilendirmeye yönelik çalışmaları nedeniyle önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya, pandemi sürecinin en önemli aktörlerinden bir diğeridir. Medya bir yandan bilgilendirme yaparak, resmi aktörlerin pandemi politikasını uygulaması sırasında halkta oluşabilecek bilgisizlik kaynaklı paniğin önüne geçmekte, bir yandan da yine bilgilendirme yoluyla hastalıktan korunma yollarını aktarmaktadır. Medya, Sağlık

Bakanlığı tarafından belirlenen hayat eve sığar, evde kal, kontrollü sosyal hayat gibi sloganların ve hazırlanan kamusal spot yayın ve afişlerin yayılmasında ve böylece konunun altının çizilmesinde rol oynamıştır.

Pandemi politikasının doğası gereği, uluslararası aktörleri de bulunmaktadır. Bunların bir kısmı, bu salgından etkilenen diğer ülkeler iken uluslararası aktörlerin diğer ayağını da DSÖ oluşturmaktadır. Diğer ülkeler virüsün kaynak ve olası yayıcıları olmaları sebebiyle birer aktör olarak Türkiye tarafından izlenmiş ve ülkemizle bu ülkelerin ilişkileri olabildiğince kontrol altına alınmaya çalışılmıştır. DSÖ ise, gerek pandemi ilanını yapabilecek ve pandeminin uluslararası düzeyde koordinasyonunu sağlayabilecek tek sağlık kuruluşu olması sebebiyle gerek pandemi öncesi aşamada gerekse pandemi aşamasında en önemli uluslararası aktör olarak değerlendirilebilir.

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye’de influenza pandemisi politikasının Covid-19 örneğinde süreç analizi yöntemi kullanılarak incelendiği bu çalışma ile pandemi süreci içinde yaşanan fakat ayrıntıları gözden kaçan sözkonusu politikanın aşamalar itibarıyla resmi çekilmiştir. Yapılan çalışma ile varılan sonuçlar şöyle sıralanabilir:

- DSÖ tarafından önerilen hazırlanmışlık, Türkiye’de karşılık bulmuş ve bu tavrı sayesinde Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planını 2019 yılında güncelleyerek Covid-19’a hazırlıksız yakalanılmamıştır.

- Gerek uluslararası düzeyde (pandemi evreleri/yapılması gerekenler) gerekse ulusal düzeyde yapılan planlama çalışmaları panik ve olası daha fazla ölüm artışlarının önüne geçilmesini sağlamıştır.

- Hükümet tarafından, pandemi politikası uygulama süreci içinde - Lowi’nin sınıflandırması gözönünde bulundurulduğunda – dağıtıcı, yeniden dağıtıcı, düzenleyici ve kurucu politika araçlarının kullanıldığı söylenebilir. Pandemi sürecinde işsiz kalanlara devlet tarafından kredi verilmesi dağıtıcı politika uygulamasına örnek verilebilir. Banka kredilerinin faiz oranlarının düşürülerek vatandaşlar tarafından hem ihtiyaçların karşılanması hem de piyasanın canlanmasının sağlanması yeniden dağıtıcı politika örneğidir. Hükümet tarafından, maske/tıbbi cihaz satışlarının denetim altına alınması düzenleyici politikaya örnek olarak gösterilebilir. Kurucu politikanın örnekleri ise, olası vaka artışlarına önlem olarak yeni hastanelerin inşa edilmesi veya yurtdışından gelen vatandaşların karantina sürecini geçirmeleri için yükseköğrenim yurtlarının kullanılmasıdır.

- Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planında olası pandemi durumunda kimin hangi görevle sorumlu olacağı belirlendiğinden bu çalışmada da incelenen aktörlerin görevlerini bilinçli bir şekilde yerine getirdikleri söylenebilir. Örneğin, Bilim Kurulu tam da planda belirtildiği şekilde faaliyet göstermiştir.

- Henüz pandemi sona ermediği için kontrollü sosyal hayat olarak ifade edilen ikinci aşamaya kadarki süreç değerlendirildiğinde vaka artışlarındaki ölüm sayılarındaki düşüş, ilk dönemin başarı göstergeleri olarak görülebilecektir.

KAYNAKÇA

- Acar, O. ve Okçu, M. (2015). "Gov.Tr"den Com.Tr"ye Bir Kamu Politikası Analizi Örneği: 2000 Yılı Sonrası Değişen Posta Hizmet Politikaları", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/4, s. 25-41.
- Anderson, J.E. (1994). *Public Policymaking*, Houghton Mifflin Company, USA.
- Babaoğlu, C. (2018). "Kamu Politikası Analizine Yönelik Kavramsal ve Kuramsal Bir Çerçeve" *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15/30.
- Birkland, T. (2016). *An Introduction to the Policy Process: Theories, Concepts, and Models of Public Policy Making*, Routledge, New York.
- Cobb, R. W. and Elder C. D. (1971). "The Politics of Agenda-Building: An Alternative Perspective for Modern Democratic Theory", *The Journal of Politics*, 33, 892-915.
- Dye, T. R. (2011). *Understanding Public Policy*, Pearson Publication.
- Easton, D. (1957). "An Approach to Analysis of Political Systems", *World Politics*, 9/3, 383-400.
- Gül, H. (2015). "Kamu Politikası Analizi, Yöntemleri Ve Teknikleri", *Yasama Dergisi*, 5-31.
- Hill, M. (2013). *The Public Policy Process*, 6. Edition, Routledge Pub., USA.
- Howlett, M, Wu, X., Ramesh, M ve Fritzen S. A. (2018). *The Public Policy Primer*, Routledge, New York.
- <https://www.who.int/westernpacific/emergencies/covid-19>. (20.05.2020)
- <https://www.worldometers.info/coronavirus/#countries>. (21.06.2020)
- <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/turkey/> (27.06.2020)
- Kayıkcı, S. (2005). "Bir Kamu Politikası Süreci Analizi: 1980 Sonrası Türkiye'de Tütün Politikası", *Mülkiye Dergisi*, 29, 43-70.
- Küresel Grip Salgını (Pandemi) Hakkında 2019/5 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi, R.G.: 13.04.2019, 30744.
- Lowi, T. (1972). "Four Systems of Policy, Politics, and Choice", *Public Administration Review*, 32/4, 298-310.
- Sabatier, P. A. (2007). "The Need for Better Theories", *Theories of the Policy Process*, (Ed. P. A. Sabatier), Westview Press.
- Sağlık Bakanlığı (2019), Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı- Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü Yayını,2019, Ankara.
- Sobacı, M. ve Yıldız, M. (2018). *Kamu Politikası*, Adres Yay., Ankara.
- TÜRK TABİPLERİ BİRLİĞİ (2020), COVID-19 Danışma ve İzleme Kurulu COVID-19 Pandemisi İki Aylık Değerlendirme Raporu, <https://www.ttb.org.tr/kutuphane/covid19-rapor.pdf>. (22.06.2020)
- WHO (2017), Pandemic Influenza Risk Management WHO Guidance, <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259893/WHO-WHE-IHM-GIP-2017.1-eng.pdf;jsessionid=73D7C969453324EB17468B1D293A95A1?sequence=1>. (20.05.2020)
- WHO (2019), 2019 Novel Coronavirus (2019 nCoV):Strategic Preparedness And Response Plan, <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/srp-04022020.pdf>. (20.05.2020)
- WHO (2020), Novel Coronavirus(2019-nCoV)SITUATION REPORT-121, <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf>. (20.05.2020)

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:10.05.2020 ✓Accepted/Kabul:21.07.2020

DOI: 10.30794/pausbed.735318

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kuzu Yıldırım, S. ve Erdem Demirtaş, Y. (2021). "Türkiye’de Kara Yolu Yolcu Taşımacılığı Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerinin Araştırılması"
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 43, Denizli, ss. 347-358.

TÜRKİYE’DE KARA YOLU YOLCU TAŞIMACILIĞI HİZMETLERİNDEN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN ARAŞTIRILMASI

Sultan KUZU YILDIRIM*, Yonca ERDEM DEMİRTAŞ**

Öz

Hizmet sektörünün önemli bir payı ulaştırma ve depolama faaliyetlerinden oluşmaktadır. Bu nedenle, ulaştırma sektörüne yapılacak yatırımlar ve kazanılacak bireysel memnuniyetlerin uzun vadede önemi açıktır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, genellikle belirli bir bölge veya şehre ait tek tip ulaşım aracına yönelik olduğu görülmüştür. Bu çalışmada, Türkiye’de bireylerin ulaştırma hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2018 yılında yayımladığı Yaşam Memnuniyeti Araştırması’nın verileri kullanılarak incelenmiştir. Örneklem büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda sonuçların temsil gücünün oldukça yüksek olduğu düşünülmektedir. Çalışmada kullanılan Log-lineer modeller ikiden fazla değişkenin birbirleriyle etkileşimini de analize dahil ettiğinden, değişkenler arasındaki ilişkiyi daha detaylı belirlemektedir. Literatürde de ulaştırma hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri log-lineer modellerle daha önce incelenmemiştir. Sonuçlara göre, ulaştırma hizmetinden memnuniyetin yaş, cinsiyet ve eğitim gibi demografik faktörlerle oldukça anlamlı düzeyde ilişkili olduğu saptanmıştır. Hesaplanan üstünlük oranlarına göre, Türkiye’de erkekler ulaştırma hizmetlerinden kadınlara oranla yaklaşık 1.29 kat daha memnun, 60 yaş ve üzeri bireylerin memnuniyet düzeyleri de 60 yaş altından yaklaşık 2.34 kat daha fazladır.

Anahtar Kelimeler: Log-lineer Modeller, Non-parametrik Testler, Ulaştırma, Memnuniyet.

ANALYSIS OF SATISFACTION LEVELS OF ROAD PASSENGER TRANSPORTATION SERVICES IN TURKEY

Abstract

An important share of the service sector consists of transportation and storage activities. Therefore, the importance of investments in the transportation sector is obvious and the satisfaction of individuals is essential. The related literature about the satisfaction of transportation services are generally analyzed specific vehicles belonging to a particular region or city. In this study, levels of satisfaction with transport services in Turkey were examined. The data from the Survey of Life Satisfaction published by the Turkish Statistical Institute in 2018 was used. It is thought that the representation power of the results is quite high when considering the sample size. Since the used log-linear models include the interaction of more than two variables with each other, they determine the relationship between the variables in detail. The satisfaction levels of transportation services have not been previously examined with log-linear models in the literature. According to the results, satisfaction with the transportation service is significantly related to demographic factors such as age, gender, and education. In terms of the calculated odd ratios; in Turkey men are 1.29 times more satisfied with transportation systems than woman, satisfaction levels of individuals aged 60 and over are also 2.34 times higher than those under 60.

Keywords: Log-linear Models, Non-parametric Tests, Transportation, Satisfaction.

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sayısal Yöntemler ABD, İSTANBUL.
e-posta: sultan.kuzu@istanbul.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-6577-1584>)

**Arş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sayısal Yöntemler ABD, İSTANBUL.
e-posta: yncerdem@istanbul.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-0110-2941>)

1. GİRİŞ

Hizmet sektörü, ulusal ekonomide lokomotif olma özelliği ile Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GYSİH)'ya önemli katkı sağlamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2019 yılında açıklamış olduğu Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistiklerine göre; Türkiye'de faal olan girişimlerin %43,5'inin hizmet sektöründe gerçekleştiği ve toplam istihdamın yüzde %37,5'ini hizmet sektörünün oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca Hizmet sektöründe cironun yüzde %37,8'i ulaştırma ve depolama faaliyetlerinden elde edilmiştir. Hizmet sektörünün önemli bir payının ulaştırma ve depolama faaliyetlerinden oluşması sebebiyle, bu alanda yapılacak yatırımlar ve kazanılacak bireysel memnuniyetlerin uzun vadede GYSİH'a katkı sağlayacağı açıktır. Günümüz toplu ulaşım hizmetlerinde her geçen gün artmakta olan kalite değerleri, toplu taşıma araçlarını kullanıcılar açısından cazip hale getirmektedir. Bu nedenle, yerel toplu taşıma araçlarını kullanan müşterilerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesiyle ulaştırma alanında yapılacak yatırımlarda kaynakların doğru şekilde yönlendirilmesi hedeflenmektedir. Hizmet kalitesi; soyut olma, stoklanamama, hetorejenlik ve üretim ile tüketimin eş zamanlı olması gibi kendine özgü özelliklerinden dolayı objektif göstergelerle ölçülememektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Toplu ulaşım hizmetlerine yapılan büyük ölçekli yatırımlar, toplu ulaşım araçlarını alternatiflerine (örn. özel araçlar) göre cazip hale getirmeyi hedeflemektedir. Yapılan yatırımların direkt kullanıcı memnuniyetlerine pozitif olarak etki edebilmesi veya talepleri hızlı bir şekilde artırması hizmet kalitesi ile doğru orantılıdır. Ulaşım ve çevreye yönelik hizmetlere yönelik genel memnuniyete ek olarak; karayolu, demir yolu, deniz yolu, hava yolu gibi farklı ulaşım araçları özelinde kullanıcıların memnuniyetini ölçmek önemlidir. Belediyeler, il özel idareler ve birçok kamu kuruluşu için daha iyi hizmet verebilmek için bireylerin genel mutluluk algısının, temel yaşam alanlarındaki ve kamu hizmetlerinden memnuniyetlerinin ölçülmesi oldukça önemlidir. Refah seviyelerindeki artış, bireylerin beklentilerini de yükseltmiştir. Ulaşım araçlarını kullanırken, kişilerin tercihlerini toplu ulaşımaya yönlendirebilmek için bu noktada iyi bir analiz yapılması gerekmektedir. Yapılacak yatırımların beklentilere yönelik olmadığı durumlarda toplu ulaşım araçlarını cazip kılmayacak ve kişiler şahsi araçlarına yönelecektir. Küresel anlamda birçok kaynağın hızlı tüketilmesine sebep olacak bu durum ülke ekonomisine de olumsuz etki etmektedir. Dolayısıyla bireylerin memnuniyet düzeylerinin doğru değerlendirilmesi ve beklentilere yönelik adımlar atılmasının uzun vadede ülke gelişmişlik seviyesine katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Lojistik alanındaki literatürde, ulaşım hizmetlerini kullanan bireylerin beklentilerinin ne düzeyde gerçekleşip gerçekleşmediğini değerlendiren çok sayıda bilimsel çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların büyük çoğunluğunda bir toplu ulaşım aracını belirli bir bölgede kullanan yolcular üzerinde yapılan anketlere dayanan analizler oluşturmaktadır. Bu çalışmada bireylerin hem genel olarak ulaşım hizmetlerine bakışı, hem de kara/hava/deniz/demir yollarına olan memnuniyet düzeyleri ayrı ayrı irdelenmiştir. Çalışmanın amacı; Türkiye'de bireylerin yolcu taşımacılığı hizmetlerine karşı olan memnuniyetlerinin belirlenmesi ve memnuniyet düzeyinin demografik faktörlerle ilişkisinin incelenmesidir.

TÜİK, 2003 yılından itibaren düzenli olarak bireylerin genel memnuniyet düzeylerini ölçmek amaçlı "Yaşam Memnuniyet Araştırması" yapmaktadır. Memnuniyet algısını, temel yaşam alanlarındaki genel memnuniyeti, kamu hizmetlerinden memnuniyeti ölçmek için sorular yer alan araştırma örneklem seçme yöntemi ile ülke profilini iyi temsil etme özelliğine sahiptir. Çalışmada, kişilerin ulaşım sektöründen almış oldukları hizmetlere yönelik memnuniyetlerini etkileyen faktörlerin araştırılması amacıyla 2018 yılında TÜİK tarafından yayımlanan "Yaşam Memnuniyet Anketi" veri seti kullanılmıştır. Öncelikle Türkiye'deki genel profil tanımsal istatistiklerle özetlenmiş ardından parametrik olmayan testler ile ilgilenilen kategorik değişkenler arasındaki ilişki araştırılmıştır. İki yönlü ilişkilere ek olarak üç yönlü ilişkiler üzerine kurulan log-lineer modeller gibi ileri kategorik veri analizlerinin kullanılmasına karar verilmiştir. Mikro veri setinden edinilen bilgiye göre Türkiye'de hala deniz, demir ve havayolu ulaşımını kullananların sayısı oldukça kısıtlıdır. Toplumun ortalama %75'i bu ulaşım türlerinden hiçbirini kullanmamıştır. Bu nedenle tüm yolcu taşımacılığı hizmetleri öncelikle genel olarak değerlendirilmiş ardından ilişkisel analizler karayolu taşımacılığı memnuniyeti verileri üzerinden yapılmıştır. Ulaştırma hizmetlerinde kullanıcı memnuniyetlerini ve algılarını etkileyen faktörlerin araştırılmasına yönelik akademik çalışmalar bulunmaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısmında öncelikle literatür araştırmasına yer verilmiştir. Literatür araştırması kara, hava, deniz ve demir yolları için ayrı ayrı yapılmıştır. Ayrıca kullanılan metodoloji ile ilgili farklı alanlardaki uygulamalara da yer verilmiştir. Ardından kullanılan veri seti ve metodoloji anlatılmıştır. Araştırma bulgularında tanımsal istatistikler, non-parametrik test sonuçları ve log lineer model sonuçları verilmiştir. Çıkan sonuçlar üzerine tartışılmış, Türkiye için önerilerde bulunulmuştur.

2. LİTERATÜR

Ulaşım hizmetlerinden memnuniyeti ölçme amaçlı yapılan çalışmalar genellikle belirli bir bölgede hizmet veren ulaşım araçlarına yönelik yapılmaktadır. Yaygın olarak kullanılan ulaşım araçları karayolu ve havayolu taşımacılığı olması sebebiyle literatürde en çok bu iki ulaşım aracına yönelik araştırmalar yer almaktadır. Öte yandan demiryolu ve denizyolu taşımacılığına yönelik memnuniyet düzeyleri ve hizmet kalite algısı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar da yapılmıştır. Bu bölümde ulaşım sektöründe memnuniyet düzeylerini araştıran akademik çalışmalara yer verilecektir. Ayrıca araştırma metodolojisinin kullanıldığı diğer uygulama alanları ile ilgili çalışmalara da yer verilmiştir.

Okumuş ve Asil (2007) tarafından yapılan çalışmada, belirli bir havayolu şirketine ait dış hatlar seferlerini kullanan 511 adet yolcuya uygulanan anket sonuçlarına göre yapılan çalışmada hizmet kalitesi algısının genel memnuniyet düzeylerine olan etkisi incelenmiştir. Hizmet kalitesine etki eden faktörleri belirledikten sonra regresyon analizi ile etkilerin gücü ve yönü belirlenmiştir. Küçük Çırpın ve Kurt (2016) tarafından İstanbul Atatürk havalimanını kullanan 165 yolcuya uygulanan ankete verilen cevaplar SERVQUAL analizi kullanılarak değerlendirilmiş ve hizmet kalitesindeki beklenti ve algı arasındaki ilişki ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre hizmet kalitesinin kullanıcı beklentisini büyük oranda karşıladığı görülmüştür. Ankara ve İstanbul'daki havalimanlarından seyahat eden 406 yolcuya uygulanan anket çalışmasının sonuçlarının değerlendirildiği çalışmada (Topal, Şahin ve Topal, 2019), hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve müşterilerin tekrar satın alma davranışına yansımaları araştırılmıştır. Çalışmada havayolu taşımacılığına yönelik geniş kapsamlı bir literatür araştırması yapılmıştır. Hava yolu taşımacılığı üzerine yapılan bir başka çalışmada Uz ve Canarslan (2019) yolcu memnuniyetini etkileyen faktörler uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrası hizmet kalitesi olarak alt faktörlere ayrılmıştır. Kurulan araştırma modelinde ilişki pozitif yönlü olarak düşünülmüştür. Örneklem olarak Türkiye'de yaşayan ve en az bir kez hava yolu hizmeti almış kişilerden oluşan 260 kişi olarak belirlenmiştir. Çok değişkenli regresyon analizinin kullanıldığı çalışmada uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrası hizmet kalitesinin yolcu memnuniyetini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Her ne kadar çalışmanın örneklem büyüklüğü temsil ettiği ana kütle ile kıyaslandığında küçük olsa da, kapsam açısından tek bir bölge ile sınırlı kalmaması açısından önemlidir.

Demiryolu taşımacılığı hem konfor açısından hem trafik oluşturmaması açısından yolcuların tercih ettiği bir ulaşım aracıdır. Zamandan tasarruf edilirken çok sayıda yolcuya tek bir seferde hizmet verilebilmesi açısından önemli demiryolu taşımacılığına yönelik memnuniyet algılarını değerlendiren çalışmalar yapılmıştır. Sarı ve diğerleri (2011) tarafından yapılan çalışmada yüksek hızlı tren (YHT) yolcularının memnuniyet algıları değerlendirilmiştir. Demografik özelliklere göre değerlendirildiğinde yolcuların genç, eğitilmiş ve refah seviyesi yüksek oldukları gözlemlenmiştir. YHT seyahatlerinin başlaması ile özel otomobil kullanıcıları da dâhil olmak üzere karayolu yolcularının büyük oranda YHT'ye yöneldiği görülmüştür. Demiryolu taşımacılığına yönelik müşteri şikâyet eğilimlerini değerlendiren çalışma da yine memnuniyet düzeylerine yönelik sonuçlar yer almaktadır (Sevim ve Sarı Daldı, 2009). Çalışmada elde edilen sonuçlara göre eğitim düzeyi ve refah düzeyi düşük olan kişilerin şikâyet etme düzeylerinin düşük olduğu gözlemlenmiştir. Demireli ve Bayraktar (2014), 630 YHT yolcusuna uyguladıkları anketin sonuçlarını demografik özelliklere göre değerlendirdikten sonra, hizmet kalitesinde müşteri memnuniyetine etki eden faktörleri belirlemişlerdir. Demiryollarına yönelik yapılan çalışmalar genellikle belirli bir güzergahı kullanan yolculara yönelik yapılmıştır. Bu açıdan bakıldığında ülke genelini temsil etme güçleri düşük olarak değerlendirilebilir. Genel olarak toplu taşıma araçlarına yönelik yapılan araştırmaların il veya bölge bazında olduğuna daha önce de değinilmişti. Bu bağlamda bir örnek teşkil eden çalışma 2019 yılında Gaziantep iline yönelik yapılmıştır (Akben ve Avşar 2019). Tramvay hizmetine yönelik hizmet memnuniyetinin incelendiği çalışmada; uygulanan tek yönlü ANOVA testleri ile bağımlı değişken tramvay yolcu memnuniyetinin demografik özelliklerden cinsiyete göre ve aylık gelir düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Toplu ulaşım araçlarından bir diğeri de denizyolu taşımacılığıdır. Ülkemiz, 3 tarafı denizlerle çevrilili ve aktif olarak 2 boğaz hattına sahip bir yarımadadır. Bu bakımdan değerlendirildiğinde denizyolu taşımacılığı ülke ekonomisine katkı sağlayacak önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Deniz yolu taşımacılığına yönelik yapılan araştırmaların sonuçları değerlendirildiğinde algılanan hizmet kalitelerinin müşteri memnuniyetleri üzerinde önemli ve pozitif yönde etkileri görülmüştür. Dolayısıyla literatürde yer alan çalışmaların bulguları yine denizyolu taşımacılığında hizmet veren işletmeler açısından önemli görülmektedir. Yüksel ve Önaçan (2018), yapmış oldukları çalışmada

Y. Erdem Demirtaş

yapısal eşitlik modeli, faktör analizi gibi istatistikî teknikleri kullanarak İstanbul ili çevre şehirlerarasında deniz yolunu kullanan yolcuların memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Şehir içi gibi belirli bir bölgede yapılan araştırmada (Karadeniz ve Ünver, 2014), İstanbul Şehir hatlarını kullanan 396 yolcuya uygulanan anket sonuçları temel istatistikî teknikler kullanılarak değerlendirilmiş ve hizmet algısı ile memnuniyet arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. İstanbul ilinde şehir hatlarına yönelik kullanıcı memnuniyetini ölçen bir diğer çalışma ise Gülümser ve Koromaz (2019) tarafından yapılmıştır. Kullanıcı memnuniyetleri Şehir Hatları'nın hizmet verdiği hatlara göre belirlenerek karşılaştırmalar yapılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar Şehir Hatları işletmecileri tarafından değerlendirildiğinde hangi hatların ne ölçüde iyileştirilmesi gerektiğine karar verileceği önerisinde bulunulmuştur. İstanbul ili özelinde yapılan pilot çalışma kalite standartlarına göre yapılacak iyileştirmeleri öngörmesi açısından ilgi çekici görülmüştür.

Karayolu taşımacılığı yapısı gereği en geniş hizmet ağına sahiptir. Herhangi bir yeni altyapı işleminin yapılmadan direkt hizmete açılabilir. Diğer ulaşım araçlarının olmadığı noktalarda en azından karayolu taşımacılığı bulunmaktadır. Ülkemizde karayolu taşımacılığının en büyük bileşeni otobüslerdir ve gerek şehirlerarası gerekse şehir içi taşımacılıkta önemli rol oynarlar. Gökaşar vd. (2018) İstanbul ili için şehir içi otobüs işletmesi olan İETT yolcularına, uluslararası bir kuruluş (International Bus Benchmarking Group) tarafından geliştirilen bir anketi uyarlayarak uygulamışlardır. Faktör analizi, çoklu doğrusal regresyon ve kategorik veri bulunması sebebiyle lojistik regresyon analizleri kullanılarak kalite algısına yönelik etkenler belirlenmeye çalışılmıştır. Anket 2177 kişilik bir veri kullanılarak değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre 3.247'lik bir genel memnuniyet düzeylerine sahip olan kullanıcıların sistemden genelde memnun olduğu sonucuna varılmıştır. Le-Klähn vd. (2014) Münich iline yönelik yaptıkları çalışmada toplu taşıma araçlarını kullanan turistlerin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Bu alanda yapılan çalışmalar hep yerel halk üzerinden yapılmaktadır, bu nedenle hizmet kalitesinin şehirdeki ziyaretçiler tarafından düzeyinin araştırıldığı çalışma önemlidir. Yapılan analizlere göre ziyaretçilerin memnuniyet algılarının birçok faktörden bağımsız olduğu ve genel olarak toplu taşıma hizmetlerinden memnun oldukları sonucuna varılmıştır. Pekin'deki toplu ulaşım hizmetlerinden memnuniyetin araştırıldığı çalışmada (Ji ve Gao, 2010) çok boyutlu lojistik regresyon kullanılmıştır. Memnuniyeti anlamlı düzeyde etkileyen faktörler belirlenmiştir. Bu faktörler; 800 m civarında bulunan otobüs durağı sayısının, toplu taşıma araçları ile şehrin ana yerlerine ulaşım, kişilerin sosyo-ekonomik özellikleri olarak belirlenmiştir. Çalışmada toplu taşıma açısından Pekin'in ulaşım ortamının iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Çalışmanın metodolojisinde kullanılan Log-lineer modeller ileri kontenjans tabloları analizinde kullanılan tekniklerdir. Ki-kare analizi ile çok yönlü çapraz tabloların analizlerinin yapılamadığı durumlarda kategorik veriler arasındaki ilişkileri modellemek için ileri sürülmüştür (Spicer, 2005). Bu modellerin literatürde eğitimden spora, kazalardan (iş-trafik) zararlı alışkanlıklara, emlak sektöründen ulaştırma sektörüne kadar birçok alanda uygulaması bulunmaktadır. Yankaya ve Çelik (2005) İzmir Metrosu Örneği ile Kamu Ulaşım Yatırımlarının Gayrimenkul Değerleri Üzerine Etkisini log-lineer modeller ile incelemiş, metronun etki alanı içinde yer alan konut yerleşim birimlerinin piyasadaki satış fiyatlarını arttırdığını ve metro istasyonuna yakınlığın, konut fiyatları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Erdugan ve Türkan (2017) ülkemizde kayıt altına alınmış iş kazalarını, log-lineer modelleri kullanarak sektör, cinsiyet ve iş göremezlik süresi değişkenlerinin kategorileri arasındaki bağımlılık yapılarını en iyi açıklayan ve istatistiksel olarak anlamlı bir model önermişlerdir. Köleoğlu (2018) Türkiye'ye yurtdışından gelen öğrencilerin sosyal uyum problemini belirlemede, loglineer modeller arasından doymuş modeli (saturated) kullanarak, uluslararası öğrencilerin yaşadıkları başlıca sorunların ekonomik sorunlar ve eğitimsel sorunlar olduğuna dikkat çekmiştir. Hart (2018), fitness performans testleri (kardiyovasküler vd.) arasındaki ilişkiyi log-lineer modellerle incelemiştir. Hill (2019) Avusturya'da hanehalkı enerji harcamalarını etkileyen faktörleri Avrupa Birliği Gelir ve Yaşam Koşullarına İlişkin mikro verileri kullanarak log-lineer modeller ile araştırmıştır. Sonuç bir takım sosyo-ekonomik kriterlerin enerji harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu gösterilmiştir.

Araştırma sorusuna paralel olan literatürün önemli bir kısmının incelenmesi ile elde edilen en önemli sonuç bugüne kadar yapılan çalışmaların bölge veya il bazında olmasıdır. Öte yandan genellikle belirli bir toplu ulaşım aracına yönelik kullanıcı memnuniyetlerinin incelenmiş olduğu görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye profilini temsil etme gücü yüksek veri seti kullanılması ve farklı ulaşım araçlarına yönelik memnuniyetin incelenmesi noktasında yapılan analizin önemli olduğu düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

3.1. Veri Seti ve Metodoloji

Bu çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2003 yılından itibaren her yıl düzenli olarak yaptığı Yaşam Memnuniyeti Araştırması'nın (YMA) 2018 - yayınlanan en güncel - verileri kullanılmıştır. YMA mikroveri seti içerisinde; yaşam memnuniyet düzeyi, mutluluk, umut düzeyi, temel yaşam alanlarındaki memnuniyet, eğitim, sağlık, ulaştırma, asayiş, adli, belediye/il özel idare hizmetlerinden memnuniyet, gelecek beklentisi, çevre güvenliği, toplumsal baskı algısı, işsizlik, ülke sorunları gibi çeşitli konularda veriler yer almaktadır. Yaşam memnuniyeti araştırmasında veriler derlenirken bireylere ait yaşadıkları bölge/il bilgilerine yer verilmemiştir. Araştırmanın örnekleme yöntemi ise 2 aşamalı tabakalı küme örneklemesidir. Türkiye toplam bazında tahmin üretmek üzere yapılan tasarımda, kır-kent yerleşim yerlerinden toplam 66 küme, kır-kır yerleşim yerlerinden toplam 66 küme ve kent-kent yerleşim yerlerinden 409 küme olmak üzere toplam 541 küme örneğe seçilmiştir. Kır-kent yerleşim yerlerinden 660, kır-kır yerleşim yerlerinden 660 ve kent-kent yerleşim yerlerinden 4 090 hane (her kümeden 10 hane) olmak üzere toplam 5 410 hane örneğe seçilmiştir. Örneğe çıkan bu hanelerden 4 733 hane ile görüşme yapılmıştır (YMA 2018, TUIK). Bu nedenle araştırma sonuçları Türkiye genelini yansıtmaktadır. Bu çalışmada öncelikle Türkiye'de bireylerin ulaştırma hizmetlerinden memnuniyet düzeylerinin genel profili belirlenmiştir. Ardından bireylerin ulaştırma hizmetlerinden memnuniyetleri ile demografik faktörlerle ilişkisi Non-parametrik testler ve Log-lineer modeller ile incelenmiştir.

3.2. Metodoloji

Non-parametrik testler kategorik veri analizlerinde kullanılan, parametrik testler gibi normallik ve eşvaryanslılık gibi varsayımlar geçerli olmadığı durumlarda da uygulanan testlerdir. Kategori türlerine göre bu testlerde bazı farklılıklar görülmektedir. Agresti (1996)'nin de önerdiği gibi bu çalışmada da iki nominal değişken arasındaki ilişkiler Pearson Ki-Kare Bağımsızlık testi & Olabilirlik Oran Testi ile, Nominal ve Ordinal Değişkenler arasındaki ilişkiler Mann Whitney U, Wilcoxon W testleri ile, iki ordinal değişken arasındaki ilişkiler ise Jonckheere – Terpstra ve Kruskal Wallis testi ile araştırılmıştır.

Log Lineer Modeller kontenjans tablolarının hücrelerinde yer alan frekansların, değişkenlerin kategorilerine ne kadar bağlı olduğunu ortaya çıkaran, kategorik değişkenler arasındaki ilişkileri ve etkileşimleri inceleyen modeller olup Poisson dağılımlı verilere uygundur (Çilan, 2009). Log-lineer modeller Maksimum olabilirlik tahminlerine ve olabilirlik oran testlerine dayanmaktadır (Christensen, 2006). Log-lineer modeller kontenjans tablosunda yer alan her bir hücre frekansının logaritması ile tabloda yer alan değişkenler arasındaki tüm olası etkileşimlerin doğrusal bir birleşimi olarak ifade edilebilir. (Altaş vd, 2006). Bu çalışmada 3 yönlü kontenjans tabloları incelenmiştir. 3 yönlü kontenjans tablolarında Log-lineer modeller aşağıdaki gibi gruplandırılmıştır (Agresti, 1996).

Tam Bağımsız Modeller; A, B ve C değişkenlerinin hepsinin birbirinden bağımsız olduğunu durumda kurulmaktadır. Model;

$$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C \quad (1)$$

şeklinde kurulur.

Koşullu Bağımsızlık Modeli; Değişkenlerden birinin diğer iki değişkenle bağımlı olduğu ve bu iki değişkenin de kendi aralarında koşullu bağımsızlık olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Model;

$$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} \quad (2)$$

şekildedir.

Homojen İlişki Modeli; 3 Değişkene ait tüm ikili ilişkilerin bağımlılığını modele dahil etmektedir.

$$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC} \quad (3)$$

Y. Erdem Demirtaş

şeklinde denklem yazılmaktadır.

Doymuş Modeller ise değişkenlerle oluşturulabilecek, tekli, ikili ve üçlü tüm ilişkilerin anlamlı olduğu durumda kurulmaktadır. Model;

$$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC} + \lambda_{ijk}^{ABC} \quad (4)$$

şeklinde kurulur ve parameter açıklamaları aşağıda verilmiştir.

μ_{ijk}	:	Kontenjans tablosundaki <i>ijk</i> hücresi için beklenen frekansı
λ	:	Bağımsızlık terimi
λ_i^A	:	A değişkeninin ana etkisi
λ_j^B	:	B değişkeninin ana etkisi
λ_k^C	:	C değişkeninin ana etkisi
λ_{ij}^{AB}	:	A ve B değişkenlerinin ikinci dereceden etkileşim etkisi
λ_{ik}^{ABC}	:	A, B ve C değişkenlerinin üçüncü dereceden etkileşim etkisi

Seçilen Log-Linear Modelin uygunluğunun araştırılması gerekmektedir. Seçilen modelin uygunluğunun araştırılmasında Ki-Kare Uygunluk Testi (X^2), Olabilirlik Oran Testi (G^2) sonuçları incelenmektedir. Ayrıca Model Artıklarının incelenmesi de uygunluğun araştırılmasında kullanılmaktadır (Çılan, 2009).

$$G^2 = 2 \sum n_{ijk} \log \left(\frac{n_{ijk}}{\hat{\mu}_{ijk}} \right), \quad X^2 = \sum \frac{(n_{ijk} - \hat{\mu}_{ijk})^2}{\hat{\mu}_{ijk}} \quad (5)$$

Hesaplanan değerler kritik tablo değerleri ile kıyaslanarak modelin uygunluğuna karar verilir. Burada sıfır hipotezi modelin uygunluğunu, alternatif hipotez ise modelin uygun olmadığını iddia eder.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

TÜİK'in 2018 yılı YMA anketinden elde edilen bilgiye göre 18-101 yaş grubunda olan ve son bir yılda en bir kere karayolu ulaşımını kullanan 9317 kişi bulunmaktadır. Araştırmaya katılanların %46.3'ü erkek, %53.7'si kadındır. Bireylerin %24.6'sı [18-31] yaş aralığında, %30.7'si [32-45] yaş aralığında, %25.3'ü [46-59] yaş aralığında, %14.3'ü [60-73] yaş aralığında, %4.7'si [74-87] yaş aralığında ve %0.4'ü [88-101] yaş aralığındadır. Medeni durumlar açısından incelendiğinde %16.4'ü hiç evlenmemiş, %74.6'si, evli, %3.4'ü boşanmış ve %6.2'sinin eşi ölmüştür. Eğitim durumlarına göre gruplandığında ise %13.4'ü hiç okula gitmemiş, %34.1'i ilkokul, %14.4'ü ortaokul, %20.1'i lise, %16.4'ü lisans, %1.6'sı lisansüstü mezundur. Ayrıca ankete katılanlarda son bir hafta içinde çalışanların oranı %45.7, çalışmayanların ise %54'tür.

Bireyler genel olarak yaşam memnuniyeti 1 ile 10 arasında değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğu %26.8'i yaşam memnuniyetlerine 5 puan vermiştir. Yani hayatlarından orta düzeyde memnundurlar. Türkiye genelinde bireyler %61.5 oranı ile işe gidip gelirken trafikte geçirilen süreden memnundurlar. Sadece %4.7'lik kısmı memnun, %20.9 ise memnun değil ya da hiç memnun değildir. Bireylerin yaşadığı yerdeki ulaştırma hizmetlerinden genel olarak memnuniyet düzeyleri oldukça yüksektir. Bireylerin toplamda %75'i bu hizmetten çok memnun ya da memnundur. Bireylerin bağlı olduğu belediyenin toplu taşıma hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri nispeten

Y. Erdem Demirtaş

daha düşüktür. Buna göre sadece %57.3'ü belediyelerin toplu taşımasından memnundur. Ankette ayrıca ulaştırma hizmetleri, kara yolu, deniz yolu, demir yolu ve hava yolu olarak da ayrı ayrı ölçülmüştür. Ancak Türkiye’de son bir yıl içerisinde denizyolu hizmetini kullanmayan ve fikri olmayanların oranı %71.7, demiryolu hizmetini kullanmayan ve fikri olmayanların oranı %69.8, havayolu hizmetini kullanmayan ve fikri olmayanların oranı ise %71.8’dir. Karayolu hizmetinden faydalananların oranı %95.9’dur. Bu nedenle ulaştırma hizmetinden memnuniyet karayolu ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada kullanılan değişkenler Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Araştırma Değişkenleri

Değişken	Ölçek Türü	Kategoriler	Birim Sayısı
Cinsiyet	Nominal	Erkek (1), Kadın (2)	9317
Eğitim Düzeyi	Ordinal	Hiç okul bitirmemiş (1), ilkokul (2), Ortaokul (3), Lise (4), Lisans (5), Lisansüstü (6)	9317
Yaş	Ordinal	[18-31] (1), [32-45] (2), [46-59] (3), [60-73] (4), [74,87] (5), [88-101] (6)	9317
Kara Yolundan Memnuniyet	Ordinal	Çok Memnun (1), Memnun (2), Orta (3), Memnun Değil (4), Hiç Memnun değil (5), Kullanmadı (6), Fikri Yok (7)	9317

Karayolu hizmetlerinden memnuniyetin demografik faktörlerle ilişkisi öncelikle Ki-Kare testleri ve Olabilirlik Oran testleri ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Memnuniyet düzeyi ve cinsiyet ilişkisi

	Pearson Chi-Square		Olabilirlik Oran	
	Değer	Olasılık	Değer	Olasılık
Memnuniyet & cinsiyet	131.98	0.000	135.12	0.000

Buna göre karayolu hizmetinden memnuniyet düzeyi cinsiyet ile ilişkili çıkmıştır. Ayrıca eğitim kontrol değişkeni olarak ele alındığında cinsiyet ile memnuniyet arasında ilişki Cochran’s Mantel-Haenszel testi tekrar incelenmiştir. Testin sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Eğitim kontrol değişkeni olarak ele alındığında ilişki analizi

Eğitim Düzeyi	Değer	Olasılık	Eğitim Düzeyi	Değer	Olasılık
1	Pearson Ki-kare	5.883	4	20.901	0.002
	Olabilirlik Oran	6.571		0.362	21.282
2	Pearson Ki-kare	63.640	5	11.013	0.088
	Olabilirlik Oran	64.420		0.000	11.127
3	Pearson Ki-kare	24.645	6	6.031	0.303
	Olabilirlik Oran	26.262		0.000	6.871

Eğitim düzeyleri: 1= “Hiç okul bitirmemiş”, 2= “İlkokul”, 3= “Ortaokul (Genel+Mesleki)”, 4= “Lise (Genel+Mesleki)”, 5= “Lisans (2 ve 4 yıllık)”, 6= “Lisansüstü (Yüksek Lisans + Doktora)”

Cochran’s Mantel-Haenszel testi sonuçlarına göre 0.05 anlamlılık düzeyinde hiç okul bitirmeyen, lisans ve lisansüstü seviyelerinde cinsiyetin ulaştırma hizmetleri üzerinde etkili olmadığı, diğer eğitim düzeylerinde ise cinsiyet ile memnuniyet düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Sonuç olarak genel anlamda cinsiyet ve memnuniyet düzeyi arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Hesaplanan üstünlük oranıyla (odds ratio) karayolu ulaşım hizmetini kullanan erkeklerin memnuniyet düzeyi kadınlara göre yaklaşık 1.29 kat daha fazladır. Yani erkeklerin memnuniyet düzeyi daha fazladır.

Eğitim ve yaş gibi ordinal değişkenlerin memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisi Joncheere Terpsta ve Kruskal Wallis ile yapılmaktadır.

Y. Erdem Demirtaş

Tablo 4. Memnuniyet Düzeyi ile Eğitim ve Yaş İlişkisi

	J-T Değeri	Olasılık	Kruskal Wallis Değeri	Olasılık
Eğitim & Memnuniyet	5.189	0.000	51.579	0.0000
Yaş & Memnuniyet	-8.269	0.000	75.641	0.0000

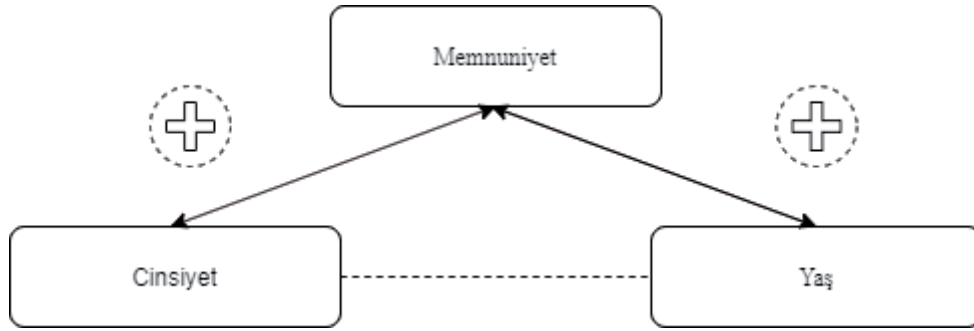
Tablo 4'e göre eğitim ve yaş değişkenlerine göre de 0.05 anlamlılık düzeyinde memnuniyet düzeyi etkilenmektedir. Üstünlük oranlarına göre lise altı eğitim düzeyine sahip olanlar lise ve üzerine göre daha memnundurlar ve oran yaklaşık 1.61 kattır. Yani eğitim düzeyi düşük olanlar yüksek olanlardan daha fazla memnundur. Yaş açısından bakıldığında ise üstünlük oranlarına göre 60 yaş ve üzeri olanlar, 60 yaşından küçük olanlardan yaklaşık 2.34 kat fazladır.

Log-lineer modeller için tam bağımsız, koşullu bağımsız, homojen ilişki ve doymuş modellere ait tüm kombinasyonlar Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. Memnuniyet, Cinsiyet, Yaş arasında kurulan 3 yönlü Loglineer Modeller

Model	Uyum iyiliği			
	Olabilirlik Oran Değeri	Olasılık	Pearson Ki-Kare Değeri	Olasılık
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C$	84.39	0.00	73.95	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB}$	70.29	0.00	60.58	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ik}^{AC}$	15.91	0.00	15.932	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{jk}^{BC}$	84.02	0.00	73.19	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC}$	15.55	0.00	15.574	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{jk}^{BC}$	69.92	0.00	60.13	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC}$	1.81	0.40	1.80	0.41
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC}$	17.18	0.00	17.08	0.00
$\ln \mu_{ijk} = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC} + \lambda_{ijk}^{ABC}$	0.00	0.00	0.00	0.00

Tablo 5'te A memnuniyeti, B cinsiyeti, C ise yaşı temsil etmektedir. Kurulan Poisson modellerinin uygunluğu için yapılan G² ve X² testlerine ait sonuçlar verilmiştir. Anlamlı bulunan tek model 0.05 anlamlılık düzeyinde koşullu bağımsızlık modelleri arasından memnuniyet – cinsiyet ve memnuniyet – yaş etkileşimini içeren modeldir. Log-Linear Model Şekil 1'deki gibi kurulmuştur.



Şekil 1. Memnuniyet, Cinsiyet ve Yaş ile Log-Lineer Model

Şekil 1’de çift yönlü oklar ve + sembolü bu değişkenler arasındaki etkileşimin %5 düzeyinde anlamlı olduğunu, kesikli çizgi ise etkileşimin anlamsız olduğunu göstermektedir.

Modelin uygunluğu saptandıktan sonra modele ait parametre tahminleri yapılmıştır. Burada yaş değişkeni 60 yaş altı ve üzeri olarak 2 kategoriye ayrılmıştır. Parametrelere ait tahmin değerleri Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Log-Lineer Model Tahmini

Parametreler	Tahmin Değeri	Standart Hata	Z değeri	Olasılık
Sabit	3,771	0,11	34,364	0
[Yaş = 1,00]	2,234	0,11	20,365	0
[Cinsiyet = 1,00]	0,112	0,065	1,718	0,086
[Memnuniyet = 1,00]	3,029	0,113	26,828	0
[Yaş = 2,00] * [Memnuniyet = 1,00]	-0,848	0,113	-7,504	0
[Cinsiyet = 1,00] * [Memnuniyet = 1,00]	-0,257	0,069	-3,751	0

Tablo 6’daki olasılık değerleri incelendiğinde parametrelerin genel olarak %5 düzeyinde anlamlı olduğu, sadece cinsiyet değişkeninin %10 düzeyinde anlamlı olduğu saptanmıştır. Cinsiyet değişkeninin etkileşimli teriminin %1 düzeyinde dahi anlamlı olması Cinsiyet parametresinin modelde tutulmasını sağlamıştır. Tabloda tahmin değerleri ve standardize edilmiş parametre tahminleri (Z) yer almaktadır. Z değerleri hangi kategoriler arasında ilişki daha güçlüdür onu göstermektedir. Tek yönlü ilişki terimlerinin Z değerleri incelendiğinde “Memnuniyet” değişkeninin en yüksek olduğu, yani kontenjans tablosundaki frekansları belirleyen en önemli faktörün “Memnuniyet” olduğu görülmüştür. İkili ilişkiler arasındaki bağımlılıklar incelendiğinde “Yaş” ile “Memnuniyet” ve “Cinsiyet” ile “Memnuniyet” değişkenleri arasında bağımlılık olduğu bu bağımlılığın daha çok yaşlı ve memnun olanlar (Yaş=2, Memnuniyet=1) ve erkek ve memnun olanlar (Cinsiyet=1, Memnuniyet=1) arasında olduğu görülmektedir. Yani memnuniyet yaşa bağımlıdır ve bu bağımlılık daha çok 60 yaş üzerindeki bireyler ile ilgilidir. Aynı şekilde memnuniyet cinsiyete bağımlıdır ve bu bağımlılık memnun olma ile erkek olma kategorileri arasındadır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

TÜİK tarafından yayınlanan Yaşam Memnuniyeti Araştırması mikro veri seti kullanılarak yapılan kontenjans tablo analizleri ile Türkiye’de ulaştırma hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri incelenmiştir. Ulaştırma hizmeti kara, hava, deniz ve demiryolları olarak dört ana gruba ayrılmaktadır ancak Türkiye’de hala deniz, demir ve havayolu ulaşımını kullananların sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu nedenle analize karayolundan memnuniyet sorusuna cevap verenlerle devam edilmiştir. 2 boyutlu çapraz tablolarda en sık kullanılan Pearson Ki-Kare istatistiği ikiden fazla kategorik değişkenin olduğu durumlarda yetersiz kaldığından, son dönemde istatistiksel analizlerde çok boyutlu (2’den fazla) çapraz tablolar üzerine yoğunlaşmıştır. İki ve ikiden çok kategorik verinin çapraz tablo analizinde kullanılan log-lineer modeller 1960’larda kullanılmaya başlanmıştır. Bu modellerden önce ise çok boyutlu tablolar için 2-boyutlu tablolardan elde edilen marjinal toplamlar kullanılmaktaydı. Ancak bu yöntemlerde değişkenler

Y. Erdem Demirtaş

aynı anda analiz edilemediğinden, değişkenler arasındaki ilişkilerin de incelenmesi mümkün olmamaktaydı. Bu eksiklikten yola çıkarak geliştirilen log-lineer modeller, ikiden fazla değişkenin birbirleriyle etkileşimini de analize dahil ettiğinden, değişkenler arasındaki ilişki daha detaylı belirlenebilmektedir.

Bu çalışmada da uygulanan non-parametrik testler ile ulaştırma hizmetinden memnuniyetin yaş, cinsiyet ve eğitim gibi demografik faktörlerle oldukça anlamlı düzeyde ilişkili olduğu saptanmıştır. Burada yaş arttıkça memnuniyetin arttığı, eğitim arttıkça da memnuniyetin azaldığı saptanmıştır. Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde erkeklerin kadınlara oranla daha fazla memnuniyet düzeyine sahip olduğu saptanmıştır. İşbilen vd. (2018) çalışmalarında eğitim düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinden memnuniyetin azaldığını, yaş arttıkça ise (özellikle 34 yaş üzeri) memnuniyetin arttığını ileri sürmüşlerdir. Bu çalışmalardan farklı olarak Sarı vd. (2011) yüksek hızlı tren kullanıcıları açısından yaş azaldıkça memnuniyet düzeyinin arttığını gözlemlemişlerdir. Akyıldız'ın (2012) çalışmasında da eğitim ve yaş değişkeninin ulaştırma hizmetlerinden memnuniyeti etkilediği ancak cinsiyetin memnuniyeti etkilemediği görülmüştür. 3 yönlü tablolar incelendiğinde eğitim değişkeni ile kurulan modellerde genel olarak anlamlı modeller bulunamamıştır. Memnuniyet, yaş ve cinsiyet ile anlamlı bir model kurulmuştur. Bu kısımda bulunan sonuçlar ve 2 yönlü tablolar ile bulunan test sonuçları tutarlılık göstermiştir. Mümkün olan Log-lineer modeller denendikten sonra en uygun modelin koşullu bağımsızlık modeli olduğuna karar verilmiştir. Doymuş ve tam bağımsızlık durumunda anlamlı log-lineer modeller bulunamamıştır. Buna göre yaş grubu 60 üzeri olanlar ile memnuniyet düzeyi arasında ve erkek olanlarla memnun olanlar arasında daha fazla bağımlılık olduğu söylenmektedir. Hesaplanan üstünlük oranları da bunu destekler niteliktedir. Bu üstünlük oranlara göre 60 yaş üzerinde olanların ulaşım hizmetinden memnuniyet düzeyi, 60 yaş altında olanların memnuniyet düzeyinden yaklaşık 2.34 kat fazladır. Benzer şekilde erkeklerin memnuniyet düzeyi de kadınlara oranla yaklaşık 1.29 kat daha fazladır. Özellikle yaşa göre memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkinin, Türkiye'de 65 yaş üzeri için verilen ücretsiz ulaşım hakkından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Eğitim düzeylerine göre bakıldığında eğitim düzeyi arttığında karayollarında memnuniyet düşmektedir. Gelişmiş ülkeler incelendiğinde metro ve tramvay gibi ulaşım hatlarının oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Bilindiği gibi bu ulaşım şekilleri bireylere aynı veya daha düşük maliyetlerle oldukça hızlı bir ulaşım imkanı kazandırmaktadır. Türkiye'de bu hizmetler büyük oranda metropollerde nispeten sınırlı olarak verilmektedir. Bu farkındalığa sahip bireyler için karayolu ulaşım imkanlarının yeterli olmadığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Agresti, A. (1996). *An introduction to categorical data analysis*, JohnWiley & Sons. Inc., Publication.
- Akben, İ., ve Aşar, İ. İ. (2019). "Kentsel Lojistik ve Tramvay Yolcu Memnuniyetinin Demografik Özelliklere Göre Analizi Gaziantep'te Bir Alan Çalışması", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1399-1411.
- Akyıldız, F. (2012). Belediye hizmetleri ve vatandaş memnuniyeti: Uşak belediyesi örneği. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4415-4436.
- Altaş, D., Sağırılı, M. ve Giray, S. (2006). "Yurtdışında çalışıp Türkiye'ye dönen akademisyenlerin eğitim durumları, gidiş ve dönüş sebepleri arasındaki ilişki yapısının loglineer modeller ile incelenmesi", *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 21, 401-421.
- Christensen, R. (2006). *Log-linear models and logistic regression*, Springer Science & Business Media.
- Çılan, Ç. A. (2009). *Sosyal bilimlerde kategorik verilerle ilişki analizi*, Pegem Akademi.
- Demireli, C., ve Bayraktar, U. (2014). "Hizmet Kalitesi ve Hizmet Değerinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Demiryolu Taşımacılığında Bir Uygulama", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), 919-937.
- Göktaşar, I., Buran, B., ve Dündar, S. (2018). Kent içi otobüs memnuniyet anketi verileri ve faktör analizinden yararlanılarak otobüslerin hizmet kalitesinin modellenmesi: İETT örneği. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(6), 1079-1086.
- Gülümser, S., ve Koromaz, E. K. (2019). "Kalite Yönetimi ve Kullanıcı Memnuniyeti: İstanbul Şehir Hatları Örneği", *Journal of Technologies and Applied Sciences*, 2(01), 75-88.
- Hart, P. D. (2018). "Use of Loglinear Models to Investigate the Patterns of Association among Fitness Test Performances", *American Journal of Sports Science and Medicine*, 6(3), 84-88.
- Hill, D. R. (2019). "Determinants of household energy expenditures in Austria: A case using EU SILC microdata". http://tuik.gov.tr/MicroVeri/YMA_2018/turkce/metaveri/yontem/index.html
- İşbilen, S., Kılıçoğlu, Ö. Ü. G., & Oğuzhan, A. (2018). Belediye Hizmetleri ve Vatandaş Memnuniyeti: Yozgat Belediyesi Örneği. Cataloging-In-Publication Data, 340.
- Ji, J., & Gao, X. (2010). "Analysis of people's satisfaction with public transportation in Beijing", *Habitat International*, 34(4), 464-470.
- Karadeniz, M., ve Ünver, N. M. (2014). "Şehir İçi Denizyolu Ulaşımında Müşterilerin Hizmet Algısı ve Memnuniyeti: Bir Uygulama", *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(2), 43-68.
- Küçük Çırpın, B., ve Kurt, D. (2016). "Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kalitesi Ölçümü", *Journal of Transportation and Logistics*, 1(1), 83-98.
- Le-Klähn, D. T., Hall, C. M., ve Gerike, R. (2014). "Analysis of visitor satisfaction with public transport in Munich", *Journal of Public Transportation*, 17(3), 68-85.
- Okumuş, A., ve Asil, H. (2007). "Hizmet kalitesi algılamasının havayolu yolcularının genel memnuniyet düzeylerine olan etkisinin incelenmesi", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 36(2), 7-29.
- Öncel, S. Y., ve Erdugan, F. (2015). "Kontenjans tablolarının analizinde log-lineer modellerin kullanımı ve sigara bağımlılığı üzerine bir uygulama", *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 221-235.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., ve Berry, L. L. (1988). "Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Sarı, Y., Kılıçlar, A., ve Seçilmiş, C. (2011). "Yüksek hızlı tren (YHT) yolcularının kişisel değişkenler açısından memnuniyet algılamalarının değerlendirilmesi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 127-138.
- Sevim, Ş., ve Sarı Daldı, E. (2009). "Müşteri şikayet eğilimlerinin değerlendirilmesi: demiryolu ulaşımı üzerine bir araştırma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 95-106.
- Spicer, J. (2005). *Making sense of multivariate data analysis: An intuitive approach*. Sage.
- Topal, B., Şahin, H., ve Topal, B. (2019). "Havayolu ile Yolcu Taşımacılığında Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: İstanbul Hava Limanları Örneği", *Balkan Journal of Social Sciences*, 8(16), 119-128.

Y. Erdem Demirtaş

- Uz, C. Y., ve Canarlan, N. Ö. (2019). "Havayolu Hizmet kalitesinin Yolcu Memnuniyeti Üzerine Etkisi", *Turkish Studies*, 14(4), 2905-2922.
- Yankaya, U., ve Çelik, H. M. (2005). "Kamu Ulaşım Yatırımlarının Gayrimenkul Değerleri Üzerine Etkisinin Modellenmesi: İzmir Metrosu Örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(2), 61-79.
- Yüksel, M., ve Önaçan, M. B. (2018). "Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Türkiye'de Deniz Yolcu Taşımacılığında Bir Uygulama", *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 20-38.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:19.09.2020 ✓Accepted/Kabul:16.11.2020

DOI: 10.30794/pausbed.797369

Araştırma Makalesi/ Research Article

Bayır, T. ve Cömert, Y. (2021). "Etnosentrizm, Siyasi Eğilim ve Yaşanılan Şehir Tüketim Davranışını Etkiler Mi? Ulusal ve Uluslararası Markalar Üzerine Bir Araştırma" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 359-379.

ETNOSENTRİZM, SİYASİ EĞİLİM VE YAŞANILAN ŞEHİR TÜKETİM DAVRANIŞINI ETKİLER Mİ? ULUSAL VE ULUSLARARASI MARKALAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Talha BAYIR**, Yavuz CÖMERT***

Öz

Bu araştırma ile tüketicilerin deneyimlemiş oldukları beyaz eşya markalarına yönelik; etnosentrizm, kalite ve fiyat algıları, pişmanlık düzeyleri ile tekrar satın alma niyetlerini belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklem kitlesini, 894 beyaz eşya tüketicisi oluşturmaktadır. Araştırma verileri öncelikle geçerlilik, güvenilirlik ve faktör analizlerine tabi tutulmuştur. ANOVA analizinin ardından ise araştırma modeli PATH analizine tabi tutulmuştur. Araştırma analizleri sonucunda elde edilen bulgulara göre; katılımcıların etnosentrizm, kalite, fiyat, pişmanlık ve tekrar satın alma niyeti değişkenlerine ait değerlendirmeleri; beyaz eşya marka tercihleri, yaşanılan il ve siyasi eğilim gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Ayrıca, katılımcıların etnosentrizm, kalite, fiyat ve pişmanlık durumunun, tekrar satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Tüketici Etnosentrizmi, Algılanan Kalite, Algılanan Fiyat, Tekrar Satın Alma Niyeti, Pişmanlık.*

DOES ETHNOCENTRISM, POLITICAL TENDENCY AND CITY OF RESIDENCE AFFECT CONSUMPTION BEHAVIOUR? A RESEARCH ON NATIONAL AND INTERNATIONAL BRANDS

Abstract

In this study, it is aimed to evaluate the effect of ethnocentrism, quality, price, regret and repurchase intention to determine the conditions of white goods brands that participants have experienced. The sample group of the research consists of 894 white goods consumers. In this context, validity, reliability analysis and factor analysis of the data were performed. After an ANOVA analysis, the research model was performed to PATH analysis. According to the findings obtained from the research analysis, the evaluations of the participants regarding the variables of ethnocentrism, quality, price, satisfaction, regret and repurchase intention were significantly differentiated according to groups of white goods brand preferences, political tendency, and province of residence. Also, ethnocentrism, quality, price, and regret status of the participants were observed that to affect on repurchase intention.

Key Words: *Consumer Ethnocentrism, Percieved Quality, Percieved Price, Repurchase Intention, Regret.*

*Bu çalışma Talha BAYIR tarafından yazılan ve Doç. Dr. Yavuz CÖMERT tarafından yürütülen "Etnosentrizm, Kalite ve Fiyat Bağlamında Tüketicilerin Memnuniyet ve Pişmanlık Düzeyleri ile Tekrar Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi: Beyaz Eşya Markaları Üzerine Bir Araştırma" adlı tamamlanmış doktora tezinden türetilmiştir.

**Öğr. Gör. Dr., Şirnak Üniversitesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, ŞIRNAK.
e-posta: talhabayir@sirnak.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-3897-9205>)

***Doç. Dr., İnönü Üniversitesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, MALATYA.
e-posta: yavuz.comert@inonu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-7580-7197>)

1. GİRİŞ

Günümüz rekabet dünyası “her arz kendi talebini yaratır” döneminden “nasıl üretmeli, kaçta satmalı, nasıl pazarlamalıym ki tüketici alsın?” dönemine uzun zaman önce geçmiştir. Son yıllarda özellikle bir ürün veya hizmetin “nasıl pazarlamalı?” kısmındaki detaylar daha da karmaşık bir hale gelmiştir (Girişken, 2015: 3-4). Bu nedenle işletmeler rakiplerini daha iyi analiz ederek, kaliteli ve kabul gören ürünler üretmek için yeni yöntemler geliştirmişlerdir. Böylelikle pazarlama yöneticilerinde “iyi ürün ve iyi marka kendini satar” düşüncesi hakim olmaya başlamıştır (Mucuk, 2014: 3).

Çağdaş pazarlama anlayışı, tüketicinin ihtiyaç ve isteklerinin yanı sıra uzun dönemli tatminini hedef almaktadır. Tüketicinin nasıl tatmin olabileceğini bilmek için ise tüketici davranışının tutarlı bir biçimde anlaşılması gerekmektedir. Bu açıdan tüketici davranışlarının anlaşılması, çağdaş pazarlama anlayışı ve uygulamalarının temelini oluşturmakla birlikte pazarlama stratejisinin uzun dönemli başarısı için de hayati öneme sahiptir. Tüketici istek, ihtiyaç ve beklentilerinin sürekli değiştiği günümüzde, tüketici davranışlarına yönelik öngörülerde bulunmak, rakip firmalara üstünlük kurmada avantaj sağlayacaktır. Tüketiciler ürün veya hizmetleri satın alırken, psikolojik ve sosyal faktörlerin yanı sıra etnosentrizm, kalite ve fiyat gibi faktörlerden de etkilenmektedir.

İşletmeler için etnosentrizm, kalite ve fiyat algıları ile pişmanlık durumlarının, tüketicilerin tekrar satın alma niyetlerini ne düzeyde etkilediğini tespit etmek, yabancı markalara karşı rekabet üstünlük sağlamak açısından oldukça önemlidir. Özellikle etnosentrizm kavramının uluslararası bir pazara girmeden önce analiz edilmesi gereken bir parametre olduğu unutulmamalıdır. Çünkü tüketicilerin yabancı menşeli markalara karşı gösterdikleri olumlu ya da olumsuz tutumlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri de etnosentrizm’dir. Bu araştırma ile tüketicilerin deneyimlemiş oldukları beyaz eşya markalarının; etnosentrizm, kalite, fiyat, pişmanlık ve tekrar satın alma niyeti düzeyleri ile marka tercihi, siyasi eğilim ve yaşanan iller açısından tüketim farklılıklarının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

2. ETNOSENTRİZM VE TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ

Etnosentrizm kelimesinin kökenine bakıldığında; Yunancadaki “ethnos (ulus, ırk)” ve “centre (merkez)” kelimelerinin birleşiminden ortaya çıktığı söylenebilir (Klopf, 2001: 102). Türkçe’de ise etnosentrizm kavramı; “Biz-Merkezcilik”, “İrk Merkezcilik”, “Halk Merkezcilik” ve “Milliyet Merkezcilik” şeklinde de ifade edilmektedir (Ellialtı 2009: 49). Etnosentrizm kavramsal olarak ilk sosyolog William Graham Sumner (1906) tarafından ortaya atılmıştır. Sumner (1906: 13)’a göre etnosentrizm, “kişinin kendi kültürünü ve yaşam biçimini diğerlerinininkine nazaran daha üstün bulma eğilimi” şeklinde ifade edilmektedir. Tüketici Etnosentrizmi ise pazarlama literatürüne ise Shimp ve Sharma (1987) tarafından sokulmuştur. Tüketici etnosentrizmi ise “tüketicilerin yabancı menşeli ürünlere yönelik eğilimlerini” ifade etmektedir. Shimp vd. (1995: 27)’e göre tüketici etnosentrizmi, “yabancı menşeli ürünleri satın almanın uygunluğu, hakkında tüketiciler tarafından düzenlenen inançlar” olarak ifade edilmektedir. Sharma, vd. (1995) tarafından yapılan araştırmada tüketici etnosentrizmini üç ilkeye dayandırılmaktadır (Akhter, 2007:144):

- Bir kişinin yabancı menşeli ürün olarak kendi ülkesine zarar vereceği korkusu,
- Yabancı menşeli ürünleri satın almanın ahlâki yönü,
- Yabancı menşeli ürünlere karşı kişisel önyargılar.

Tüketici etnosentrizmi, pazarlamanın alt dallarından biri olan tüketici davranışlarına yönelik araştırmalarda belli bir etki alanına özgü bir kavram olarak formüle edilmiştir. Tüketici etnosentrizmi, tüketici satın alma karar süreçlerini anlamada ve işletmelere pazarlama açısından veriler sunmada büyük bir öneme sahiptir. Bu doğrultuda etnosentrizm eğilimi yüksek tüketiciler, yabancı menşeli ürünleri satın alması yanlış ve ülke ekonomisine zarar veren bir davranış olarak görülmektedir (Shimp ve Sharma, 1987: 280). Bu nedenle tüketici etnosentrizminin tüketim davranışlarını yönlendiren kitlesel bir etkisinin olduğu söylemek doğru olabilir. Bu durum aynı zamanda, işletmelerin küreselleşmelerine de bir meydan okuma olarak görülebilir (Bhuan, 2013: 49).

Tüketicilerin yerli menşeli ürünleri tercih eğilimlerinde farklılıklar mevcuttur. Bunun nedenleri arasında hem mikro açıdan (fiyat, kalite, ürün çeşitleri gibi) hemde makro açıdan (ülkelerin menşei, imajları ve gelişmişlik

düzeyleri gibi) çeşitli faktörler yatmaktadır. Tüketiciler, daha yüksek kalitede yabancı markalara ait ürünler piyasadayken, daha düşük kalitedeki yerli markalı ürünleri tercih etmeyeceklerdir (Knight, 1999: 152). Fakat etnosentrizm, bireyin diğer bireyleri kendi etnik grubunu merkeze alarak değerlendirme tutumu olarak yorumlanabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında ise birey kendi etnik grubunun değerlerini gurur ve bağlılık kaynağı sayarken diğer grupların değerlerini ise gözardı etmektedir (Shimp ve Sharma, 1987: 280). Kısaca birey kendi kültürünü yükseltirken, diğer kültürleri ise aşağılamaktadır (Keleş, 2008: 2). Etnosentrik eğilim ile türk tüketicileri satın almaya yöneltmek adına gerçekleştirilen en güzel örneklerden birisi; “yerli malı yurdun malı, her Türk bunu kullanmalı” şeklindeki slogan olduğu söylenebilir (Armağan ve Gürsoy, 2011: 69).

3. ALGILANAN KALİTE VE FİYAT

Olsen (2002)'e göre algılanan kalite, “performans özelliğinin ya da güvenin bir ifadesi” olarak tanımlanırken, Zeithaml (1988)'e göre ise, “tüketicilerin bir ürünün taşıdığı mükemmellik veya üstünlüğe ilişkin vardıkları yargı” olarak tanımlanmaktadır. Aaker (1991), algılanan kalitenin müşterinin değer yargılarına bağlı olarak değişmesi sebebiyle kesin bir tanımlama yapmanın gereksiz olduğunu iddia etmektedir. Aaker (1991) ise algılanan kaliteyi, “hedeflenen amacına bağlı olarak bir ürünün veya hizmetin genel kalitesi veya üstünlüğü hakkında alternatifler karşısında müşterideki algı” olarak tanımlamıştır. Zeithaml (1988) ise fiyatı, nesnel ve algılanan fiyat şeklinde iki farklı sınıfta incelemektedir. Buna göre nesnel fiyat, “ürünün gerçek fiyatı” iken algılanan fiyat ise, “gerçek fiyatın tüketiciler açısından yorumlanmış hali” şeklinde ifade edilmektedir. Algılanan fiyat, “tüketicilerin ürün ya da hizmeti satın almak için katlandığı bir ödün ve kalite düzeyinin bir göstergesi” olarak da ifade edilebilmektedir (Lichtenstein vd., 1988: 244). Algılanan kalite ve fiyat kavramları, algılanan değer de boyutlarını oluşturmaktadır. Algılanan değer, tüketicinin, “ne aldığı ve karşılığında ne verdiğine” ilişkin algılamalarını temel olarak ürüne genel bir fayda ataması yapılması olarak da tanımlanabilir. Bu doğrultuda algılanan değer şu şekilde de kavramsallaştırılabilmektedir (Monroe ve Chapman, 1987: 193):

- Algılanan Değer = Algılanan Faydalar / Algılanan Fedakarlık
- Algılanan Faydalar = f (algılanan kalite)
- Algılanan Fedakarlık = f (fiyat)

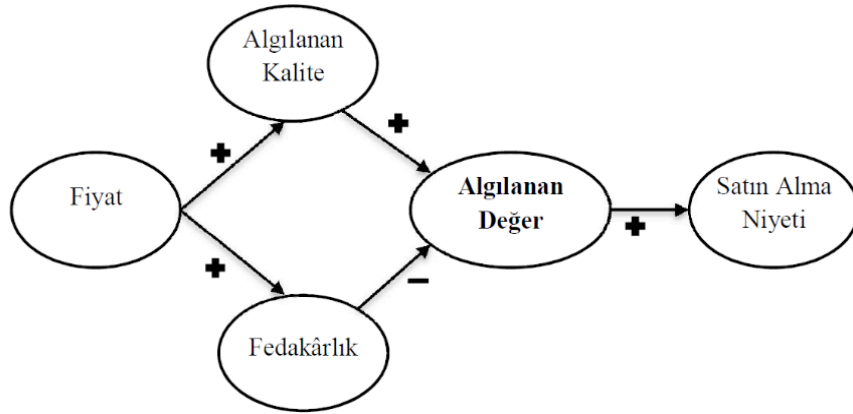
Değer yaratmak, rekabet avantajı sağlamada işletmeler açısından büyük önem arz etmektedir (Woodruff, 1997: 140). Tüketicilerin değer algılamaları, kalite ve fiyata ilişkin algılamalarından etkilenmektedir (Dodds ve Monroe 1985; Zeithaml, 1988; Monroe ve Chapman, 1987; Oh, 2000). Tüketiciler fiyat ve kalite algılamaları arasında bir karşılaştırma yaparak ürüne yönelik bir değer algısı geliştirirler (Rajendran ve Hariharan, 1996: 17). Nauman (1995) ortaya attığı müşteri değer üçlemesi modeli ile tüketicilerin değer algılamalarında, ürün/hizmet kalitesi ve değer odaklı fiyatların önemini şekil 1'deki gibi gösterilmektedir.



Şekil 1: Müşteri Değer Üçlemesi

Kaynak: Nauman (1995: 17)

Müşteri değeri üçlemesi modeli, ürün kalitesi, hizmet kalitesi ve değer tabanlı fiyatlar olmak üzere üç unsurdan oluşmaktadır. Müşteri değerinin yaratılması her üç unsur açısından müşteri beklentilerinin karşılanmasına bağlıdır. Yüksek veya düşük kaliteli ürün/hizmet sunumuyla yüksek değer algılaması yaratılması mümkün değildir (Nauman, 1995: 19). Tüketicilerin algıladıkları değer, tüketicilerin tüm memnuniyetlerini etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda fiyat ise değer algısını yöneten en önemli bileşenlerden birisidir. Bu sebeple tüketicinin algılanan değeri işletmeler ve markalar tarafından iyi tasarlanmalıdır. Algılanan değer kavramına yönelik modellerden ilki ise Dodds ve Monroe (1985) tarafından ortaya atılmıştır. Şekil 1’de gösterilen bu model de algılanan fiyatın kalite üzerindeki etkisinin yanı sıra marka, fiyat ve kalite arasındaki ilişkinin de ortaya konulmuştur. Modeli oluşturan araştırma sonuçlarına göre yüksek fiyat daha yüksek algılanan kaliteye yol açmakta ve daha yüksek bir satın alma eğilimine neden olmaktadır. Ayrıca yüksek değer algılaması için tüketicilerin yüksek kalite ve düşük fedakârlık algılamalarına sahip olmaları gerekmektedir (Ateş, 2014: 54).



Şekil 2: Algılanan Değer Modeli

Kaynak: Dodds ve Monroe (1985:86)

Dodds ve Monroe (1985)'nin ortaya koyduğu modelden sonra yapılan en önemli araştırmalardan biri Zeithaml (1988) tarafından gerçekleştirilmiştir. İçsel ve dışsal özellikler ile algılanan parasal/parasal olmayan maliyet değişkenlerin eklenmesiyle geliştirilen, şekil 2'deki modele göre ise algılanan değer, tüketicilerin elde ettikleri faydalar ile katlandıkları fedakârlıkları karşılaştırmaları sonucunda ilgili ürün veya hizmete dair ulaştıkları genel yargı olarak ifade edilmiştir (Ateş, 2014: 55).

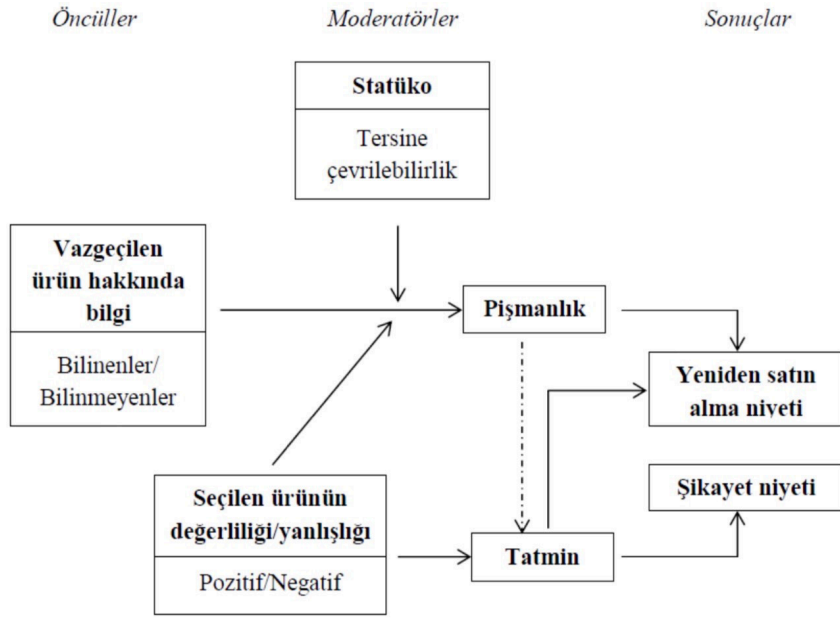
4. TÜKETİCİ KARAR SÜRECİNDE PIŞMANLIK

Pişmanlık, "herhangi bir kişinin karar davranışını optimize etmeye yarayan rasyonel bir duygu" olarak ifade edilmektedir. Weisberg ve Beck (2012)'ye göre ise pişmanlık kavramı, "tipik vakalar karşısında bireyin yaptığı seçimin sonucundan sorumlu olması" olarak da tanımlanmaktadır. Zeelenberg ve Pieters (2007) pişmanlığı, "kişinin seçimleriyle özel bir ilişkisi olan tek negatif duygu" olduğunu savunmaktadırlar. Tsiros ve Mittal (2000) ise pişmanlığı, "bireyin risk altında olduğu zamanda doğru olduğunu düşünerek seçmiş olduğu tercihinin, karar verme sonrasında yanlış olduğunu fark etmesi" olarak tanımlamaktadır. Tüketiciler, satın alma öncesinde ürün hakkında bilgi edinir ve mevcut seçenekleri değerlendirir. Satın alma sonrasında ise yaptıkları seçimi değerlendirip, diğer seçenekleri ve onların sonuçlarını düşünürler. Tüketiciler tarafından yapılan kapsamlı değerlendirmeler sonucu ise pişmanlık hissedebilir. Pişmanlığın satın alım öncesi ve sonrasındaki nedenleri tablo 1'de detaylandırılmaktadır (Öztürk, 2015: 93-100):

Tablo 1: Pişmanlığın Satın Alma Öncesi ve Sonrası Nedenleri

Pişmanlığın Satın Alım Öncesi Nedenleri	Pişmanlığın Satın Alım Sonrası Nedenleri
<ul style="list-style-type: none">• Belirsizlik,• Bilgi Araştırması ve Seçenek Değerlendirmesi,• İmpulsif Satın Alma,• Satın Alma Öncesi Fiyatlar,• Tüketicinin Kontrolü.	<ul style="list-style-type: none">• Özellik Seviyesi Değerlendirmeleri,• Satın Alma Sonrası Fiyatlar,• Marka ve Fiyat Arasındaki Seçim.

Pişmanlığın satın alma öncesi nedenleri arasında; ürün veya hizmetin belirsizliği, bilgi ve araştırma eksikliği, impulsive satın alma durumu, ürün veya hizmetin fiyatı, tüketicilerin kontrol düzeyi, satın alma esnasında hissedilen duygular gibi birçok faktör gösterilebilmektedir. Pişmanlığın satın alım öncesi nedenleri olduğu gibi satın alım sonrası nedenleri de vardır. Özellik seviyesi değerlendirmeleri, satın alma sonrası fiyatlar, marka ve fiyat arasındaki seçimleri bu nedenler arasındadır. Tüketici karar süreçlerinde pişmanlık duygusunun öncülleri, moderatörleri ve sonuçlarını oluşturan bir pişmanlık modeli, Tsiros ve Mittal (2000) tarafından ortaya atılmıştır. Bu modele göre; vazgeçilmiş olan bir ürün hakkında bilinen ve bilinmeyenler, pişmanlığın öncülü olarak kabul edilmiştir. Bu öncüller, durumun tersine çevrilebilirliği ve seçilen ürünün değerliliği ile birleşerek pişmanlığın oluşmasına neden olmaktadır. Bu modele göre pişmanlık; tekrar satın alma niyetini doğrudan, şikayet niyetini ise dolaylı olarak etkilemektedir (Korur, 2015: 36-37). Şekil 3'te tüketici karar süreçlerinde pişmanlık modeli gösterilmiştir.



Şekil 3: Tüketici Karar Sürecinde Pişmanlık Modeli

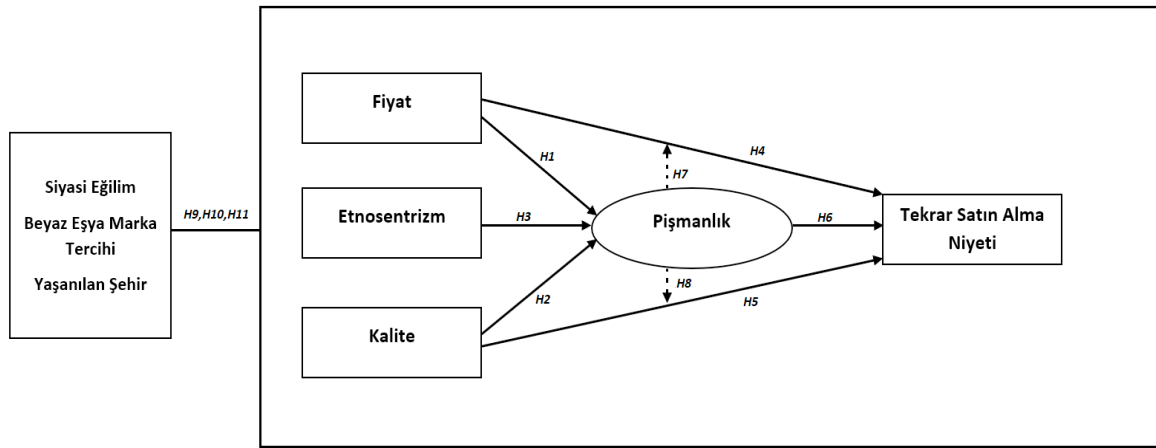
Kaynak: Tsiros ve Mittal (2000: 403).

Pişmanlığın içerisinde kendini suçlama duygusu bulunduğundan şikayet etme pişmanlığın doğrudan davranışsal bir sonucu değildir. Pişmanlık memnuniyet düzeyini etkilemekte, memnuniyet ise şikayet niyetlerini etkilemektedir. Buna örnek olarak, pişmanlığını ilgili işletmeye bildiren bir müşterinin herhangi bir sonuç alamaması durumunda memnuniyetsizlik yaşaması sebebiyle ilgili işletmeyi şikayet etmesi verilebilir (Engin, 2011: 126). Bir araştırmaya göre ise pişmanlık büyük psikolojik tepki yaratmaktadır. Bu sebeple de normal kişilerin pişmanlığı hayal kırıklığına göre daha yoğun yaşadıklarını ortaya konmuştur. Ayrıca araştırmalar kadınların, erkeklere nazaran pişmanlık duygusuna karşı daha duyarlı olduklarını tespit edilmiştir (Brody ve Hall, 1993: 447-460). Yine yapılan araştırmaların birçoğunda pişmanlık ve memnuniyet düzeyleri arasında negatif bir ilişki olduğunu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda pişmanlığın, memnuniyet düzeylerinin olumsuz etkileyerek, tekrar satın alım niyetinin azalmasına neden olmaktadır (Inman, Dyer ve Jia 1997; Zeelenberg ve Pieters, 1999).

5. METODOLOJİ

5. 1. Yöntem ve Model

Araştırma ile amaçlanan tüketicinin ilgili ürün/markaya yönelik etnosentrizm, kalite ve fiyata yönelik tutumları ile pişmanlık ve memnuniyet düzeylerinin sonucunda tekrar satın alma niyetine yönelik ipuçları elde etmektir. Etnosentrizm, kalite ve fiyat değişkenlerinin araştırmaya verdiği yönü net bir şekilde tespit etmek amacıyla da somut bir sektör (beyaz eşya), belirli marka grupları (Altus, Arçelik, Vestel, Beko, Samsung, Siemens, Bosch, Profilo) ve menşei ülke bilgisi (yerli/yabancı) gibi faktörler üzerinden analizler gerçekleştirilecektir. Araştırma verilerinin analizinde; tanımlayıcı ve betimleyici istatistikleri, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçek faktörlerine dair testler noktasında ise açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Verilerin homojenliği Barlett testi ile gerçekleştirilmesinin ardından ise ANOVA testi ile “farklılık” analizleri gerçekleştirilmiştir. Son olarak ise araştırma değişkenleri çerçevesinde tasarlanan model PATH (yol) Analizine tabi tutularak model uyumluluğu değerleri ile değişkenler arasındaki “etki” düzeyleri tespit edilmiştir.



Şekil 4: Araştırma Modeli

Araştırma kapsamında oluşturulan model yapılan literatür taramaları neticesinde birçok kaynaktan faydalanılarak oluşturulmuştur. Bu doğrultuda, Morrirt (1999), Tsiros ve Mittal (2000), Blery (2003), Dennis (2004), Tang (2008), Işık (2011), Liao, vd. (2017) ve Yen (2018)'in araştırmaları, modeli ve hipotezleri oluşturmada ele alınan temel kaynaklardır. Şekil 4'te gösterilen değişkenler arasındaki tek yönlü düz ok'lar, doğrudan etkiyi; kesikli ok'lar ise dolaylı yani aracılık etkisini göstermektedir. Ayrıca, modelde gösterilen pişmanlık değişkeni, aracı değişkendir. Yapılan literatür taramaları neticesinde tasarlanan hipotezlerden, H1, H2 ve H3, fiyat, kalite ve etnosentrizmin, pişmanlığa olan etkisini; H4, H5 ve H6 fiyat, kalite ve pişmanlığın, tekrar satın alma niyetine olan etkisini; H7 ve H8 ise fiyat ve kalitenin, pişmanlık aracılığı ile tekrar satın alma niyetine olan etkisini göstermektedir. Ayrıca, H9, H10 ve H11 ise katılımcıların ilgili değişkenlerine ilişkin değerlendirmelerinin, siyasi eğilim, yaşanılan şehir ve beyaz eşya marka tercihine göre farklılıklarını göstermektedir.

5.2. Veri Toplama Süreci ve Örneklem

Araştırma kapsamında, veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anketör ile katılımcılar arasında birebir iletişim zemini sağlanması ve cevaplama oranlarını yükseltmesi amacıyla tüm araştırma anketleri yüz yüze görüşme yöntemi ile elde edilmiştir. Anket ifadelerinin tümünde beşli likert tipi ölçekten faydalanılmıştır. Bu doğrultuda düzenlenmiş olan anket ifadelerinin, ölçmek istenileni ölçmede yeterli olup olmadığına dair ön bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu pilot çalışma kapsamında 154 katılımcıya anket uygulanarak ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri sınanmıştır. Pilot çalışma neticesinde geçerlilik ve güvenilirlikleri düşük olan ifadeler doğrudan ilgili ölçeklerden çıkarılırken; anlaşılabilirlik düzeyleri düşük olan ifadelerin ise tekrardan revize edilmiştir. Bu doğrultuda, araştırmacının ikinci bölümünü oluşturan ölçeklerden; etnosentrizm 5, kalite 5, fiyat 4; tekrar satın alma niyeti 5; pişmanlık ise 4 ifadeden oluşmaktadır.

Araştırma tasarlanırken, maliyet, zaman ve temsil yeteneği kriterleri göz önünde bulundurularak uygun örnekleme yöntemi olarak, tabakalı örnekleme seçilmiştir. Tabakalı Örnekleme, popülasyonu bir veya bir kaç niteliği bakımından homojen alt gruplara ayırmaya denilmektedir (Karagölge ve Peker, 2002: 314). Araştırmanın evrenini Elazığ, Malatya, Tunceli ve Bingöl’de yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Bu illerin nüfusu TÜİK (2018) verilerine göre 1.762.077 kişiden oluşmaktadır. Örneklem büyüklüğünün %95 güvenilirliğe sahip olması için 384 kişiye ulaşılması yeterlidir (Baş, 2006: 47). Fakat araştırmanın, Elazığ, Malatya, Tunceli ve Bingöl olarak nitelendirilen 4 farklı ilde uygulanacak olması nedeniyle örneklem kitlesinin hatayı payını azaltmak adına daha fazla katılımcıya ulaşılmıştır (tablo 2). Bu kapsamda 1028 adet kişiye ulaşılmış fakat eksik, hatalı ve boş kodlamalardan kaynaklı olarak 134 katılımcının anket formu değerlendirmeye alınmayarak, toplam 894 adet katılımcının cevaplandığı anket formu analizlere tabi tutulmuştur. Bu doğrultuda örneklem hatasını azaltmak için çalışmaya katılan 894 (894>384) kişi 1.762.077’lik bir evreni %95 oranında bir güvenilirlikle temsil edebilir yeterliliktedir. Araştırma anketinden elde edilen demografik verilere dair frekans ve yüzde dağılımları tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Katılımcılara Dair Demografik Bilgiler

Değişkenler	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Kadın	365	40,8
	Erkek	529	59,2
Medeni Durum	Evli	577	64,5
	Bekar	317	35,5
Yaş	20 ve altı	25	2,8
	21-30	326	36,5
	31-40	327	36,6
	41-50	153	17,1
	51 ve üstü	63	7,0
Eğitim Durumu	İlkveortaokul	29	3,2
	Lise	163	18,2
	Önlisans	141	15,8
	Lisans	437	48,9
	Yükseklisans	104	11,6
	Doktora	13	1,5
	Diğer	7	0,8
Gelir Durumu	1000tl ve altı	79	8,9
	1001tl-5000tl	530	59,1
	5001tl-8000tl	245	27,4
	8001tl-üstü	40	4,6
Meslek Grubu	Kamu sektörü çalışanı	514	57,5
	Özel sektör çalışanı	148	16,6
	Sanayi ve iş adamı	5	0,6
	Esnaf ve zanaatkar	34	3,8
	Emekli	21	2,3
	İşçi	26	2,9
	Öğrenci	68	7,6
	Ev Hanımı	52	5,8
	Diğer	26	2,9

Beyaz Eşya Markası	Altus	20	2,2
	Arçelik	382	42,7
	Vestel	68	7,6
	Beko	75	8,4
	Profilo	18	2,0
	Bosch	199	22,3
	Samsung	100	11,2
	Siemens	32	3,5
Siyasi Eğilim	Demokrat	186	20,8
	Liberal	19	2,1
	Sosyalist	74	8,3
	Milliyetçi	329	36,8
	Muhafazakar	124	13,9
	Dindar	60	6,7
	Diğer	102	11,4
Yaşanılan Şehirler	Elazığ	309	34,6
	Malatya	350	39,1
	Bingöl	143	16,0
	Tunceli	92	10,3
TOPLAM		894	100

Tablo 2'ye göre katılımcılar; cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, eğitim durumu, meslek grubu ve beyaz eşya markası tercihi, siyasi eğilim ve yaşanılan şehirlere göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya dair veriler ise ilgili tablo da sunulmuştur.

6. ANALİZ VE BULGULAR

6.1. Güvenilirlik, Geçerlilik ve Faktör Analizleri

Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliklerine dair yaygın olarak kullanılan; Cronbach's Alfa (α) ve Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) analiz yöntemleri kullanılmıştır. Tablo 3'te araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin α ve KMO değerlerine ilişkin yeterlilik düzeyleri verilmiştir.

Tablo 3: Ölçeğe Dair Analizler

Güvenilirlik Analizi					KMO ve Bartlett's Testi		Açıklanan Toplam Varyans		
α	Standardize α	İfade Sayısı	N	%	KMO	Bartlett's	Toplam	% Varyans	Kümülatif %
,755	,768	23	894	100	,938	15091,522	1,037	4,509	73,508

Tablo 3'te de görüldüğü üzere ölçeğin geneline dair α standardize değerinin 0.768 ve KMO değerinin ise 0.938 olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda α değerinin "iyi güvenilirlik" düzeyinde; KMO değerinin ise "mükemmel geçerlilik" düzeyinde olduğu söylenebilmektedir¹. Ölçeğin kümülatif varyans açıklıcılığı da %70,513'ye ulaşmıştır. Araştırma kapsamında ölçeklerin yapı geçerliliğini doğrulamak için ise doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi, faktörlere ait soruların, ölçmek istenilen değişkeni ne derece ölçebildiğini ortaya koymaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi'ne göre ölçeğin yapısal eşitlik model analizi sonucuna

¹ George ve Mallery (2010); Sharma (1996)

göre $p=0.000$ anlamlılık düzeyinde olduğu ortaya konmuştur. Ölçeği oluşturan 23 madde ve 5 boyutun ölçek yapısıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Oluşturulan kovaryanslar neticesinde tablo 5'te gösterilmiş olan uyum iyiliği değerlerine ulaşılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçeğin uyum iyiliği indeksleri ($p=,000$) anlamlılık düzeyinde; RMSEA 0,058; NFI 0,939; CFI 0,953; IFI 0,953; GFI 0,918; TLI 0,949; AGFI 0,903; CMIN/df (X2/sd) 3,995 ile kabul edilebilir düzeydedir². Oluşturulan model üzerinde gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi neticesinde her bir maddeye ilişkin elde edilen faktör yükleri tablo 4'te sunulmaktadır. Bu veriler incelendiğinde faktör yüklerinin 0,585 ile 0,878 arasında olduğu görülmektedir. Daha öncede belirtildiği üzere faktör yüklerinin 0,50'den yüksek olması yeterli olarak kabul edilmektedir.

Tablo 4: Faktör Analizine İlişkin Bilgiler

Ölçekler	Ölçek İfadeleri	Ortalama	Std. Sapma	Faktör Yükleri	Ca	Açıklanan Varyans	KMO
KALİTE	Bu markanın ürünleri iyi imal edilmiştir,	3,9441	,95193	,870	0,921	76,004	0,886
	Bu markanın ürünlerinin işçiliği iyidir,	3,9038	,92842	,878			
	Bu markanın ürünleri istikrarlı bir performans gösterir,	3,8770	,96898	,834			
	Bu markanın ürünleri kabul edilebilir kalite standardına sahiptir,	3,9396	,92177	,843			
	Bu markanın ürünleri dayanıklı değildir,	3,9553	,92750	,790			
FİYAT	Bu markanın ürünleri makul bir şekilde fiyatlandırılmıştır,	3,2181	1,02732	,690	0,820	65,065	0,783
	Bu markanın ürünleri verilen para karşılığında değer sunmaktadır,	3,5369	,97119	,752			
	Bu markanın ürünleri fiyatına göre iyidir,	3,4273	,97836	,779			
	Bu markanın ürünleri ekonomiktir,	3,1924	1,03625	,663			
PİŞMANLIK	Bu markanın ürünlerini satın alma sürecinde yeterince dikkatli olmadığımı düşünüyorum,	3,6197	1,00764	,830	0,872	72,532	0,815
	Bu markanın ürünleri yerine başka markalı ürünler tercih etmeliydim,	3,6723	1,00668	,801			
	Keşke bu markanın ürünlerini satın almasaydım çünkü artık benim için işe yaramaz,	3,6801	,99411	,825			
	Yapmış olduğum bu marka ürün seçiminden pişmanım,	3,6275	1,01333	,781			

2 Hoşgör (2019)

TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	Fırsatım olursa bu markanın ürünlerini satın alacağım,	3,6488	1,03884	,765	0,956	85,139	0,905
	Büyük olasılıkla bu markanın ürünlerini satın alacağım,	2,3982	1,01954	,828			
	Yeni ürünlere ihtiyaç duyduğumda bu markanın ürünlerini satın alacağım,	2,3826	1,06726	,805			
	Gelecekte bu markanın ürünlerini satın almaya devam edeceğim,	2,1186	1,00916	,829			
	Bu markanın ürünlerini arkadaşlarıma tavsiye edeceğim,	2,0928	1,03969	,783			
ETNOSENTRİZM	Türk halkı yabancı menşeli ürünler yerine yerli menşeli ürünleri satın almalıdır,	3,6018	1,21222	,730	0,845	61,949	0,849
	Sadece kendi ülkemizde elde edemediğimiz ürünlerini yabancı ülkelerden satın almalıyız,	3,3714	1,26487	,585			
	Yabancı ülkelerin bizim üzerimizden zengin olmasına müsaade etmektense yerli menşeli ürünleri satın almalıyız,	3,8893	1,09567	,830			
	Uzun dönemde daha maliyetli olsa da, yerli menşeli ürünleri desteklemeyi tercih ederim,	3,7438	1,08659	,717			
	Türk ekonomisine zarar vererek, işsizliğe neden olduğu için Türk halkı yabancı menşeli ürünleri satın almamalıdır.	3,6510	1,16937	,754			
Ca Testi: 0,768; KMO Testi: 0,938; Bartlett Testi: (χ^2 : 15091,522; df: 253; p: 0,000); Kümülatif Varyans (%): 73,508							

Literatür taramaları neticesinde tespit edilen ölçeklerin her biri daha önce güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiş bilimsel çalışmalardan alıntılanmıştır. Araştırmanın ölçüm boyutlarını oluşturan; “*etnosentrizm*” Sharma ve Shimp (1987)’den, “*kalite ve fiyat*” Sweeny ve Soutar (2001)’den, “*pişmanlık*” Lee ve Cotte (2009)’dan ve “*tekrar satın alma niyeti*” ise Grewal, vd. (1998)’den alıntılanmıştır. Tablo 6’da görüldüğü üzere kalite, fiyat, etnosentrizm, pişmanlık ve tekrar satın alma niyetine dair ölçeklerin, Ca ve KMO değerlerinin “*yeterli*” düzeyde güvenilir ve geçerli olduğu tespit edilmiştir.

6.2. Kontrol Değişkenlerinin Farklılık Düzeylerinin İncelenmesi

ANOVA analizleri parametrik test grupları altında yer almaktadır. Bu tür testler yalnızca değişkenlerin normal dağıldığı varsayımı altında yapılabilmektedirler. Bu sebeple ilgili analizler yapılmadan önce değişkenlere ait faktörlerin normal dağılıp dağılmadığına yönelik basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerleri incelenmiştir. Yapılan analizler neticesinde; tüm ifadelerle ait çarpıklık ve basıklık değerleri +2.0 ile -2.0 aralığında olduğu tespit edilmiştir³. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen bağımsız ikiden fazla gruplar için ANOVA ve Post Hoc (Tukey) testi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda; beyaz eşya marka tercihi (Altus, Arçelik, Beko, Vestel, Samsung, Siemens, Bosch ve Profilo), siyasi eğilim (Demokrat, Sosyalist, Liberal, Milliyetçi, Muhafazakar ve Dindar) ve yaşanan iller (Elazığ, Malatya, Tunceli ve Bingöl) için ANOVA, Tukey testi gerçekleştirilmiştir. Tablo 5’te yaşanan illere göre grupların ANOVA testi sonuçları gösterilmektedir.

3 George ve Mallery (2010)

Tablo 5: Yaşanılan illere Dair ANOVA Analizi

Değişken	Gruplar	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
ETNOSENTRİZM	Gruplar Arası	7,817	3	2,606	3,144	,025
	Gruplar İçi	737,696	890	,829		
	Toplam	745,513	893	-		
KALİTE	Gruplar Arası	1,414	3	,471	,703	,551
	Gruplar İçi	597,253	890	,671		
	Toplam	598,668	893	-		
FİYAT	Gruplar Arası	10,728	3	3,576	5,548	,001
	Gruplar İçi	573,614	890	,645		
	Toplam	584,342	893	-		
TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	Gruplar Arası	1,259	3	,420	,480	,696
	Gruplar İçi	777,256	890	,873		
	Toplam	778,515	893	-		
PİŞMANLIK	Gruplar Arası	,862	3	,287	,371	,774
	Gruplar İçi	689,572	890	,775		
	Toplam	690,434	893	-		

Tablo 5’te gösterildiği üzere *p* anlamlılık değeri; *etnosentrizm* (*p*: 0,025) ve *fiyat* (*p*: 0,001) değişkenleri için kritik değer olan 0,05’den küçük ve anlamlı düzeydedir. Yani katılımcıların etnosentrizm ve fiyat değişkenlerine ait değerlendirmelerinin, yaşanılan il grubuna göre anlamlı olarak farklılaştığı söylenebilmektedir. Tablo 6’da yaşanılan illere göre grupların Post Hoc (Tukey) testi sonuçları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

Tablo 6: Yaşanılan illere Dair Post Hoc (Tukey) Çoklu Karşılaştırmalar Analizi

Değişken	Yaşanılan Şehir	p			
		<i>Elazığ</i>	<i>Malatya</i>	<i>Bingöl</i>	<i>Tunceli</i>
KALİTE	<i>Elazığ</i>	1,000	0,557	1,000	0,940
	<i>Malatya</i>	0,557	1,000	0,731	0,992
	<i>Bingöl</i>	1,000	0,731	1,000	0,956
	<i>Tunceli</i>	0,940	0,992	0,956	1,000
FİYAT	<i>Elazığ</i>	1,000	0,819	0,009*	0,906
	<i>Malatya</i>	0,819	1,000	0,001*	1,000
	<i>Bingöl</i>	0,009*	0,001*	1,000	0,015*
	<i>Tunceli</i>	0,906	1,000	0,015*	1,000
TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	<i>Elazığ</i>	1,000	0,998	0,812	0,975
	<i>Malatya</i>	0,998	1,000	0,722	0,990
	<i>Bingöl</i>	0,812	0,722	1,000	0,722
	<i>Tunceli</i>	0,975	0,990	0,722	1,000

PİŞMANLIK	<i>Elazığ</i>	1,000	0,724	0,945	0,970
	<i>Malatya</i>	0,724	1,000	0,994	0,995
	<i>Bingöl</i>	0,945	0,994	1,000	1,000
	<i>Tunceli</i>	0,970	0,995	1,000	1,000
ETNOSENTRİZM	<i>Elazığ</i>	1,000	0,559	0,821	0,228
	<i>Malatya</i>	0,559	1,000	0,224	0,027*
	<i>Bingöl</i>	0,821	0,224	1,000	0,730
	<i>Tunceli</i>	0,228	0,027*	0,730	1,000
* $p < 0,05$ (Tukey)					

Tablo 6’da gösterildiği üzere Post Hoc (Tukey) testi sonuçlarına göre Tunceli ile Malatya karşılaştırıldığında, *etnosentrizm* ($p: 0,027$) değeri ile Tunceli ($x=3,44$); Malatyadan ($x=3,74$) anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bingöl ile Elazığ, Malatya ve Tunceli illeri karşılaştırıldığında, *fiyat* ($p: 0,009-0,001-0,015$) değerleri ile Bingöl ($x=3,09$); Elazığ ($x=3,35$), Malatya ($x=3,41$) ve Tunceliden ($x=3,42$) anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Tablo 7’de siyasi eğilimlere göre grupların ANOVA testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 7: Siyasi Eğilime Dair ANOVA Analizi

Değişken	Gruplar	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
ETNOSENTRİZM	Gruplar Arası	79,592	6	13,265	17,669	,000
	Gruplar İçi	665,921	887	,751		
	Toplam	745,513	893	-		
KALİTE	Gruplar Arası	4,330	6	,722	1,077	,374
	Gruplar İçi	594,338	887	,670		
	Toplam	598,668	893	-		
FİYAT	Gruplar Arası	12,090	6	2,015	3,123	,005
	Gruplar İçi	572,252	887	,645		
	Toplam	584,342	893	-		
TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	Gruplar Arası	3,243	6	,541	,618	,716
	Gruplar İçi	775,272	887	,874		
	Toplam	778,515	893	-		
PİŞMANLIK	Gruplar Arası	3,650	6	,608	,786	,581
	Gruplar İçi	686,785	887	,774		
	Toplam	690,434	893	-		

Tablo 7’de gösterildiği üzere p anlamlılık değeri; *etnosentrizm* ($p: 0,000$) ve *fiyat* ($p: 0,005$) değişkenleri için kritik değer olan 0,05’den küçük ve anlamlı düzeydedir. Yani katılımcıların etnosentrizm ve fiyat değişkenlerine ait değerlendirmelerinin, siyasi eğilim grubuna göre anlamlı olarak farklılaştığı söylenebilmektedir. Tablo 8’de siyasi eğilimlere göre Post Hoc (Tukey) testi sonuçları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

Tablo 8: Siyasi Eğilime Dair Post Hoc (Tukey) Çoklu Karşılaştırmalar Analizi

Değişken	Siyasi Eğilim	p					
		<i>Demokrat</i>	<i>Liberal</i>	<i>Sosyalist</i>	<i>Milliyetçi</i>	<i>Muhafazakar</i>	<i>Dindar</i>
KALİTE	<i>Demokrat</i>	1,000	0,960	0,904	0,999	1,000	0,706
	<i>Liberal</i>	0,960	1,000	1,000	0,986	0,982	0,569
	<i>Sosyalist</i>	0,904	1,000	1,000	0,974	0,973	0,263
	<i>Milliyetçi</i>	0,999	0,986	0,974	1,000	1,000	0,424
	<i>Muhafazakar</i>	1,000	0,982	0,973	1,000	1,000	0,641
	<i>Dindar</i>	0,706	0,569	0,263	0,424	0,641	1,000
FİYAT	<i>Demokrat</i>	1,000	1,000	0,012*	0,194	0,662	0,998
	<i>Liberal</i>	1,000	1,000	0,393	0,907	0,957	1,000
	<i>Sosyalist</i>	0,012*	0,393	1,000	0,459	0,472	0,026*
	<i>Milliyetçi</i>	0,194	0,907	0,459	1,000	1,000	0,324
	<i>Muhafazakar</i>	0,662	0,957	0,472	1,000	1,000	0,607
	<i>Dindar</i>	0,998	1,000	0,026*	0,324	0,607	1,000
TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	<i>Demokrat</i>	1,000	0,856	0,935	0,999	0,998	1,000
	<i>Liberal</i>	1,000	1,000	0,987	0,999	1,000	1,000
	<i>Sosyalist</i>	0,856	0,987	1,000	0,996	0,982	0,753
	<i>Milliyetçi</i>	0,935	0,999	0,996	1,000	1,000	0,862
	<i>Muhafazakar</i>	0,999	1,000	0,982	1,000	1,000	0,977
	<i>Dindar</i>	0,998	1,000	0,753	0,862	0,977	1,000
PİŞMANLIK	<i>Demokrat</i>	1,000	0,993	1,000	0,889	0,999	0,522
	<i>Liberal</i>	0,993	1,000	0,998	1,000	0,999	1,000
	<i>Sosyalist</i>	1,000	0,998	1,000	0,996	1,000	0,808
	<i>Milliyetçi</i>	0,889	1,000	0,996	1,000	0,998	0,911
	<i>Muhafazakar</i>	0,999	0,999	1,000	0,998	1,000	0,798
	<i>Dindar</i>	0,522	1,000	0,808	0,911	0,798	1,000
ETNOSENTRİZM	<i>Demokrat</i>	1,000	0,825	0,859	0,000*	0,000*	0,005*
	<i>Liberal</i>	0,825	1,000	0,997	0,000*	0,001*	0,017*
	<i>Sosyalist</i>	0,859	0,997	1,000	0,000*	0,000*	0,001*
	<i>Milliyetçi</i>	0,000*	0,000*	0,000*	1,000	1,000	0,904
	<i>Muhafazakar</i>	0,000*	0,001*	0,000*	1,000	1,000	0,978
	<i>Dindar</i>	0,005*	0,017*	0,001*	0,904	0,978	1,000

* $p < 0,05$ (Tukey)

Tablo 8’de gösterildiği üzere Post Hoc (Tukey) testi sonuçlarına göre demokrat, liberal, sosyalist, milliyetçi, muhafazakar ve dindar eğilime sahip katılımcılar karşılaştırıldığında, *etnosentrizm* (p : 0,000-0,000-0,005-0,000-0,001-0,017-0,000-0,000-0,001) değerleri ile demokrat ($x=3,29$), liberal ($x=3,01$) ve sosyalistler ($x=3,14$); milliyetçi ($x=3,90$), muhafazakar ($x=3,88$) ve dindarlardan ($x=3,76$) anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Ayrıca, demokrat, sosyalist, ve dindarlar karşılaştırıldığında, *fiyat* (p : 0,012-0,026) değerleri ile sosyalistler ($x=3,60$); demokrat ($x=3,22$) ve dindarlardan ($x=3,16$) anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Tablo 9’da beyaz eşya marka tercihlerine göre grupların ANOVA testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 9: Beyaz Eşya Marka Tercihine Dair ANOVA Analizi

Değişken	Gruplar	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
ETNOSENTRİZM	Gruplar Arası	33,475	8	4,184	5,201	,000
	Gruplar İçi	712,038	885	,805		
	Toplam	745,513	893	-		
KALİTE	Gruplar Arası	31,100	8	3,888	6,062	,000
	Gruplar İçi	567,568	885	,641		
	Toplam	598,668	893	-		
FİYAT	Gruplar Arası	22,707	8	2,838	4,473	,000
	Gruplar İçi	561,635	885	,635		
	Toplam	584,342	893	-		
TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	Gruplar Arası	25,842	8	3,230	3,798	,000
	Gruplar İçi	752,672	885	,850		
	Toplam	778,515	893	-		
PİŞMANLIK	Gruplar Arası	23,445	8	2,931	3,888	,000
	Gruplar İçi	666,989	885	,754		
	Toplam	690,434	893	-		

Tablo 9’da gösterildiği üzere *p* anlamlılık değeri; *etnosentrizm* (*p*: 0,000), *kalite* (*p*: 0,000), *fiyat* (*p*: 0,000), *tekrar satın alma niyeti* (*p*: 0,000) ve *pişmanlık* (*p*: 0,000) değişkenleri için kritik değer olan 0,05’den küçük ve anlamlı düzeydedir. Yani katılımcıların etnosentrizm, kalite, fiyat, tekrar satın alma niyeti ve pişmanlık değişkenlerine ait değerlendirmelerinin, beyaz eşya marka tercih grubuna göre anlamlı olarak farklılaştığı söylenebilmektedir. Tablo 10’da beyaz eşya marka tercihine göre grupların Post Hoc (Tukey) testi sonuçları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

Tablo 10: Beyaz Eşya Marka Tercihine Dair Post Hoc (Tukey) Çoklu Karşılaştırmalar Analizi

Değişken	Beyaz Eşya Markaları	p							
		<i>Altus</i>	<i>Arçelik</i>	<i>Vestel</i>	<i>Beko</i>	<i>Profilo</i>	<i>Bosch</i>	<i>Samsung</i>	<i>Siemens</i>
KALİTE	<i>Altus</i>	1,000	0,569	1,000	0,480	0,634	0,008*	0,043*	0,647
	<i>Arçelik</i>	0,569	1,000	0,148	1,000	0,999	0,000*	0,095	1,000
	<i>Vestel</i>	1,000	0,148	1,000	0,198	0,589	0,000*	0,001*	0,549
	<i>Beko</i>	0,480	1,000	0,198	1,000	1,000	0,241	0,779	1,000
	<i>Profilo</i>	0,634	0,999	0,589	1,000	1,000	0,982	0,999	1,000
	<i>Bosch</i>	0,008*	0,000*	0,000*	0,241	0,982	1,000	0,998	0,812
	<i>Samsung</i>	0,043*	0,095	0,001*	0,792	0,999	0,998	1,000	0,976
	<i>Siemens</i>	0,647	1,000	0,549	1,000	1,000	0,812	0,976	1,000
FİYAT	<i>Altus</i>	1,000	0,305	0,998	0,559	0,998	0,028*	0,204	0,005*
	<i>Arçelik</i>	0,305	1,000	0,150	1,000	0,941	0,176	0,998	0,097
	<i>Vestel</i>	0,998	0,150	1,000	0,645	1,000	0,001*	0,116	0,002*
	<i>Beko</i>	0,559	1,000	0,645	1,000	0,986	0,526	0,995	0,135
	<i>Profilo</i>	0,998	0,941	1,000	0,986	1,000	0,423	0,844	0,097
	<i>Bosch</i>	0,028*	0,176	0,001*	0,526	0,423	1,000	0,960	0,778
	<i>Samsung</i>	0,204	0,998	0,116	0,995	0,844	0,960	1,000	0,385
	<i>Siemens</i>	0,005*	0,097	0,002*	0,135	0,097	0,778	0,385	1,000

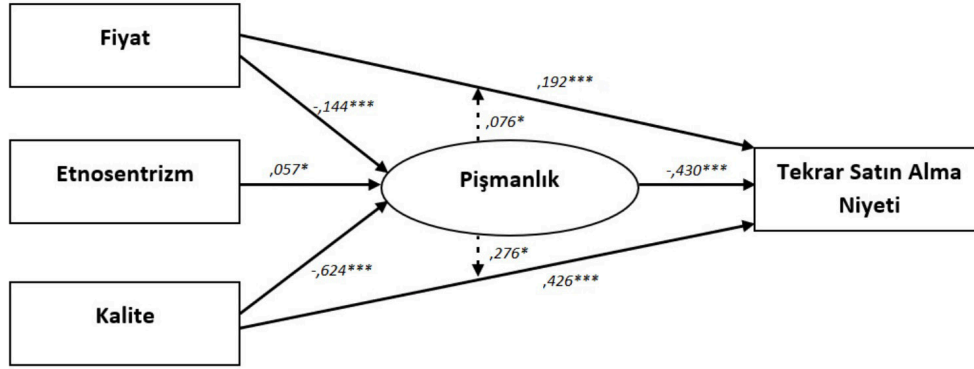
TEKRAR SATIN ALMA NİYETİ	Altus	1,000	0,922	1,000	0,966	0,738	0,204	0,518	1,000
	Arçelik	0,922	1,000	0,379	1,000	0,982	0,021*	0,733	0,957
	Vestel	1,000	0,379	1,000	0,767	0,501	0,021*	0,050*	1,000
	Beko	0,966	1,000	0,767	1,000	0,984	0,342	0,908	0,987
	Profilo	0,738	0,982	0,501	0,984	1,000	1,000	1,000	0,801
	Bosch	0,204	0,021*	0,021*	0,342	1,000	1,000	0,996	0,178
	Samsung	0,518	0,733	0,050*	0,908	1,000	0,996	1,000	0,544
	Siemens	1,000	0,957	1,000	0,987	0,801	0,178	0,544	1,000
PİŞMANLIK	Altus	1,000	0,932	1,000	0,999	0,985	0,276	0,140	1,000
	Arçelik	0,932	1,000	0,923	0,986	1,000	0,054	0,028*	0,998
	Vestel	1,000	0,923	1,000	1,000	0,998	0,043*	0,016*	1,000
	Beko	0,999	0,986	1,000	1,000	1,000	0,086	0,033*	1,000
	Profilo	0,985	1,000	0,998	1,000	1,000	0,988	0,923	1,000
	Bosch	0,276	0,054	0,043*	0,086	0,988	1,000	0,996	0,513
	Samsung	0,140	0,028*	0,016*	0,033*	0,923	0,996	1,000	0,283
	Siemens	1,000	0,998	1,000	1,000	1,000	0,513	0,283	1,000
ETNOSENTRİZM	Altus	1,000	0,982	1,000	0,992	0,842	0,100	0,320	0,342
	Arçelik	0,982	1,000	0,987	1,000	0,978	0,000*	0,071	0,388
	Vestel	1,000	0,987	1,000	0,998	0,869	0,002*	0,075	0,222
	Beko	0,992	1,000	0,998	1,000	0,984	0,032*	0,376	0,540
	Profilo	0,842	0,978	0,869	0,984	1,000	0,999	1,000	1,000
	Bosch	0,100	0,000*	0,002*	0,032*	0,999	1,000	0,997	1,000
	Samsung	0,320	0,071	0,075	0,376	1,000	0,997	1,000	1,000
	Siemens	0,342	0,388	0,222	0,540	1,000	1,000	1,000	1,000

* $p < 0,05$ (Tukey)

Tablo 10’da gösterildiği üzere Post Hoc (Tukey) testi sonuçlarına göre Bosch markası ile Arçelik, Vestel ve Beko markaları karşılaştırıldığında, *etnosentrizm* ($p: 0,000-0,002-0,032$) değeri ile Bosch ($x=3,38$); Arçelik ($x=3,77$), Vestel ($x=3,89$) ve Beko ($x=3,78$) markalarından anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bosch markası ile Arçelik, Vestel ve Beko markaları karşılaştırıldığında, *kalite* ($p: 0,008-0,000-0,000$) değeri ile Bosch ($x=4,17$); Altus ($x=3,48$), Arçelik ($x=3,84$) ve Vestel ($x=3,55$) markalarından anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Samsung markası ile Altus ve Vestel markaları karşılaştırıldığında, *kalite* ($p: 0,043-0,001$) değeri ile Samsung ($x=4,10$); Altus ($x=3,48$) ve Vestel ($x=3,55$) markalarından anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bosch ve Siemens markaları ile Altus ve Vestel markaları karşılaştırıldığında, *fiyat* ($p: 0,028-0,001-0,005-0,002$) değeri ile Bosch ($x=3,18$) ve Siemens ($x=2,91$); Altus ($x=3,80$) ve Vestel ($x=3,65$) markalarından anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bosch ile Arçelik ve Vestel markaları karşılaştırıldığında, *tekrar satın alma niyeti* ($p: 0,021-0,021$) değeri ile Bosch ($x=4,05$); Altus ($x=3,44$), Arçelik ($x=3,80$) ve Vestel ($x=3,57$) markalarından anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bosch markası ile Arçelik ve Vestel markaları karşılaştırıldığında, *pişmanlık* ($p: 0,050-0,043$) değeri ile Bosch ($x=2,07$); Arçelik ($x=2,30$) ve Vestel ($x=2,45$) markalarından anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Samsung markası ile Arçelik, Vestel ve Beko markaları karşılaştırıldığında, *pişmanlık* ($p: 0,028-0,016-0,033$) değeri ile Samsung ($x=1,98$); Arçelik ($x=2,30$), Vestel ($x=2,45$) ve Beko ($x=2,41$) markaları ile anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

6.3.Araştırma Değişkenlerinin Etki Düzeylerinin İncelenmesi

Wright (1960) tarafından ortaya atılan PATH (yol) Analizi, kuramsal olarak kurgulanmış olunan model değişkenleri arasındaki ilişkilerin gücünü test etmektedir. Böylelikle birden çok değişkenin karşılıklı etkileşimleri analiz edilerek bütüncül bir bakış açısıyla modelin değerlendirilmesine katkı sunmaktadır. Şekil 5’te araştırma kapsamında oluşturulmuş “PATH modeli” gösterilmektedir.



* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

Şekil 5: PATH Modeli

Şekil 5’te gösterildiği üzere, PATH modeline uygunluk testleri yapılmıştır. PATH analizi sonuçlarına göre, modelin uyum iyiliği indeksleri ($p=,000$) anlamlılık düzeyinde; RMSEA 0,000; NFI 0,998; CFI 1,000; IFI 1,000; GFI 0,999; TLI 1,000; AGFI 0,994; CMIN/df (X^2/sd) 0,859 ile iyi uyum düzeyindedir. PATH regresyon analizi sonuçlarına göre; fiyat (-,144) ve kalite (-,624) ve etnosentrizm (.057) anlamlı bir şekilde pişmanlığı; fiyat (.192), kalite (.426) ve pişmanlık (-,430) ise anlamlı bir şekilde tekrar satın alma niyetini de etkilemektedir. Bunun yanı sıra, araştırmada kullanılan hipotezler arasındaki ilişkinin açıklanması için kurulan PATH diyagramları sayesinde dolaylı etki analizleri de gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma kapsamında, PATH diyagramı aracılığı ile gerçekleştirilen aracılık analizinde; fiyat (.192) ve kalite (.426) değişkenleri ile tekrar satın alma niyeti değişkenleri arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki söz konusudur. Aracı değişken olan pişmanlığın eklenmesi durumunda bu ilişkinin zayıflamasını ya da istatistiksel olarak anlamsız olması beklenir. Modele, pişmanlık değişkeni eklendiğinde fiyat (.076) ve kalite (.276) değişkenleri ile tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişki görüldüğü gibi düşmektedir. Bir başka deyişle, fiyat ve kalite ile tekrar satın alma niyeti değişkenleri arasında anlamlı bir düzeyde pişmanlığın tam aracılık etkisi söz konusudur.

6.4. Hipotez Testleri

Araştırmanın bu kısmına, PATH modeli üzerinden gerçekleştirilen hipotez testlerinin sonuçları ile devam edilecektir. Tablo 11’de ANOVA, regresyon verilerine dayalı hipotez test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 11: Farklılık, Etki ve İlişki Analizlerine Dair Hipotez Test Sonuçları

<i>Regresyon Analiz Sonuçlarına Dair Hipotezler</i>		β	p	<i>Kabul/Ret</i>
H1	Fiyat, pişmanlık durumunu etkilemektedir.	-,144	,000	Kabul
H2	Kalite, pişmanlık durumunu etkilemektedir.	-,624	,000	Kabul
H3	Etnosentrizm, pişmanlık durumunu etkilemektedir.	,057	,020	Kabul
H4	Fiyat, tekrar satın alma niyetini etkilemektedir.	,192	,000	Kabul
H5	Kalite, tekrar satın alma niyetini etkilemektedir.	,426	,000	Kabul
H6	Pişmanlık, tekrar satın alma niyetini etkilemektedir.	-,430	,000	Kabul
H7	Fiyat, pişmanlık aracılığı ile tekrar satın alma niyetini etkilemektedir.	,076	,010	Kabul
H8	Kalite, pişmanlık aracılığı ile tekrar satın alma niyetini etkilemektedir.	,276	,012	Kabul
<i>ANOVA Analiz Sonuçlarına Dair Hipotezler</i>		F	p	<i>Kabul/Ret</i>

H9	H9a: Etnosentrizm eğilimi, yerli/yabancı beyaz eşya marka tercihinine göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	5,201	,000	Kabul
	H9b: Kalite algısı, yerli/yabancı beyaz eşya marka tercihinine göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	6,062	,000	Kabul
	H9c: Fiyat algısı, yerli/yabancı beyaz eşya marka tercihinine göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	4,473	,000	Kabul
	H9d: Tekrar satın alma niyeti, yerli/yabancı beyaz eşya marka tercihinine göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	3,798	,000	Kabul
	H9e: Pışmanlık, yerli/yabancı beyaz eşya marka tercihinine göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	3,888	,000	Kabul
H10	H10a: Etnosentrizm eğilimi, siyasi eğilime göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	17,669	,000	Kabul
	H10b: Kalite algısı, siyasi eğilime göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	1,077	,374	Ret
	H10c: Fiyat algısı, siyasi eğilime göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	3,123	,005	Kabul
	H10d: Tekrar satın alma niyeti, siyasi eğilime göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	,618	,716	Ret
	H10e: Pışmanlık, siyasi eğilime göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	,786	,581	Ret
H11	H11a: Etnosentrizm eğilimi, yaşanan illere göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	3.144	,025	Kabul
	H11b: Kalite algısı, yaşanan illere göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	,703	,551	Ret
	H11c: Fiyat algısı, yaşanan illere göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	5,548	,001	Kabul
	H11d: Tekrar satın alma niyeti, yaşanan illere göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	,480	,696	Ret
	H11e: Pışmanlık, yaşanan illere göre <i>farklılık</i> göstermektedir.	,371	,774	Ret

Bu tablonun ilk bölümünde, PATH (yol) analizi neticesinde elde edilmiş regresyon sonuçlarına istinaden “etki”; ikinci bölümünde ise ANOVA analiz sonuçlarına istinaden “farklılık” düzeyleri test edilmiş olan hipotezler gösterilmektedir.

7. TARTIŞMA VE SONUÇ

Literatür incelendiğinde, Ünsalan ve Bayraktar (2017) tarafından yapılan bir araştırmada etnosentrizm eğilimi ile fiyat arasında ilişki olmadığı; Wong, Polonsk ve Garma (2008) tarafından yapılan bir araştırmada etnosentrizm ile kalite arasında ilişki olmadığı; tespit edilmiştir. Bu bulgular doğrultusunda model üzerinde sadece kalite ile fiyat arasında ilişki tanımlanmıştır. Eitan Gerstner (1985) tarafından yapılan araştırmada ise kalite ile fiyat arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Blery (2003), Yiğit (2014), Yen (2018) ve Müezzinoğlu (2019) tarafından yapılan araştırmalarda fiyat, tekrar satın alma niyetini etkilemektedir. Morrirt (1999), Blery (2003), Ellialtı (2009) ve Yen (2018) tarafından yapılan araştırmalarda ise kalite, tekrar satın alma niyetini etkilemektedir. Dennis (2004), Tang (2008) ve Liao, vd. (2017) tarafından yapılan araştırmalarda ise pışmanlık, tekrar satın alma niyetini yine etkilemektedir. Yiğit (2014) tarafından yapılan araştırmaya göre fiyat, pışmanlığı etkilememektedir. Chen, vd. (2008) tarafından yapılan bir diğer araştırmada ise kalite, pışmanlığı etkilemektedir. Li, vd. (2015) ve Zhou, vd. (2019) tarafından yapılan araştırmalarda, pışmanlık değişkeninin; aracılık (mediator) etkilerinin incelendiği tespit edilmiştir.

- Katılımcıların kalite, fiyat ve etnosentrizm değişkenlerine ait değerlendirmeleri neticesinde; kalite ve fiyatın, pışmanlık düzeyi üzerinde negatif bir etkisi gözlemlenirken; etnosentrizmin ise pışmanlık üzerinde pozitif bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Yani kalitesi yüksek ve fiyatı uygun olan markaları tercih eden katılımcıların, pışmanlık düzeylerinin daha düşük; etnosentrizm eğilimi yüksek olan katılımcıların ise pışmanlık düzeylerinin de daha yüksek olduğu söylenebilmektedir (H1, H2, H3).

- Katılımcıların kalite, fiyat ve pışmanlık değişkenlerine ait değerlendirmeleri neticesinde; kalite ve fiyatın, tekrar satın alma niyeti üzerinde pozitif bir etkisi gözlemlenirken; pışmanlık düzeyinin ise tekrar satın alma niyeti üzerinde negatif bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Yani kalitesi yüksek ve fiyatı uygun olan markaları tercih eden katılımcıların, tekrar satın alma niyetlerinin daha yüksek; pışmanlık düzeyi yüksek olan katılımcıların ise tekrar satın alma niyetlerinin daha düşük olduğu söylenebilmektedir (H4, H5, H6).

- Katılımcıların kalite ve fiyat değişkenlerine ait değerlendirmeleri neticesinde; kalite ve fiyatın, pişmanlık aracılığı ile tekrar satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Yani kalitesi yüksek ve fiyatı uygun olan markaları tercih eden katılımcıların, pişmanlık düzeyleri de daha düşük olduğundan, tekrar satın alma niyetleri yüksektir. Bu doğrultuda kalite ve fiyat gibi rasyonel faktörleri geri plana atıp, daha duygusal satın almalar yapan tüketicilerin, nihayetinde pişmanlık duydukları ve sonrasında bu kararlarından döndükleri gözlemlendiği söylenebilmektedir (H7, H8).

- Katılımcıların etnosentrizm, kalite, fiyat, tekrar satın alma niyeti ve pişmanlık değişkenlerine ait değerlendirmeleri, beyaz eşya marka tercihi gruplarına göre anlamlı olarak farklılaştığı söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların Arçelik, Altus, Beko, Vestel, Bosch, Profilo, Samsung ve Siemens bir beyaz eşya markasına sahip olma durumları, etnosentrizm, kalite, fiyat ve pişmanlık düzeylerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir (H9).

- Katılımcıların etnosentrizm ve fiyat değişkenlerine ait değerlendirmeleri, siyasi eğilim gruplarına göre anlamlı olarak farklılaştığı söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların demokrat, liberal, sosyalist, milliyetçi, dindar ve muhafazakar bir eğilime sahip olma durumları, etnosentrizm ve fiyat düzeylerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir (H10).

- Katılımcıların etnosentrizm ve fiyat değişkenlerine ait değerlendirmeleri, yaşanan il gruplarına göre anlamlı olarak farklılaştığı söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların Elazığ/Malatya/Tunceli/Bingöl illerinden birinde yaşıyor olma durumları, etnosentrizm ve fiyat düzeylerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir (H11).

Bu bulgular, Shimp ve Sharma (1990) tarafından ortaya atılan politik faktörlerin, etnosentrizm eğilimi ile doğrudan ilişkisine yönelik savını kanıtlar niteliktedir. Buna göre milliyetçi, muhafazakar ve dindar eğilimlere sahip tüketiciler yerli beyaz eşya markalarını, liberal ve sosyalistlere göre çok daha tercih etmektedirler. Bu tür tüketiciler yerli beyaz eşya markalarına ait ürünleri, her ne kadar milliyetçi duygular ve düşük fiyat nedeniyle satın alsalar da, kalite açısından ise düşük bulmaktadır. Bu nedenle de memnuniyet düzeyleri ile tekrar satın alma niyetleri de düşmektedir. Yabancı beyaz eşya markalarını tercih eden tüketiciler ise yüksek fiyata rağmen daha rasyonel bir seçim yaparak, kaliteli ürünlere yönelmektedir. Bunun neticesinde memnuniyet düzeyleri ile tekrar satın alma niyetleri de daha yüksek olmaktadır. Bu veriler ışığında özellikle etnosentrizm kavramının uluslararası bir pazara girmeden önce analiz edilmesi gereken bir parametre olduğu unutulmamalıdır. Çünkü etnosentrizm, tüketicilerin yabancı menşeli markalara karşı gösterdikleri tutumları etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Ayrıca tüketicilerin deneyimlemiş oldukları markalara yönelik kalite, fiyat ve pişmanlık düzeylerine dair bilgi edinmek; işletmelerin hem ulusal pazarda rekabet üstünlüğü sağlamak hem de uluslararası pazarlara giriş stratejilerini belirleyebilmek için büyük önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitilazing on The Value of a Brand Name*, Free Press, Newyork.
- Akther, H., Syed, T. (2007). "Globalization, Expectations Model of Economic Nationalism and Behaviour", *Journal of Consumer Marketing*, 24(3), 142-150.
- Armağan, E. A., Gürsoy, Ö. (2011). "Satın Alma Kararlarında Tüketici Etnosentrizmi ve Menşe Ülke Etkisinin CETSCALE Ölçeği İle Değerlendirilmesi", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 67-77.
- Ateş, A. (2014). "Tüketici Tarafından Algılanan Değerin Market Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye’de Zincir Marketler (Gıda) Üzerine Bir Uygulama (Yayımlanmamış Doktora Tezi)", Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Blery, E. (2003). "Factors Influencing Customers’ Repurchase Intentions in the Greek Mobile Telephony Sector (Yayımlanmamış Doktora Tezi)", University of Surrey, England.
- Brody, L., Hall, J. (1993). *Gender and Emotion*, Handbook of Emotion, Guilford Press, New York.
- Dennis, J. L. (2004). "Happy Customers Buy More: An Investigation of Consumer Satisfaction and Regret of Three Horticultural Products (Yayımlanmamış Doktora Tezi)", Michigan State University, USA.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., Grewal, D. (1991). "Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers’ Product Evaluations", *Journal of Marketing Research*, 28, 307-319.
- Ellialtı, Y. (2009). "Ürün Özelliklerde, Görece Ürün Kalitesi ve Tüketici Etnosentrizminin Yerli Ürün Satın Alma Eğilimine Etkisi: Kozmetik Sektöründe Bir Uygulama (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Engin, B, M. (2011). "Tüketici Karar Alma Sürecinde Pişmanlık ve Türkiye’ de Esnek İade Politikalarının Uygulanabilirliği: Hazır Giyim Sektörü Üzerine Bir İnceleme (Yayımlanmamış Doktora Tezi)", İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- George, D., Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17.0 Update, Pearson Edition, Boston.
- Gerstner, E. (1985). "Do Higher Prices Signal Higher Quality", *Journal of Marketing Research*, 209-215.
- Girişken, Y. (2015). *Gerçeği Algıla*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Grewal D., Monroe K., Krishnan R. (1998). "The Effects of Price-Comparison Advertising on Buyers Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value, and Behavioral Intentions", *Journal of Marketing*, 2(62), 46-59.
- Inman, J. J., Dyer, J. S., Jia, J. (1997). "A Generalized Utility Model of Disappointment and Regret Effects on Post-Choice Valuation", *Marketing Science*, 16(2), 97-111.
- Işık, S. (2011). "Gsm Operatörlerinde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti, Algılanan Değer ve Fiyatın İlişkilendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)", Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Karagölge, C., Peker, K. (2002). "Tarım Ekonomisi Araştırmalarında Tabakalı Örnekleme Yönteminin Kullanılması", *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33 (3), 313-316.
- Klopf, D.W. (2001). "Intercultural Encounters: The Fundamentals of Intercultural Communication", Englewood, Morton.
- Knight, G. A. (1999). "Consumer Preferences for Foreign and Domestic Products", *Journal of Consumer Marketing*, 2(16), 151-162.
- Korur, M. G. (2015). "Kompulsif Satın Alma Eğilimi ve Alışveriş Sonrası Pişmanlık İlişkisinde Kontrolsüz Kredi Kartı Kullanımının Rolü: AVM Müşterileri Üzerine Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Lee, S. H., Cotte, J. (2009). "Post-Purchase Consumer Regret: Conceptualization and Development of the Ppcr Scale", *Advances in Consumer Research*, 36: 456-462.
- Li, X., Hou, Z. J., Jia, Y. (2000). "The Influence of Social Comparison on Career Decision-Making: Vocational Identity as a Moderator and Regret as a Mediator", *Journal of Vocational Behavior*, 86: 10-19.
- Liao, C., Linb, H., Luo, M. M., Cheac, S. (2017). "Factors Influencing Online Shoppers’ Repurchase Intentions: The Roles of Satisfaction and Regret", *Information & Management*, 54: 651-668.

- Lichtenstein, D. R., Block, P. H., Black, W. C. (1988). "Correlates of Price Acceptability", *Journal of Consumer Research*, 15, 243-252.
- Monroe, K. B. ve Joseph D. C (1987). "Framing Effects on Buyers' Subjective Product Evaluations", *Advances in Consumer Research*, 1(14), 193-197.
- Morritt, R. (1999). "Perceived Price Effects on Service Repurchase Intention: Toward A Disconfirmation Model of Price, Quality, Satisfaction, Value, and Brand Name (Yayımlanmamış Doktora Tezi)", Nova Southeastern University, USA.
- Mucuk, İ. (2014). *Pazarlama İlkeleri*, (20. Baskı), Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Müezzinoğlu, D. (2019). "Genel Marka Ederi, Mark Güveni ve Fiyat Bilincinin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kriz Algısının Moderatör Rolü: Türk ve Yunan Tüketicilerinin Şampuan ve Mobilya Sektörlerinde Satın Alım Niyetleri Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)", Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Nauman, E. (1995). "Creating Customer Value: The Path to Sustainable Competitive Advantage", Thomson Executive Press, Ohio.
- Oh, H. (2000). "The Effect of Brand Class, Brand Awareness and Price on Customer Value and Behavioral Intentions", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 2(24), 136-162.
- Olsen, S. O. (2002). "Comparative Evaluation and The Relationship Between Quality, Satisfaction, and Repurchase Loyalty", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(3): 240-249.
- Öztürk, B. E. (2015). *Tüketici Davranışları*, Ekin Yayınevi, (1. Baskı), Bursa.
- Rajendran, K.N., Hariharan, H. S. (1996). "Understanding Value: The Role of Consumer Preferences", *Journal of Marketing Management*, 1(5), 8-19.
- Sharma, S. Shimp, T.A., Shin, J. (1995). "Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(1), 26-37.
- Sharma, S., Shimp, T.A. (1987). "Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE", *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289.
- Sumner, G.A. (1906). *Folkways: The Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Moresand Morals*, Ginn Custom Publishing, New York.
- Sweeney, J. C., Soutar, G. N. (2001). "Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale", *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Tang, F. T. L. (2008). "An Integrated Model of Reference Prices based on Fairness, Regret, and Disconfirmation, and Their Influence on Customer Satisfaction (Yayımlanmış Doktora Tezi)", The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong.
- Tsiros, M., Mittal, V. (2000). "Regret: A Model of Its Antecedents and Consequences In Consumer Decision Making", *Journal of Consumer Research*, 26(4), 401-417.
- Ünsalan, M., Bayraktar A. (2017). "Tüketici Etnosentrizminin Tüketici Fiyat Algısına Etkisi", *International Journal of Academic Value Studies*, 3(9), 258-272.
- Weisberg, D. P., Beck, S. R. (2012). "The Development of Children's Regret and Relief", *Cognition & Emotion*, 26(5), 820-835.
- Wong, Y., C., Polonsky, J., M., Garma, R. (2008). "The Impact of Consumer Ethnocentrism and Country of Origin Sub-Components for High Involvement Products on Young Chinese Consumers' Product Assessments", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20(4), 455-478.
- Woodruff, R. B. (1997). "Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139-153.
- Wright, S. (1960). "PATH Coefficients and Path Regressions: Alternative or Complementary Concepts?", *International Biometric Society*, 16(2), 189-202.
- Yen, S. Y. (2018). "Extending Consumer Ethnocentrism Theory: The Moderating Effect Test", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 4 (30): 907-926

- Yiğit, M. K. (2014). "Online Anlık Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörlerin Pişmanlık ve Tatmin Üzerindeki Etkisinde Marka Bilinirliği ve Marka Sadakatinin Aracı Rolü (Yayımlanmamış Doktora Tezi)", Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Zeelenberg, M., Pieters, R. (1999). "Comparing Service Delivery To What Might Have Been Behavioral Responses To Regret And Disappointment", *Journal of Service Research*, 2(1), 86-97.
- Zeelenberg, M., Pieters, R. (2007). "A Theory of Regret Regulation 1.0", *Journal of Consumer Psychology*, 17(1), 3-18.
- Zeithaml, V. A. (1988). "Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, 52, 2-22.
- Zhou, L. H., Ntoumanisb, N., Ntoumanisb, C. T. (2019). "Effects of Perceived Autonomy Support From Social Agents on Motivation and Engagement of Chinese Primary School Students: Psychological Need Satisfaction as Mediator", *Contemporary Educational Psychology*, 58: 323–330.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:07.11.2019 ✓Accepted/Kabul:10.09.2020

DOI: 10.30794/pausbed.643963

Araştırma Makalesi/ Research Article

Ekici, T. (2021). "Ses Eğitiminde Bir Öğretim Yöntemi Olarak Sözel İmgeler" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 381-404.

SES EĞİTİMİNDE BİR ÖĞRETİM YÖNTEMİ OLARAK SÖZEL İMGELER

Tülay EKİCİ*

Öz

Müzik eğitimi kapsamında yer alan ses eğitiminin genel amacı, konuşma ve şarkı söylemede, öğrencilerin seslerini doğal haliyle ve ses sağlığını koruyarak en iyi şekilde kullanmalarını sağlamaktır. Bu amaç, onlara sunulacak nitelikli eğitim anlayışı ile gerçekleştirilebilir. Günümüzde hızlı değişme ve gelişmelerin yaşandığı bilim ve teknolojiyle sürekli ilgili olma, bilgiye hızlı ve doğrudan ulaşmayı isteyen ve aktif kullanılan öğrenme deneyimlerini daha çok arzulayan bağımsız yeni neslin öğrenme biçimini şekillendirmiştir. Bu bağlamda, eğitim sürecinde kullanılacak öğretim yöntemlerinin doğru seçilmesi önemlidir. Etkili, eğlenceli, kolay ve hızlı öğrenmeyi sağlayan bir öğretim yöntemi olarak sözel imgeler, bu amaçların gerçekleştirilmesine katkıda bulunabilir. Ses eğitiminde sözel imgelerin kullanılması ile doğru, güzel ve etkili konuşma ve şarkı söyleme becerilerinin geliştirilmesi, öğrencilere uzun yıllar sağlıklı bir sesle konuşma ve şarkı söyleme olanağı sağlayacaktır. Aynı zamanda, öğretmen-öğrenci iletişimi ve eğitim süreci de daha sağlıklı, verimli ve etkili olacaktır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, ses eğitiminde sözel imgelere dayalı eğitim yaklaşımını ele alarak bir değerlendirme yapmak ve önerilerde bulunmaktır.

Anahtar sözcükler: *Ses eğitimi, Öğretim yöntemi, Sözel imge.*

VERBAL IMAGERY AS A TEACHING METHOD IN VOICE EDUCATION

Abstract

The general purpose of voice education taking part within the scope of music education is to enable students to use their voices in the best way by preserving their natural form and voice health in speaking and singing. This aim can be realized by the qualified education understanding to be offered to them. Continuous relevance to science and technology, where rapid changes and developments are taking place today, has shaped the learning style of the independent new generation, who wants to access information quickly and directly and desires actively used learning experiences. In this context, it is important to choose the teaching methods to be used in the education process correctly. Verbal images, as a teaching method that provides effective, enjoyable, easy and fast learning, can contribute to the realization of these goals. By using verbal images in voice education, the development of correct, beautiful and effective speaking and singing skills will enable students to speak and sing with a healthy voice for many years. At the same time, teacher-student communication and education process will be healthier, more productive and effective as well. In this respect the aim of this study is to make an assessment and make suggestions by considering the education approach based on verbal images in voice education.

Keywords: *Voice education, Teaching method, Verbal image.*

*Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Buca Eğitim Fakültesi, İZMİR.
e-posta: tulay.ekici@deu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-9587-7849>)

1. GİRİŞ

Bir toplumun kalkınmasında ve çağdaş uygarlık düzeyine ulaşmasında en önemli etken, o toplumu oluşturan her bireyin doğuştan sahip olduğu potansiyelin en iyi şekilde değerlendirilmesidir. İnsanın potansiyel gücünün ortaya çıkarılması ve toplum yararına kullanılması ise, eğitim sisteminin niteliğine ve işlevselliğine bağlıdır. Bu bağlamda eğitimin en önemli işlevi, bilim, teknoloji ve sanat alanlarında nitelikli insan gücünü yetiştirmek ve bu yolla toplumsal kalkınmaya hizmet etmektir. Ertürk (1979: 12) eğitimi, bireyin davranışında, kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme süreci olarak tanımlamaktadır. Kısaca davranış kazandırma ya da değiştirme süreci olarak tanımlanabilen eğitim sürecinin gerçekleşmesinde, bireyin yaparak, yaşayarak öğrenmesi esastır. Nitelikli bir eğitim, bireyleri ilgi ve yetenekleri doğrultusunda, bedensel (fiziksel), bilişsel (zihinsel), duyuşsal (hissi) ve devinışsel (davranışsal) yapılarıyla dengeli birer bütün olarak en üst düzeyde yetiştirmeyi amaçlar.

Eğitim sürecinde, eğitimciler yani öğretmenler ve öğrenim biçimleri olmak üzere özellikle iki faktör rol oynamaktadır. Eğitimde rol oynayan faktörlerin başında eğitimciler gelmektedir. Bilen'e (1999: 24, 25) göre öğretme işinin temel sorumlusu olan öğretmenin görevi, eğitimsel yaşantıları düzenlemek ve düzenlenen çevrede örnek oluşturacak biçimde yer almaktır. İyi bir öğretmen, mesleki gelişimi ile kişisel gelişimini birlikte, denge içinde yürütmeye özen göstermeli ve hiçbir zaman toplumun gelişim düzeyinin gerisinde kalmamalıdır. Bu noktada, iyi bir eğitimciyi kötü eğitimciden ayıran özelliklere değinmek gerekirse, Brown ve Atkins'e göre, kötü öğretmen motivasyonu ve öğrenim için gösterilen çabayı azaltırken, eğitime karşı olan negatif tutumu artırır. İyi öğretmen ise, sistematik, stimüle edici ve koruyucudur. Öğrenciye, yargılama, neden gösterme, düşünme, yaratıcılık, iletişim, tutum, değer biçme, anlama ve uygulama gibi önemli, istenen davranışlar kazandırır ya da var olanı güçlendirir (Akt.: Alper: 2002: 13).

Nitelikli bir eğitim sürecinde iyi bir eğitimci kadar önemli olan bir diğer faktör, öğrencilerin öğrenim biçimleridir. Öğrenim biçimi, kısaca, yeni ve zor bilgi ve becerileri kazanma sürecinde, kişilerin öğrenme amacı ile yoğunlaştıkları yol olarak tanımlanabilir. Bu önemli faktörün dikkate alınması ile gerçekleştirilecek eğitim programı eğitimde kaliteyi artıracaktır. Öğrenim biçimi, bireylerin özümseme ve hatırlama sürecinde farklı bilgi ve becerilerde yoğunlaşmaya başladıkları bir yol olarak da tanımlanmaktadır. Kolb'e göre, kişiler; somut deneyimler ile yani yeni bir deneyime katılarak, gözlemler ile yani diğerlerini gözlemleyerek ya da kendi deneyimi hakkında gözlemler geliştirerek, soyut kavramsallaştırma ile yani gözlemleri açıklayacak teoriler oluşturarak, aktif deneme ile yani problemleri çözmede ve fikir üretmede teoriler kullanarak öğrenirler (Akt.:Alper: 2002: 13, 14).

Öğrenmede "Bilişsel Stil", bireyin tercih ettiği ve alışkın olduğu, bilgiyi düzenleme ve temsil etme biçimidir (Riding ve Rayner, 1998: 8). Bilişsel stilin çokça araştırılmış bir alanı olarak "görsel bilişsel stil" bireyin görsel bilgiyi işleme tercihi ile ilgilidir (Yoon ve D'Souza, 2009). Görsel bilişsel stil araştırmalarının zihinsel imgeleme, zihinsel temsil kavramlarını merkeze aldığı görülmektedir. Zihinsel imgeleme ile ilgili ilk çalışmalar bazı kişilerin baskın olarak bilgiyi sözel temsil ederken diğerlerinin daha görsel ya da düşsel temsil ettiği görüşü üzerinde durmaktadır. Kozhevnikov, Kosslyn ve Shephard (2005), Nesnesel - Uzamsal - Sözel Bilişsel Stil Modelinde imgesellik boyutunun tek olmasını reddetmektedirler. Araştırmacılar zihinsel imgelerin üretilmesi ve görsel bilgi işlemenin farklı yollarını yansıtan iki farklı görsel bilişsel stil boyutu olduğunu ileri sürmektedirler. Bu görüşe göre, bireylerin bir kısmı nesnelere canlı, resimsel ve ayrıntılı imgelerini oluşturmada iyi iken, bir kısmı da nesnelere arasındaki uzamsal ilişkileri temsil eden imgeler oluşturmada ve uzamsal dönüşümleri imgelerinde canlandırmada üstün olarak tanımlanmaktadır. Sözel bireylerin ise bilgiyi sözel olarak işlemeyi ve temsil etmeyi tercih ettikleri ve sözel görevlerde daha iyi oldukları belirtilmektedir (Akt.: Nuhoğlu ve Akkoyunlu, 2012: 300).

Vygotsky'ye (1966) göre, hayali sembollerle düşünme ve sözel sembollerle düşünme, sembolik ifadenin alternatif yöntemlerini içerir. İmgesel düşünme doğada tümevarımsaldır ve imgelem ergenlik öncesi dönemde çocuklar tarafından kullanılan başlıca sembol sistemidir. Sözel düşünme, erken ergenlik döneminde elde edildiğinden, çoğu çocuk imgesel düşünmeyi bir ifade aracı olarak bırakır ve ifade biçimi olarak neredeyse tamamen sözel dile güvenir. Clementina Kuhlman (1960), sözel düşünme için imgesel yani hayal gücüne dayalı düşünmeyi bırakan çocukların düşünce yapılarında daha kalıplaşmış (hafızanın gelenekselleşmesi) olduğunu bulmuştur (Akt.: Cromer, 1973: 49, 50).

Mayer'e (2001) göre, bireysel farklılıklar göz önüne alınarak düzenlenen bir öğretim tasarımı, bireyler öğrenme sürecinde daha iyi performans göstermektedir. Öğrenenin önbilgisi ve uzamsal görsel becerisi ise, öğrenme ortamından faydalanabilme düzeyini belirlemektedir. Her öğrenme ortamında olduğu gibi, çoklu öğrenme ortamlarının tasarımı söz konusu olduğunda da bu bireysel farklılıklar önem kazanmaktadır (Akt.: Nuhoğlu, 2011: 1). Eğitimde, bireyler arasındaki öğrenme farklılıkları, öğrenme ile ilgili özgeçmişleri ve onlara sağlanan öğretim hizmeti niteliğinin bir ürünüdür. Bu alanlarda yapılacak belli değişiklikler, bireyler arasındaki bu tür farkları önemli derecede azaltabilmekte ve onların öğrenme düzeyleri ile öğrenme için harcanan zaman ve çabayla ilgili verimlerini önemli derecede artırabilmektedir. Bu nedenle çağdaş bir toplum, eğitimi birey için anlamlı ve çekici bir duruma getirmenin yollarını bulmalıdır (Bloom, 1979: 15, 16). Bu açıklamalar bağlamında ve "Bireysel Psikoloji"nin savunduğu, "her insan, her şeyi başarabilir" anlayışına göre; bir öğretmen, uygun yöntemle nasıl çalışabileceklerini kendilerine öğretebildiği sürece her birey anlamlı bir çalışma ortaya koyabilir. Hatalar her zaman olacaktır ancak, bunlar düzeltilebilir (Adler, 1996: 126, 127).

Günümüzde, eğitimcilerin çağın gerekleri doğrultusunda kendilerini ve eğitim yöntemlerini yenilemelerinin bir zorunluluk olduğu söylenebilir. Hızlı değişim ve gelişmelerin yaşandığı bilim ve teknolojiyle sürekli ilgili olma durumu, «internet nesli» olarak tanımlayabileceğimiz yeni neslin öğrenme biçimini şekillendirmiştir. Yani bugünün öğrencileri, kendi öğretmenlerinden farklı şekillerde öğrenen ve aktif kullanılan öğrenme deneyimlerini daha çok arzulayan bağımsız öğrencilerdir. Ayrıca, daha çeşitli iletişim biçimlerine gereksinim duymakta ve geleneksel öğrenme yöntemleriyle sıkılmaktadırlar. Bu, daha bağımsız öğrenme tarzının, internet'ten bilgi alma ve arama alışkanlıklarından büyüdüğü söylenebilir. Bu durum, otorite figürlerinden daha pasif bir şekilde bilgi edinme eğiliminde olan önceki nesil öğrencilerle karşılaştırıldığında ciddi bir karşıtlık oluşturmaktadır. İnternet'in yeni nesil üzerindeki bir diğer etkisi, bilgiye hızlı ve doğrudan ulaşma gereksinimini karşılamasıdır. Bu koşullandırma, hem sınıfta hem de sınıfın dışında, öğrenmede gecikmiş hazı kabul etme olasılığını daha da azaltmaktadır. Bugünün öğrencisi ile onun eğitimci arasındaki farklı öğrenme stilleri nedeniyle, öğrenci ve öğretmen arasında her iki tarafça da anlaşılabilir iletişim kurma yollarının geliştirilmesi zorunludur. Eğitim alanında bu iletişimi kolaylaştırmaya yönelik bir adım, eğitimde sözel imgelerin kullanılması ve bu amaçla bir öğrencinin imge sözlüğünün oluşturulmasıdır.

Turgut'a (1992: 146, 149) göre, nitelikli eğitimin en önemli özelliği, kişide imgeleme yetisini geliştirmeye yönelik olmasıdır. Bir yandan gözlem, diğer yandan düşünme ile ilgili olan imgelemede, sevdirmeye, meraklandırma, dolayısıyla araştırmaya yönelik itici bir güç bulunmaktadır. Birey, imgeleme gücüyle kişiliğini geliştirmekte ve yaratıcı olmaktadır. İmgelemenin canlı ve aktif olduğu bir eğitimde, öğrenci, öğretmen dersini bitirdikten sonra da konu ile ilgisini sürdürebilecektir. Sonuç olarak, "Nitelikli eğitim, öğrenciyi verilen programın ya da konunun üzerine çıkaran, onun hakkında düşündüren, imgeleme gücünü artıran ve spekülasyon yaptıran öğrenci merkezli bir eğitim sistemidir."

Geçmişte ve günümüzde etkili bir öğretim yöntemi olarak kullanılan ve eğitimin amaçlarına hizmet etmede önemli bir yere sahip olan imgeleme, müzik, rehabilitasyon, sahne sanatları ve spor alanlarında motor beceri kazanımı ve performans gelişimi için kullanılan yararlı bir teknik olarak ele alınmaktadır. Spor ve dans alanlarında, antrenörler, dans öğretmenleri ve koreograflar, eğitim dönemleri, yarışmalar, provalar ve performans sırasında hareket becerilerini geliştirmede ve sanatsal performansı artırmada zihinsel imgelemeyi kullanılmaktadırlar. Zihinsel antrenmanın bir alt alanı olarak birçok psikolog tarafından uzun yıllardır çalışılan imgeleme; motivasyon sağlayıcı, özgüven artırıcı ve stres azaltıcı bir teknik olarak kullanılmaktadır (Akkarpat, 2014: 1).

Michael Chekhov, tiyatrodaki oyuncunun hareket halindeki bedeni ve imgelemi arasında derin bir bağlantı olduğunu belirtmektedir: "İmgelemenin sınırsızlığını kabullenmek, görüntünün dışsal varlığından içsel coşkulu hayatına nüfuz etme yeteneği, doğru imgeye ulaşana kadar bekleme alışkanlığı, sanatçıyı yeni ve o zamana kadar keşfedilmemiş, saklı kalmış şeyleri keşfetme eşliğine getirir" (Zinder, 2016: 15). Tiyatro sanatında eğitim, oyuncunun yaratıcı belleğini temel alır ve bu bellek tiyatronun karakter, sahneleme ve metin gibi diğer öğeleriyle birlikte yürür. Eğitim oyuncunun beden, ses ve imgelem olmak üzere üç temel enstrümanı üzerine kuruludur. Oyunculukta en karışık ve güçlü olan imgelemdir. Oyuncunun imgelemi, sadece oyuncunun bedeninde kendini gösterir. Ses, hareket halindeki bedenin ürünüdür ve bu nedenle ayrı bir teknik olarak çalışılmadan önce eğitilmiş bir bedene gereksinim duyar. İyi eğitilmiş bedenin verdiği özgüven de ses kullanımına yansır. Performans

sırasında ses ve beden arasında bir ayrım yoktur. Ses ve beden bağlantısı değiştirilemez, beden ses üretebilir, ses de bedeni şekillendirebilir. Bu nedenle, her iki olasılığın üzerinde çalışılmalıdır (Zinder, 2016: 18, 19).

Müzik eğitimi alanında kullanılan müzikal imgeler de çalışma belleği ile bağlantılıdır (Aleman ve Wout, 2004; Kalakoski, 2001) ve usta müzisyenler, etkileyici performanslarına rehberlik etmede imgelere güvendiklerini bildirmişlerdir (Holmes, 2005; Rosenberg ve Trusheim, 1990; Trusheim, 1993; Akt.: Bishop, Bailes ve Dean, 2013: 100). Bishop, Bailes ve Dean (2013: 114) tarafından yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar, imgelerin gücünün artan müzikal ustalikle birlikte arttığını göstermektedir. Araştırmacılar, imgeleme çalışmalarında gözlenen ustalık için olası bir açıklama olarak, usta müzisyenlerin acemilerden daha fazla çalışma bellek kapasitesine sahip olmasının gösterilebileceğini belirtmektedirler.

Sözel imgeler, ses öğretmenlerinin geçmişten günümüze sıklıkla kullandığı bir yöntemdir. Ses eğitiminde amaç, konuşma ve şarkı söylemede bireylerin sesini, doğal halini ve ses sağlığını bozmadan en iyi şekilde kullanmalarını sağlamaktır. Ware (1999: 49), ses pedagojisinin, öğrencilerin teknik becerilerini ve müzikal ifadelerini, hem sistematik ve metodik, aynı zamanda yaratıcı ve esnek bir şekilde kapsamlı bilgi ve kompleks beceriler sunulması yoluyla geliştirmelerine yardım etme ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle iyi bir ses eğitmeni olmak, yalnızca vokal tekniklerin yetkin niteliklerine sahip olmayı değil, aynı zamanda gelişmiş, çok yönlü ve ileri öğretim yöntemleri edinmeyi gerektirir (Akt.: Wei, 2006: 27). Dolayısıyla, bugünün ses eğitmeninin, öğrencilerini eğitirken, öğretimini geliştirmek ve zenginleştirmek için çeşitli teknikler kullanması gerekir. Ses eğitiminde, her öğrenci kendine özgü bir birey olduğundan, öğretmeninden farklı bir eğitim yöntemi talep eder. Bu nedenle, öğretmenler pedagojik ilkeleri öğrencilerine açıklamak için çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Ses eğitiminde öğrencilere, özellikle temel süreçlere yönelik bilgi ve becerileri kazandırmada, bilimsel yöntem, sözel imgeleme, örnekleme, taklit vb. yaklaşımlar kullanılmaktadır. Örnekleme ya da taklit yoluyla teknik bilgi ve becerilerin kazanılması, bilimsel bir temele dayanmayan, rastlantısal bir uygulama olmaktadır. Bilimsel eğitime dayalı yaklaşımda ise, konular çoğunlukla kuramsal olarak tanımlanıp düz anlatım yoluyla aktarıldığı için özellikle yeni başlayan öğrenciler için sıkıcı ve anlaşılması zor olabilir. Sözel imgelerin kullanıldığı eğitim yaklaşımında, yaşamdan örnekler verilerek kazandırılmak istenen bilgi ve davranış arasında bağlantılar kurulup zihinde canlandırılması sağlanır. Eğitimde imgelerin kullanıldığı öğretim, anlaşılması ve uygulanması daha kolay olduğu için hızlı öğrenmeyi sağladığı gibi, renkli ve eğlenceli olduğu için öğrencinin ilgisini, dikkatini ve motivasyonunu sağlamada daha etkilidir. Ayrıca bireysel bir ders olan “ses eğitimi” dersinde her öğrenciye, öğrencinin anlayacağı şekilde farklı ve çeşitli imgeler kullanılabilirdiği için sözel imgelere dayalı eğitim esnekliği nedeniyle de önemlidir. Örneğin, doğru postürün öğretilmesi için “kendini asil biri gibi hisset” ya da “bir orkestrayı yönetmeye hazır orkestra şefi gibi hisset” komutu, öğrenci için daha kolay anlaşılır ve eğlenceli olabilir. Benzer şekilde, “ağzını esner gibi aç ve havayı içine çek” komutu, yalnızca doğru solunum tekniğini değil, rahatlamayla birlikte damağın serbestçe yukarı kaldırılması ve çenenin serbestçe aşağı inmesiyle doğru ağız pozisyonunu sağladığı gibi, ses üretimi ve rezonans süreçlerini de en iyi şekilde sağlayacaktır. Bu noktada söylemek gerekir ki, bilimsel eğitim yaklaşımı elbette gereklidir, ancak hem imgelerin hem de bilimsel ilkelerin kullanımını dengeleyen bir öğretim yöntemi daha doğru ve yararlı olabilir.

Bu noktada imge ve imgelem kavramlarını açıklamak gerekirse; imge, sözlük anlamı olarak, “gerçekle ilişkisi olmadığı halde insanın zihninde tasarlayıp canlandırdığı şey ve ortada açık bir uyaran olmadan, eski bir duyuşsal-algısal yaşantının zihinde yeniden canlanan biçimi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, Bilim ve Sanat Terimleri Sözlüğü). Keser’e (2005) göre imge, gerçekliğin birebir kopyası değil, zihinsel süreçlerle yeniden kurulmuş biçimdir. Bu nedenle yeni bir şeyi temsil eder. L’Abbe ve Domecq (1925) ise imgeyi, nesnel dünyanın öznel bir tasarımı olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamaların özünde, yansıma kuramının olduğu görülür. Bu kurama göre insan bilinci, çevresel gerçekliğin bir imgesidir. Yani içinde bulunduğumuz nesnel dünya üzerine bilgi edinme süreçleri; etkin gözlemlere, zihinde soyut düşünmeye, düşünceler arası ilişki kurmaya ve bu ilişkileri somutlaştırmaya doğru gider. Bir diğer söyleyişle imge, duyumdan kaynaklanır. İmge; resim, tasvir, görüntü değildir. Ancak imgenin görüntü sözcüğü ile çok yakın bir ilişkisi vardır (Akt.: Işıldak: 2008: 65).

En önemli duyu organımız olan göz ile dış dünyadan aldığımız veriler, zeka ve sezgi gücüyle bilincimiz tarafından seçilir ve beynimizde bir görüntü oluşur. İmgeler, duyu organlarımızı uyaran nesnelere ve olaylar ortadan kalktığı anda aldığımız duyuların zihnimizde oluşan izleridir. Bir imgenin oluşumunda görme duyusunun

rolü büyüktür. Dikkatini bir nesneye yoğunlaştırmış kişinin beyni, nesneye bakıldığı süre içinde nesneden gelen tüm yansımaları kaydeder. Göz kapandığında bile, zihinde nesne görünmeye devam eder. Bu, nesneye ait bellek imgesidir. Görülen nesnenin kendisinden daha az belirgindir. Bunu Van Gogh şu cümle ile dile getirmektedir: “Kafamın içinde bir belirip bir kaybolan kesinleşmemiş birtakım resimler dolanıyor.” Dikkat yoğunlaştırılırsa, bellekteki imgenin daha açık seçik ve ayrıntılı olması sağlanabilir. Yani imge zihinde korunabilir. Eğer imge zihinden uzaklaştırılırsa kaybolmaya başlar. Aradan geçen süre ne kadar uzun olursa, imge de o kadar belirsizleşir (Işıldak: 2008: 65).

İmge; “gölge”, “hayal” ve “görüntü” terimleri ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Burada görüntü ile anlatılmak istenen, hayali olarak zihnimizde canlandırılan bir iç gerçekliğin görüntüsüdür. Aslında imgenin tartışılması çok eskiye dayanır. Çeşitli zamanlarda farklı biçimlerde ele alınmıştır. Platon’un tanımlamasıyla imge, gerçekliğin yansımından başka bir şey değildir. Yani imge, yanılısamadır. Gerçekliğe sadık bir sunum olarak yorumlanır. Epiküros ve Demokritos’a göre imge, maddesel bir şey, yani nesneden kaynaklanan benzer bir şeydir. Nesnenin biçimini ve özgün karakterini koruyarak, zihnimizde oluşan görüntüsüdür. Skolastik geleneğe sadık kalan Descartes için imge; dışsal cisimler tarafından meydana getirilmiş, duyarlar ve sinirler aracılığıyla beyin içinde izler bırakan görüntüdür. 17. yüzyıl büyük metafizikçilerinden Leibniz, duyarları anlaksala (zihinsel-ussal, bilme, anlama yetisi)benzetilen ilk filozoftur. Hume ise, insanın bilme yetisini fikirlerin bütününe indirgemek ister. O’nun için fikir, duyulur izlenimin yalnızca bir kopyasıdır; imgedir (L’Abbe, & Domecq, 1925). Sartre (2006) incelemesinde, Descartes, Leibniz ve Hume’un imge anlayışlarının aynı olduğunu, ancak imgenin düşünce ile ilişkisi konusunda ayrıldıklarını belirtmektedir (Akt.: Işıldak: 2008: 66).

İmge, insan bilincinden bağımsız olarak var olan nesnelere/nesnel gerçeklerin zihnimize yansımaları olarak da tanımlanmaktadır. Günay’a (2008: 6, 7) göre, “bir başka nesneye benzeyen kavram” olarak imge, temelde bir göstergedir. İmgede örneğe önemlidir. İmge; örneğe yoluyla gerçek dünyadaki bir nesneyi belirten biçimlerin söz konusu edildiği bir gösterge türüdür. İmge, gerçek nesneyi daha duyarlı ya da daha güzel ve etkili bir biçimde belirterek, gerçeği gösterge olarak yeniden oluşturur. İmgenin bu anlamda kavranabilmesi için verilebilecek en basit örnek fotoğraftır. Fotoğraftaki yansıma bir imgedir. Fotoğraf örneğinden hareketle, görsel olarak algılanan imgelerin, nesnelere birebir benzerini ya da çok yakın anımsatır şekildeki hallerini ifade eden yanılısamalar olduğu düşünülebilir (Akt.: Sağır ve Ayhan, 2012: 307).

Armağan’a (1988: 35) göre sanatta imge, bir yaşam olayının yalnızca insan bilincindeki yansımaları değil, bu yansıyan ve sanatçının bilincine girmiş olan olayın belirli maddi araçlar yoluyla (söz, mimik, renk, çizgi vb.) yeniden yaratılışıdır. Sanatın yaratıcılık boyutunun önemi buradan kaynaklanır. Sanat, yarattığı imgeler yoluyla yaşamı özgün bir tarzda yansıtır ve yorumlar (Akt.: Turgut, 1991: 189).

İmge ile yaratma kavramları arasında yer alan ve açıklanması gereken önemli bir kavram da “imgeleme” dir. İmgeleme, imgeler arasında yeni ilişkiler kurma, yeni kavram ve düşünceler oluşturma yetisi olarak tanımlanabilir. Burada bilinç söz konusudur ve aslında imgeleme her insanın yaptığı, yapabildiği bir şeydir. İnsana özgü bir yetenektir (Işıldak: 2008: 66).

Bir başka tanıma göre imgeleme, herhangi bir fiili alıştırmaya yapılmaksızın, yalnızca planlı ve yoğun bir şekilde hayal ederek (zihinde canlandırarak) yeni bir hareketin öğrenilmesi ya da zaten bilinen bir hareketin mükemmelleştirilmesi sürecidir (Weinberg, 2008; Short ve ark, 2001). İmgeleme, gerçek yaşantıların taklit edildiği bir yaşantıdır. İmgelediğimiz şeyi gördüğümüzü fark edebiliriz, imgelerken hareketleri hissedebiliriz ya da gerçek yaşantılar olmadan da seslerin, tatların ve kokuların imgelerini yaşayabiliriz (Macintyre ve Moran, 2007). İmge ya da tasarımlar daha da soyutlanır, birbirine katılır, çıkarılır, benzetilir, nitelikleri değiştirilir, yeni bileşimler, sentezler ortaya çıkar ve bu da yaratıcı düşünce olayıdır. Bunu yapabilmek için beyindeki depolanmış bilgi ve yaşantı zenginliği kullanılır (Aldağ ve Sezgin, 2003). Konter’e (1999) göre, imgeleme, konsantrasyonu düzeltir, kendine güveni yapılandırır, duygusal tepkilerin kontrolüne yardımcı olur, doğru karar verme yeteneğinin öğrenilmesinde ve geliştirilmesinde yardımcı olur, yardımlaşma ve iş birliğinin gelişmesine katkı sağlar (Akt.: Dinçer, 2016: 140).

Murphy’ye (1994) göre imgeleme, bellekte depolanan duygusal yaşantıların içsel olarak hatırlanması ve dışsal bir uyarı olmadan bu yaşantıların tekrarlanmasıdır (Tiryaki, 2000). İmgeleme, düşünce sisteminin bir

parçasıdır. Bir insan, imgelerinde kendisini elinden gelenin en iyisini yapıyor gibi görüp, iyi bir performans ortaya çıkarmak için kullanabilir. Gördüklerini ya da düşündüklerini tekrar düşünerek, imgelemeyi geçmişteki başarılı bir performansı tekrar yaratmak için de kullanabilir. Diğer bir anlatımla, beynimizde geçmişte yaşanan olayları hatırlayıp tekrar yaratabilir ya da zihnimizde hiç yaşanmamış olayları da görebiliriz (Weinberg ve Gould, 1995). Bu tanımlamalardan hareketle imgeleme kavramı, fiziksel bir çalışma olmadan, bir becerinin o beceriye ilişkin bütün duyularla zihinde canlandırılıp, uygulanması olarak tanımlanabilir (Akt.:Kızıldağ ve Tiryaki, 2012: 14).

Matlin (1989) imgelemeyi, “fiziksel olarak var olmayan şeylerin zihinsel olarak oluşturulması” biçiminde ele almaktadır. Richardson (1969), Suinn (1976), Denis (1985) tarafından yapılan tanımların birleşimine bakıldığında, “imgeleme, bellekteki bir bilgiden bir deneyim yaratmak ya da deneyimi yeniden yaratmaktır ve imgeleme duygusal, algısal, duyumsal özelliklerden oluşmaktadır” şeklinde tanımlanabilir (Morris, 2005; Akt.: Akkarpat, 2014: 1-2).

İmgeleme, insanların bilişsel süreçlerini anlamak için psikologlar tarafından oldukça geniş ölçüde incelenen psikolojik bir süreçtir. Bu anlamda, psikolojik bir beceri olarak düşünülebilir. Günlük hayatta birçok şeyi hatırlamak ya da planlamak için bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde kullanılır. Ancak, bir rüya veya gündüz düşü değil, görme, işitme, hissetme, koku ve tat alma gibi bütün duyuların kullanıldığı, daha çok pratik ve aktif çalışma gerektiren bir tekniktir. Geçmiş deneyimlerden elde edilen dışsal faktörleri tekrar zihinde canlandırarak içsel olarak deneyimlemektir. Aynı zamanda, var olan içsel resimleri, bilgileri bir araya getirerek, yeni deneyimler yaratılabilir (Akkarpat, 2014: 6, 7).

İmgelem, metaforun tam merkezindedir. İmgelem ve metafor birbirinden ayrılamaz. Bunge (1967: 285) “Şekil, resim ve imge el ele gider” derken, Langer (1942: 139) “İmaj, mecazi anlamı anladığımız semboldür” diyerek bu düşünceyi desteklemektedirler (Akt.: Funk, 1982: 43). Son olarak, Albert Einstein: “Ben, imgelemimi yazmak için bir sanatçı kadar yeterliyim. İmgelem, bilgiden daha önemlidir. Bilgi sınırlıdır. İmgelem dünyayı kuşatır” ve “Mantık sizi A noktasından B noktasına götürür. Hayal gücü ise her yere” diyerek imgelemin önemini özetlemiştir.

İmgeleme, eğitimde farklı şekillerde kullanılmaktadır. Buna göre imgeleme çeşitleri şunlardır:

1. Görsel ve Kinestetik İmgeleme: Motor performans sırasında önemli olan iki bilgi, görsel ve kinestetik bilgidir. Görsel imgeleme; dış uyaranlar olmaksızın bir şeyi görme, zihinde canlandırma ile ilgilidir. Kinestetik bilgi ise; duyuşsal bilginin hareket ile birlikte vücutta hissedildiği ve reseptörler tarafından taşınan bilgidir. Kinestetik imgeleme, hareketi hissetme olarak tanımlanabilir.

2. İçsel ve Dışsal İmgeleme: İçsel imgelemede, kişi kendi hayatında yaptıklarını nasıl görüyorsa zihninde de o şekilde canlandırır. Canlandırma sırasında ayaklarını, kollarını görür, bedeninin içindedir. Dışsal imgelemede ise, kişi kendisini televizyondan izlemiş gibi, hareketi yaparken izleyecek şekilde zihninde canlandırır.

3. Diğer İmgeleme Çeşitleri: İşitsel imgeleme, bir sesin zihinde canlandırılmasıdır. Koku imgelemesi, daha önceden bilinen bir kokunun hissedilmesidir. Dokunsal imgeleme, gerçekte elimizde olmadığı halde bir dokuyu hissetmek olarak tanımlanabilir. Tat alma imgelemesi ise, bir tadı gerçekte tadını almadan duyumsamaktır (Akkarpat, 2014: 15).

1.1. Araştırmanın amacı ve önemi

Bu araştırmanın amacı, “Ses Eğitimi” dersinde bir öğretim yöntemi olan sözel imgeleri ele alarak bir değerlendirme yapmak ve önerilerde bulunmaktır. Ses eğitimi, doğru, güzel ve etkili konuşma ve şarkı söylemenin temelini atıldığı bir derstir. Doğru ve dengeli duruş, nefesi doğru kullanma, sesin doğru üretilmesi, doğru rezonans, sözcüklerin doğru telaffuzu ve iyi boğumlanması, konuşma ve şarkı söylemede yer alan temel süreçlerdir. Bu bağlamda, ses eğitiminde temel süreçlere yönelik bilgi ve becerilerin etkili öğretim yöntemleriyle kazandırılması, doğru ve sağlıklı bir sesle konuşma ve şarkı söyleme yoluyla öğrencilere kendilerini etkili ifade etme olanağı sağlayacaktır. Bu açıdan bakıldığında, “Ses Eğitimi” dersi için etkili bir öğretim yöntemi olan sözel imgeler konusunda yapılan bu çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, ulaşılabildiği kadarıyla ülkemizde bu alanda yapılan çalışmaya rastlanamaması da bu çalışmayı önemli kılmaktadır.

2. YÖNTEM

Bu araştırmada, "Tarama Modeli" kullanılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır, herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez. Tarama modelleri, bir araştırmada tek başına uygulanmakla birlikte, taramanın yer almadığı bir araştırma modelinin tek başına var olması düşünülemez (Karasar, 2002: 77).

Araştırmada ele alınan sözel imgelere dayalı eğitim yaklaşımının betimlenmesi için literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması için, özellikle son yıllardaki literatürün taranması ve dünyadaki eğilimlerin hangi yönde olduğunun ortaya çıkarılması, hem yurt içi, hem de yurt dışındaki literatüre ulaşılacak şekilde kapsamlı bir inceleme yapılması öngörülmektedir (Demirel, 1999: 101). Bu araştırmanın amacı doğrultusunda, konuyla ilgili yurt içi ve yurt dışındaki literatür incelenmeye çalışılmıştır. Ses eğitimi alanında yurt içinde konuyla ilgili çalışmaya rastlanılmamış, eğitimin diğer alanlarında yapılan çalışmalardan olabildiğince yararlanılmış, yurt dışında da yine fazla çalışmaya rastlanılmamış ve ulaşılabilindiği kadarıyla ilgili kaynaklardan olabildiğince yararlanılmıştır.

3. KURAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Ses eğitiminde sözel imgeler ve imgeleme

Sanat ve müzik eğitiminde sözel imgeler, estetik anlayış ve sanatsal ya da müzikal sonuçların kazanılması için kavramların ifade edilmesinde bir araç olarak kullanılır. Müzisyenler için belli bir müzikal sesin üretilmesi, performansı ve sanatsal ifade nihai amaçlardır. Bu amaçların başarılması için sanatçılar ve öğretmenler sözel imgeye gereksinim duyarlar. Çünkü başarılı performans için, doğru ses ya da yorumun kavramsallaştırılmasında sözel imge bir koşuldur. Bu bağlamda, Williams'a (1953) göre; "*kafanızda güzel bir ses işitebilirseniz, mantıklı bir olasılıkla bedeniniz güzel bir ses üretebilecektir*" (Akt.: Wei, 2006: 3).

"Müzisyen, imgeler dünyasında yaşar" diyen Seashore (1938: 5), imgeyi "öğrenme için bir durum, gereklilik" olarak tanımlamaktadır. Ses öğretmenleri imgeyi, fiziksel duyularını açıklamak ve bağlantı kurmak için ve ses özelliklerini ve müzikal kavramları tanımlamak için kullanırlar. Örneğin; "açık bir boğazla söyleyin", "sesi döndürün" ve "sesinizi uzun ince bir iplik gibi düşünün" gibi cümleler sık sık derslerde kullanılır. Sözlü imge, "daha parlak bir tonla söyle" cümlesinde olduğu gibi basit olabilir ya da "fışkıran bir suyun üzerinde seken bir top gibi sesinizi destekleyin" cümlesinde olduğu gibi daha karmaşık bir imge olabilir. Sonuç olarak imge, şarkı söyleme eğitiminin birincil ya da yardımcı yöntemi olarak uzun süredir kullanılmaktadır.

Ses eğitimi alan bir öğrenci için şarkı söyleme, aynı zamanda yaratma gücünü içeren bir etkinliktir. Şarkı söyleme sanatı çoğunlukla zihinseldir ve sanatsal ve yorumlayıcı beceriler gerektirir. Bir şarkıda tasvir edilen duygu, algılanabilirliğin bir boyutu olduğundan, gösterilecek olan duyguların, ses kalitesi üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. Bu nedenle, ton kalitesi şarkıcının zihin durumuna bağlıdır. Şarkı söyleme sanatı hem ses tekniğini hem de anlatımı kapsayan düşünce kalıplarından kaynaklanır (Fogle, 2005: 76).

Birçok tanınmış imge araştırmacısı, sahne sanatları teorisyeni ve performans sanatçısı, zihinsel imgeleme, yaratıcılık ve performans tekniklerine katkı olarak görmektedirler. Vokal pedagojide zihinsel imgelemeye yapılan vurgu, son birkaç on yıl içinde vokal pedagoji literatüründe ifade edilmiştir. Örneğin, Samuel (1948: 294): "*Zihin eğitimi en önemlisidir, çünkü biz onu gerçekleştirirmeden önce, ifade etmek istediğimiz şeyin zihinsel bir resmi olmalı*" şeklinde ifade etmektedir (Akt.: Wei, 2006: 67). McKinney'e (1994: 77, 79) göre; güzel sesler şarkıcının zihninde başlar. Sesi, zihnin gözleriyle görmeyi, kulaklarıyla duymayı öğrenmek gerekir. İyi bir sesin üretilmesi için, öncelikle doğru zihinsel imaj önemlidir. Bu bağlamda, üretilmek istenilen sesi ve iyi bir sesin hissettirdiklerini düşünmek çok yararlıdır.

Ses eğitiminde imgelerin kullanımı, istenen bir etkiyi ortaya çıkarmak için psikolojik, zihinsel ve görsel kavramların uygulanmasıdır. Zihinsel bir beceri olarak imgeleme, hayal edilen bir durumu, entegre duyuşal girdiyle mümkün olduğunca gerçekçi biçimde yeniden üretmeyi ifade eder. Bu yaklaşımın felsefesi iki yönlü bir ayrımı vurgulamaktadır: duyuşların deneyimi ve insan aklının keşfi. İmgelemede (hayal gücünde) kavramsallaşana kadar seslerin ardı ardına gerçekleştirilmesi mümkün olmadığından, bir dereceye kadar imgeler kullanılmadan

ses eğitimi de mümkün değildir. Bir tonun gerçekleşmesi, zihin ile bedenin fiziksel koordinasyon süreci arasındaki hayali bağlantıya bağlıdır. Şarkı söylemede, ses yüksekliğini, ritmi, ton kalitesini, sözcüğü ve ifadeyi gerçekleştirmek için zihin yeteneği kullanılır. Genel olarak, bir öğrencinin sadece algılayabileceği kadar güzel söyleyebildiği kabul edilir. İmgelemin verimli bir öğretim yaklaşımı olarak kullanılması, düşünme ve hissetmenin doğal zihin-beden yapısal algılama sistemi aracılığıyla ses tekniğini üretir. Şarkı söylemenin pratikte her yönü, şarkıcının üretmek istediği sesin net bir zihinsel imgesine sahip olarak geliştirilebilir. Şarkı söyleme etkinliği, doğru ses kalitesini yaratmak için her zaman uygun zihinsel ve fiziksel koşulların oluşturulmasıyla başlar (Fogle, 2005: 70, 71).

Ses eğitimi sırasında şarkıcının başlıca kaygılarından biri, hareket ve ifade özgürlüğü sağlayan bir teknik geliştirmektir. Bir şarkıcı, ses imgesine ne kadar konsantre olursa, vücut daha rahat olur. Oysa sesin oluşumunda yer alan kas aktivitelerinin düşünülmesi, genellikle kontrol altındaki kasları gerginleştirir. Bu kasların kontrolü, tam-kusursuz bir zihinsel imge oluşturularak elde edilebilir. Yani imgelerin kullanılması, şarkı söylemek için gerekli olan uygun kas hareketlerini uyarabilir. Tüm seslendirmede var olan duyuşsal izlenimler, ses mekanizmasının akıllı kullanılması için değerli kılavuzlardır. Vücuttaki karmaşık kas yapısına ve bu kasların nasıl çalıştığına dair bilimsel, tam bir bilgiye sahip olma, sesi daha verimli bir şekilde koordine etmeye yardımcı değildir. Aksine bu, anlık fizyolojik eylemlerin bilinci, normal bir şarkıcıyı daha gergin hale getirip rahatsız edebilir ve aklını karıştırıp, dikkatini dağıtabilir. Zihni gereksiz ayrıntılardan kurtarmak, sesi daha etkin ve verimli koordine etmeye olanak tanır (Fogle, 2005: 72).

İmge kullanımı yoluyla sesi eğitmek, uygun öze dönüşlü zihinsel ve kasla ilgili hareketleri oluşturmak için işbirliği kavramını kullanır. Görsel hafıza yardımlarının kullanılması, doğal düşünme ve öğrenme yöntemini güçlendirir. Teknik bir kavramı hissetmek için imgeleri uygularken, uygun sinir uyarıları oluşturulur ve şarkıcı tarafından uygulanabilir duyumlar hissedilir. Aynı zihinsel eylem, bir beceriyi geliştirmek için bir imgeyi uygularken ya da onu gerçekten gerçekleştirirken beyin tarafından kullanılır. Öğrenme ve performans uygulamasındaki bu beceri, “zihinsel uygulama” olarak adlandırılır. Öğrenci, imgeyi uygularken gerçekçi duruma yaklaşır ve gerçek bir fiziksel harekette beklenebilecek duyumları yaşar. Herhangi bir becerinin zihinsel olarak uygulanması, pratikte uygun kas hareketi yaratabilir ve etki şaşırtıcıdır (Magill: 2001: 320).

İmge öğreniminin neden yararlı olduğu hakkında genel olarak kabul edilen iki açıklama, nöromüsküler ve bilişsel reaksiyonları içerir (Magill: 2001: 326). Bir harekete katılan kas sisteminde sinir uyarımının yaratılması, bir öğrencinin belirli bir vokal hareketi imgelemesinin sonucudur. Eylemde yer alan uygun nöromotor yollar, zihinsel uygulama sırasında kullanılır. Bu aktivasyon, gelişim için gerekli olan uygun koordinasyon modellerini oluşturmaya ve güçlendirmeye yardımcı olarak, beceri öğrenmeye yardımcı olur. İyi öğrenilmiş bir beceri sergileyen öğrenci için bu etki, yeteneğin gerçek performansında aktif olan nöromotor yolları ayarlar. Bir motor beceriyi öğrenmenin ilk aşaması, yüksek derecede bilişsel işleme gerektirir. Bilgi edinmek, ne yapılması gerektiğini anlamayı içerir. İmgelerin uygulanması, şarkı söylemenin fiziksel performansa eşlik eden baskı olmadan, öğrencinin performansla ilgili birçok yönü koordine etmesine yardımcı olabilir.

Bir zihinsel uygulamanın etkililiği, kişinin bir aksiyon hayal edebilme yeteneği ile ilgilidir. Bazı insanlar, bir imgeyi yüksek derecede canlılık ve kontrol ile görselleştirmede büyük zorluk çekerler. Bireylerin farklılıkları nedeniyle, imgeleme yeteneği, zihinsel provanın başarısını etkiler. Yüksek seviyede yaratıcı düşünme yeteneğine sahip öğrenciler, motor becerilerinin zihinsel uygulamasından, düşük seviyeli olanlardan daha kolay yararlanacaklardır. Hayali algılamalardaki farklılıklar çeşitli faktörlere dayanır. Örneğin, araştırmalar, dişilerin erkeklerden daha büyük oranda canlılığa sahip olduğuna işaret etmektedir (Cleveland: 1989; White, Ashtonand Brown: 1977). Buna ek olarak, hayal etme yeteneği yaşla birlikte artabilir. Ses eğitimi alan öğrenciler, kendi bireyselliklerinin bir sonucu olarak, yaratıcı hayallerin kullanımına farklı tepki verirler. Bu nedenle, ses öğretmenleri açısından doğru bağlantıyı bulmak için çok sayıda imgeleme aracını sağlamak önemlidir (Akt.: Fogle, 2005: 78,79).

19. yüzyılda, klasik İtalyan şarkı söyleme sanatının büyük öğretmenlerinden biri olan Giovanni Battista Lamperti, zihinsel, fiziksel ve duygusal tepkilerin, bu eski eğitim anlayışının temelleri olduğunu belirtmektedir. Buradaki önemli sözcük “teпки” dir. Bu eski şarkı söyleme geleneğinde ses eğitimi iki şeye indirgenebilir ve bu iki görüş birbirinden ayrılmazdır:

1. Bedenin tepki gösterebileceği açık ve kesin itkiler-yanıtlar için zihnin ve hayal gücünün eğitimi.

2. Maksimum doğruluk ve enerji ile tepki göstermesi için vücudun eğitimi.

Yine, eski ses eğitimcilerinden Arthur Cranmer'e göre şarkı söylemek, vücudun değil zihnin bir alıştırmasıdır. Cranmer'in öğrencilerine daima hatırlattığı şey: "Aklınızdan geçmediği sürece hiçbir şeyin ağzınızdan çıkmamasına dikkat edin" sözüdür. Yüzerce yıl önce çok benzer bir düşünceyi Lamperti şöyle dile getirmiştir: "Arzularımız, duyularımız, algılarımız aracılığıyla faaliyetlerimizin beden ve akılda kontrolünü kazanırız. Bu, özellikle şarkı söylemek için geçerlidir. Davranışlarımız, melodi, armoni ve şiir ideallerimizle şekillenir" (Hemsley, 1998: 8).

Bir şarkının notalarını ve sözlerini öğrenmek, kişinin kendini zihinsel olarak duymasına eşdeğerdir. Bir öğrenciye, şarkılarını söylemeye başlamadan önce, şarkılarının müzikal ve fonetik içeriğinin sesini hayal etmeyi öğrenmesi son derece kesin bir şekilde öğretilmediği sürece, öğrenci genellikle şarkılarını zihinsel olarak duyabilecek kadar iyi tanımadan önce söyleyerek öğrenme alışkanlığını oluşturur. Böyle bir yöntemin, öğrencinin kulağıyla sesi arasındaki koordinasyonu engelleme ya da bu koordinasyonu en az, gelişigüzel, tehlikeli ve verimsiz bir şekilde kullanmasına neden olma olasılığı yüksektir. Ezgi, ritm ve konuşma seslerini seslendirmedeki bu güvensizlik, genellikle genç öğrenciler arasında seslendirmedeki tüm verimsizlikten ve sıklıkla ses organlarının aşırı gerginliğinden öncelikle sorumludur (Kagen, 1960: 47).

Davutoğlu'na (2015: 147, 163) göre, 20.yüzyılda "doğal ses" ve "sesin yeniden keşfi" kavramlarından hareket eden ses eğitimcilerinin en yaygın kullanılanlarından biri Linklater Metodu'dur. Öncelikli hedef kitlesi oyuncular olan bu metot, "bedenin, sesin ve zihnin yeniden inşası" için tasarlanmış egzersizleriyle, doğuştan sahip olunan ses kapasitesinin değerlendirilmesini hedefler. Linklater'ın açıklamaları doğrultusunda "doğal ses" kavramı, "iç ve dış uyaranların tesiriyle oluşan itki ile doğrudan ilişkide olan "refleks niteliğindeki ses" olarak tanımlanabilir.

Metotta benimsenen ilke, sesin, oyuncuya bilimsel açıklamalar en az düzeyde tutularak anlatılmasıdır. Ses ve ilgili organ ya da yapılar, bilimsel terimlerden çok, analogiler ve metaforlar aracılığıyla açıklanır. Bunun gerekçesi, oyuncuyu ses üretimindeki fiziksel gerçekleri takip etmeye odaklamak yerine, sesi oluşturan psikolojik unsurları ön plana alan bir yaklaşıma yönlendirmektir. Bu yolla oyuncuya, sesinin kendi iç ve dış dünyasının ürünü olduğu ve "tek ve benzersiz" olduğu da hatırlatılır (Davutoğlu, 2015: 152). Linklater metodunda tüm egzersizler, nefesin ve sesin bilinçli kas kullanımıyla oluşturulmasına değil, doğal nefesi ve sesi başlatacak itkinin üretilmesi prensibine dayanır. Yani oyuncu, kurduğu imgelerin tetiklediği duygular aracılığıyla, otonom sinir sisteminde nefes ve ses ihtiyacını doğuracak ortamı hazırlar. Kristin Linklater (2006: 66) şöyle belirtmektedir: "Sesi deneyimlemek üzere egzersiz yaparken düzenli olarak imgeleri kullandığınızda, bir zihin-beden bağlantısı kurarak imgelemenizi kafanızdan çıkarıp bedeninizin dünyasına taşıyacak bir zihin-beden bağlantısı kurarsınız. İmgeler, itkiyi ve eylemi başlatan hisleri ayaklandırır." Burada imgeleme ile kastedilen hayal kurmak değil, sesi doğuracak ihtiyacın imgesinin bedende duyumsanmasıdır. İmgeler yalnızca görsel unsurlardan oluşturulmaz; sesler, kokular, tatlar ve dokunma duygusu, duygu ve hafıza için çok etkili uyarıcılarıdır. Linklater metodunda tercih edilen imgeler, üstünde çalışılan bölgenin anatomisinin zihinde canlandırılmasından başlar, rahatlatıcı etki uyandıran mekânların ya da ulaşılmak istenen duyguyu tetikleyecek bir durumun tasarlanmasına uzanan bir yelpazede devam eder. Oyuncu, eğitimci tarafından verilen durum/olay kurgusundan yararlanabileceği gibi, imgeyi kendi de üretebilir. Ancak bu noktada önemli olan, egzersizlerde genellikle olumlu hisler doğuracak imgelerin tercih edilmesidir. Böylece Linklater metodu, bir ses çalışmasından çok, imge kurma antrenmanı gibidir. Nöroloji alanındaki bulgular, Kristin Linklater'ın bu yaklaşımını desteklemektedir. Çağın önde gelen nörobiyoloji uzmanlarından Damasio'nun (2006: 44) düşüncesinin büyük ölçüde imgelerden oluştuğuna ve duyguların arka planında imgelerin bulunduğu dair tespit ve araştırmaları, yanı sıra, zihnin ve bedenin/kasların yalnızca gerçek nesnelere/durumlara değil, hayal edilenlere de tepki verdiğine ilişkin bulgular (Jeannerod, 1995) ve beynin konuşma ve imgeleme ile meşgul olan farklı bölümlerinin (örneğin sağ ve sol lobun) işbirliğine girmesinin yaratıcılığı tetiklediğine dair önermeler (Zohar, 1998), imgeleme çalışmalarının bilimsel altyapısını oluşturmaktadır (Akt.: Davutoğlu, 2015: 158, 159).

Şarkıcılar tarafından kullanılan imgeler genellikle işitsel, görsel ve propriyoseptif (vücudumuzun pozisyonu ve hareketlerimiz hakkındaki gerekli bilgiyi beynimize veren duyu sistemidir) duylara dayanır. Teknik kontrole yardımcı olarak uygulanan, geleneksel olarak kullanılan imgelerin çoğu, vokalistin dikkatini gerçeği temsil etmeyecek şekilde boğazdan uzaklaştırır. Bu tür imgeler, en az beş yüzyıl boyunca ses öğretiminde önemli bir rol oynamıştır ve nefes veya ton duyularının gırtlaktan uzak ve hatta vücudun dışındaki bir noktaya yönlendirildiği imgeleri içerir (Moorcroft, Kenny ve Oates, 2015: 182).

“Müzikte hayal etme” kavramını ifade eden ve kinestetik yani motor imgeleri bir imge biçimi olarak tanımlayan Seashore (1967: 168, 169), bir eylemin nasıl hissedilebileceğini göstermek için “hayal” benzetmesini kullanır. Buna göre, kişi şarkı söylemeyi hayal ederken, kinestetik (motor) duyumdan gelen ve eğer gerçekten şarkı söyleseydi deneyimleyeceği, aynı türden eylemlerin yaşandığı tüm deneyime sahiptir. Kinestetik (motor) imge daha sonra “duyguların oluştuğu ham madde” haline gelecektir (Akt. : Holmes, 2005: 220).

Cleveland’a (1989: 41) göre insanlar: (1) iştme duygusu, (2) görme duygusu, (3) koklama duygusu, (4) tat alma duygusu, (5) dokunma duygusu, (6) kinestetik, hareket duygusu ve (7) organik, parçaların sistematik koordinasyonu olmak üzere yedi farklı yöntemle zihinsel algıları hatırlama ya da yeniden düşünme yeteneğine sahiptir. Tüm bu yöntemlerde bazı yeni araştırmalar yapılmış olsa da, bu çalışmaların çoğu görsel imgelemin etkisine odaklanmıştır. Ses eğitimine uygulandığında, ses eğitmenleri genellikle zihin-beden ya da kinestetik imgeleri, organik, görsel ve işitsel imgelem uygulamalarını temel öğrenme becerileri olarak belirtmektedirler (Akt.: Fogle, 2005: 73).

3.2. Ses eğitiminin temel süreçlerine yönelik imgelerin oluşturulması

Ses eğitiminde kullanılan birçok imge vardır ve bu imgeler bazen öğretmenden öğrenciye aktarılır. Eğer o öğrenci de ses eğitmeni olursa, imgeler kendi öğrencilerine yayılabilir. Bu durum, ses eğitiminde imgeleme sürecinin “sözlü” gelenek içinde hızlandırılmış olmasıdır. Ne yazık ki bu gelenek, açıklamalara gerek duymadan imgeleri aktarabilir. İmgelemin bu rastgele kullanımı nedeniyle, yeni, özel-belirli ve uygun imgeler oluşturma eylemi önemlidir. Bir imge oluşturulurken, imgenin öncelikle hangi pedagojik ilkeyi tanımlaması gerektiğinin belirlenmesi gerekir. Sesin doğru ve düzgün işleyişi hakkında bilgi sahibi olmaksızın, imge sadece bir tahmin oyunu olabilir. Bu bağlamda, “belirlilik”, uygun bir imge oluşturulmasının anahtarıdır. İmge, ne kadar açık, belirli ve tam olursa, o kadar etkili olur. Ayrıca, ayrıntılı bir imge oluşturmak için, öğretmenin tanıdık olduğu ya da empati kurabileceği bir şeyi içermelidir. Örneğin, pek çok öğretmenin, hiçbir zaman paraşütle atlamasalar da bu hareketi öğretimlerinde bir imge olarak kullanmak için yeterince bilmeleri gibi. Bunun yanında, imgeler karmaşık olmamalı, her düşünce bir pedagojik ilkeyi vurgulamalı ve her seferinde tek bir sorunun açıklanması ya da düzeltilmesi için kullanılmalıdır (Clements, 2008: 18-21).

Tüm öğrenciler, kazandıkları birikmiş deneyimleri hayatları boyunca kendileri ile birlikte taşırlar. Bu deneyimler, onların imge sözlüğünü yaratmaktadır. Bir öğretmen, bir imge sözlüğü oluşturabilmek için, öncelikle öğrenci hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Bu, çeşitli şekillerde yapılabilir: Doğrudan sorgulama, açık konuşma, yazılı anket ya da bu üçlü ifadenin birleşimi. Doğrudan sorgulama, kendisini sorguya çekilmiş gibi hissedeceği için, bazen yeni bir öğrenciye kapalı olabilir. Açık konuşma, güzel olsa da çoğu kez konu dışı ve önemsizdir. Yazılı bir anket en verimli olabilir, ancak aynı zamanda en kişisel olmayandır. Bu nedenle, önerilen yöntem, hepsinin bir kombinasyonudur. Öğretmenler, imge sözlüğü oluşturmak için öğrencilerinin yaşam deneyimlerini öğrenmelidirler; Seyahat etmeyi seviyorlar mı, nerelere seyahat ettiler? Sporla ilgileniyorlar mı? Sanattan hoşlanıyorlar mı? vb. Her öğretmen ortak bir konu dizisi geliştirmede kendi yöntemini bulabilir (Clements, 2008: 13).

Bir öğretmen imge oluştururken, öğrencisinin imge sözlüğünden haberdar olmalıdır. Bir öğrenci için yararlı fikirler, başka bir öğrencide etkili olmayabilir. Değişik metaforlara olan bu ihtiyaç, öğretmenin yaratıcı olmasını ve kendi imge dağarcığını sürekli geliştirmesini gerektirir. Bir öğretmenin imge sözlüğü, çeşitli araçlar vasıtasıyla geliştirilebilir:

*Daha fazla kitap-yazılı eser okumak: İster en çok satan ya da klasik bir kitap olsun, kitaplar imgeler için mükemmel bir kaynaktır.

*Daha fazla televizyon seyretmek: Çeşitli televizyon programlarını izleyerek bir öğretmen, pop kültürü hakkında daha iyi bilgilenir ve öğrencilerle daha uyumlu olur.

*Daha fazla film izlemek: Filmler de televizyon seyretmek gibi, öğretmenlerin pop kültürü ile tanışmalarına yardımcı olur ve öğrencilerini etkileyebilen mevcut eğilimleri anlamalarını sağlayabilir.

*Yeni ve farklı müzik türlerini dinleme: Müzikal stiller ve türler sürekli genişlediği için, öğretmenlerin dinlediği müzik türlerinin gelişmesi de önemlidir.

*"Facebook" ya da "My space" sayfası oluşturma: Profesyonel bir şekilde korunur-sürdürülürse bu sayfalar, öğrenciler hakkında bilgi edinmek ve onlarla hızlı ve doğal iletişim kurmak için mükemmel bir yoldur.

Yeni bilgiler edinmek, bir öğretmenin kendi imge sözlüğünü geliştirebilmesi için tek yol değildir. Aslında sahip olduğu bilgiyi aktarabilme yeteneğini öğrenmek, gelişme için en iyi yöntemdir. Bilgiyi aktarabilme becerisine sahip olan bir öğretmenin imge için sınırı, yalnızca kendi hayal gücüdür. Bir öğrenci için uygun imgeler oluştururken, öğrencinin kişiliği de gerekli imge türünde rol oynayacaktır. Bu kişiliğin ilk başta belirlenmesi zor olabilir, ancak öğrencinin beden dili ve akranlarıyla olan ilişkisini öğrenmek mümkündür. Öğrenci; utangaç veya sempatik, kendinden emin veya zayıf, heyecanlı veya sıkılan, yorgun veya uyanık, rahat veya sınırlı mı? Sınıfta lider, sınıf palyaçosu, dışlanmış, dikkati dağınık ya da kendine aşırı güvenen biri gibi mi görünüyor? Bu soruların tümü, bir imgenin nasıl ve niçin yaratıldığını etkiler (Clements, 2008: 33-34). Bir imge sözlüğü oluştururken, içerdiği imgeler kadar, öğrencinin hayal gücünün nasıl çalıştığını bilmek de önemlidir. Bazı öğrenciler canlı bir hayal gücüne sahipken, bazıları zihinsel olarak keşfetmeleri konusunda rehberliğe ihtiyaç duyabilir. Her iki öğrenci de imgelemi kullanarak başarı elde edebilir, ancak bu imgeleri geliştirmek için gerekli zaman ikisi için farklı olabilir.

Ses eğitimi sırasında herhangi bir imge kullanımında öğretmenler, kullandıkları sözcük seçimleri, onların ifade edilmesi ve öğrenciye aktarılması konusunda dikkatli olmalıdırlar. Dolayısıyla öğretmenlerin sözlerini akıllıca seçmeleri gerekir. Örneğin, eğer bir öğretmen yüksek sesle konuşuyorsa, "*komik, kaba, ukalaca veya tatlı dilli*" sözlü ifadeler tamamen farklı şekillerde algılanacaktır. Bu nedenle, bir öğretmenin her durumu dikkatlice değerlendirmesi gerekir. Sözlerinin algılanış şeklini etkileyeceğinden, kendi beden dilinin, fiziksel varlığının ve kişiliğinin gücünün farkında olmalıdır. Yanlış şekilde tarif edilen doğru imgeler istenmeyen sonuçlar verebilir. Yanlış imge veya söz seçimi de yine sorunlara neden olacaktır. Oysa doğru tanımlanmış olan imgeler, olasılıkla daha ümit verici sonuçlar doğuracak ve istenen ses tekniğini sağlayacaktır. Bu bağlamda, temel olarak, bir öğretmenin öğretirken kullandığı sözcükleri ve davranışlarını geliştirmesi, aynı şekilde, örnekleyip gösterirken de kullandığı yorum ve diksiyonu ayarlaması önemlidir. Her iki durumda da tam vücut farkındalığı sözcükleri hayata geçirir. Öğrencinin algısının, öğretmenin niyetinden daha önemli olduğunu her zaman hatırlamak gerekir (Clements, 2008: 42, 43).

Bir eğitmen, imgeleri kullanarak her öğrenciye, öğrencinin anlayacağı bir dilde ve şekilde yardımcı olmak için kendi öğretimini ayarlayabilir. Regnier Winsel (1966: 74), "*Tekniği, öğrenciye bireysel olarak, onun mizacına göre anlayacağı terimleri kullanarak açıklamalıyız. Ses üretiminin temelleri değişmez, ancak bu gerçeklerin uygulanması, her öğrencinin kendi tarzında anlaşılmalıdır, dolayısıyla bu uygulamanın sınırsız çeşitliliği olmalıdır*" şeklinde ifade etmektedir. Beş temel pedagojik alanda; "postür, solunum, fonasyon, rezonasyon ve artikülasyon" hangi imgelerin oluşturulabileceği ve kullanılabileceği aşağıda verilmektedir.

3.3. Doğru postürün öğretilmesine yönelik sözel imgeler

Ses eğitiminin başlangıcında, öğrencinin bilinçlenmesi ve kazanması gereken en önemli alışkanlıklardan biri olan postür, vücudun doğru ve dengeli olarak bir çizgi üzerinde bulunmasıdır. İyi bir postür, etkili bir solunumun ve sağlıklı şarkı söylemenin ilk şartı olmakla birlikte, sadece ses sanatçılarının değil, herkesin kendine güvenini ve yaptığı işteki başarısını artıracaktır (Ömür, 2001: 53-54).

Doğru ve dengeli duruş imgelerini kullanırken, imgelerin öğrencinin katı olmadan uyanık ve enerjik olmasına yardımcı olması önemlidir. Atletik etkinlikler içeren imgeler mükemmel örneklerdir. Basics of Vocal Pedagogy'de (Vokal Pedagojinin Temelleri) Clifton Ware (1998: 262), şarkı söylemede doğru duruş için basit bir imge önerir: "*...doğru ve dengeli vücut duruşu, aynı anda her yönde esnek bir şekilde gergin olma hissi olarak tanımlanabilir, yüksek bir dalışa hazır olimpik bir yüzücü gibi.*"

Şarkı söyleme sanatını geliştirmenin ilk aşamalarında, doğru ve dengeli vücut duruşu çok önemlidir. Tüm şarkı söyleme mekanizmasının serbestçe ve verimli çalışmasına izin vermek için gerekli koşulları sağlar. Doğru ve dengeli duruş becerisini kazanmanın amacı vücut uyumunun her zaman doğru olmasıdır. Şu yaygın imge, bu öğrenme sürecini basitleştirebilir ve öğrencinin, vücudun doğru ve dengeli şekilde olması için ilk aşamalarda ne yapacağını anlamasına yardımcı olabilir: "*Asil bir pozisyonda durun.*" Richard Miller (1996: 153) tarafından önerilen, soylu bir kişi olarak kendini düşünmenin bu basit zihinsel resmi, şarkıcı tarafından performans sırasında

vücudun uygun pozisyonunu sağlamak ve korumak için hızlı bir hafıza yardımı olarak kullanılabilir. Bu soylu görüntü imgesi, şarkı söylemek için uygun nöromusküler ve bilişsel tepkileri uyarır. Bu pozisyonu sağlamak ve sürdürmek, üst göğüs kısmını çökertmeden ya da gereksiz gerginlik üretmeden, tüm ses aygıtının verimli çalışmasını sağlar. Düşünme sürecini duruş imgesine göre basitleştirmek, öğrencinin dikkatini ve enerjisini, ton kalitesi ve ifadesine odaklamasına izin verir.

Duruşa ilişkin bir diğer yaratıcı imge ifadesi ise şudur: **“Bayrak direği sabit olsa da bayrak dalgalanmak için serbesttir.”** Floransa Lamond Hinman tarafından “Slogans for Singers” da (1936) yapılan bu tarihi tanımlama, günümüz öğrencileri için hala etkili olabilir. Solunumun ve sesin kesintisiz akmasına izin veren, gövde boyunca hissedilen denge ve sağlamlık duygusunu ifade eder. Tonun altındaki nefes tarafından sağlanan bir hava sütununun hissini görselleştirme, vücudu dengeye getirir ve sesin özgürce üretilmesini sağlar. **“İyi şarkı söylemek, bisiklet sürmek gibidir”** benzetmesi, özellikle ses aralığının üst kısmını üretirken, solistin alt gövdesini nasıl sıkıştırdığını öğretmek için kullanılan bir benzetmedir. Bir bisikletin üzerinde oturmanın, ek enerji hissetmesine yardımcı olduğunu ve öğrenciye fiziksel bir bağlantı sağladığını hayal etme, yararlı bir imgedir (Patenaude-Yamell, 2003: 186, 187; Akt.: Fogle, 2005: 80, 81).

Thomas Hemsley (1998: 30), “Singing and Imagination” adlı kitabında şarkı söylemeye ve doğru duruşa hazırlıklı olma ile ilgili birçok yararlı imge sunmakta ve ayrıntılarıyla anlatmaktadır. Bir örnek şöyledir:

“İyi duruşun; şaşırılmış, dengeli, ihtiyatlı, uyanıklık hali bir durum olarak, teknik olmayan en basit terimlerle tanımlamayı tercih edeceğim sayısız ayrıntılı açıklaması var. Güzel bir bahar gününde, ormanda bir yürüyüşe çıktığınızı hayal edin. Aniden sizi şaşırtan garip bir ses duyarsınız (şaşırdınız-şok olmadınız). Çok hareketsiz, sakin, dengeli ve uyanık olursunuz. Tüm duyularınız uyanık. Dikkatle dinlersiniz; havayı test edersiniz. Çeneyi, sanki içmeye hazırlanmış gibi açarsınız. Göğsünüzü kaldırırsınız ve alt karnınıza güç katarsınız. Harekete geçmeye hazırlanırsınız ve gürültü kaynağı ortaya çıktığında ne şekilde olursa olsun tepki vermeye hazırsınız. Bütün bedeniniz dengeli, hâlâ kontrollü; Saldırmaya, kaçmaya ya da sadece bir arkadaşınızın beklenmedik görüntüsüyle sevinmeye hazır; Şarkı söylemeye hazırsınız.”

Doğru ve dengeli duruşu öğretmede yardımcı olabilecek diğer imgeler şunlardır (Fogle, 2005: 81):

- Vücut, uzun ve güçlü bir ağaç olarak düşünülür ve konumlandırılır.
- Çene, nötr bir konuma yerleştirilir ve düzleştirilir.
- Ayaklar, sanki güzel çiçek saksıları gibi yere sağlam bir şekilde yerleştirilir.
- Kafanın tepesinden ayaklara kadar uzanan lazer ışını hayal edilir.
- Doğru yükseklik için boy ölçülüyormuş gibi düz durulur.
- Sanki bir kukla gibi, kafanın tepesinde iple bağlı olduğu hayal edilir.
- Topuklara tutturulmuş elastik bant, başın tepesine kadar gerilmiş, uzatılmış olarak düşünülür.
- Göğsün önünde sıkıca gerilmiş elastik bant tutulduğu hayal edilir.

Hemsley (1998: 24) ise, şu imgeleri önermektedir:

- İpte adım atan bir ip cambazı gibi durulur.
- Suyun desteğine güvenen bir yüzücü gibi ya da yüksek bir dalışa hazır olimpik bir yüzücü gibi durulur.
- Gecenin sessizliğinde, esrarengiz bir ses duyan dinleyici gibi durulur.
- Okçunun, okunu serbest bırakmasından hemen önce olduğu gibi durulur.
- Bir orkestra şefi gibi (havada ve dengeli batonuyla) durulur.

3.4. Solunum ve desteğin öğretilmesine yönelik sözel imgeler

Solunum, havanın vücuda girdiği ve vücuttan çıktığı bir süreçtir, yani nefes alma ve verme işlemidir. Şarkı söylemek ve konuşmak için nefes almak, hayatı sürdürmek için kullanılan sıradan solunumdan daha kontrollü bir süreçtir. Şarkı söylemede solunum tekniği yanlışsa, şarkı söyleme sürecinde başka hiçbir şey düzgün çalışmaz. Bu önemli nedenden dolayı, şarkı söylemek için doğru solunum, ses eğitimi çalışmalarının başında gelmelidir ve tutarlılık için her zaman izlenmelidir. Solunum imgeleri, solunum aşamalarının herhangi birine (nefes alma, nefesi tutma, nefesi verme, rahatlama ve yeniden nefes almaya hazırlanma) ya da aşamaların birbirleriyle koordinasyonu üzerine odaklanabilir.

Temelde konuşma ve şarkı söylemede gerekli olan diyafram nefesinin gelişimi için kullanılan solunum imgeleri, zihinsel, ruhsal ve bedensel rahatlama sağlayarak, stresi, performans gerilimini ve heyecanı azaltmaya da yardım eder. Doğru ve gerilimden uzak soluk alma imgeleri ile ağız açılır, boğaz genişler, yumuşak damak serbestçe yukarı kalkar, gırtlak pozisyonu rahat kalır ve korunur. Yani, solunum imgeleri fizyolojik gerçekliği temsil etmese de, şarkıcıların stres seviyelerini dengeleme ve optimal performansa elverişli zihinsel ve fiziksel bir durum bulma gereksinimlerini karşılayabilir. Böylece şarkı söylemede gerekli olan vücut rahatlığı, doğru postür, fonasyon (ses üretme süreci) ve rezonans süreçleri de olumlu etkilenir. Ayrıca yapılan bir araştırmaya göre, genellikle daha az deneyimli şarkıcılar üzerinde en büyük etkiye sahip olmakla birlikte, araştırmaya katılan tüm şarkıcıların vibrato oranının, solunum imgelerinden sonra vokal ısınmayı izleyen seslerde normal olarak görülen bir şekilde iyileştiği bulunmuştur (Moorcroft, Kenny ve Oates, 2015: 183, 189).

Derin nefes alma alışkanlığı oluşturma, genellikle genç şarkıcıların ustalaştırılması için gereken kafa karıştırıcı bir tekniktir. Eğitimin başlangıç aşamasındaki öğrenciler için geçerli olan, kötü, yüzeysel solunum alışkanlığını düzeltmek genellikle zor bir durumdur. Şarkı söylemek için, derine, rahat, yumuşak ve doğru nefes alma duygusunu hissetmeyi öğrenmek için şu basit öneri öğrenciye yardımcı olabilir: **“Bir gülün parfümünü koklar gibi nefes alın.”** İnsanlar hoş bir kokuyu solurken, gereksiz gerginlik olmaksızın, derin ve bilinçsiz olarak nefes alırlar. Bu imge, **çok az nefes alan ve solunum sırasında** boğazı aşırı geren ses eğitimi öğrencisi için özellikle yararlıdır. Bu, çaba gerektirmeyen, doğal ve hayali hareket, şarkı söylemek için şu zihin-beden refleksif (dönüştürücü) hareketlerini oluşturmaktadır: Burun deliklerinden ve ağızdan nefes alma, eşzamanlı olarak yumuşak damağı kaldırıp boğazı açar, nefes alınır, gırtlak alçalır ve alt karın kasları hafifçe sıkılır. Bu özel imgelemin kullanılması, öğrencinin, vücudun ortasındaki doğal, gözle görülür genişlemenin ve göğüs kafesinin ve alt karın kaslarının kasılmasının farkına varmasına yardımcı olacaktır (Fogle, 2005: 82).

“Tüm müzik cümlesini içinize çekin” imgesi, belirli bir şarkı cümlesi için ne kadar nefes gerektiğini ve ne kadar sürecek olması gerektiğini belirten bir mesajı beyne aktarmak için kullanılabilir. Bu basit hatırlatıcı imge, öğrencinin kendisine değil, müziğe daha fazla odaklanmasına olanak tanıdığından etkili olur. **“İçten bir gülümseme için nefes alın”** bir başka etkili imgedir. Bu görselleştirme, şarkı söylemek için ses yolunu hızlıca hazırlar ve çeneyi aşağı çekmede zorlanma eğilimi gösteren, boğazdan ya da boğuk bir tonla söyleyen ya da yumuşak damağı rahatça kaldırma alışkanlığı geliştirmede zorlanan öğrenci için son derece yararlıdır. **“Nefesle değil, nefesin üzerinde söyleyin” ya da “Ton nefesin üzerinde yüzüyor gibi söyleyin”** imgesi, Pier Francesco Tosi (yaklaşık 1646-1732) ve Giovanni Battista Mancini (1714-1800) tarafından öğretilen bir kavramdır. Bu imgeleri kullanmak, öğrenciyi zaten titreşimli olan ses tellerinin altında bir hava akımı ile şarkı söylemeye teşvik eder. Bu popüler vokal ustalıklar, solunum ve desteğin, appoggiare (dayanmak yani nefes almak için akciğerleri desteklemek anlamına gelir) tekniğini yaratmak için, nefes alma ve nefes verme kasları arasındaki antagonistik (karşıt) süreci ayarlamakta yardımcı olur (Patenaude-Yamell, 2003: 185, 186; Akt.: Fogle, 2005: 82, 83).

Miller’ın (1997), “National Schools of Singing: English, French, German and Italian Revisited” da önerdiği gibi, şarkı söylemede, nefes alma ve nefes verme için doğru destek, nefesin hemen serbest bırakılmasına direnme ya da dayanma hissi olarak tanımlanabilir. Bu görselleştirme, solunum akışını dengeleme hissini tanımlar. Bu ilke, sesi, “önde” maskede veya gözlerin, elmacık kemiklerinin, dudakların, dişlerin çevresinde ve sert damakta algılamının psikofizik hareketini içerir. Nefes almadan önce yapılan göğüs kaldırma ve göğüs kafesini dışarı doğru genişletme ve vücudun ötesinde üretilen tonun görüntülenmesine değinir. Hava, şarkı söylemek için nefes alışverişinde içeri giren ve dışarı çıkan akıcıdır. Öğretmenler sık sık bir öğrenciye, bu sürekli desteğin bulunduğu yerin bir hatırlatıcısı

olarak orta noktada-diyafram etrafında rahat bir kemer takmalarını önerirler. Yeni başlayan öğrenciler karın kaslarını çok sıkı tutmamaları için uyarılmalıdır. Çünkü bu eylem karşı üretekendir, bu da, karın ve göğüste sürekli hava akışı yetmezliği ve yorgunluğa yol açar. Akciğerler tam kapasiteyle genişletilmelidir ve doğal olarak nefes alınmalıdır. Solunum sürecinin kontrolü, vücudun tamamı tarafından, alt karın kasları merkezli güce ve hayal gücüyle uyarılan şarkıcının niyetlerine göre yönlendirilir. Nefes basıncının akışını doğru bir şekilde kontrol etmek, belin yakınında ve altında karın kaslarının hafif sıkışmasını yöneterek, kolay ve doğal hissedilmelidir (Fogle, 2005: 83, 84).

Alderson (1979: 60), şarkı söylemede nefes kullanımını bir keman yayının hareketiyle karşılaştırır:

“Nefes keman yayının hareketiyle karşılaştırılabilir. Nefes, bazen hızlı, bazen yavaş akmalıdır. Bazen, bir nefes süresince yalnızca bir ya da birkaç nota, bazen birçok nota vardır. Kemancıların, yayı tellerin üzerinden geçirdiği akışkanlık, bir şarkıcının nefesini bıraktığı yumuşaklığı gösterir. Müzik cümlesi uzun veya kısa, hızlı veya yavaş olsun, nefesin basıncı pürüzsüzdür ve akış sürekli ve düzenlidir. Ayrıca, her cümlede yayın her santimetresi kullanılmaz. Bazen daha uzun bir cümlede kısa bir motif ya da vuruş için yayın yalnızca küçük bir kısmı gereklidir. Benzer şekilde, her cümle üzerinde nefesin tamamı veya yaşamsal kapasitesi kullanılmaz. Bazen sadece küçük bir nefes gerekir, bu nedenle şarkıcı, sadece gerekli miktarda havayı solur.”

Alderson’a (1979: 58) göre, çoğu aerobik sporda ve jimnastikte olduğu gibi, şarkı söylemek, koordineli nefes almayı gerektirir. Nefes, aktivitenin ritminde ve temposunda olmalıdır, kilitlenmemelidir. Dengeli olmayan veya kilitli bir nefesle şarkı söylemek, nefes almaksızın tenis oynamak ya da yüzmek gibidir. Bir diğer örnekle Alderson (1979: 45):

“Nefes almak ve “Ah” diyerek sanki şaşırılmış ve sevinmiş gibi yapmak, psikolojik yollarla koordine edilen nefes ve gırtlak için iyi bir örnektir. Öğrenci, mutlu bir sürpriz yaşadığı zamanları hayal eder ve kasların tepkisi otomatiktir. Şarkı söylemenin diğer içgüdüsel özelliklerinde olduğu gibi, öğretmenin görevi, öğrencinin bir süre yanıtı devam ettirmesine yardımcı olmaktır, böylece şarkı söylemede yararlı olur. Bu egzersiz, nefesin üzerinde şarkı söylemekle ilgilidir” demektedir.

McKinney (1994: 61), nefes yönetiminin etkinliğini bir bisiklet lastiğiyle karşılaştırır:

“Uzun cümleleri söyleyebilme becerisi, öncelikli olarak ses tellerinin hareketinin etkinliğinden gelir; Bu, akciğer kapasitesinin değil, iyi bir gırtlak ayarının sonucudur. Bisiklet lastiğinin kötü bir valfi varsa, içine ne kadar hava konursa konsun, lastik düz bir şekilde hareket eder. Eğer ses telleri çok fazla havanın kaçmasına izin verirse, ne kadar havanın içeri çekildiği önemli değildir, şarkıcının nefesi kısa sürede bitecektir.”

Çok fazla nefes kullanarak, sesi aşırı desteklemeye çalışan şarkıcılar için McKinney (1994: 64) şu basit düşüncüyü sunar: "*Daha az nefes desteği sağlayabilecek bir düşünce, öğrenciden, bir bebeğe şarkı söylüyormuş gibi söylemesini istemektir.*"

Bir cümlelerin sonu, başlangıcı kadar önemlidir ve cümlelerin sürekli olarak desteklenmesiyle başarıya ulaşılır. Tüm cümleyi nefesle desteklemede güçlük çeken öğrenciler için, Richard Alderson (1979: 76) şu imgeyi sunmaktadır:

“Bir tonu korumak, dikey bir akımda fıskıran bir fiskeye üzerinde asılı bir pinpon topuna benzer. Hareketli top, zahmetsizce etrafta dans eder. Analojinin amacı, elbette su akışının, pinpon topunu belirli bir yöne itmeye çalışmadığıdır. Sürekli bir ton, küçük bir dalga ya da göldeki dalgalanmalar gibidir. Böyle bir tonda, yaşam ve enerjiye sahip, serbest ve zahmetsiz hareket vardır. Düz bir ton sürdürülebilir, ancak kulağa süregelen ve cansız gelir. Dalgalar, enerjik bir sesteki vibratoya benzer.”

Belirli bir nefes alma prensibi ile ilgili olmasa da, Thomas Hemsley’in (1998: 107) Charles Lunn’ın “The Voice” adlı kitabından alıntısı, nefesin gerçekte ne olduğunu ve şarkıcıların neden bunu yaptıklarını açıklıyor:

“Bizler maddi, hayvansal ve maneviyiz. Eğer yüksek ya da manevi taraf, doğamızın alt ya da hayvan tarafını yönetiyorsa, o zaman biz sanatçıyız; eğer alt ya da hayvan tarafı, doğamızın daha yüksek ya da manevi tarafını

yönetiyorsa, o zaman biz sadece yapanlarız, hayvanlar olarak nefes almalıyız. Eğer şarkı söylerken zorunlu olduğumuz için nefes alırsak, o zaman bizim alt ya da hayvansal yanımız hükmeder ve kurallarımızı belirler, ama seçtiğimiz için nefes alırsak, o zaman daha yüksek ya da ruhsal doğamız hükmeder. Çalışmanın başlangıcından itibaren akli seçin.”

Doğru nefes almak ve destek uygulamak için kullanılan imgeler şunlardır (Fogle, 2005: 84):

- Sanki esner gibi nefes alın.
- Sanki iç çeker gibi nefes alın.
- Sanki bir bardak su içiyor gibi nefes alın.
- Bina (ses) ne kadar yüksekse, temel (nefes) o kadar derin ve sağlam olmalı.
- Akciğerler ve vücut körük gibi çalışsın.
- Bir hava yastığı üzerinde şarkı söyleyin.
- Bir kanaldan çıkan suyu hayal edin.
- Diyaframı, akciğerlerin “koruyucu meleği” olarak düşünün.
- Yukarı doğru fışkıran su (nefes) üzerinde top (ses) dengeleme durumunu hayal edin.
- Bir pipetten su içer gibi nefes alın.
- Başlangıçta, ifadenin sonuna bakın.
- Akciğerleri açık tutun.
- Vücudun içine, aşağı ve dışarı doğru nefes alın.
- Ayak parmak uçlarından nefes alın (vücudun içinde derine).
- Vücudunuza bir basketbol topu atın ve havayla doldurun.
- Denizde bol miktarda hava ile derine dalan bir dalgıç gibi nefes alın.

3.5. Fonasyon ve doğru ton kalitesinin öğretilmesine yönelik imgeler

Suluk verme sırasında, soluk borusu (trakea) yoluyla akciğerlerden gelen havanın, ses tellerini titreştirmesiyle ses üretilmesine “fonasyon” denir. Hava akışı olmadan ses üretilmeyeceği için, solunum için kullanılan imgeler, doğru fonasyon (doğru ses üretimi) için de uygulanabilir. Birçok öğrencinin fonasyon konusunda problemi, kontrol etme arzusu ve sesi bırakma isteksizliğidir. Serbest bırakılmış bir sesi büyütme yardımcı olmak için kullanılacak bir imge, “**sesi kusturmak**” tır. Doğada kaba olmasına rağmen, kusma hareketi tamamen serbesttir ve herhangi bir şekilde kontrol edilmez. Aynı zamanda canlı bir örnektir ve öğrenci tarafından kolaylıkla hatırlanan bir imgedir. Regürjitasyon yani kusma aslında gırtlak değil, özofagus (yemek borusu) yoluyla gerçekleştiğinden, kusma hareketini ve şarkı söylemeyi birbirine bağlayan kesin bir fiziksel bağlantı yoktur. Bunun yerine, iki düşünceyi birbirine bağlayan şey, kontrolsüz, kendiliğinden bir eylemin hissi ve serbest bırakılmasıdır.

“Complete Handbook of Voice Training” adlı kitabında Richard Alderson (1979: 97), tonun koordineli olarak serbest bırakılmasını ve dengeli fonasyonu tanımlamak için kullanılacak bir başka fikri açıklamaktadır:

“Glottis yoluyla nefesin koordineli olarak serbest bırakılmasının anlaşılmasını zor bulan öğrenci için bu analogiyi öneriyorum: Aralık olan bir kapıya vurmak onu kapatmaz. Kapı sadece durup titrer. Minimum çaba ile etkili bir şekilde kapıyı itmek onu kapatır. Güç, tam olarak, düzgün bir şekilde ve doğrudan uygulanır ve kapı kapanır. Aynı şekilde, şarkıcı, cümlelerin sonuna, düzgün, yumuşak ve doğrudan hareket etmelidir. Böylece, vücudu kolayca ve rahatça işlev görür, kaslar eşit şekilde tepki verir ve sorunsuz bir şekilde şarkı söyler.”

Bir başka analogide Alderson (1979: 96), bir şarkıcının kontrol etme isteği ile tonu serbest bırakma konusundaki isteksizliğini doğru atış yapamayan bir golfçü ile karşılaştırır:

“Bir golfçü için sık rastlanan bir sorun, kafasını aşağıda tutmamaktır. Topun uçuşunu kontrol etmek için bakmak ister ve bedeni, golf sopası topla buluştuğunda pozisyon dışına çıkar. Eğer golf sopasıyla topa vurduktan sonra da başını aşağıda tutarsa, topun uçuşunu göremeyebilir, ama vuruşundan memnun olacağı ve vuruş iyi olacağı için şansı daha iyidir.”

Öğrenci serbest bir şekilde nasıl ses üreteceğini öğrenirken, yeni teknikle ürettiği sesin, kendisinin bildiği, alışkın olduğu eski sese benzemediği ikilemi ile karşı karşıya kalabilir. (Alderson, 1979:109) bu sorunu bir kez daha golf ile ilişkilendirerek ele alıyor:

“Öğrenci, yeni bir şarkı söyleme yöntemini öğrenmede, bazen yeni tekniği, yüzeysel olarak eski sesine uygulamaya çalışır. Bir süre, ses kalitesinden endişe duymadan yeni bir şarkı söyleme yöntemini kabul edebilirse, kısa süre sonra sesinde bir gelişme görecektir. Oysa sesinin niteliği ile meşgul olmak, ilerlemesinde caydırıcı bir unsur olabilir. Bu yüzden, “topa vur ve daha sonra onu ara” diye hatırlatılması gerekebilir.”

“Daima gittiğin yere, ileriye doğru düşün, bulunduğun yere, geriye doğru değil” imgesi bir legato (bağlı söyleme) stiline korunmasına yardımcı olur ve enerji akmaya devam eder (Fleming, 2004:190).Tonun dengesi, vücudun bir sonraki cümleye hazırlanmasına izin verecek şekilde pürüzsüz ve kesin olacaktır. Bir legato tarzı ve şarkı söyleme becerisi pratik olarak birbirinden ayıramaz. Şarkı söyleme, bağlı bir vokal enerji hattı üzerinde kusursuz bir ifade üretme yeteneği gerektirir; söylerken bir sonraki notaya çekilme hissi vardır. Şarkı söyleme üzerine yeni yayınlanan anılarında Renee Fleming, tonu itmeden, zorlamadan sürdürme ve serbest bırakma kavramını açıklamaktadır. Bu prensibi, çekildiğinde, itildiğinden çok daha kolay çalışan bir valizle karşılaştırır. Ses itildiğinde, kalite önemli ölçüde değişir.“**Sesi ileriye doğru yönlendir**” sözü, “**tonda daha fazla ikinci derece-formant rezonansı elde etmeye çalış**” sözünden çok daha kolay anlaşılır (Akt.: Fogle, 2005: 89-90).

Doğru ton kalitesinin öğretilmesinde imgelem kullanımı, öğrenme rutinini basitleştirebilir. “Tüm tonlarda chiaroscuro olmalı, yani ton hem ileri ve ön odaklı hem de geriye doğru yuvarlaklığa sahip olmalı” ifadesi şarkıcıya kalite standardı verir. Chiaroscuro, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda, ideal ses kalitesini tanımlamak için kullanılan İtalyanca bir terimdir. Her ton, parlak bir yapıya-özelliğe sahip olmanın yanı sıra, koyu-yuvarlak bir kaliteye veya bileşik bir ses rezonansı dokusuna sahip olmalıdır. Bu tınıyı üretebilmek için, gırtlak kaynağı ve rezonans sistemi, dengeli ses kalitesi olarak bir dizi armoniği sunacak şekilde etkileşime girmektedir. Chiaroscuro terimi, çarpıcı ve dramatik ışıklar ve koyu renkler içeren resimleriyle tanınan ünlü Hollandalı sanatçı Rembrandt’ dan esinlenmiştir. 1774 yılında Giambattista Mancini (1714-1800), bu terimi, etkili bir ses eğitimi kaynağı olan “Pensieri e Riflessioni Pratiche Sopra il Canto” da (Figüratif Şarkı Söyleme Sanatı Üzerine Pratik Düşünceler) kullanmıştır. Bu kaynak daha sonra, tamamen veya kısmen Fransızca, Almanca ve İngilizce’ye çevrilmiştir. Bu tarihi belgede Mancini, yavaş söylenen gamların nasıl uygulanacağı konusunda eğitim verir ve şöyle der: “*Bu alıştırmayı, chiaroscuro ile, şarkıcıyı boyama-renklendirme ustası yapacak..., bu yüzden şarkı söylemek için her stilde gerekli.*”

Şarkı söylemede sesin parlak ögesi, yüksek frekanslı bileşenler üreten sıkı glottal kapanma ile ilişkilidir. Eş zamanlı olarak ses, olabildiğince yuvarlaklık ve derinlik içermelidir. Bu ses, ses yolunun rezonans süreci tarafından üretilir ve bu da, glottis ile ağız ve burun açıklığı-orofarinks arasındaki hava boşluğu veya “rezonans yolu” ile oluşturulur (Stark, 1999: 34). Chiaroscuro, ya da karanlığın ve (ışıkların yerine) aydınlığın zıtlığı, tatlı ve ekşi bir şeyin tadıyla karşılaştırılabilir; her ikisi de belirli bir kalitenin parçasıdır. Birçok farklı ses kalitesi olmasına rağmen, bütün eğitimli şarkıcılar, genellikle chiaroscuro’nun parlak-koyu ton kalitesine sahip olmalıdırlar. Giovanni Battista Lamperti (1830-1910) bu terimi, ideal ses kalitesini tanımlamada kullanmıştır. Öğrencisi William Earl Brown’ın (1953: 38)Lamperti’den alıntısı şöyledir: “*Geniş bir ses yelpazesine sahip olmanıza rağmen, tonunuzun rezonansı yuvarlak ve zengin olana kadar sesleri düzenleyemezsiniz, chiaroscuro. . . seste “karanlık-aydınlık” ton her zaman var olmalıdır*” (Akt.: Fogle, 2005: 90-91).

Doğru fonasyon ve ton kalitesini öğretmek için kullanılan diğer imgeler şunlardır (Fogle, 2005: 92):

- Sesinizi yüzün önünde, maskede düşünün ve burnun her iki yanında tınlamayı hissedin.
- Esner gibi yumuşak damağı kaldırın, çeneyi aşağı indirin, dili rahatlatın ve ses akışını sağlayın.
- Tonun kendi kendine başlamasına, kendi kendine uzamasına ve kendi kendine durmasına izin verin.
- Güzel bir ton üretme ve sürdürme arzusuna sahip olun.
- Sesinizi bir çizgi üzerinde sürdürün.
- Nefesle değil, nefesin üzerinde söyleyin ya da “Ton, nefesin üzerinde yüzüyor gibi söyleyin.”
- Sıcak, çikolata dokulu bir ton hayal edin.
- Dil ucunun üzerinde yer alan ünlüler (sesli harfler) hayal edin.
- Bir kelebek gibi dalgalanan (değişen-sabit olmayan) bir ton hayal edin.
- Yumurta şeklinde bir ağız pozisyonu düşünün.
- Sesi renklendirmek için bir ressamın paletini kullanın.
- Bir pırlanta-elmas gibi tonu parlatın.
- Uçan bir uçurtmadaki kağıt şeritler gibi dalgalanan bir ton hayal edin.
- Sesi döndürün.
- Tona titreşim ekleyin (vibratolu ses).
- Dil, kesici dişlerin üzerinde olsun.
- Ünlü harfleri, ses için yapı- iskelet olarak düşünün.
- Doğal olarak şarkı söyleyin, zorlanmadan.
- Bir elmayı ısırır gibi tonu ısırın (ağzınızı açın).
- Yumuşak, ipeksi bir tonla söyleyin.
- Tonu yuvarlayın.
- Sesi (ıslık çalar gibi, bir düdüğe, boruya üfler gibi) odaklayın.
- Sesi, aşağıdan değil, yukarıdan görün hissedin.
- Kadife gibi yumuşak dokulu, pürüzsüz ve parlak bir tonla söyleyin.
- Kuş gibi şarkı söyleyin.
- Tonda bir bahar-aydınlık hissedin.

3.6. Rezonans öğretimine yönelik imgeler

Rezonans, üretilen ilk sesin yoğunlaştırılmasını ve kuvvetlendirilmesini içeren karmaşık, bilimsel bir fenomendir ve sese, karakterini, zenginliğini ve sanatsallığını verir. Larinksin (gırtlak) temel kalitesi önemli bir uzaklıktan duyulmadığından, rezonans, sesin gücü olarak da adlandırılır. Her ton, kendi rezonans ölçüsüne sahiptir. Bu nedenle, bu konunun şarkıcıyla büyük ilgisi vardır. Sesin bu mükemmelliği, tüm baş, boğaz, göğüs boşlukları ve hatta tüm vücudun kemik yapısı kullanılarak oluşturulur. Yeni başlayan öğrencilerin ortak hatası,

sesi zenginleştirmek için ağız veya burun bölgesinde yoğunlaştırma yoluyla rezonansı taklit etmektir. Ancak bu, tonu önemli derecede boğar. Doğru şekilde üretilen rezonansın, bilimsel testler bu gerçeği desteklemese de, yüz veya baş bölgesinde yukarı ve ileri, öne doğru odaklandığı görülmektedir. İmgelerin kullanılması, sesin bu şekilde doğru pozisyonda yerleştirilmesini öğretmede önemli ölçüde etkilidir.

Alman ses eğitimi ustaları, şarkıcılara seste nasıl rezonans yaratacaklarını öğretmek için, *“Trinken die Luft”* yani *“havayı içmek”* anlamına gelen imgeyi önermişlerdir (Alderson, 1979: 108). Bu, kuşkusuz imkânsızdır, ancak imge oldukça yararlıdır. Sesin içilmesi kavramı, şarkı söylemek için kas sisteminin ve ses yolunun organlarının uygun şekilde hizalanmasını sağlar. Bilinçaltı bir şekilde yumuşak damak kalkar, ağzın arkası gerilir, gırtlak aşağı iner, rahat bir pozisyona girer ve boğaz açılır. Bu düşüncenin uygulanması, öğrencinin nefes alma sırasında uygun olmayan, karın kaslarını içeri çekme ve sonuç olarak gırtlak yukarı itme alışkanlıklarını düzeltmesine yardımcı olur. Bu imgelemin sonucu olarak, sesin niteliği, tınısı şaşırtıcı olabilir (Fogle, 2005: 85).

“Armut biçimli bir tonla şarkı söyleme”, öğretimde sıkça kullanılan bir imgedir. Tanınmış bir şarkıcı ve pedagog olan Lilli Lehmann (1848-1929), armut şeklindeki ton benzetmesine yönelik tekniği kullanarak öğrencilerine, sesin bu tercih edilen sanatsal niteliğini nasıl elde ettiğini öğretmiştir. Bu özel konsept, Lehmann ve diğer birçok sanatçı için uzun bir şarkı söyleme kariyeri sağlamıştır. Armut, küçük bir bölüme, gövde ucuna ve büyük bir bölüme, çiçek ucuna sahiptir. Ağzın ön kısmına doğru armudun küçük ucu ve boğazın arkasında daha büyük ucu ile ağzın ve boğazın armut biçimli olduğunu hayal ederek, ses eğitiminin başlangıç aşamasında olan bir öğrenci, seste nasıl doğru rezonans üreteceğini anlayabilir. Boğazın arkasındaki geniş alan, açık, faringeal (yutakta) bir rezonans oluştururken, ağzın küçük açıklığı, tonu odaklamaya yardımcı olur ve ileri, odaklanmış bir maske rezonansı yaratır. Armut şeklindeki tonu üretmeye yardımcı olmak için, öğrenci boynun boyutunun yatay olarak uzandığını hayal edebilir. Bu genişleme hissi, çene düşürülerek, yumuşak damağın yumuşak bir şekilde kaldırılması, gırtlak indirilmesi ve vücutta derin nefes alma yoluyla kolaylaştırılabilir. Boynun bu hayali genişlemesi, sesi serbest bırakır ve sesin tasarlandığı gibi işlev görmesini sağlar (Fogle, 2005: 86).

Jones’a (2005: 1, 2) göre, eski İtalyan okulunda kullanılan "coperto" (üstü kapalı) terimi, yükseltilmiş yumuşak damak ve açık boğazla küçük bir ağız boşluğu ile şarkı söylemek anlamına gelir; yani armut şeklindeki ton kavramı. Ses yolunun bu arzulanan pozisyonu yumuşak damağı yükseltir, gırtlak düşürür, dili düzleştirir ve yutağın yumuşak dokusunu daha büyük bir tonusla (kas sertliği) birleştirir. Ses yolunun bu şekilde hizalanması, ses bölgelerini (register) birleştirir ve bir ses bölgesinden diğerine geçiş sırasında, ses tellerinin ince kenarlarının egzersiz eylemini (titreşim) destekler. Ağız ve boğazın bu özel şekli, aynı zamanda yutak boşluğu içindeki bütün ünlüleri (sesli harfler) de düzenler. Bu teknik aynı zamanda, “ünlüler dizisi” olarak da adlandırılır. Son araştırmalara göre, bu armut biçimli şarkı söyleme tekniği, titreşim vibrato, dengesiz register değişimleri, chiaroscuro (sesteki parlaklık artı sıcaklık ve zenginlik) eksikliği ve ses yolunun uzaması gibi çeşitli ses hatalarını çözer. Bazı ses otoriteleri, coperto tekniğinin, şarkıcıya profesyonel bir ses verebileceğine inanmaktadır. Bu enerjik nefes algısı, üst ön dişlerin arkasında, sert damak, burun kemiği ve yanak kemiklerinde hissedilir. Şarkıcı, tüm vokal çabalar, gırtlak yerine kafadan geliyormuş gibi hissedecektir. Rezonans süreci, seste destek ve özgürlüğün değerini gösteren güvenilir bir rehberdir. Şarkıcının, sesin herhangi bir fiziksel çaba olmadan üretildiğini hissetmesini sağlar. Eğer şarkıcı bu kolaylığı hissetmiyorsa, teknik yetersizdir veya dengelenmemiştir (Akt.: Fogle, 2005: 87).

“Dikey olarak şarkı söyle” düşüncesi, sesi derinlik olarak kavramsallaştırır. Bu imge, şarkıcının gırtlak stabilize etmesine ve rezonans faktörlerini daha verimli bir şekilde dengelemesine yardımcı olur. Bütün şarkıcılar, genellikle geniş aralıklarla inen ve çıkan seslerin birleştirilmesinde daha fazla güçlük çekerler. İnsan sesinin, ses yükseldikçe daha ince hale gelmesi ve sıkıştırılması doğal bir eğilimdir; bu, aynı zamanda gırtlak konumunu da etkileyecektir. Düşük, rahat bir gırtlak pozisyonunu korumak için, daha ince sesler, vücut içinde derinlemesine sabitlenmiş, daha derin, daha zengin bir ses hayal edilerek üretilmelidir. Bir öğrenciye, hayali bir düzlemde dikey olarak düşünmeyi öğretmek, doğallıkla ve zengin bir tonun sürekli akışıyla şarkı söylemesine ve sesleri birbirine bağlamasına olanak sağlar. Daha ince ve gür sesle şarkı söylerken, sesin rezonanlı olması için daha fazla alan olması gerekir, aksi takdirde sesin itildiği ve zorlandığı duyulacaktır. Bu, uygulanması zor bir prensiptir, çünkü daha geniş alan, doğru faringeal şekle sahip olmalıdır, aksi halde sesli harf bozulur. Dolayısıyla bu prosedür ince ayar gerektirir.

“*Yatay olarak şarkı söyle*” imgesi, tiz tonların pes tonlarda olduğu gibi aynı düzleme ya da aynı seviyeye yerleştirildiği yaratıcı fikrini kapsar. Öğrenci, “ince” tonun bulunmadığını, ancak tüm tonların her yönde yukarı ve aşağı şekilde yayıldığını imgeler. Bu imgenin psikolojisi basitçe, öğrencinin bilinçaltı olarak gerekli ayarlamaları yapacağı ve korku ya da endişe duymadan yüksek tonları söyleyeceği yönündedir. Bu imgeyi kullanarak, öğrenci, “ileri gitmeye” teşvik edilir ve fiziksel olarak geniş aralıklar arasında bağlantı kurmaya yardımcı olmaya çalışmak yerine, sesin serbestçe işlev görmesine izin verilir. Gereksiz gerginlik ile boğazın daralması tonu boğar veya tamamen durdurur (Patenaude-Yamell, 2003: 187; Akt.: Fogle, 2005: 88).

Clements’e (2008: 29) göre, rezonans öğretimi için imge seçerken, havanın, şarkı söylerken yankılanan ortam olduğunu hatırlamak önemlidir. Bu nedenle, solunum için kullanılan çoğu imge, aynı zamanda rezonansa da uygulanabilir. İyi rezonansa girmenin bir anahtarı, hava akışının, rezonans boşluklarındaki uygun alanla birleşmesidir. İyi konumlandırılmış bir ses alanı oluşturmak için kullanılacak iki imge, şarkı söylerken genişleyen bir kobra başı gibi düşünerek geniş bir farinksin (yutak) oluşturulması ve burun tıkanarak hafifçe yükseltilmiş bir yumuşak damak oluşturulması, sanki burun tıkanıklığı varmış gibi tıkalı bir burunla şarkı söylemektir.

Nefes yönetimi ile doğru rezonans için gerekli olan ses alanı arasındaki dengenin korunmasına yönelik bir yöntem, “appoggio” tekniği ile gösterilmiştir. İtalyanca bir sözcük olan ve “üzerine yaslanmak” anlamına gelen appoggio”, uygun duruş ve etkili nefes desteği sağlamak için dengenin önemini vurgulayan bir şarkı söyleme yöntemidir. “The Structure of Singing” de Miller (1986: 23), kendi “appoggio” düşüncesini tanımlar:

“Appoggio, bazen düşünüldüğü gibi dar bir şekilde, “nefes desteği” olarak tanımlanamaz, çünkü appoggio, nefes yönetimi yanı sıra rezonans faktörlerini de içerir. Appoggio “destek” olarak tercüme edilebilir (appoggiarsia, “üzerine dayanmak”). Tarihi İtalyan Okulu, fonasyonun motor ve rezonans yönlerini, diğer bazı pedagojilerin yaptığı gibi ayırmadı. Appoggio, gövde ve boyun kaslarını ve organlarını birleştirmek ve dengelemek, supraglottal rezonatörlerle ilişkilerini kontrol etmek için bir sistemdir, böylece, bunların hiçbirinin bütünü bozan abartılı bir fonksiyonu yoktur.”

Miller’ın (1986: 24), appoggio fikrini vurgulamak için kullandığı basit ve kullanışlı bir imge: “Nefes alma pozisyonunda şarkı söyle, şarkı söyleme pozisyonunda nefes al” dır. Bir öğretmenin, rezonans veya sesi yerleştirme kavramı ne olursa olsun, appoggio fikri uygulanabilir olmalıdır. Appoggio, yalnızca nefes yönetimi ve duruş dengesini değil, aynı zamanda nefes yönetiminin ve rezonatör alanının dengesini de ifade eder. Miller (1986: 61), appoggio’nun bu kullanımını açıklar:

“... rezonatör bağlantı, ses alanının tüm bölümlerinde duyuma izin verir. Rezonans dengesi (yerleşimi), bir ana rezonatör olarak ne yutakta ne de ağızda değil, ikisinin bir birleşimindedir. Duyu merkezleri, ne boğazda ne de yüzdendir. Rezonatör bağlantı, ses alanının herhangi bir kısmının işlevsel veya akustik ihlali olmadan rezonans dengesi olur.”

Bir yay ve okun imgesi, appoggio idealinin dengesini vurgular. Yay, tondaki ileri “açıklığı-parlaklığı” (chiaro) gösterirken geri çekilmiş ok, dengeli bir ses (scuro) için gerekli olan koyuluğu-derinliği gösterir. Yay geri çekmek için gereken enerji, müzik cümlesi boyunca nefes desteğini korumak için gerekli enerjiye eşit olabilir (Clements, 2008: 30).

Richard Alderson (1979: 122), ses alanının uygun şekilde konumlandırılması için, öğrencilere yardımcı olabilecek birkaç imge sunmaktadır:

“Bazen, öğrenciden sadece “**tona daha fazla nefes desteği vermesini**” istemek, sesteki aşırı nazallığı ortadan kaldırmaya yardımcı olur. “Daha fazla hava”, daha fazla nefes akışı ve gırtlaktaki gerginliğin azalması anlamına gelir. Yumuşak damağı düşük pozisyonda tutabilen farenksteki gerginliğin eşzamanlı olarak azalması, daha az nazal (burunsu) sese neden olabilir.”

“Boğazı açmak ve böylece yumuşak damağı kaldırmak için kullanılan eski bir benzetme, “**sıcak patates**” benzetmesidir. Şarkıcıdan, bir ağız dolusu sıcak patates olduğu düşüncesini hayal etmesi istenir. Bunun sonucunda yutağın genişlemesi yumuşak damağı kaldırmaya yardımcı olur. Benzetmenin etkili olabilmesi için, ağız yoluyla derin bir nefes alınması gerekir.”

Rezonans öğretimi için kullanılabilir diğer imgeler şunlardır (Fogle, 2005: 89):

- Başınızı, kendisinin iki katı büyüklüğünde ve sesle dolu hayal edin.
- Boğazın arkasında, kubbe veya kemer hayal edin.
- Yumuşak, geniş bir boğazla şarkı söyleyin.
- Zeminde kalmak yerine, tavana yükselin (damağı kaldırın).
- Ünlü harfleri yuvarlak şekilde söyleyin.
- Başın üstündeki teneke kutu, tonu yankılıyor.
- Boğazın arkasında çiçek açan gül hayal edin.
- Ağızda ters megafon hayal edin.
- Sürekli içe doğru gülümsemeyi taklit edin.
- Yüzün önünde, maskede titreşimi hissedin.
- Elmacık kemiklerinin üzerindeki tonlara odaklanın.
- Ses yükseldikçe, bir ses duvarı inşa edin.
- Burun köküne, gözlerin arasına doğru şarkı söyleyin.
- Sesi, enerjik bir hareketle ileriye uçan bir uçak olarak düşünün.
- Sesin titreşimini dil üzerinde hissedin.
- Tüm ses alanı, bir ses bölgesidir yani **“Yüz Bölgesi.”**

3. 7. Artikülasyon öğretimine yönelik imgeler

Artikülasyon, sözcükleri açık ve anlaşılır şekilde belirtmek, söylemektir. Artikülasyon (boğumlama), kötü olan duruş, solunum, fonasyon veya rezonansa bağlı olarak etkilenebildiğinden, bu pedagojik ilkelerden herhangi biri için kullanılan imgeler, aynı zamanda artikülasyon için de kullanılabilir. Jean Westerman Gregg (2002:432), artikülasyonun en iyi şekilde olması için, iyi ses pedagojisinin diğer tüm ilkelerinin verimli çalışıyor olması gerektiğini belirtmektedir:

“Öğretmenler ve profesyonel şarkıcılar, ses gelişiminde, postür, solunum, fonasyon, rezonans ve artikülasyondan oluşan hiyerarşik sıranın tamamen farkındadırlar. Artikülasyon, yalnızca hiyerarşinin alt düzeyleri en iyi durumda olduğunda iyi olabilen son süreçtir. İyi duruş, fonasyon sırasında temiz bir ses elde edilmesine yardımcı olan diyafram solunumunu destekler. Bu, tonun supraglottik (ses tellerinin üst kısmı) alanlarda rezonansa girmesini sağlar ve bu da artikülasyon kalıplarını serbest bırakır.”

Artikülasyonu geliştirmeye yardımcı olmak için yararlı bir imge, öğrenciye, sözcüklerin ağızından düşmesine izin vermemesini, ayaklarında toplamasını söylemektir. Bunun yerine, bu sözcükler odanın içine gönderilerek, seyircinin onları duymasına sağlanır. Başka bir imge, sözcüklerin artikülasyonu ve çalgıların artikülasyonu arasında ilişki kurularak önerilebilir. Bir kişi, Schubert'in "Erlkönig" eserinde olduğu gibi, şarkının eşliğinde tekrarlanan üçleme motifini çalmak için rahat kalmalı ve fazla gergin olmamalıdır. Aynı rahat enerji düşüncesi, vokal artikülasyona uygulanabilir (Clements, 2008: 32). James McKinney (1994: 151), artikülasyon için yararlı başka bir imge önererek; *“Dudaklarınızı okumak zorunda olan birine ya da dilinizi çok iyi bilmeyen birine şarkı söylediğinizi hayal etmek, başka bir yararlı düşünce kalıbı”* demektedir.

Artikülasyon için imgeler oluştururken, aynı zamanda öğrencinin performans göstereceği yerin türünün farkında olmak da önemlidir. Derslik ya da stüdyo için yeterli olan artikülasyon, resital salonu veya opera sahnesi

için büyük olasılıkla yeterli olmayacaktır. Açık ve anlaşılır bir artikülasyon ve diksiyon, herhangi bir ses boyutu için önemlidir. Bir öğrencinin sesi büyük veya küçük olsun, anlaşılabilir olanağı çok önemlidir. Berton Coffin (1976: 27), konuyla ilgili olarak Richard Strauss'tan bir alıntı yapmaktadır. Strauss:

“Ben, özellikle Wagner ekolüne ait müzik dramalarında tanık oldum ...büyük sesleri olan ama ifadeleri zayıf şarkıcılar, orkestra sesinin yutulurken, sesleri daha küçük olan ama keskin bir şekilde ifade eden ve sözcükleri belirgin şekilde söyleyen (iyi artiküle eden) sanatçılar, senfoni orkestrasının yoğun ses akışına karşı, yazarın sözlerini söylemede ve sürdürmede zorluk çekmeden başarılı oldular.”

Bunu göz önünde bulundurarak, artikülasyon için yararlı bir imge, “Metropolitan Operası'nda şarkı söylüyorsunuz, küçük bir stüdyoda değil. Arkada olan insanların bile ne söylediğinizi anlayabileceklerinden emin olun” gibi basit olabilir (Akt.: Clements, 2008: 32-33).

Artikülasyon öğretimi için kullanılacak diğer imgeler şunlardır (Fogle, 2005: 92):

- Dil ucunun üzerinde yer alan ve süren ünlü harfler düşünün.
- Ünlü harfleri, ses için bir iskelet olarak düşünün.
- Ünlü harfleri tutmaya devam edin.
- Ünlü harfleri yuvarlayın.
- Dilin ucunu serbest bırakın.
- Ağzınızda yumurta varmış gibi çenenizi iyice açın.
- Ünlü harflere ağız içinde yer açın.
- Dudaklar, dişler ve dilin ucu serbest olsun.
- Uzun boylu sesli harflerle şarkı söyleyin.
- Ünlü sesleri daha uzatarak, ünsüz sesleri daha enerjik ve hızlı söyleyin.
- A ünlüsü için, ağızınızı esner gibi açın.
- U, Ü ve O, Ö ünlülerini, birini öpecekmiş gibi dudakları hafif öne uzatarak söyleyin ya da, küçük sevimli bir balık ağzı gibi düşünerek konumlandırın.
- Konuştuğunuz gibi şarkı söyleyin.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çağın gereklerine uygun nitelikli bir eğitim sürecinde, iyi bir eğitmen kadar önemli olan bir diğer faktör, öğrencilerin öğrenme yöntemleridir. Eğitim alanında bilim ve teknolojiyle sürekli ilgili olan yeni nesil öğrenciler ile eğitmenler arasında etkili iletişimin sağlanması ve eğitim sürecinin verimli olması, doğru eğitim yöntemlerinin kullanılmasını gerektirmektedir. Ses eğitimi dersi, konuşma ve şarkı söylemede bireylerin seslerini, doğal halini ve ses sağlığını bozmadan, doğru, güzel ve etkili şekilde kullanmalarını sağlamalıdır. Ancak, doğası gereği anlaşılması zor ve bireysel bir ders olduğu için, eğitimde bireysel farklılıklar göz önünde bulundurulmalı, bilgi ve beceriler her öğrenciye öğrencinin anlayabileceği yöntemlerle kazandırılmalıdır. Bu bağlamda, bugünün ses eğitmeninin, öğretimini geliştirmek ve zenginleştirmek için çeşitli yöntemler kullanması gerekir. Bu yöntemlerden biri de, ses eğitiminde sözel imgelerin kullanımına yönelik öğretim yöntemidir.

Etkili, eğlenceli, kolay ve hızlı öğrenmeyi sağlayan bir öğretim yöntemi olarak sözel imgeler, günümüzde ses eğitmenleri için, eğitimde belirlenen amaçların gerçekleştirilmesinde kullanılacak önemli bir araçtır. Kullanımı, bugünün öğrencilerinin öğrendiği görsel yöntem nedeniyle önemlidir. Ayrıca, ses tekniğini öğretirken çeşitli şekillerde ve durumlarda kullanılabilirdiği için esnekliği nedeniyle de önemlidir. Diğer yandan, bu yol, öğretmenlerin

ses eğitiminde yeni ve yaratıcı yaklaşımlar geliştirmelerini gerektirir. Doğru duruş, solunum, fonasyon, rezonans ya da artikülasyon öğretimi olsun, eğer bir öğretmen öğrencilerinin imge sözlüğünü öğrenirse, kazandırılmak istenen doğru teknik davranışı örneklendirecek güvenilir bir imge seçilebilir. Bu noktada, ses eğitimi sırasında herhangi bir imgeleme kullanımında öğretmen, kullandığı sözcük seçimleri ve onların ifade edilmesi ve öğrenciye aktarılması konusunda dikkatli olmalıdır. Dolayısıyla öğretmenlerin sözlerini akıllıca seçmeleri gerekir. Yanlış şekilde tanımlanan doğru imgeler istenmeyen sonuçlar verebilir. Yanlış imge veya söz seçimi de yine sorunlara neden olacaktır. Oysa doğru tanımlanmış olan imgeler olasılıkla daha ümit verici sonuçlar doğuracak ve istenen ses tekniğini sağlayacaktır.

Sözel imgeleri uygularken, imgelerin içsel bir deneyim olduğunu akılda tutmak önemlidir (Nordin ve Cumming 2006). Bazı metaforlar bazı öğrenciler için etkili olabilirken, diğerleri için etkili olmayabilir. Her öğrencinin kendi deneyimleri vardır ve eğer bir öğrenci belirli bir deneyimden haberdar değilse, karşılaştırmalı bir imaj oluşturması zor olabilir (Franklin 2013). Bu nedenle, sunulan metaforlar öğrencilere ve deneyimlerine göre seçilmelidir (Akt.: Muir ve Munroe-Chandler, 2017: 24).

Funk'a (1982: 124) göre, ses eğitiminde sözel imgeler, özellikle vokal beceriler eksik olduğunda etkili bir güce sahiptir ve "açıklanamaz" ı açıklamaya yardımcı olabilir. Bu nedenle, öğrenme sürecinin başlarında kullanılmalıdır, çünkü tekniğin temelini oluşturur. Çalışmaların temposunda ve canlılığında önemli bir rol oynar ve çoğu zaman müzikal bir sese spontan reaksiyonun sonucu olan bir prova tekniğidir. Yani çoğunlukla önceden planlanabilecek bir teknik değildir. Ayrıca, sözel imgeler müzik gibidir, çünkü bu dil sistemi insan deneyimi ve insan hissi ile güçlü bir şekilde ilişkilidir. Sözel imgelerin kullanımı, müzik, yaşam deneyimleri ve müziğin yapımında yer alan insanlar arasında ilişki kurmanın bir yolunu sağlar.

Ses eğitiminde imgelerin kullanımıyla ilgili olarak, Thomas Cleveland (1989: 41) şöyle demektedir: "Ses eğitimi alan öğrenciler imgelemenin kullanımına çok farklı tepkiler verdiği için, ses öğretmenleri olarak bizler, öğrencilerimizin çeşitli bilişsel süreçlerine yönelik ihtiyaçları daha iyi karşılamak için imgeleme ve benzeri çok sayıda araç kullanmalıyız" (Akt.: Clements, 2008: 16, 17). Bir öğrencinin imge dağarcığının geliştirilmesi ve bu imgelerin belirli pedagojik fikirleri öğretmek için kullanılmasıyla bir öğretmen, Cleveland'ın ifade ettiği gibi öğrencinin çeşitli bilişsel ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilir. İmgeler ne kadar yaratıcı olursa olsun, elbette doğru teknik öğretimin yerini alamaz. Bununla birlikte, doğru kullanıldığında, sıkıcı bilimsel öğretime göre belirli pedagojik idealleri vurgulayarak onları hayata geçirebilir ve onları öğrenci için güncel, yaratıcı ve eğlenceli hale getirebilir. Bu noktada hem bilimsel ilkelerin hem de imgelerin kullanımını dengeleyen bir öğretim yönteminin daha doğru olacağı söylenebilir.

Araştırma sonucunda şunlar önerilebilir:

- Ulaşılabilirliği kadarıyla yurt içinde ses eğitimi alanında bu konuda bir çalışmaya rastlanmadığından, bu araştırmadan yola çıkarak, nitel ve nicel araştırma yöntemlerine dayalı lisansüstü tez çalışmaları yapılabilir.
- Koro eğitiminde sözel imgelerin kullanımı üzerine çalışmalar yapılabilir.
- Müzikal çalgıların eğitiminde sözel imgelerin kullanımı üzerine çalışmalar yapılabilir.
- Ses eğitimi ve müzik eğitiminin farklı alanlarında, sözel imgelerin kullanımı ile öğrencilerin ilgi, motivasyon ve başarıları arasındaki ilişki araştırılabilir.
- Genel müzik eğitiminde sözel imgelerin kullanımına dayalı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Adler, A. (1996). *Yaşama Sanatı*. 5. Baskı. Say Yayınları, İstanbul.
- Akkarpat, İ. (2014). *Farklı Yaş Gruplarında Basketbolda İmgelemenin Serbest Atış Performansı, Özgüven ve Kaygı Üzerine Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Alderson, R. (1979). *Complete Handbook of Voice Training*. 1. Baskı. Parker Publishing Company, West Nyack, Newyork.
- Alper Z. (2002). *Eğitimde Öğrenim Biçimlerinin Önemi*. Tıp Eğitimi Dünyası, Sayı: 9, 13-16. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ted/article/view/5000140303/5000128368> (10.01.2019)
- Bilen, M. (1999). *Plandan Uygulamaya Öğretim*. 5. Baskı. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Bishop, L.Bailes, F. ve Dean, R. T. (2013). *Musical Imagery and the Planning of Dynamics and Articulation During Performance*. *Music Perception*. 31/2 97–117. <https://doi.org/10.1525/mp.2013.31.2.97> (02.06.2020)
- Bloom, B. S. (1979). İnsan Nitelikleri ve Okulda Öğrenme. 1. Baskı. Milli Eğitim Basımevi, Ankara.
- Clements, J. F. (2008). *The Use of Imagery in Teaching Voice to the Twenty-First Century Student*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Florida State University College of Music.
- Cromer, J. L. (1973). Verbal Language Conditions as a Determinant of Aesthetic Performances. *Studies in Art Education*. 15/1, 49-60. https://www.jstor.org/stable/1320059?seq=1#metadata_info_tab_contents (02.06.2020)
- Davutoğlu, A.Y. (2015). *Doğal Sese Ulaşabilmek: Linklater Metodunun Eğitim Perspektifinden Analizi*. İdil. 4/17, 147-167. <http://www.idildergisi.com/makale/pdf/1440165186.pdf> (06.03.2019)
- Demirel, Ö. (1999). *Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Program Geliştirme*. 9. Baskı. Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- Dinçer, Ö. (2016). Üniversitelerde Spor Eğitimi Alan Öğrencilerin İmgeleme Yetilerinin Değerlendirilmesi. *Eğitim Bilim Toplum*. 14/55, 138-149 http://egitimsen.org.tr/wp-content/uploads/2016/11/138-149_Hakemli-Makale.pdf (06.01.2019)
- Ertürk, S. (1979). *Eğitimde Program Geliştirme*. 1. Baskı. Yelkentepe Yayınları, Ankara.
- Fogle, S.K. (2005). *The Use of Imagery in Voice Pedagogy in Relation to Dvorak's Biblical Songs, Op. 99*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). A Dissertation Presented to the Committee on Advanced Studies of the School of Church Music South western Baptist Theological Seminary Fort Worth, Texas.
- Funk, G. D. (1982). *Verbal Imagery: Illuminator of the Expressive Content in Choral Music*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Arizona State University.
- Gregg, J.W. (2002). *Vocal Development and Articulation in Speech and Song*. *Journal of Singing*, 58/5, 431-438 http://www.vocapedia.info/_Library/JOS_files_Vocapedia/JOS-058-5-2002-431.pdf (06.01.2019)
- Hemsley, T. (1998). *Singing and Imagination: A Human Approach to a Great Musical Tradition*. 1. Baskı. Oxford University Press, Oxford.
- Holmes, P. (2005). Imagination in Practice: A Study of the Integrated Roles of Interpretation, Imagery and Technique in the Learning and Memorisation Processes of Two Experienced Solo Performers. *British Journal of Music Education*, 22/3, 217–235 <https://doi.org/10.1017/S0265051705006613> (02.06.2020)
- Işıldak, R. S. (2008). *Yaratmada İlk Adım: İmge ve İmgelem*. Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi. 2/1, 64–69. http://www.nef.balikesir.edu.tr/~dergi/makaleler/yayinda/4/EFMED_FZE115.pdf (06.01.2019)
- Kagen, S. (1960). *On Studying Singing*. 1. Baskı. Dover Publications, Inc. Newyork.
- Karasar, N. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 11. Baskı. Nobel Yayın, Ankara.
- Kızıldağ, E. ve Tiryaki, M.Ş. (2012). *Spor İmgeleme Envanterinin Türk Sporcular İçin Uyarlanması*. *Spor Bilimleri Dergisi*, 23/1, 13–23 <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sbd/article/view/5000092267/5000085742> (06.01.2019)

- Magill, R. A. (2001). *Motor Learning: Concepts and Application*. 6. Baskı. McGrawHill, Boston.
- McKinney, J.C. (1994). *The Diagnosis and Correction Of Vocal Faults: A Manual for Teachers of Singing and for Choir Directors*. 2. Baskı. Nashville: Genevox Music Group, U.S.A.
- Miller, R. (1986). *The Structure of Singing: System and Art in Vocal Technique*. 1. Baskı. Schirmer Books, New York.
- Miller, R. (1996). *On the Art of Singing*. 1. Baskı. Oxford University Press, New York.
- Moorcroft, L. Kenny, D. T. ve Oates, J. (2015). Vibrato Changes Following Imagery. *Journal of Voice*. 29/2, 182-190. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0892199714001192?via%3Dihub#abs0010> (02.06.2020)
- Muir, I. L. ve Munroe-Chandler, K. J. (2017). *Imagery Exercises for Young Highland Dancers*. *Journal of Dance Education*, 17/1, 21-26 DOI: 10.1080/15290824.2016.1226504 <https://doi.org/10.1080/15290824.2016.1226504> (02.06.2020)
- Nuhoğlu, P. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Görsel Bilişsel Stilleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Nuhoğlu, P. ve Akkoyunlu, B. (2012). *Nesnel-Uzamsal İmgeleme ve Sözel Bilişsel Stil Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanma Çalışması*. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 42, 299-309. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/87285> (02.06.2020)
- Ömür, M. (2001). *Sesin Peşinde*. 1. Baskı. Pan Yayıncılık, İstanbul.
- Sağır, T. ve Ayhan, A. (2012). *Müzik Eğitiminde İmgelerin Kullanımı. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*. 2/6, 305-321. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/inustd/article/view/1027000058/1027000057> (06.01. 2019)
- Seashore, C. E. (1938). *Psychology of Music*. 1. Baskı. McGraw Hill, New York.
- Turgut, İ. (1991). *Sanat Felsefesi*. 2. Baskı. Bilgehan Matbaası, İzmir.
- Turgut, İ. (1992). *Eğitim Üzerine Felsefi Bir Deneme*. 5. Baskı. Bilgehan Matbaası, İzmir.
- Türk Dil Kurumu, *Bilim ve Sanat Terimleri Sözlüğü*. www.tdk.gov.tr.
- Ware, C. (1998). *Basics of Vocal Pedagogy: The Foundations and Process of Singing*. 2. Baskı. McGraw-Hill, Boston.
- Wei, C. T. (2006). *Role and Efficacy of Verbal Imagery in the Teaching of Singing: Case Study and Computer Vocal Analysis*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hong Kong Baptist University.
- Winsel, R. (1966). *The Anatomy of Voice: An Illustrated Manual of Vocal Training*. 1. Baskı. Exposition Press, New York.
- Zinder, D. (2016). *Beden Ses İmgelem. İmge Çalışma Eğitimi ve Chekhov Tekniği*. 1. Baskı. Mitoş-Boyut, İstanbul.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:08.07.2020 ✓Accepted/Kabul:13.08.2020

DOI: 10.30794/pausbed.766830

Araştırma Makalesi/ Research Article

Başar, U. (2021). "İş Geliştirme Uzmanlarının Mesleki Özdeşleşmeleri İle Duygusal Emekleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Görgül Bir Araştırma"
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 43, Denizli, ss. 405-416.

İŞ GELİŞTİRME UZMANLARININ MESLEKİ ÖZDEŞLEŞMELERİ İLE DUYGUSAL EMEKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER ÜZERİNE GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA

Ufuk BAŞAR*

Öz

Bu çalışmanın amacı iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasında bir ilişki olup olmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmaya 9 farklı özel güvenlik firmasının İstanbul'da faaliyet gösteren birimlerinde çalışan 161 iş geliştirme uzmanı iştirak etmiştir. Kesitsel araştırma tasarımına uygun olarak yürütülen çalışmanın verisi anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın hipotezleri yapısal eşitlik modellemesi tekniği ile test edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların mesleki özdeşleşmeleri ile doğal duyguları ve derinden rol yapmaları arasında aynı yönlü, mesleki özdeşleşmeleri ile yüzeysel rol yapmaları arasında ise ters yönlü ilişkiler bulunmaktadır. Bilindiği kadarıyla iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasındaki ilişkiler ilk defa bu çalışma ile ortaya çıkarılmıştır. Bu bakımdan elde edilen bulguların örgütlerin iş geliştirme süreçlerinin iyileştirilmesine katkı sağlayacağına ve bu alanda yeni araştırmaların yapılmasını teşvik edeceğine inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İş geliştirme, İş geliştirme uzmanı, Duygusal emek, Özdeşleşme, Mesleki özdeşleşme.

AN EMPIRICAL RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS DEVELOPMENT SPECIALISTS' PROFESSIONAL IDENTIFICATION AND EMOTIONAL LABOR

Abstract

The aim of this research was to uncover whether there was an association between business development specialists' professional identification and emotional labor. A total of 161 business development specialists, working in the units of 9 different private security companies operating in Istanbul, participated in the study. The data of the study, which was carried out in accordance with a cross-sectional survey design, were collected by means of questionnaire. The hypotheses of the research were tested through the structural equation modeling technique. According to the findings, there were significant and positive associations between participants' professional identification and genuinely felt emotions and professional identification and deep acting. On the other hand, there was a negative association between participants' professional identification and surface acting. As far as it is known, the association between the professional identification of the business development specialists and their emotional labor was revealed for the first time with this study. In this regard, it is believed that the findings will contribute to the improvement of the business development processes of the organizations and encourage new research in this field.

Keywords: Business development, Business development specialist, Emotional labor, Identification, Professional identification.

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İSTANBUL.
ubasar@ticaret.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-0008-5131>)

1. GİRİŞ

Duygular algıları oluşturduğundan, davranışları belirlediğinden ve sosyal ilişkileri etkilediğinden dolayı, bireylerin günlük iş yaşamlarının ana unsurlarından biri haline gelmiştir (Frijda, 1986). Duygularla ilgili araştırma alanlarından biri; bireylerin iş gereksinimlerini karşılamak için duygularını yönetme çabalarını, diğer meslektaşların algılarını etkileme niyetlerini ve hizmet alanların ihtiyaçlarını tatmin etmeye yönelik gayretlerini ifade eden duygusal emektir (Hochschild, 1983; Glomb ve Tews, 2004). Tıpkı müşteriler ile temas kurulan diğer mesleklerde olduğu gibi iş geliştirme uzmanlarının duygularını kontrol etmeleri ve belirli davranış kurallarına uymaları beklenmektedir. Önceki çalışmalar, duygusal emeğin mesleki bağlamda önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993; Kruml ve Geddes, 2000; Diefendorff ve Richard, 2003).

Araştırmacılar tarafından daha önceden bazı kişisel ve bağlamsal etkenlerin bireyleri (Rafaeli ve Sutton, 1987; Ashforth ve Humphrey, 1993; Morris ve Feldman, 1996; Schaubroeck ve Jones, 2000; Diefendorff, Croyle ve Grosserand, 2005) duygusal emek harcama yönünde etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Ancak bilindiği kadarıyla bu çalışmaların hiçbirinde iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ve duygusal emekleri arasındaki ilişkiler görgül olarak araştırılmamıştır. Hâlbuki, mesleki özdeşleşme bireylerin tutum ve davranışlarını etkileyen bireysel faktörler arasında yer almaktadır (Robbins ve Judge, 2013). Öyle ki meslekleriyle özdeşleşmiş olan çalışanların diğerlerine kıyasla daha kolay duygusal emek harcadıkları bilinmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993; Bellas, 1999; Schaubroeck ve Jones, 2000; Brotheridge ve Lee, 2003; Hekman, Van Knippenberg ve Pratt, 2016; Giderler, Durmuş ve Kırmızı, 2016). Buradan hareketle, meslekleriyle özdeşleşmiş olan iş geliştirme uzmanlarının da benzer bir çaba içerisinde olmaları beklenebilir.

Bilindiği kadarıyla, bu yaklaşım da daha önce görgül olarak test edilmemiştir. Bundan dolayı bu araştırmada mevcut kuramlardan ve önceki çalışmalarda elde edilen bulgulardan yola çıkılarak iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasındaki olası ilişkilerin açıklanması ve ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, firmaların iş geliştirme süreçlerinin iyileştirilmesi ve iş geliştirme uzmanı istihdamında doğru kişilerin seçilebilmesi bakımından bu çalışmanın bulguları hem araştırmacılar için hem de uygulayıcılar için önem arz edebilir. Öyle ki işletme yöneticileri iş geliştirme uzmanlarının mesleklerinin gerektirdiği duygusal emeği harcamalarını sağlayabilmek için bu çalışmanın bulgularını dikkate alabilirler. Ayrıca, araştırmacılar işletmelerin iş geliştirme süreçlerini iyileştirmek amacıyla bu çalışmanın bulgularını doğrulamak ve geliştirmek için yeni araştırmalar yürütebilirler. Bu amaçla, araştırmada öncelikle ilgili yazın incelenmiş ve öne sürülen ilişkiler etrafında kuramsal değerlendirmeler yapılmıştır. Sonrasında, geliştirilen hipotezler test edilmiş ve bulgular açıklanmıştır. Son olarak elde edilen bulgular araştırma ve uygulamaya dönük yansımaları açısından tartışılmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Mesleki Özdeşleşme

Meslekler anlamlı bir yaşam için uygun bir ortam sağladıklarından dolayı bireylerin kimlik oluşturma süreçlerinde önemli bir role sahiptir. Bu bakımdan meslekler bireylerin sosyal açıdan kabul görmelerini sağlayan araçlardan biri olarak görülmektedir. Örneğin, bir yabancı ile karşılaştığımızda ilk önce isimlerimizi öğreniriz, sonrasında ise diyalog genellikle birbirimizin mesleğini sorarak devam eder. Böylece, her iki taraf bir diğerini bir sosyal kategoriye yerleştirmeye çalışır. Böyle bir diyalog aynı zamanda bireylerin meslekleri ile kimlikleri arasındaki ilişkiyi de göstermektedir. Daha açık bir ifadeyle, bir bireyin kendi kimliğinin, bağlantılı olduğu gruplarla ilişkili olduğunu anlamasına yardım eden bu diyalog, birey ve toplum arasındaki karşılıklı ilişkiye işaret etmektedir (Christiansen, 1999). Gerçek şu ki bireyler kendilerini mensubu oldukları grupların özellikleri ile tanımlamaya eğilimlidirler. Bireyler bu özellikleri benimseyerek kendi benliklerini şekillendirmektedirler (Ashforth ve Mael, 1989; Mael ve Ashforth, 1992).

Meslekler, genellikle bireylerin özdeşleşme eğiliminde oldukları büyük grupları temsil etmektedir. Becker ve Carper (1956)'a göre mesleki özdeşleşme dört bileşenden oluşmaktadır. Bunlar: (1) mesleğin ideolojisi ve unvanı, (2) göreve bağlılık, (3) örgütsel bağlılık ve (4) mesleğe toplumda atfedilen anlam ve değerdir. Buna uygun olarak, mesleki özdeşleşme, en basit haliyle bir bireyin kendisini ne ölçüde mesleği ile ilişkili olarak tanımladığını ifade

etmektedir (Örnek: “Ben bir iş geliştirme uzmanıyım, avukatım ya da polisim”) (Van Maanen ve Barley, 1984; Mael ve Ashforth, 1992; Slay ve Smith, 2011; Trybou, Gemmel, Pauwels, Henninck ve Clays, 2014; Garcia-Falieres ve Herrbach, 2015). Çalışanlar mesleki kimliklerini mesleki cemiyet gibi büyük bir grubun üyesi olarak kariyer gelişimleri yoluyla oluşturmakta ve geliştirmektedirler (Cohen-Scali, 2003; Ashforth, Harrison ve Corley, 2008). Bu nedenle, mesleki özdeşleşme kavramını sosyal kimlik kuramı esas alınarak geliştirilen sosyal özdeşleşme kavramının bir biçimi olarak açıklamak mümkündür (Ashforth ve Mael, 1989; Bamber ve Iyer, 2002; Cohen-Scali, 2003; Loi, Hang ve Foley, 2004; Kreiner, Ashforth ve Sluss, 2006; Hekman, Bigley, Steensma ve Hereford, 2009; Trybou vd., 2014; Garcia-Falieres ve Herrbach, 2015; Trybou, De Caluwé, Verleye, Gemmel ve Annem, 2015; Hekman vd., 2016).

Sosyal kimlik kuramına göre bir bireyin benliği iki temel bileşenden oluşmaktadır. Bunlar bireyin kişisel özellikleri ve grup üyelikleridir (Tajfel ve Turner, 1986). Buna ek olarak, bireyler kendileri dâhil herkesi özellikle mensubu oldukları gruplara göre sınıflandırma eğilimindedirler. Böylece bireyler yaşadıkları çevredeki yerlerini algılamakta ve konularının farkına varmaktadır (Mael ve Ashforth, 1992). Bireyler ayrıca kendi sosyal çevrelerindeki belirsizliği azaltmak istemektedirler. Bundan dolayı sosyal gruplarla ilgili bilgiyi prototipler halinde bölmektedirler ve kimliklerini belirlemeye yardımcı olan diğerlerine karşı duyarsızlaşma süreci yoluyla kendilerini gruplarla ilişkilendirmektedirler (Hogg ve Terry, 2000).

Bunlara ek olarak, grupların öznel farklılığı, prestiji ve belirliliği bir bireyin kendi sosyal grubunu belirlemede bilişsel öz sınıflandırma sürecini etkilemektedir (Ashforth ve Mael, 1989). Bu tür bir özdeşleşme sayesinde bireyler kendi öz saygılarını inşa etmekte ve güçlendirmektedirler (Abrams ve Hogg, 1988). İstenmeyen işlerde çalışan işçiler bile meslekleri ile özdeşleşebilmektedirler (Ashforth ve Kreiner, 1999, 2014; Kreiner vd., 2006). Benzer şekilde, bir birey mesleği ile özdeşleştikçe, mesleğin ayırt edici özelliklerini ve değerlerini özümsemektedir ki bu da sonrasında bireyin benliğini ve öz saygısını şekillendirmektedir. Bu tür ayırt edici özelliklerin varlığı mesleki özdeşleşmenin oluşumuna yol açan faktörler arasında yer almaktadır (Loi vd., 2004). Gerçek şu ki çalışma grubu, departman ya da örgüt ile özdeşleşme gibi, bir bireyin iş yaşantısındaki çeşitli özdeşleşme türleri arasında bazı bireyler mesleki özdeşleşmeye diğer özdeşleşme türlerine kıyasla daha fazla önem atfedebilmektedirler. Çünkü bireyin çalıştığı gruplar, takımlar ya da örgütler zaman içerisinde değişebilmektedir. Hâlbuki bir bireyin mesleki özdeşleşmesi, örgütü ile olan ilişkisine bağlı olmadan devam edebilmektedir (Ashforth vd., 2008). Dahası, bireyler meslekleri ile özdeşleşmeye herhangi bir örgütte çalışmaya başlamadan önce, henüz eğitim süreçleri devam ederken başlamaktadırlar. Bu bakımdan örgütler mesleklerini uygulamaları ve geliştirmeleri amacıyla bireyler için bir araç görevi görmektedir. Dolayısıyla, bireylerin mesleki özdeşleşmeleri sadece örgütsel bağlılıklarını ve özdeşleşmelerini güçlendirmekle kalmamakta (Bamber ve Iyer, 2002; Cohen-Scali, 2003; Lui, Ngo ve Tsang, 2003; Loi vd., 2004), iş ve kariyer memnuniyetlerini de arttırmaktadır (Loi vd., 2004).

2.2. Duygusal Emek

Duygusal emek kavramını geliştirmiş olan Hochschild (1979, 1983), onu “belirli bir ücret karşılığında diğerleri tarafından açık bir şekilde gözlenebilen veçhî ve bedenî bir görüntü oluşturmak için duygunun yönetimi” olarak tanımlamıştır (Hochschild, 1983: 7). Duygusal emek ayrıca, bir bireyi ideal bir profesyonel olarak tanımlamaya yardımcı olan belirli eylemler ile el, kol ve baş hareketlerinin sergilenmesini ifade etmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993: 90). Önceki çalışmalarda, görevleri etkin bir şekilde yerine getirmek ve hizmet alanları memnun etmek amacıyla el, kol ve baş hareketleri ile yüz ifadeleri gibi zihinsel ve fiziksel durumların, örgüt tarafından arzu edildiği biçimde gizlenmesinin, kontrol edilmesinin ve değiştirilmesinin çalışanın bireysel emeği olduğu ortaya çıkarılmıştır (Morris ve Feldman, 1996; Kruml ve Geddes, 2000; Schaubroeck ve Jones, 2000; Grandey, 2000, 2003; Zapf, 2002; Diefendorff ve Gosserand, 2003; Goodwin, Groth ve Frenkel, 2011; Edward, Herculinsky ve Giandinoto, 2017). Bu nedenle duygusal emek, genellikle bir örgütteki birim yöneticileri tarafından belirlenmiş olan ve mesleğin standartlarına karşılık gelen davranış kurallarına uygun biçimde duyguların yönetimidir (Morris ve Feldman, 1996; Glomb ve Tews, 2004; Diefendorff vd., 2005). Ayrıca, çalışanların kontrollü duyguları hizmet alanların duygularını, davranışlarını ve algılarını doğrudan etkilemektedir (Zapf, 2002). Örneğin, iş geliştirme uzmanları mevcut ve potansiyel müşterilerin tercihlerine ve önceliklerine daha fazla ilgi gösterdiklerinde ve onlarla özenli bir şekilde etkileşim kurduklarında, müşteriler ürün ve hizmetleri satın almak için daha hevesli olabilirler.

Duygusal emeğin genel kabul görmüş kavramsallaştırması iki boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; yüzeysel rol yapma ve derinden rol yapmadır. İkisi birlikte duygusal emek stratejilerini ifade etmekte ve bireylerin arzu edilen davranışları nasıl sergilediklerini açıklamaktadır (Hochschild, 1983; Diefendorff vd., 2005). Yüzeysel rol yapma çoğunlukla örgütsel veya ulusal kültür tarafından zorunlu tutulan davranış kalıplarıyla ilişkilidir (Grandey, 2000, 2003). Diğer bir ifade ile yüzeysel rol yapma sadece işlevsel ve yapay, sanatsal performanstır (Hochschild, 1983). Yüzeysel rol yapma aynı zamanda bir çalışanın eylemlerinin, ses tonunun ve yüz ifadesinin davranış kurallarına uyacak biçimde değiştirilmesini içermektedir (Glomb ve Tews, 2004). Genellikle meslekler olumlu duyguların gösterilmesini gerektirmektedir. Bu nedenle çalışanlar yüzeysel rol yaptığında önceden belirlenmiş duyguları simüle etmek (taklit etmek) için gerçek duygularını bastırmakta ve gizlemektedirler. Ayrıca yüzeysel rol yapan çalışanlar duygusal bakımdan uyumsuzluk yaşamakta (Zapf, 2002; Grandey, 2003) ve ruhsuz biçimde davranmaktadırlar (Ashforth ve Humphrey, 1993; Schaubroeck ve Jones, 2000; Grandey, 2003; Diefendorff vd., 2005).

Bunun aksine derinden rol yapma, içsel durumlar, daha derin duygular, empati ve adanmışlıktan oluşmaktadır (Hochschild, 1983; Grandey, 2000, 2003). Ayrıca arzu edilen duyguları tecrübe etmek amacıyla bir çalışanın içsel duygularını değiştirmesini, hizmet alanların duygularını hissetmesini ve davranış kurallarına uygun biçimde gerçekçi davranmasını içermektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993; Grandey, 2003; Glomb ve Tews, 2004). Çalışanlar derinden rol yaptıklarında, gerekli olan duyguları gerçekten yaşamak ve hissetmek için çaba göstermektedirler. Bu nedenle, davranış bu sürecin bir sonucu haline gelmektedir. Yüzeysel rol yapma ile derinden rol yapma arasındaki en belirgin farklılık; çalışanların olumlu ya da olumsuz olabilen inançlarıdır. İnançlar olumlu olduğunda derinden rol yapmaya, olumsuz olduğunda ise yüzeysel rol yapmaya yol açmaktadır. Hatta yüzeysel rol yapmanın odağında bireyin davranışı yer alırken, derinden rol yapmanın odağında bireyin derin duyguları yer almaktadır. Duygusal bakımdan yaşanan uyumsuzluk da yüzeysel rol yapıldığında oluşana kıyasla derinden rol yapıldığında daha düşük düzeyde gerçekleşmektedir (Rafaeli ve Suttons, 1987; Ashforth ve Humphrey, 1993; Zapf, 2002; Grandey, 2003; Diefendorff vd., 2005).

Ashforth ve Humphrey (1993, 1995); çalışanın “doğal duyguları” üçüncü bir boyut olarak ilave edilmeden, duygusal emeğin tam olarak kavramsallaştırılmayacağını iddia etmiştir. Ayrıca bazı bireylerin dışarıdan bir müdahale olmadan da gerekli duyguları içtenlikle hissedebilecekleri ifade edilmiştir. Bu gibi durumlarda bireylerin doğal duyguları ile göstermeleri gereken duygular arasında tam bir eşleşme olmaktadır. Buna rağmen bireylerin doğal duyguları da duygusal emek harcanmasına yol açmaktadır. Çünkü bireyler davranış kurallarının farkındadırlar ve doğal duygularını gerektiği şekilde gösterdiklerinden emin olmak için bu kurallara uymaktadırlar (Ashforth ve Humphrey, 1993, 1995; Morris ve Feldman, 1996; Kruml ve Geddes, 2000). Ancak çalışanların doğal duyguları arzu edilen duygularla eşleşmediğinde ya yüzeysel rol yapmaktadırlar ya da derinden rol yapmaktadırlar (Ashforth ve Humphrey, 1993).

Duygusal emeğin başka kavramlaştırmaları da bulunmaktadır. Örneğin, Morris ve Feldman (1996) dört farklı bileşen ileri sürmüştür. Bunlar; (1) uygun duyguların gösterim sıklığı, (2) davranış kurallarına ne ölçüde dikkat edildiği, (3) gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği ve (4) duygusal uyumsuzluktur. Daha sonra, Morris ve Feldman (1997) bu yapının geçerliliğini üç bileşenden oluşan bir duygusal emek ölçeği olarak doğrulamıştır. Bu bileşenler; (1) hizmet alanlarla kurulan etkileşimin sayısı, (2) hizmet alanlarla kurulan etkileşimin uzunluğu ve (3) tecrübe edilen duygusal uyumsuzluktur. Kruml ve Geddes (2000) ise Hochschild (1983)'in çalışmasından büyük ölçüde farklı olan ve iki bileşenden oluşan bir duygusal emek modeli öne sürmüştür. Bu bileşenler, duygusal çaba ve duygusal uyumsuzluktur. Ayrıca, Truta (2012) doğal duyguların, yüzeysel rol yapmanın sözel bir yansımasından başka bir şey olmadığını, bu nedenle ayrı bir boyut olarak kavramsallaştırılmaması gerektiğini iddia etmiştir. Ancak bu çalışmada yüksek düzeyde kabul edilirliliği nedeniyle Ashforth ve Humphrey (1993)'nin yüzeysel rol yapma, derinden rol yapma ve doğal duygular bileşenlerinden oluşan üç boyutlu yapısı esas alınmıştır (Diefendorff vd., 2005). Bütün bu kuramsal tartışmalar örgüt tarafından arzu edilen duyguların sergilenmesinin emek harcanmasına yol açtığını göstermektedir. Dolayısıyla bireyler tarafından kontrol edilen duygular hem çalışanlar hem de yöneticiler için bir araç haline gelmiştir (Morris ve Feldman, 1996).

Günümüze dek yapılan araştırmalarda, kuralların belirginliği, yakın gözetim, cinsiyet, görevlerin karmaşıklığı, görevlerin sayısı, otonomi, duygulanım, temasların sıklığı ve türü (Morris ve Feldman, 1996), kişisel özellikler

ve üstlenilen rollerin özellikleri (Schaubroeck ve Jones, 2000), kişilik, duyguları yönetme kuralları, kurulan etkileşimlerin özellikleri (Diefendorff vd., 2005), politik beceriler (Liu, Perrew, Hochwarter ve Kacmar, 2004) ve duygusal zeka (Brotheridge, 2006) gibi hususların çalışanların duygusal emek harcamalarını etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Bununla birlikte bu çalışmaların hiçbirinde iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasındaki ilişkiler görgül olarak incelenmemiştir. Ancak mevcut yazın çalışanların meslekleriyle özdeşleştikçe duygusal emek harcamaya daha fazla eğilim gösterdiklerine işaret etmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993; Bellas, 1999; Schaubroeck ve Jones, 2000; Brotheridge ve Lee, 2003). Bu değerlendirmeden hareketle takip eden kısımda mesleki özdeşleşme ve duygusal emek arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur.

2.3. Mesleki Özdeşleşme ve Duygusal Emek

Ashforth ve Humphrey (1993) hizmet alanlarla ve müşterilerle doğrudan temas kuran çalışanların mesleki özdeşleşmelerinin önemine değinmiştir. Öyle ki meslekleriyle özdeşleştikçe, çalışanların daha gerçekçi davrandıkları ve davranış kurallarına daha kolay uydukları ileri sürülmüştür. Diğer taraftan Schaubroeck ve Jones (2000), bireylerin meslekleriyle özdeşleşirken gerçek duygularının davranış kurallarına aykırı olup olmadığına bakmaksızın yalnızca görevlerine ve amaçlarına odaklanmalarından dolayı gerçekçi davranışlar sergileme eğiliminde olabileceklerini ileri sürmüştür. Ancak her iki durumda da çalışanın mesleğiyle özdeşleşme düzeyinin duygularının kontrolü üzerinde etkisi bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile özdeşleşme düzeyi arttıkça bireyler duygularını yönetmede, davranış kurallarına uymada ve hizmet alanları memnun etmede daha başarılı olmaktadır. Hekman vd. (2016)'nin bulguları da bu görüşü desteklemektedir. Yani, bireyler meslekleriyle özdeşleştikçe, duygusal emek harcarlarken daha az duygusal uyumsuzluk yaşamaktadırlar. Sonuç olarak mesleğin davranış kurallarına uymak için daha istekli olmaktadır.

İş geliştirme uzmanları mesleklerini icra ederlerken sıklıkla potansiyel müşterilerle irtibat kurmakta ve onlara firmalarının ürün ve hizmetlerini tanıtarak yeni projeler geliştirmeye ve mensubu oldukları işletmenin işlerini büyütme çalışmaktadırlar. Dolayısıyla bu süreçte başarılı olabilmek ve potansiyel müşterileri ikna edebilmek için etkili bir iletişim becerisine ve duyguları yönetebilme kapasitesine sahip olmak önem arz edebilir. Bu bakımdan iş geliştirme uzmanlarının müşterilerle temasta olduğu süreçte işletme tarafından tanımlanmış olan belirli davranış ve tutumları sergilemeleri beklenmektedir. Bazı iş geliştirme uzmanları söz konusu davranış ve tutumları sergilemekte zorlanırken diğerleri meslekleriyle daha fazla özdeş olmaları halinde bu süreci daha kolay bir şekilde yönetebilirler. Ancak bilindiği kadarıyla, günümüze dek iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasındaki ilişki görgül olarak araştırılmamıştır. Buna rağmen buraya kadar yapılan kuramsal tartışmaların ışığında iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasında bir ilişki kurulabileceği düşünülmektedir. Kaldı ki duygularını kontrol etmeye ve mesleklerini daha başarılı bir şekilde icra etmeye eğilimli olduklarından dolayı, kendilerini mesleğine adanmış, tutkulu ve mesleğiyle özdeşleşmiş iş geliştirme uzmanlarının mensubu oldukları işletmelerin performansını artırmaları beklenebilir. Buna paralel olarak, iş geliştirme uzmanları ya gerekli olan duyguları hissetmeye çalışabilirler ya da iş geliştirme sürecinde dışarıdan bir etki olmadan bu duyguları gerçekten hissedebilirler. Bu durum iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasındaki ilişkiye işaret etmektedir. Böylelikle araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

Hipotez 1: İş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile doğal duyguları arasında aynı yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 2: İş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile derinden rol yapmaları arasında aynı yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 3: İş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile yüzeysel rol yapmaları arasında aynı yönlü bir ilişki vardır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Tasarımı

Bu çalışma kesitsel araştırma tasarımına uygun olarak yürütülmüştür.

3.2. Katılımcılar

Araştırmanın evreni 9 farklı özel güvenlik firmasının İstanbul'da çalışan 192 iş geliştirme uzmanından oluşmaktadır. Araştırmaya bu firmalarda çalışan ve kolayda örnekleme yöntemine göre belirlenmiş olan toplam 161 iş geliştirme uzmanı gönüllü olarak iştirak etmiştir. Araştırmanın örnekleme, evreni %95 güven düzeyinde ve ± 5 güven aralığında temsil etmektedir. Katılımcıların 80'i (%49.7) erkek, 81'i (%50.3) kadındır, 97'si (%60.2) evli 64'ü (%39.8) bekârdır, 144'ü (%89.4) lisans, 17'si (%10.6) yüksek lisans eğitim düzeyindedir, yaşları 23 ile 45 arasında değişmektedir ($\chi=36.54$, $s=6.61$).

3.3. Veri Toplama Araçları

3.3.1. Mesleki Özdeşleşme Ölçeği

Katılımcıların meslekleriyle ne ölçüde özdeşleştiklerini ölçmek amacıyla Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Tak ve Aydemir (2004) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Tek boyut altında toplanan 6 maddenin her biri beş puanlı (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Örnek bir madde, "Medyada mesleğime yönelik bir eleştiri yer aldığında kendimi kötü hissederim" dir. Ölçeğin geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Sonuçlar ($\chi^2 = 2.51$, $p = 0.867$, d.f. = 6, $\chi^2/d.f. = 0.41$, GFI = 0.99, IFI = 1.01, CFI = 1.00, RMSEA = 0.00) uyum endeksi değerlerinin kabul edilebilir aralıkta olduğunu göstermektedir. Ayrıca ölçeğin güvenilirliği 6 madde için Cronbach alpha katsayısının hesaplanması ile test edilmiştir. Alpha katsayısının değeri ($\alpha = 0.83$) kabul edilebilir bir güvenilirlik düzeyini göstermektedir.

3.3.2. Duygusal Emek Ölçeği

Katılımcıların ne ölçüde duygusal emek harcadıklarını ölçmek amacıyla Diefendorff vd. (2005) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Basım ve Beğenirbaş (2012) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Üç boyut altında toplanan 13 maddenin her biri beş puanlı (1: hiçbir zaman, 5: her zaman) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Yüzeysel rol yapma boyutu 6 madde ile derinden rol yapma boyutu 4 madde ile ve doğal duygular boyutu 3 madde ile ölçülmüştür. Yüzeysel rol yapma boyutu için örnek bir madde, "Mesleğimin gerektirdiği duyguları sergileyebilmek için sanki bir maske takarım" dir. Derinden rol yapma boyutu için örnek bir madde, "Müşterilere sergilemem gereken duyguları içimde de hissedebilmek için yoğun çaba gösteririm" dir. Doğal duygular boyutu için örnek bir madde, "Müşterilere gösterdiğim duygular kendiliğinden ortaya çıkar" dir. Ölçeğin geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Sonuçlar ($\chi^2 = 204.61$, $p = .000$, d.f. = 57, $\chi^2/d.f. = 3.59$, GFI = 0.85, IFI = 0.92, CFI = 0.91, RMSEA = 0.08) uyum endeksi değerlerinin kabul edilebilir aralıkta olduğunu göstermektedir. Ölçeğin güvenilirliği her bir boyut için ve ölçeğin bütünü için Cronbach alpha katsayısının hesaplanmasıyla test edilmiştir. Alpha katsayılarının değerleri ($\alpha_{\text{yüzeysel rol yapma}} = 0.91$, $\alpha_{\text{derinden rol yapma}} = 0.86$, $\alpha_{\text{doğal duygular}} = 0.87$, $\alpha_{\text{ölçeğin bütünü}} = 0.70$) kabul edilebilir bir güvenilirlik düzeyini göstermektedir.

3.4. Araştırma Süreci

Araştırma sürecinde katılımcılara ve yetkililere araştırmanın amacı, kapsamı ve yöntemi gibi hususlar hakkında detaylı bilgilendirme yapılarak, katılımcıların ve araştırma yapılan örgütlerin bireysel verilerinin saklı tutulmasına riayet edilerek, iş geliştirme uzmanlarının araştırmaya kendi iradeleriyle, gönüllü olarak katılmaları sağlanarak ve erişime açık ölçüm araçları kullanılarak bilimsel etik prensiplere uyulmuştur. Araştırmaya başlamadan önce araştırmanın amaç ve kapsamını açıklamak ve gerekli izinleri almak amacıyla, 2019 yılının Ekim ayında, firmaların yöneticileri ile telefon ile görüşülmüştür. Görüşmeler neticesinde gereken izinler alınmıştır. Ekim ve Kasım aylarında firmaların İstanbul'da faaliyet gösteren birimleri ziyaret edilmiş ve buralarda görev yapan 161 iş geliştirme uzmanına ulaşılarak araştırmanın amaç ve kapsamı hakkında bilgilendirme yapılmış ve bu kişilerin gönüllü olarak katılmaları sağlanmıştır. Dağıtılan anket formları aynı günün sonunda toplanmıştır. Toplanan

anket formlarında herhangi bir hataya rastlanmamıştır. Böylece 161 anket formundaki veriler analiz için dikkate alınmıştır.

3.5. Veri Analiz Stratejisi

İlk olarak, regresyon analizlerinin yapılmasına zemin oluşturmak amacıyla her bir değişken için betimleyici istatistikler ve korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Sonrasında araştırmanın hipotezleri yapısal eşitlik modellemesi tekniği kapsamında yapılan doğrusal regresyon analizleri ile test edilmiştir. Oluşturulan yapısal eşitlik modelinde, kullanılan ölçeklerin (Mesleki Özdeşleşme Ölçeği ve Duygusal Emek Ölçeği) maddeleri gözlemlenen değişken olarak, bu maddelerin oluşturduğu yapılar ise gizil değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Örneğin, Mesleki Özdeşleşme Ölçeğini oluşturan 6 madde gözlemlenen değişkendir. Bu maddelerin oluşturduğu yapı (Mesleki Özdeşleşme) ise bir gizil değişkendir.

4. BULGULAR

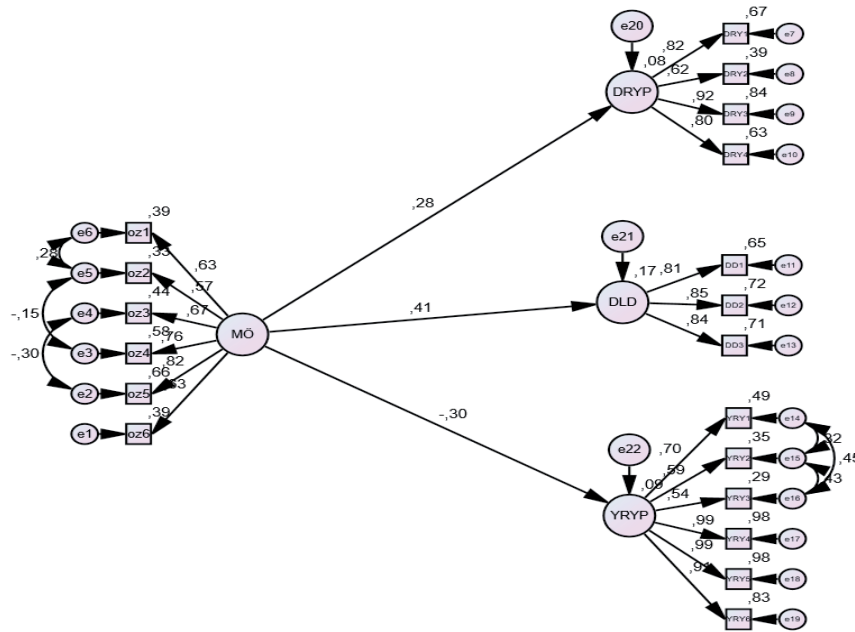
Betimleyici istatistikler ve korelasyon katsayıları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Betimleyici İstatistikler ve Korelasyon Katsayıları

	χ	S	Korelasyon Katsayıları			
			1	2	3	4
1. Mesleki özdeşleşme	4.06	0.62	1			
2. Yüzeysel rol yapma	1.60	0.87	-0.23**	1		
3. Derinden rol yapma	4.45	0.93	0.20**	-0.48**	1	
4. Doğal duygular	4.57	0.77	0.34**	-0.18*	0.11	1

*p<0.05, **p<0.01

Tablo 1’de sunulan bilgilere göre katılımcıların mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bu bulgulardan hareketle sonraki safhada hipotezleri test etmek ve bağımsız değişkende meydana gelen bir değişimin bağımlı değişken üzerinde bir değişime yol açıp açmadığını ortaya çıkarmak amacıyla yapısal eşitlik modellemesi tekniği kullanılarak doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Yapısal eşitlik modeli ve elde edilen bulgular Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Endeks değerleri ($\chi^2 = 308.51$, $p = 0.000$, d.f. = 143, $\chi^2/d.f. = 2.15$, GFI = 0.85, IFI = 0.92, CFI = 0.92, RMSEA = 0.08) Şekil 1’de sunulan yapısal eşitlik modelinin kabul edilebilir düzeyde uyuma sahip olduğunu göstermektedir. Her bir yol üzerindeki değerler standardize edilmiş β katsayısıdır. Yapılan analiz sonucunda mesleki özdeşleşme ile doğal duygular arasında (MÖ->DLD) aynı yönlü bir ilişki ($\beta = 0.41$, $p < 0.001$), mesleki özdeşleşme ile derinden rol yapma arasında (MÖ->DRYP) aynı yönlü bir ilişki ($\beta = 0.28$, $p < 0.01$) ve mesleki özdeşleşme ile yüzeysel rol yapma arasında (MÖ->YRYP) ters yönlü bir ilişki ($\beta = -0.30$, $p < 0.001$) ortaya çıkarılmıştır. Bu nedenle *birinci ve ikinci hipotezler* desteklenmektedir, *üçüncü hipotez* ise desteklenmemektedir.

5. TARTIŞMA

Bu araştırmada mevcut kuramlardan yola çıkılarak iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasında bir ilişki olabileceği öne sürülmüştür. Elde edilen bulgular yalnızca yapılan kuramsal değerlendirmeleri desteklemekle kalmamış, aynı zamanda katılımcıların büyük çoğunluğunun meslekleriyle özdeşleştiklerini ve duygusal emek harcadıklarını göstermiştir. Katılımcıların çoğunlukla derinden rol yapmalarına ya da gerekli duyguları gerçekten hissetmelerine rağmen, nadiren de olsa yüzeysel rol yaptıkları anlaşılmaktadır. Ancak mesleki özdeşleşme ile duygusal emeğin her bir bileşeni arasında aynı yönlü ilişkilerin olması beklenmesine rağmen, mesleki özdeşleşme ile yüzeysel rol yapma arasında ters yönlü ilişkiler bulunmuştur. Aslına bakılırsa, kendini mesleğine adanmış ve mesleğiyle özdeşleşmiş bir iş geliştirme uzmanının mesleğin gereklerini içtenlikle yerine getirmesi beklendiğinden, bulunan ters yönlü ilişkiler yüzeysel rol yapmanın arka planında yer alan olumsuz inancı doğrulamaktadır. Daha önce de bahsi geçtiği üzere, bireyler davranış kurallarına uymak için yüzeysel rol yaptıklarında davranışlarını sahteletirmektedirler. Hâlbuki derinden rol yaptıklarında gerekli duyguları hissetmek için çaba harcamaktadırlar. Bu bağlamda, bu araştırmaya iştirak eden iş geliştirme uzmanlarından meslekleriyle fazlaca özdeşleşmiş olanlar, başarılı olmak, ödüllendirilmek, terfi etmek ve saygı duyulmak gibi amaçların peşinden gitmiş ve daha az yüzeysel rol yapmış olabilirler. Dolayısıyla, bu katılımcılar kendileri için avantajlı olan amaçları gerçekleştirmek için ya derinden rol yapma eğiliminde olmuş ya da gerekli duyguları gerçekten hissetmiş olabilirler. Bu nedenle elde edilen bulguların ışığında; bir iş geliştirme uzmanı mesleğiyle özdeşleştikçe daha az yüzeysel rol yapma eğiliminde olmaktadır demek mümkün görünmektedir. Diğer bir ifade ile bir iş geliştirme uzmanı mesleğiyle özdeşleştikçe ya daha fazla derinden rol yapma ya da gerekli duyguları gerçekten hissetme eğiliminde olmaktadır sonucuna da varılabilir.

Önceki çalışmalarda (Ashforth ve Humphrey, 1993; Bellas, 1999; Schaubroeck ve Jones, 2000; Brotheridge ve Lee, 2003; Hekman vd., 2016; Giderler vd., 2016) kuramsal olarak tartışılan ve işaret edilen; çalışanların mesleki özdeşleşmeleri ve duygusal emekleri arasındaki ilişkiler bildiğimiz kadarıyla ilk defa bu araştırmada görgül olarak incelenmiş ve elde edilen bulgularla doğrulanmıştır. İlave olarak iş geliştirme uzmanlarının da meslekleriyle özdeşleştikçe daha fazla duygusal emek harcadıkları elde edilen bulgularla bilindiği kadarıyla ilk defa bu araştırma ile ortaya çıkarılmıştır. Bu nedenle çalışanların ve özellikle iş geliştirme uzmanlarının duygusal emekleri ve mesleki özdeşleşmeleri arasındaki ilişkilerle ilgili yazına katkıda bulunulduğuna inanılmaktadır. Ayrıca bu çalışma ile söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler açıklanarak gelecekte yapılacak olan yeni araştırmalar teşvik edilmektedir. Ancak kayda değer bulgularına rağmen bu çalışmanın çeşitli kısıtları da bulunmaktadır. İlk olarak; çalışma ilişkiel tasarıma uygun olarak yürütüldüğünden, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkilerinden bahsedilememiştir. Bu nedenle katılımcıların duygusal emekleri ile ilgili olarak öngörülerde bulunabilmek ve değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerden bahsedebilmek için gelecekte yapılacak araştırmalar boyamsal tasarıma uygun olarak yürütülebilir. İkinci olarak; bu çalışmada katılımcıların kendilerine ilişkin değerlendirmelerde buldukları anket formları kullanıldığından, elde edilen bulguların geçerliliği düşük olabilir. Bundan dolayı ileride yapılacak çalışmalarda, katılımcıların yöneticileri gibi alternatif kaynaklardan da veri toplanabilir. Üçüncü olarak; nicel araştırma ile elde edilen bulguları doğrulamak amacıyla bazı katılımcılarla mülakatlar yapılabilirdi. Ancak zaman ve maddi kaynak kısıtları nedeniyle yalnızca anket tekniği ile veri toplanabilmiştir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak çalışmalarda bu araştırmada oluşturulan kuramsal model boyamsal araştırmalar ile test edilebilir veya kişilik yapıları, örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık, sadakat ve iş tatmini gibi yeni bağımsız ve aracı değişkenler eklenmek suretiyle model daha da geliştirilebilir. Ayrıca iş geliştirme uzmanları, müdürleri ve firmalardaki diğer çalışanlar ve yöneticiler vb. uygulamacılar, ürün ve hizmetlerin satış süreçlerini iyileştirmek amacıyla bu araştırmada elde edilen bulgulardan istifade edebilirler. Son olarak, örgüt yöneticileri yeni iş geliştirme uzmanlarını işe alırken mesleğiyle özdeşleşmiş olanları tercih edebilirler. Örgüt yöneticileri ayrıca, seminerler ve

toplantılar düzenleyerek daha önceden işe alınmış iş geliştirme uzmanlarında, mesleki özdeşleşmenin işlevleri ve sonuçları hakkında farkındalık yaratabilirler. Bu bakımdan bu çalışmanın bulguları hem araştırmacılara hem de uygulamacılara etkili bir şekilde fayda sağlayabilir.

6. SONUÇ

Bilindiği kadarıyla iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasındaki ilişki daha önce görgül olarak araştırılmamıştır. Ancak, önceki kısımlarda tartışıldığı üzere mevcut kuramlar böyle bir ilişkinin varlığını işaret etmektedir. Bu nedenle mevcut kuramlara ve araştırmalara dayanılarak, bu çalışma ile bir kuramsal model oluşturulmuş, iş geliştirme uzmanlarının mesleki özdeşleşmeleri ile duygusal emekleri arasında bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ancak daha doğru ve genellenebilir çıkarımlarda bulunabilmek için gelecekte yeni araştırmalar yapılmalıdır. O zamana dek, uygulayıcılar/iş geliştirme uzmanları bu çalışmanın bulgularını kendilerini ve iş geliştirme yaklaşımlarını geliştirmek için dikkate alabilirler.

KAYNAKÇA

- Abrams, D. ve Hogg, M. A. (1988). "Comments on the Motivational Status of Self-Esteem in Social Identity and Intergroup Discrimination", *European Journal of Social Psychology*, 18, 317-334.
- Ashforth, B. E. ve Mael, F. (1989). "Social Identity Theory and the Organization", *The Academy of Management Review*, 14/1, 20-39.
- Ashforth, B. E. ve Humphrey, R. H. (1993). "Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity", *Academy of Management Review*, 18/1, 88-115.
- Ashforth, B. E. ve Humphrey, R. H. (1995). "Emotion in the Work Place: A Reappraisal", *Human Relations*, 48/2, 97-124.
- Ashforth, B. E. ve Kreiner, G. E. (1999). How Can You Do It?: Dirty Work and the Challenge of Constructing A Positive Identity", *The Academy of Management Review*, 24/3, 413-434.
- Ashforth, B. E., Harrison, S. H. ve Corley, K. G. (2008). "Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions", *Journal of Management*, 34, 325-374.
- Ashforth, B. E. ve Kreiner, G. E. (2014). "Contextualizing Dirty Work: The Neglected Role of Cultural, Historical, and Demographic Context", *Journal of Management & Organization*, 20, 423-440.
- Bamber, E. M. ve Iyer, V. M. (2002). "Big 5 Auditors' Professional and Organizational Identification: Consistency or Conflict?", *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 21/2, 21-38.
- Basım, N. ve Begenirbas, M. (2012). "Çalışma Yaşamında Duygusal Emek: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması", *Yönetim ve Ekonomi*, 19/1, 77-90.
- Becker, H. S. ve Carper, J. (1956). "The Elements of Identification with an Occupation", *American Sociological Review*, 21/3, 341-348.
- Bellas, M. L. (1999). "Emotional Labor in Academia: The Case of Professors", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 561/1, 96-110.
- Brotheridge, C. M. ve Lee, R. T. (2003). Development and Validation of the Emotional Labour Scale", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76, 365-379.
- Brotheridge, C. M. (2006). "The Role of Emotional Intelligence and Other Individual Differences in Predicting Emotional Labor Relative to Situational Demands", *Psicothema*, 18, 139-44.
- Christiansen, C. (1999). "Defining Lives: Occupation as Identity: An Essay On Competence, Coherence and the Creation of Meaning", *American Journal of Occupational Therapy*, 53, 547-558.
- Cohen-Scali, V. (2003). "The Influence of Family, Social and Work Socialization on Construction of the Professional Development of Young Adults", *Journal of Career Development*, 29/4, 237 - 249.
- Diefendorff, J. M. ve Gosserand, R. H. (2003). "Understanding the Emotional Labor Process: A Control Theory Perspective", *Journal of Organizational Behavior*, 24/8, 945-959.
- Diefendorff, J. M. ve Richard, E. M. (2003). Antecedents and Consequences of Emotional Display Rule Perceptions", *Journal of Applied Psychology*, 88, 284-294.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H. ve Gosserand, R. H. (2005). "The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies", *Journal of Vocational Behavior*, 66, 339-357.
- Edward, K. L., Herculinskyj, G. ve Giandinoto, J. A. (2017). "Emotional Labour in Mental Health Nursing: An Integrative Systematic Review", *International Journal of Mental Health Nursing*, 26, 215-225.
- Frijda, N. H. (1986). *The Emotions*, Cambridge University Press, New York.
- Garcia-Falieres, A. ve Herrbach, O. (2015). "Organizational and Professional Identification in Audit firms: An Affective Approach", *Journal of Business Ethics*, 132, 753-763.
- Giderler, C., Durmuş, H. ve Kırmızı, C. (2016). "Akademisyenlerin Mesleki Bağlılıkları İle Duygusal Emek Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi", *Global Business Research Congress*, İstanbul 26-27 Mayıs 2016.
- Glomb, T. M. ve Tews, M. J. (2004). "Emotional Labor: A Conceptualization and Scale Development", *Journal of Vocational Behavior*, 64, 1 - 23.

- Goodwin, R. E., Groth, M. ve Frenkel, S. J. (2011). "Relationships between Emotional Labor, Job Performance, and Turnover". *Journal of Vocational Behavior*, 79, 538-48.
- Grandey, A. A. (2000). "Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor", *Journal of Occupational Health Psychology*, 5/1, 95-110.
- Grandey, A. A. (2003). "When 'the Show Must Go On': Surface Acting and Deep Acting as Determinants of Emotional Exhaustion and Peer-Rated Service Delivery", *The Academy of Management Journal*, 46/1, 86-96.
- Hekman, D. R., Bigley, G. A., Steensma, K. H. ve Hereford, J. F. (2009). "Combined Effects of Organizational and Professional Identification on the Reciprocity Dynamic for Professional Employees", *The Academy of Management Journal*, 52/3, 506-526.
- Hekman, D. R., Van Knippenberg, D. ve Pratt, M. G. (2016). "Channeling Identification: How Perceived Regulatory Focus Moderates the Influence of Organizational and Professional Identification on Professional Employees' Diagnosis and Treatment Behaviors", *Human Relations*, 69/3, 753-780.
- Hochschild, A. E. (1979). "Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure", *American Journal of Sociology*, 85/3, 551-575.
- Hochschild, A. E. (1983). *The Managed Heart. Commercialization of Human Feelings*, University of California Press, California.
- Hogg, M. A. ve Terry, D. J. (2000). "Social Identity and Self-Categorization Process in Organizational Contexts", *Academy of Management Review*, 25/1, 121-140.
- Kreiner, G. E., Ashforth, B. E. ve Sluss, D. M. (2006). "Identity Dynamics in Occupational Dirty Work: Integrating Social Identity and System Justification Perspectives", *Organization Science*, 17, 619-636.
- Kruml, S. M. ve Geddes, D. (2000). "Exploring the Dimensions of Emotional Labor: The Heart of Hochschild's Work", *Management Communication Quarterly*, 14/1, 8-49.
- Liu, Y., Perrewe, P. L., Hochwarter, W. A. ve Kacmar, C. J. (2004). "Dispositional Antecedents and Performance-Related Consequences of Emotional Labor at Work", *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 10, 12-25.
- Loi, R., Hang, N. ve Foley, S. (2004). "The Effect of Professional Identification on Job Attitudes: A Study of Lawyers in Hong Kong", *Organizational Analysis*, 12/2, 109-128.
- Lui, S. S., Ngo, H. Y. ve Tsang, A. W. N. (2003). "Socialized to Be a Professional: A Study of the Professionalism of Accountants in Hong Kong", *International Journal of Human Resource Management*, 14, 1192-1205.
- Mael, F. ve Ashforth, B. E. (1992). "Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification", *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Morris, A. J. ve Feldman, D. C. (1996). "The Dimensions, Antecedents, and Consequences of Emotional Labor", *The Academy of Management Review*, 21/4, 986-1010.
- Morris, J. A. ve Feldman, D. C. (1997). "Managing Emotions in the Workplace", *Journal of Managerial Issues*, 9/3, 257-274.
- Rafaelli, A. ve Sutton, R. I. (1987). "Expression of Emotion as Part of the Work Role", *Academy of Management Review*, 12/1, 23-37.
- Robbins, S. P. ve Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*, Pearson Education Inc., New Jersey.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*, Princeton University Press, Princeton.
- Schaubroeck, J. ve Jones, J. R. (2000). "Antecedents of Workplace Emotional Labor Dimensions and Moderators of Their Effects on Physical Symptoms", *Journal of Organizational Behavior*, 21/2, 163-183.
- Slay, H. S. ve Smith, D. A. (2011). "Professional Identity Construction: Using Narrative to Understand the Negotiation of Professional and Stigmatized Cultural Identities". *Human Relations*, 64/1, 85-107.
- Tak, B. ve Aydemir, B. A. (2004). "Örgütsel Özdeşleşme Üzerine İki Görgül Çalışma", 12. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Bursa 27-29 Mayıs 2004.
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1986). "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior", *Psychology of Intergroup Relations*, (Ed: S. Worchel ve W. G. Austin), Nelson, Chicago.

- Truta, C. (2012). "Emotional Labor Strategies Adopted By School Psychologists", *Social and Behavioral Sciences*, 33, 796-800.
- Trybou, J., Gemmel, P., Pauwels, Y., Henninck, C. ve Clays, E. (2014). "The Impact of Organizational Support and Leader–Member Exchange on the Work-Related Behaviour of Nursing Professionals: The Moderating Effect of Professional and Organizational Identification", *Journal of Advanced Nursing*, 70/2, 373–382.
- Trybou, J., De Caluwé, G., Verleye, K., Gemmel, P. ve Annem, L. (2015). "The Impact of Professional and Organizational Identification on the Relationship between Hospital–Physician Exchange and Customer-Oriented Behaviour of Physicians", *Human Resources for Health*, 13, 1-9.
- Van Maanen, J. ve Barley, S. (1984). "Occupational Communities: Culture and Control in Organizations", *Research in Organizational Behavior*, (Ed: B. M. Staw ve L. L. Cummings), JAI Press, Greenwich, CT.
- Zapf, D. (2002). Emotion Work and Psychological Well-Being A Review of the Literature and Some Conceptual Considerations", *Human Resource Management Review*, 12, 237–268.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:05.11.2019 ✓Accepted/Kabul:25.06.2020

DOI:

Araştırma Makalesi/ Research Article

Öztürk, S. ve Baysan İ. (2021). "2003-2017 Döneminde Türkiye'deki Et İthalatı: Granger Nedensellik Analizi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 43, Denizli, ss. 417-431.

2003-2017 DÖNEMİNDE TÜRKİYE'DEKİ ET İTHALATI: GRANGER NEDENSELLİK ANALİZİ

Serdar ÖZTÜRK* , İlgı BAYSAN**

Öz

2008 krizi öncesinde damızlık temini amacıyla yapılan hayvan ithalatının 2010 yılından itibaren canlı hayvan ve et ithalatını kapsayacak şekilde genişletilmesi ile birlikte devam eden süreç, günümüzde Türkiye ekonomisine etkileri açısından; özelde hayvancılık sektöründe, genelde ise dış ticarete ithalat üzerinde önemli bir noktada yer almaktadır. Bu bağlamda çalışmada 2003-2017 yılları arasında Türkiye'de et ithalatını etkileyen ana faktörler Granger nedensellik analizi ile test edilmektedir. Buna göre; et fiyatı et ithalatının nedeni çıkmıştır. Et fiyatları, et üretiminin nedeni çıkmıştır. Benzer şekilde et ithalatı, et üretiminin nedeni çıkmıştır. Et ithalatı, et fiyatları ve yem fiyatları değişkenleri modele toplu olarak dahil edildiğinde; et üretimi üzerinde etkisi bulunmuştur. Et ithalatı, et üretimi, yem fiyatları değişkenleri modele toplu olarak dahil edildiğinde et fiyatı üzerinde etkisi bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Et ithalatı, Kırmızı et dış ticareti, Granger nedensellik analizi

Jel Kodları: Q1, C0.

THE MEAT IMPORT IN TURKEY IN THE PERIOD OF 2003-2017: A GRANGER CAUSALITY ANALYSIS

Abstract

The ongoing process with being widen of the animal import including livestock and meat import as from 2010 year which was for procurement of animal for breeding before 2008 crisis, nowadays, is in an important point on import in particular in livestock industry, in general in foreign trade with regards to the effects to the economy of Turkey. Within this context, the key factors which affected the meat import in Turkey in the period of 2003-2017 were tested with a Granger Causality Analysis in this study. According to this; the price of meat is the reason for meat import. The prices of meat are the reason for meat production. Similarly, meat import is the reason for meat production. When the variables as meat import, the price of meat and the prices of feed are included in the model collectively; an effect on meat production has been established. When the variables as meat import, meat production and the prices of feed meat import, are included in the model collectively, an effect on meat price has been established.

Key Words: Meat import, Red meat foreign trade, Granger causality analysis.

Jel Codes: Q1, C0.

"2003-2017 Döneminde Türkiye'deki Et İthalatı: Granger Nedensellik Analizi" başlıklı makale Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl 2021 42. Sayısında (Ocak-2021) yayımlanmış olup; ilgili çalışma, 2003-2017 yılları arası 15 yıllık veri kullanmış olmakla birlikte, ilgili verilerin bir zaman serisi modellemesine uygun şekilde kurgulanmadığı görülmüştür. Bu bağlamda, istatistiksel analizlerde küçük

* Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, NEVŞEHİR.
E-mail: serdarozturk@nevsehir.edu.tr (orcid.org/0000-0003-0650-0244)

** Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, NEVŞEHİR.
E-mail: ilgabaysan@hotmail.com (orcid.org/0000-0002-5437-2788)

örneklem büyüklüğü olarak çalışmalarda dikkate alınan 30 gözlem kuralının, çalışmanın veri seti oluşturulurken dikkate alınmadığı tespit edilmiştir. Özellikle nedensellik analizi gibi VAR modeline ihtiyaç duyulan analizlerde, 15 yıl gibi bir gözlem periyodu belirlemek, çalışmanın istatistiksel olarak güvenilirliğinin sorgulanmasına neden olmuştur. Bu çerçevede, gözlem sayısındaki yetersizlik, çalışmanın ve tüm analizlerin temelden sarsılmasına sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla, sorumlu yazardan çalışmanın veri setini güncellemesi talep edilmiş, ancak güncelleme yapıldıktan sonra aynı ekonometrik sonuçların elde edilemediği tarafımıza bildirilmiştir. Bu nedenle makalenin geri çekilmesine karar verilmiştir.

1.GİRİŞ

Türkiye'nin 2008 krizinden önce hayvan ithalatı sadece damızlık temini amacıyla yapılmakta iken, söz konusu dönemde yaşanan hayvancılık krizi neticesinde, Bakanlar Kurulu Kararı ile 2009 yılı ikinci yarısından sonra sürekli olarak artma eğiliminde olan kırmızı et fiyatlarının düşürülmesi için 2010 yılında canlı hayvan ve et ile sakatat ithalatına izin verilmiştir. Et, günümüzde de ithalatı devam eden ürünler arasında olmakla birlikte, ithalat miktarının seneler itibarı ile artarak devam etmesinin, Türkiye ekonomisi ve ilgili ürün grubunun içinde yer aldığı hayvancılık sektörü açısından önemli birtakım etkileri bulunmaktadır. Et ithalatının en önemli sebebi, et fiyatlarındaki artışın önüne geçilememesidir. Et fiyatlarının artışı; döviz kuru, yem fiyatları, birim başına hayvandan alınan verim, çığ süt fiyatları, dişi hayvan sayısı gibi birçok unsurdan etkilenebilmektedir. Bu bağlamda ülkemizde et ithalatına ilişkin kararlardaki öncelikli amaç et fiyatlarının düşmesine yöneliktir. Ancak et fiyatlarını arttıran ana problemler çözülemediği müddetçe Türkiye, et ithalatında dışa bağımlı hale gelme riski ile karşı karşıya kalırken, söz konusu sürecin uzaması yerel üreticiye ve tüketiciye zarar vermeye devam edecektir.

Çalışmada giriş bölümünden sonraki ikinci bölümde et ithalatı kararı alınmasının geçmişten günümüze kadar olan süreci ana hatlarıyla anlatılacaktır. Üçüncü bölümde et ürünlerinin talep ve arzını etkileyen faktörler anlatılacak, et ürünlerinin fiyat oluşumuna değinilecek, söz konusu ürün grubunun dış ticareti ve bu bağlamda ithalat süreci ile ilgili etkiler incelendikten sonra, et ithalatının taşıdığı potansiyel riskler açıklanacaktır. Dördüncü bölümdeki literatürü takiben, beşinci bölümde Granger nedensellik analizi ile Türkiye'de 2003-2017 yılları arasında et ithalatı kararı alınmasının ana nedeni olan et fiyatları, yem fiyatı ve et üretim miktarı değişkenlerinin arasındaki ilişki analiz edilecektir. Çalışma genel bir değerlendirme ve sonuç bölümü ile tamamlanacaktır.

2. TARİHSEL SÜREÇ

1980 yılına kadar Türkiye, coğrafi özelliklerinin her tür hayvansal ürün üretme potansiyelini iyi bir şekilde değerlendirerek hayvan varlığının sürekli olarak (verimlilik yönü hariç) sayısal açıdan artmasını sağlamıştır. 1980 yılından sonraki tarım politikalarının istikrarsızlığı, ucuz ve kaliteli yem bitkisinin yeterli miktarda elde edilememesi ve ırkların yeterince ıslah edilememesi neticesinde hayvancılık mevcut durumunu koruyamamıştır. Bu durum, hayvan varlığında ciddi azalmalar meydana gelmesine sebep olmuştur (Göç vd.,2013: 343).

Türkiye'de et ürünleri ve hayvansal ürünler, 24 Ocak 1980 ekonomik istikrar tedbirleriyle birlikte destekleme kapsamından çıkarılmıştır. 1980'li yıllarda iç fiyat kontrolünün sağlanması amacıyla hayvansal ürün ithalatı serbestleştirilmiştir. Akabinde hayvancılıkta ve et dış ticaretinde izlenen yanlış politikalar neticesinde hayvansal üretimden çekilmeler olmuştur. 1985 yılı ve sonraki dönemlerde hayvansal ürün fiyatlarının artması neticesinde dönemin hükümet yetkilileri tarafından et ithalatı ve kasaplık hayvan ithaliyle iç fiyatlar kontrol edilmeye çalışılmıştır. Neticede fiyat yükselmeleri karşısında piyasalar ithalata rağmen istikrara kavuşamamıştır. Bu süreç, söz konusu sorunda ithalat yönlü çözüm arayışlarının, her zaman için uygun bir yöntem olmadığını göstermektedir. 1982-1997 yılları arasında yaklaşık 342 milyon dolar canlı hayvan (damızlık hayvan hariç) ve kırmızı et ithalatı yapılmıştır. Yüksek enflasyonun etkisiyle 1994 yılında, halkın alım gücünde meydana gelen azalma, sığır ve koyun eti fiyatlarının 1994-1995 yıllarında (1993 yılına göre) artmasına sebep olmuştur. 1995 yılında canlı hayvan ve et ithalatı artmıştır. 1996 yılında küresel bir tehdit olarak ortaya çıkan Deli Dana Hastalığının etkisi ile, Türkiye'de 1997-2010 döneminde kasaplık hayvan ve kırmızı et ithalatının yapılmadığı görülmektedir. Yaşanan sorunlar neticesinde hayvansal ürünlerin ithalatı 1997 yılında durdurulmuştur. Bu durum da et fiyatlarında kısa süre içerisinde artışa sebep olmuştur. Hayvancılık sektörünün 2000'li yıllarda destekleme kapsamına alınması, sektörün toparlanmasını sağlamıştır. Türkiye, 2004 ve 2005 yıllarında Avusturya'ya et ihraç etmiş olsa da 2008 yılı ve izleyen süreçte yeniden ithalatçı ülke konumuna gelmiştir. Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de 2007 yılındaki kuraklık tarımsal verimde azalmaya sebebiyet vermiştir. Sektörün tekrar gerilemesinde ise 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz tetikleyici olmuştur. Akabinde hayvan yemi olarak kullanılmakta olan ürünlerin üretiminde ciddi düşüşler yaşanmıştır. Buna bağlı olarak yem fiyatlarındaki hızlı yükseliş kaçınılmaz hale gelmiştir. Bütün bu süreç hayvansal ürün fiyatlarını yükseltirken, üreticinin maliyetini

karşılayamaz hale gelmesi ile nihayetlenmiştir. 2008 yılında Türkiye’de çiğ süt fiyatlarındaki aşırı düşüş yaklaşık olarak 1 milyon (baş) süt ineğinin kesilmesi ile sonuçlanmıştır. Bu durum dişi hayvan varlığında azalmaya sebep olmuştur. Et arzındaki yetersizliğin temel nedeni, 2007-2008 yılları arasında damızlık sığırların kesilmiş olmasının o yıllarda et arzını geçici olarak arttırmakla birlikte, sonraki dönemde besiyeye alınacak hayvanların kaybına sebebiyet vermiş olmasıdır. 2009 yılında dişi hayvan sayısındaki düşüşün kırmızı et fiyatlarına da etki ettiği görülmektedir. Kırmızı et fiyatlarında; 2008’in ikinci yarısında ise koyun ve keçi etinde meydana gelen artışı, 2009’un ikinci yarısında sığır etinde yaşanan reel artışlar izlemiştir. 2009 yılında Türkiye’nin et ithalatında Hollanda, Almanya ve Fransa ilk sıralarda yer almıştır. Bütün bu yaşanan gelişmelerin sonucunda Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı kırmızı et reel fiyat artışlarını dengelemek istemiştir. 2009 yılının ikinci yarısını takiben Türkiye, artan kırmızı et fiyatlarını düşürmek ve artan fiyatların tüketicilere zarar vermesini engellemek için, et ithalatında uyguladığı Avrupa Birliği örtülü ambargosunu, 27567 Sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla 30 Nisan 2010 tarihinde ithalat izniyle kaldırmıştır. 2010 yılında kırmızı et fiyatlarını düşürmek için canlı hayvan ithalatı kararı alınmış, aynı zamanda yeni işletmelerin teşvik edilmesi için sıfır faizli krediler verilmiştir. Ancak ülkedeki hayvan sayısının yetersizliği dolayısıyla yapılan destekler ve alınan krediler hayvan ithalatı için kullanılmıştır. Akabinde yetkili karar mercileri gümrük vergilerini düşürerek canlı hayvan ve kırmızı et ithalatının cazip hale getirilmesini sağlamaya çalışmışlardır. İthalat yetkisi Bakanlar Kurulu Kararı ile; Et ve Balık Kurumu sonra da gümrük vergilerini düşürerek Et Balık Kurumu ile birlikte özel sektöre verilmiştir. Bakanlar Kurulu tarafından, 30 Nisan 2010 - 31 Aralık 2010 döneminde ithalat vergi oranlarını düşürerek ithalatı teşvik etmek için canlı hayvan ve kırmızı et ithalatıyla ilgili karar alınmıştır. Özel sektör için düşük gümrük vergisi oranlarının yükseltilmesine ilişkin süre sınırlaması 22 Aralık 2010 tarihinde çıkan kararlarla kaldırılmıştır. Ayrıca Et Balık Kurumuna verilen ithalat yapma yetkisi 31 Aralık 2011 tarihine kadar uzatılmıştır (Aydın vd.,2010: 51-52; Turhan vd.,2010: 392; Ünlüsoy vd.,2010: 14; Aydın vd.,2011: 4; Lorcü ve Bolat,2012: 16; Akın vd.,2018: 111-115; Erün,2010: 74; Türkyılmaz,2010: 86).

2007-2013 yılları arasındaki dokuzuncu kalkınma planı döneminde Türkiye’de kırmızı et ithalatı başlatılmıştır. Söz konusu dönem içerisinde, yerli hayvansal üretimi desteklemek adına doğrudan ödemelere ağırlık verilmiş ve hayvancılığa aktarılan kaynaklar önemli ölçüde arttırılmıştır. Ancak çeşitli ülkelere göre Türkiye’de hayvancılıkta girdi maliyetlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. 2014 yılında Bosna Hersek’te yaşanan sel felaketi neticesinde söz konusu ülkeye mali destek sağlamak için (tarife kontenjanı çerçevesinde) Et Süt Kurumu Genel Müdürlüğü’ne Bakanlar Kurulu Kararıyla Temmuz ayında sıfır gümrükle 15 bin ton sığır eti ithalatı için yetki verilmiştir. İç talebi karşılamaya yönelik ithalat uygulamalarının ise 2015 yılında da devam ettiği görülmektedir. 2016 yılında Uruguay, Slovakya, Brezilya, Fransa, Almanya, Macaristan, Avustralya, Çek Cumhuriyeti, gibi ülkelerden canlı büyükbaş ithalatı yapılmıştır. Bu dönemde küçükbaş hayvanlardan canlı olarak ithal edilenlerin tamamına yakını damızlıktır ve %74’ü Ukrayna’dan getirilmiştir. Yemlerde ve bu yemlerin üretilmesinde kullanılan ham maddeler üzerindeki Katma Değer Vergisi oranı üreticilerin maliyetlerini düşürmek amacıyla 2016 yılının ilk haftasında %8’den %1’e indirilmiştir. Ayrıca 2016 yılında Bakanlar Kurula Kararı ile besilik canlı hayvanlar için Et ve Süt Kurumu (ESK), damızlık canlı hayvanlar için de Tarımsal İşletmeler Genel Müdürlüğü (TİGEM) tek yetkili kurum olmuştur. Sektördeki işletmelerin canlı hayvan ithalatı yapma yetkisi sınırlandırılmamasına rağmen, gümrük vergilerinin yüksekliliğinden ötürü ekonomik açıdan rasyonelliğini yitirmiştir. Aynı yıl Kasım ayında piyasada istikrarın sağlanması, tarım gıda güvenliği, yapısal sorunların giderilmesi, üretici gelirlerinin arttırılması gibi konularda iyileşmeyi öngören “Milli Tarım Projesi” ilan edilmiştir ve bu kapsamda Hayvancılıkta Yerli Üretimi Destekleme Modeli oluşturulmuştur. 2017 yılının Haziran ayında ESK’ya verilen ithalat yetkisinin tüm sektöre verilmesi anlamına gelen canlı büyükbaş hayvanlar için %135 olan gümrük vergisinin %26’ya indirildiği ve büyükbaş hayvanların etinde ise %100- %225 bandında değişen gümrük vergisi oranlarının %40’a indirildiği görülmektedir. Söz konusu kararname yayımlandıktan bir ay sonra ESK’ya sıfır gümrükle (975 bin baş canlı hayvan) ithalat için yetki verilmiştir. Ayrıca 2017 yılı ağustos ayında yayınlanan Tarım Destekleri Kararnamesinde (hayvan başı için 200 TL) ödenen besi hayvancılığı desteği yer almamıştır, bu durum sektörün kayıt dışı çalışma riskini doğurmuştur (Akın vd.,2018: 115; Saygın ve Demirbaş,2017: 77).

3.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Nüfusun artmasına paralel bir seyir gösteren talep artışı bununla birlikte sosyo-ekonomik refahta yaşanan yükselişler, et üretiminin arttırılması gerekliliğini doğurmaktadır. Sığır ve koyunlarda üretim periyodunun uzun dönemli olmasına karşın istenilen karlılığa kısa dönemde ulaşılmak istenmesi, arzın kırmızı et sektöründeki esnekliğinin düşük olmasının nedenidir (Aydın vd.,2010: 51-52). Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre sınıflandırılması baz alındığında, genel olarak gelişmiş ülkelerde hayvansal kaynaklı protein tüketimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke gruplarında ise beslenme tahıl ağırlıklı olmaktadır. Beslenmede yaşanan eksiklikler neticesinde dengeli beslenmenin gerçekleşmemesi kişilerde sağlık problemlerine yol açabilmektedir (Çetin,2013: 41-42). İnsanların beslenmesi konusunda sahip olduğu kritik

önemin yanında kırmızı et sosyal fonksiyonlarla birlikte ekonomik fonksiyonlarıyla ülkelerin gelişmişlik düzeyleri hakkında da bilgi vermektedir. Kırsal kalkınmanın sağlanması ve tarımsal işsizliğin azaltılması ile köyden kente göçün önlenmesinde, nüfusun dengeli ve yeterli beslenmesi ekonomik ve sosyal olarak stratejik bir noktada yer almaktadır. Ülkemizde tüketim açısından ve yarattığı geniş üretim alanından ötürü kırmızı et sektörü, ulusal ekonomi açısından önemlidir (Karagöz,2009: 1; Bayraç ve Çemrek, 2011).

Tarım sektöründeki projelerden bazıları fazla sermaye gerektirmekle birlikte, daha iyi tarım teknikleri eğitime imkân sağlayan hizmet programlarıysa düşük sermayeli olması açısından avantajlıdır ve bu programların özellikle kırsal alanlara katkı sağlaması kuvvetle muhtemeldir (Case vd., 2012: 719). Tarımsal verimi arttırmaya yönelik politikalar içerisinde sulama suları, tarımsal mücadeleler gibi unsurlarla birlikte; damızlık hayvan verimini arttırmakta yer almaktadır (Gürler,2012: 302). Kırmızı et sektörünün verimliliğin iyileştirilmesine yönelik yeterli inovasyon desteklerine sahip olması ise sektör açısından önemli bir fırsattır (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017: 37).

3.1.Türkiye’de Kırmızı Et Arzı ve Kırmızı Et Talebi

Kırmızı et ve et ürünleri sanayisinde faaliyet gösteren firma sayısı çoktur ve üretilen ürünler homojene yakın niteliktedir. Üretici firmaların toplam üretim içindeki payının düşük olması, ayrıca firmaların piyasada oluşan fiyatları belirleyici değil kabullenici konumda olmaları pazar gücünü etkilemektedir. Kırmızı et sektöründeki üreticilerin girdi piyasasında fiyat kabul edici olmasından ötürü sektör perakendecilerin elinde birincil bir pazar gücü ile karşı karşıya kalmaktadır (Önder,2018: 571). Ekonomik krizler, sektörel politika değişiklikleri (kasaplık hayvan ve kırmızı et ithalatı kararı gibi) canlı hayvan ve kırmızı et fiyatlarındaki istikrarsızlık sonucu artan mali risk, besicilerin üretimle ilgili hedef ve beklentilerini olumsuz yönde etkileyerek, hayvancılıkla uğraşan kesimlerde tedirginlik yaratmıştır (Aydın vd.,2011: 12).

Kırmızı etin üretim kaynağı Türkiye’de, sığır, koyun, keçi ve mandadır. Türkiye, değişik türler ve ırk ile hayvan potansiyeli açısından zengin bir ülke konumundadır. Ancak, birim hayvandan elde edilen verimliliğin düşük olduğu görülmüştür. İşletmelerin hayvan sayısının az olmasıyla birlikte günlük aile işletmelerinden oluşmaları, ayrıca yem yapımında kullanılan bitki üretiminin yeterli seviyede olmaması, buna ek olarak girdi fiyatlarında yaşanan dengesizlikler, Türkiye’deki mevcut hayvan potansiyelinin verimli bir şekilde kullanılamamasına sebebiyet vermektedir. Türkiye’nin et üretimi, kasaplık hayvan arzında yaşanan dalgalanmalardan ötürü düzensiz bir yapıdadır. Genel olarak doğal koşullara dayanan hayvancılık ve yem temininde karşılaşılan güçlükler, kasaplık hayvan ve besi hayvanı arzı döneminde yığılmalara sebep olmaktadır. Türkiye’deki et üretiminin büyük bölümünün taze olarak tüketildiği görülmektedir. İşlenmiş (salam, sucuk, pastırma gibi) et ürünleri tüketimi ise istenilen seviyeye ulaşmamıştır. Et ve et ürünleri tüketim düzeyleri günümüzde ülkelerin nüfusunun kalkınma ve gelişmişlik ölçütlerinden biri olarak kabul edilmesi açısından ayrı bir öneme sahiptir. Kırmızı et tüketimi, yurt içinde et fiyatları ve kişi başına düşen ortalama gelirle bağlantılı olarak değişmektedir. Enflasyona bağlı olarak artma eğiliminde olan et fiyatları, diğer gıdalarda da görüldüğü gibi et tüketimini azaltmaktadır. Son dönemde et fiyatlarının artmasının temel sebepleri arasında yem fiyatlarının artışının yönetilememesi de yer almaktadır. Düzenleyici bir yapının hayvancılık piyasasında olmaması ve uzun vadeli politikaların yoksunluğu da bu durumun nedenlerindedir (Cünedioğlu ve Kalkan,2010: 4; Demirkol,2007: 57).

Türkiye’de kırmızı etin gelir guruplarına göre tüketimleri incelendiğinde; en düşük gelir grubu, orta gelir gurubu, en yüksek gelir gurubu için sırasıyla günlük tüketim miktarları 14 gram, 60 gram, 120 gramdır. Yıllık ortalama kişi başına kırmızı et tüketimi ise 21 kg civarındadır (Dağdemir vd.,2003: 361). Hayvansal ürünlere duyulan talep; kısa zaman dilimleriyle olduğundan, hayvansal ürün pazarı sürekli bir taleple karşılaşmaktadır. Belirli bir doyum noktasına ulaşıldıktan sonra talepte yükselme olmamaktadır. Bu yüzden kısa dönemde hayvansal gıda ürünlerine olan talebin pazara yansıyan miktarı sabit kalmaktadır. Neticede toplam talep miktarı da değişmemektedir. Talebi etkileyen faktörler şu şekilde sıralanabilir (Turhan vd.,2010: 389-390):

1. Artan Nüfus: Türkiye’de nüfus hızla artarken, kırmızı et üretimindeki artış aynı oranda değildir. Nüfus arttıkça kırmızı et talebi de artarken kırmızı et üretim miktarı talebi karşılayamamaktadır.
2. Et Fiyatları: Talep kanununa göre, ürünün fiyatı arttığında talep edilen miktar azalmaktadır ya da fiyat azaldığında talepte artış meydana gelmektedir. Bu bağlamda et fiyatlarında meydana gelen bir artış bazı öğünlerde daha az et tüketilmesine, ya da tüketilmemesine sebep olacaktır.
3. Gelir Düzeyi: Hane halkının ortalama gelir düzeyinde yaşanan artışla birlikte tüketiciler, (mal fiyatları aynı kalsa bile) daha fazla miktarda mal satın alacaklardır.

4. Zevk ve tüketim alışkanlıkları: İnsanların farklı damak tadına, farklı çevreye ve farklı alışkanlıklara göre tüketim alışkanlıkları da değişmektedir. Bu yüzden de tüketicilerin hayvansal ürünlere duydukları talep de farklı olmaktadır. Aynı zamanda tüketilen et ve mamulleriyle bunların miktarları kentsel ve kırsal alanlara göre de değişiklik göstermektedir.

5. Malın ikamesi: Kırmızı et kendi arasında ikame edilebilmektedir (Kuzu eti-koyun eti ve sığır eti -koyun eti rakip mallar olmakla birlikte aynı zamanda birbirlerinin ikamesidir). Talep kanunu gereğince fiyatı artan malın tüketimi azalmaktadır. İkame malların tüketimi ise artmaktadır. Bu nedenle kırmızı et fiyatlarında yaşanan bir artış, kırmızı et tüketimini azaltırken beyaz et tüketimini arttırmaktadır.

Kırmızı et tüketimi nüfus artış hızı, beslenme-tüketim alışkanlıkları, yaş kompozisyonu ve fiyat-gelir esnekliğine paralel bir trenddedir. Fiyat esnekliğinin yüksekliği belirli marj içinde et ve et ürünlerinin tüketiminde azalışa sebep olmakta iken gelir esnekliğinin yüksekliği ise tüketicinin gelir seviyesindeki her birimlik artış neticesinde et mamullerinin daha yüksek oranda tüketilmesi demektir (Ertuğrul,2000: 27-28).

3.2.Kırmızı Ette Fiyat Oluşumu

Kırmızı et üretimindeki düşmeyle birlikte Türkiye’de kırmızı et fiyatlarının artması için gereken ana zemin oluşmuştur. Kırmızı et sektöründe yaşanan kriz et arzında sıkıntılara sebep olurken, tüketicilerin de kırmızı et ve et mamulleri tüketiminde yetersiz beslenmelerine yol açmıştır (Karakuş,2011: 78). Kırmızı et fiyatları üretim miktarındaki azalışa bağlı olarak artmıştır. Üretimdeki azalışta ve fiyat artışında etkili olan başlıca unsurlar; hayvan sayısının azalması, düşük seyreden et ve süt fiyatları, süt tozu ithalatı, girdi ve ürün fiyatlarındaki dengesizlik ve kaçak hayvan girişi olarak sıralanabilir (Şahin vd.,2013: 331). Kırmızı et, fiyatlarının artmasıyla birlikte tüketici piyasasında yetersiz taleple karşılaşmaktadır. Bu noktada hayvansal ürün arzının arttırılması amacıyla yaratılacak talebin başarılı olması, tüketici gelirlerinin arttırılmasına bağlıdır. Nitekim yüksek oranda ve sürekli gelişme gösteren ülkelerde, et ve süt ürünlerine talep artmaktadır. Bir başka deyişle gelir arttıkça, tahılla beslenen nüfusun, hayvansal protein, meyve, sebze ve balık tüketimi artmaktadır (Akder,2009: 29; Aydın vd.,2010: 56).

Türkiye’nin kırmızı et fiyatı çok sayıda satıcıyla az sayıda alıcının olduğu oligopson piyasada oluşmaktadır bu yüzden alıcıların her birinin miktar ve fiyatla ilgili kararları alıcıların diğerlerini de etkilemektedir. Doğal şartlar, ekonomik koşullar, yem miktarı ve fiyatları, işletmenin yapısı ve devlet himaye ve müdahalesi et fiyatlarını etkileyen ana unsurlar olarak sayılabilir (Turhan vd.,2010: 393). Sektördeki pazarlama zincirinin uzun olması Türkiye’de kırmızı et fiyatlarının yüksek olmasının diğer bir nedenidir. Türkiye’de kasaplık hayvan ve et pazarlamasında; et ve et ürünleri imalatçıları, köy toplayıcıları, perakendeci kasaplar, toptancı kasaplar, hayvan tüccarları başlıca organlar olarak kategorize edilebilir. Zincirin uzun olmasının nedenlerinden en önemlisi, dağınık ve küçük hayvancılık işletmelerinin varlığıdır. Söz konusu durum üreticilerin gelirlerini düşürmektedir. Ayrıca tüketicilerin daha fazla ödeme yapmalarına sebep olmaktadır (Demirkol,2007: 64).

Kırmızı et fiyatlarında yaşanan dalgalanmaların önlenmesi ve fiyat istikrarının sağlanması için, uygun tarımsal politikalar yürürlüğe konulmalıdır. Kırmızı et fiyatlarının istikrarsızlığı, girdi maliyetlerinin artmasından kaynaklanabileceği gibi ilgili alanda yeterli işgücünün bulunmaması, işgücü verimliliğinin düşük olması gibi etkenlerden de kaynaklanabilmektedir (Şimşek,2018: 86). Hayvancılık sektöründe yaşanan fiyat istikrarsızlığının en önemli nedeni ise arz talep dengesizliği ve sektörde sürdürülebilirlik olmamasıdır. Sektörde arz talep dengesizliği kırmızı et açısından değerlendirildiğinde; arz açığına bağlı olarak fiyatlardaki sürekli artış dikkati çekmektedir. Bir malın fiyatı artarken ona olan talebin artması için ya söz konusu mal zorunlu mal olmalıdır (talep esnekliği düşüktür) ya da tüketicilerin gelir seviyesi yüksek olmalıdır. Gelir düzeyi düşük olduğunda ise insanlar fiyatları yükselen mal yerine, fiyatı görece daha düşük olan malları tercih edeceklerdir. Kırmızı et tüketemeyenlerin, beyaz et tüketimine yönelmeleri buna örnek olarak gösterilebilir (Karacan, 2017: 68).

3.3.Türkiye’nin Kırmızı Et Dış Ticareti

Ülkelerin kaynak yapısı, sanayi yapısı ve et seçimindeki tüketici tercihi uluslararası et ticaretini belirlemektedir. Kırmızı et sektöründe düşük maliyetli üretim yapan ülkelerin rekabet etme üstünlüğüne sahip olduğu görülmektedir. Türkiye’de ise et üretiminin maliyeti yüksek olduğundan küresel arenada rekabet etme şansı olmamaktadır (TAGEM,2018: 2-3).

Cumhuriyetin ilk yıllarında sadece tarım ürünleri ihracı yapılmakta iken, Planlı Kalkınma Döneminin başlamasıyla tarım ürünlerinin ihracatı, öteki sektörlerin ihracat değerinin büyüme oranının gerisinde kalmıştır. Söz konusu durum tarımın ve buna bağlı olarak da hayvancılığın payının azalmasına sebep olmuştur. 1980 yılındaki politikaların hayvansal ürünlerin dış ticaretinde önemli etkisi olmuştur. Genel ihracatımız içerisinde hayvancılık 1980’lere kadar önemli bir düzeydeyken, bu dönemden sonra ithalatı özendirici politikalar ön plana

çıkış, neticede dış ticarete ithalatın ağırlığı artmıştır. Uygulanan dış ticaret politikalarının etkisiyle özellikle 1980'li yılların ikinci yarısından sonra kırmızı et ithalatında ciddi bir artış yaşanmıştır. Türkiye'de hayvancılığın toplam ihracat değeri içindeki payının ise düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. 2000, 2002 ve 2003 yıllarında büyükbaş et ithalatı hemen hemen hiç yapılmamıştır (Demirkol,2007: 59-61).

Bu noktada dış ticaretin iki önemli sorunu; ithalatın devam ederek artması ve ihracat potansiyelinden yeterli düzeyde yararlanılamamasıdır. İthalatla birlikte, yurt dışına döviz transferinin yarattığı ekonomik sorunlara ek olarak insan sağlığı açısından tehlikeli olan hastalıkların taşınma olasılığı sağlık sorunlarının yaşanma ihtimalini arttırmaktadır (Saygın ve Demirbaş,2017: 79). Hayvancılığın geliştirilmesi ve korunması adına orta ve uzun dönemde et ithalatı kararlarından vazgeçilmesi, besicilikte üretim maliyetlerinin azaltılmasının sağlanması, verimin arttırılarak kalitenin teşvik edilmesi, gümrük vergilerinin arttırılması yönündeki politikaların hızla hayata geçirilmesi sektörün ve ülke ekonomisinin istikrarı açısından gereklilik olmaktadır (Aydın vd.,2010: 56).

3.3.1. Kırmızı Et İthalatı ve Etkileri

İthalat, niteliği ve koşullarındaki değişikliklerin iç piyasadaki üreticilere, özellikle gelişme sürecindekilere, rekabet gücünün düşüklüğünden ötürü hayvansal üretime zarar vermektedir. Türkiye'de canlı hayvan ithalatının büyük bölümü, büyük baş hayvanlardan oluşmaktadır. 2008-2009 yıllarında ithalatın tamamına yakın kısmı damızlık hayvanlardan yapılmış; 2010 yılından itibaren besilik ve kasaplık hayvan ithalatı da yapılmıştır. 2010 yılından sonra hayvan sayısında meydana gelen artışlar ise üretim değil ithalat kaynaklı olmuştur (Şeker ve Köseman,2015: 114-115).

Bu noktada et ithalatının birtakım sorunlara da zemin oluşturma potansiyeli gündeme gelmektedir. Söz konusu ürün grubunun ithalatı BSE yani Deli Dana olarak bilinen hastalığın ve diğer hastalıkların Türkiye'ye taşınma riskini de beraberinde getirmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye bütün hayvansal ürünler için ithalatçı konumuna düşme durumundadır. Bu durumda hayvancılık yapmaktan vazgeçen kişilerin hayvancılığa kazandırılması da mümkün olmayacağından üretim de yapılamayacaktır (Ocaklı vd.,2010: 5). Kırmızı et ithalatinin devam etmesi, doğal olarak süt ithalatinin yapılmasını da zorunlu hale getirecektir (Karakuş,2011: 78). Ayrıca yem sektörünün ithalata bağımlı hale gelmesinin önlenmesi de önemli bir husustur. Yem ham maddeleri üretiminin ihtiyacı karşılayamamasından ötürü talep ithalatla karşılanmaktadır. Karma yem üretimi yetersiz ve kalitesiz olduğundan yurtdışından ithal edilen çekirdek, soya, mısır, soya küspesinin de yurt içindeki üretiminin teşvik edilmesi gerekmektedir (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,2015: 47; Karagöz,2009: 9).

3.3.2. İthalat Kararlarını Yeniden Yorumlamak

Et ithalatı kararlarının öncelikli amacı yerli üretimi olumsuz bir şekilde etkilemeden, yani yerel üreticiyi koruyarak et fiyatlarını düşürmek olsa da zamanla alınan yeni kararlarla birlikte yerel üretimin zor şartlarla karşılaşması, hatta iflasa sürüklenmelerin yaşanması, bununla birlikte sektörün dışa bağımlı hale gelme ihtimali söz konusu olmuştur. Artan et fiyatlarına bir çözüm olarak gündeme gelen ithalatta yurtdışından düşük fiyatla alınan etler tüketiciye yüksek fiyatlarla satıldığı için başlangıçtaki amacından sapmalar meydana gelmiştir (Sekmen vd.,2013: 316-317). Buna ek olarak günümüzde hayvancılık alanındaki politikaların sadece yerel ihtiyaçlara göre belirlenmediği, uluslararası anlaşmaların da ulusal politikalara etkilerinin olduğu, alınan kararlarda göz önünde bulundurulması gereken önemli bir husustur. Bu bağlamda uluslararası iş birliğinin arttırılması, ticari engellerin kaldırılmasının yanı sıra rekabeti bozan uygulamalardan kaçınılması ya da bu uygulamaların sınırlandırılması, ayrıca ticarete konu olan mallarda öncelikle hastalık riskini ortadan kaldırmak ve diğer zararların önlenmesinin sağlanması adına kalite standartlarının konulması gerekmektedir (Can,2018: 244).

Sekizinci beş yıllık kalkınma planında ülkemizin hayvancılık ve et sektöründe doğru politika uygulamaları ile 2023 yılında üretim açısından kendine yeterli, tüketim açısından da daha bilinçli ve sağlıklı tüketim alışkanlığına sahip bir ülke olması hedeflenmektedir (DPT,2001: 82). Bu noktada Türkiye'nin sürdürülebilir, akılcı, stratejik tarım ve hayvancılık politikası ile kırmızı et sektörünün var olan potansiyelinin en iyi şekilde değerlendirilerek canlandırılması gerekmektedir. Ayrıca kırmızı et için sürdürülebilir bir üretimin planlanması, bunun için de geleceğe yönelik arz talep projeksiyonları yapılması sektörün geleceği açısından önem arz etmektedir (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,2015: 50-51).

3.4. Kırmızı Et Sektörü ve Avrupa Birliği Uygulamaları

AB sisteminde, genel olarak, belirli bir müdahale fiyatı açıklanmakta ve piyasa fiyat düzeyi müdahale fiyatı düzeyinden yüksek olduğu sürece piyasaya müdahale edilmemektedir (Yıldız,2004:6). Avrupa Birliği'nde bir ülke ya da bölgede (koyun, keçi, siğir eti) pazar fiyatı ulusal ya da bölgesel olarak belirlenen fiyatın altına düştüğünde komisyon ihtiyari depolama yardımıyla müdahale alımı uygulaması kararı alabilmektedir. Bu noktada depolama

yardımları ile müdahale kurumu dalgalanan pazar fiyatı karşısında üreticiye bekleme imkanı tanımaktadır ve bu şekilde söz konusu dalgalanmaların daha fazla derinleşmesi engellenmektedir. Pazar fiyatları maliyetleri karşılayamadığı zamanda ise müdahale alımı ile üreticinin zarar görmesi engellenirken, ürün arzının devamlılığı da sağlanmaktadır. Türkiye’de müdahale kurumunun kurulması için gereken çalışmaların yapılması adına Et ve Süt Kurumu yetkilendirilmiştir (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,2015: 29-47).

4.LİTERATÜR

Koç’un (1995) yatay kesit ve zaman serisi kullanarak yaptığı analizlerde Türkiye’de kırmızı etin gelir harcama esnekliğinin 1 civarında olduğu tespit edilmiş, kırmızı et iç üretim ortalama artış hızı ise %1,1 olarak hesaplanmıştır. Türkiye’de 1982-1992 döneminde Kişi Başı GSMH artışının %2,6; 1980-1990 döneminde nüfus artışının ise %2,1 olduğu dikkate alındığında aynı gelir ve nüfus artışı eğilimi devam ederse Türkiye’de kırmızı et talebinin %4,7 artacağı öngörüsüyle; kırmızı et ulusal üretim yolu ile arz artışı da %1,1 olduğundan aynı hızda devam etmesi durumunda kırmızı et gerçek fiyatlarının aynı düzeyde kalması için yılda iç üretimin %3,6’sı kadar bir dışalımın kaçınılmaz olacağı tahmin edilmiştir.

Dağdemir vd. (2003) 1967-1998 yıllarını kapsayan çalışmalarında küçükbaş kırmızı et reel fiyatlarına göre üretici ve tüketici zincirleme indekslerini hesaplamış ve bunların yıllara göre farklarını alarak enflasyon oranları ile karşılaştırmışlardır. Üretici eline geçen fiyatların 1968, 1972, 1976 ve 1986 yılları haricindeki tüm yıllarda enflasyon oranının altında kaldığı belirlenmiştir. Bu durum büyükbaş ve küçükbaş kırmızı et üreticilerini olumsuz yönde etkilemiştir.

Hatırlı vd. (2007) Isparta ili merkez ilçede ikamet eden hane halklarının kırmızı et, balık ve tavuk eti taleplerinin doğrusal formda yaklaşık ideal talep sistemi (LA/AIDS) model sonuçlarına göre, hane halklarının kırmızı et, balık ve tavuk eti içinde en duyarlı oldukları ürünün balık olduğu belirlenmiştir.

Cenan ve Gürcan (2011) çalışmalarında, 1936–2005 yıllarına ait türlerine göre büyükbaş ve küçükbaş hayvan sayıları Box Jenkins yöntemiyle araştırılarak, 2015 yılına kadar elde ettikleri öngörülerde, toplam hayvan sayılarının yıllık ortalama artış hızının binde 2 olacağını bulmuşlardır.

Çelik (2012) ARIMA modelleri kullanarak kırmızı et sektöründe geleceğe yönelik yapmış olduğu analizlerden elde ettiği bulgulara göre kırmızı et üretim miktarında, 2011 yılındaki üretim miktarına göre 2012 ve 2013 yıllarında çok az bir düşüş olacağı, ancak 2014 yılından 2020 yılına kadar kırmızı et üretim miktarının artacağı sonucuna ulaşmıştır.

Gümüş ve Çınar (2016) çalışmalarında Türkiye ile AB ve ABD’nin kırmızı et sektörleri karşılaştırıldığında Türkiye’nin işletme ölçekleri, verim ve maliyetler açısından daha geride kaldığı; üretilen etin kalite, sağlık ve hijyen standartları yönünden yetersiz seviyelerde olmasının ihracat potansiyelini sınırlandıran unsurlar olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bashimov (2018) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indeksi ile Türkiye’nin canlı hayvanlar ve hayvansal ürünlerde rekabet gücünü incelediği çalışmasında ilgili ürün gurubu için rekabet gücünü düşük bulmuştur. Ticaret Dengesi İndeksi (TBI) değerlerine göre ise, Türkiye’nin canlı hayvanlarda 2003 yılına kadar net ihracatçı ülke konumunda iken, bu yıldan itibaren net ithalatçı ülke konuma düştüğü, hayvansal ürünlerde ise net ihracatçı ülke konumunda olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çiçek ve Doğan (2018) Trend analizi sonuçlarına göre, cari ve sabit fiyat düzeyinin 2018-2020 döneminde yükseleceğini tahmin etmişlerdir. Canlı sığır ve sığır eti ithalatının iç piyasadaki fiyatları kısmen etkilediği, yıllar içerisinde döviz kurundaki değişimin ithalatın maliyetine yansıdığı ve yem fiyatlarındaki artışın sığır eti üretici fiyatları üzerinde daha fazla baskı oluşturduğu bulgusunu elde etmişlerdir.

Alev (2018) Avrupa Birliği ve Türkiye’de hayvancılık sektörünü içeren verilerle gerçekleştirdiği çalışmasında hayvansal ürün ihracatı ve kişi başına düşen kırmızı et miktarları açısından Türkiye’nin AB üyesi ülkelerin birçoğunun gerisinde kaldığı sonucuna ulaşmıştır.

Önder ve Şahin (2019) kırmızı et ve et ürünlerine yönelik uygulanan gümrük vergisi indirimlerinin dana ve sığır eti talebine etkisini 1994-2018 dönemi için inceledikleri çalışmalarında; talebin fiyat esnekliğinin inelastik yapıda olduğunu dana ve sığır eti fiyatında ortaya çıkan %1’lik bir artışın ilgili mala yönelik talebi %3,2 oranında azaltıcı etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Dana ve sığır eti talebinin çapraz fiyat esnekliğinde, esnekliğin pozitif işarete sahip olduğunu ve koyun eti fiyatında ortaya çıkan %1’lik bir artışın dana ve sığır eti talebinde %1,9 oranında bir azalışa neden olduğunu; gelir esnekliği incelendiğinde ise talebin gelir esnekliğinin birim esneklikten düşük olduğunu tespit etmişlerdir (dana ve sığır eti zorunlu mal niteliğindedir). 1996-2010 yılları arasında kırmızı

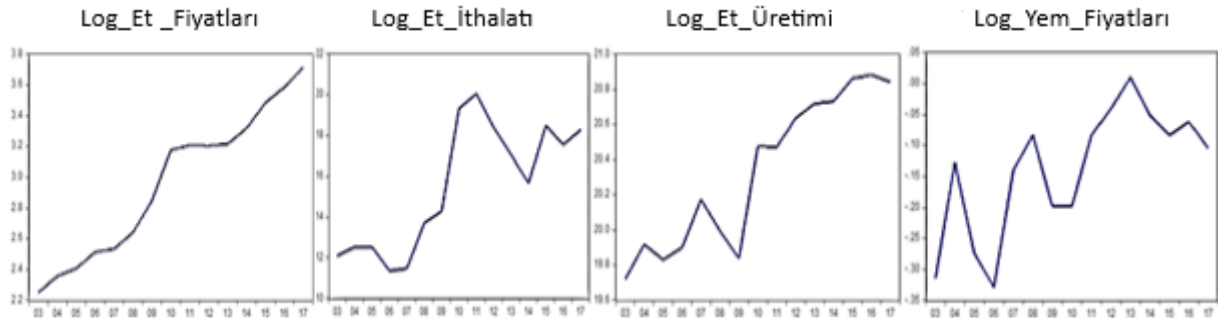
ete uygulanan gümrük vergisi indirimlerinin ise dana ve sığır eti talebine pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu ve dana ve sığır eti talebinde 0,8 oranında bir artış sağladığı sonucuna ulaşmışlardır.

Özyürek vd. (2019) tüketicilerin kırmızı et tüketim davranışları ile ithal ete bakış açılarını Erzincan ili için anket yönteminden elde ettikleri verileri kullanarak incelemişlerdir. Çalışmada tüketicilerin kırmızı et tüketme sıklığı üzerinde aylık gelir istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Katılımcıların ithal eti %47,4'ü güvenli bulmadığı için, %33,3'ü ise yerli üretim almak için tercih etmediği; %5,7'sinin ise ithal kırmızı eti tercih ettiği sonucuna ulaşmıştır.

5.YÖNTEM

5.1.Veri ve Metodoloji

Çalışmada Türkiye'nin 2003-2017 et ithalatı, et üretimi, et fiyatları ve yem fiyatları arasındaki ilişki analiz edilecektir. Et fiyatları için TÜİK veri tabanında TÜFE ile ilgili dataların içerisinde 12 aylık verilerin ortalamaları alınarak yıllık veri oluşturulmuştur. Et ithalatı ile ilgili datalara TÜİK veri tabanından fasıllara göre ithalat sınıflandırması içerisinde, etler ve yenilen sakatat (Meat and edible meat offals) bölümünden ulaşılmıştır. Yem fiyatları için YEM-BİR verileri kullanılmış, et üretimi ile ilgili veriler ise Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı datalarından alınmıştır. Analiz için verilerin doğal logaritmaları alınmıştır. Yapılan analiz neticesinde değişkenler arasında ilişkinin var olup olmadığı incelenecektir. Analiz Eviews 9.0 programıyla yapılmıştır. Çalışmada zaman serisi verileri kullanılmıştır. Zaman serisi, zamana göre değişim gösteren serilerdir. Zaman serisine göre yapılan ampirik çalışmalarda serinin durağan özellik göstermesi gerekmektedir, bu nedenle analize başlamadan önce değişkenlerin durağan olup olmadıkları test edilmesi gerekmektedir. Bu serilerin durağan olup olmadığının yani birim kök ihtiva edip etmediğinin araştırılmasında ADF testi kullanılmıştır. Serilerin bütünleşme dereceleri farklı olduğundan eşbütünleşme ilişkisi Engle-Granger (1987) eşbütünleşme analizi ile test edilmiştir. Şekil 1' de değişkenlerin yıl bazında eğilimleri yer almaktadır.



Şekil 1: Et İthalatı, Et Fiyatı, Et Üretimi ve Yem Fiyatları Değişkenlerinin Eğilimleri

5.2.Ampirik Bulgular

Bu bölümde kullanılan istatistik testler ile ilgili bilgiler verilecek ve ulaşılan ampirik sonuçlar açıklanacaktır.

5.2.1.Birim Kök Testi

Zaman serileri, ortalamasıyla varyansı zaman içinde değişmiyorsa ve iki dönem arasındaki ortak varyansı bu ortak varyansın hesaplandığı döneme değil yalnızca iki dönem arasındaki uzaklığa bağlıysa durağandır (Karaca, 2003). Durağan olmayan serilerden yola çıkarak elde edilen regresyon tahminleri güvenilir olarak nitelendirilmemektedir. Bu durum sahte ya da yanıltıcı tahmine neden olabilmektedir neticede t ve F testleri geçerliliğini kaybetmektedir. Durağan olmayan zaman serileriyle yapılan regresyon analizlerinin anlamlı olabilmesi ve gerçek ilişkileri yansıtabilmesi ise seriler arasında bir eş-bütünleşme ilişkisinin olmasıyla mümkündür (Gujarati, 2004; Gujarati, 1999). Bu çalışmada serilerin durağan olup olmadıklarının belirlenmesinde ADF birim kök testi kullanılmıştır. ADF testi üç farklı regresyon ilişkisini içermektedir (1) (Dickey ve Fuller, 1979):

Yalın Hali

$$\Delta Y_t = \gamma Y_{t-1} + u_t$$

Sabit Terimli Hali

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \gamma Y_{t-1} + u_t \quad (1)$$

Sabit Terimli ve Trendli Hali

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \gamma Y_{t-1} + u_t$$

Test sonucunda elde edilen ADF istatistikleri, Mackinnon (1996) kritik değerleriyle karşılaştırılarak; sıfır hipotezi ($H_0: \gamma = 0$), alternatif hipoteze karşı ($H_1: \gamma \neq 0$) test edilmektedir. H_0 : Seri durağan değildir (birim kök var), H_1 : Seri durağandır (birim kök yok). Tablo 1’de çalışmadaki değişkenlerin birim kök testi sonuçları gösterilmektedir. ADF Testinde seriler için birim kök testi uygulandığında değişkenlerin durağan olmadığı sonucuna varılmıştır. Zaman serilerinde bütün değişkenlerin aynı seviyede durağan olması gerekmektedir. Dolayısıyla serilerin ikinci farkı alınarak yeniden birim kök testi uygulandığında serilerin durağanlaştığı ve birim kök olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak tüm serilerin durağanlık derecesinin I(2) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	ADF Test İstatistiği		Kritik Değerler		
	t istatistiği	p değeri	1%	5%	10%
LOG_ET_İTHALATI	-1,213356	0,6369	-4,004425	-3,098896	-2,690439
LOG_ET_FİYATI	-0,138218	0,9266	-4,004425	-3,098896	-2,690439
LOG_ET_URETİMİ	-1,071378	0,6955	-4,004425	-3,098896	-2,690439
LOG_YEM_FİYATLARI	-2,048327	0,2652	-4,121990	-3,144920	-2,713751

Değişkenler	ADF Test İstatistiği		Kritik Değerler		
	t istatistiği	p değeri	1%	5%	10%
D(LOG_ET_İTHALATI)	-3,228112	0,0417	-4,057910	-3,119910	-2,701103
D(LOG_ET_FİYATI)	-3,019176	0,0639	-4,200056	-3,175352	-2,728985
D(LOG_ET_URETİMİ)	-4,252117	0,0081	-4,121990	-3,144920	-2,713751
D(LOG_YEM_FİYATLARI)	-6,200762	0,0004	-4,121990	-3,144920	-2,713751

Değişkenler	ADF Test İstatistiği		Kritik Değerler		
	t istatistiği	p değeri	1%	5%	10%
D(LOG_ET_İTHALATI,2)	-5,198286	0,0018	-4,121990	-3,144920	-2,713751
D(LOG_ET_FİYATI,2)	-3,647543	0,0219	-4,121990	-3,144920	-2,713751
D(LOG_ET_URETİMİ,2)	-5,709450	0,0011	-4,200056	-3,175352	-2,728985
D(LOG_YEM_FİYATLARI,2)	-8,227017	0,0000	-4,200056	-3,175352	-2,728985

5.2.2. Eşbütünleşme Testi

Çalışmada seriler arasındaki eş-bütünleşme ilişkisinin varlığı, Engle-Granger (1987) yöntemiyle test edilmiştir. Engle-Granger (1987) eşbütünleşme analizi için; serilerin düzey değerleri arasında bir regresyon tahmini yapılmakta, sonra bu tahminin hata terimleri serisi elde edilmekte ve I. farklarından elde edilen değişkenlerin oluşturduğu bu seriye ADF birim kök testi uygulanmaktadır. Neticede bulunan ADF test istatistiği değeri, Engle-Granger (1987) tablo değerleriyle karşılaştırılmaktadır. Test değerlerinin, tablo değerlerinden büyük olması, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığını göstermektedir (Engle ve Granger, 1987; Enders, 1995). Elde edilen bulgulara göre, OLS Regresyon Analizinden sonra hesaplanan hata terimleri Tablo 3’te gösterilmektedir. Hata terimlerine birim kök testi uygulandığında $p > 0,05$ olduğundan seriler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisi tespit edilememiştir.

Tablo 2: Engle-Granger Eşbütünleşme Testi (OLS) Sonuçları

Bağımlı Değişken: Log_Et_İthalatı				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık Değerleri
LOG_ET_URETİMİ	-1,233986	3,681085	-0,335223	0,7438
LOG_ET_FİYATLARI	6,249150	2,914108	2,144447	0,0552
LOG_YEM_FİYATLARI	2,587336	6,985857	0,370368	0,7181
C	22,45152	67,72520	0,331509	0,7465

Tablo 3: Engle-Granger Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Hata Terimi Birim Kök Testi Sonuçları				
ADF Test İstatistiği		Kritik Değerler		
t istatistiği	p değeri	1%	5%	10%
-1,991701	0,2865	-4,004425	-3,098896	-2,690439

5.2.3. Hata Düzeltme Modeli

Durağanlığı sağlamak için serilere fark işlemi uygulandığında söz konusu durum uzun dönem bilgisinde kayıplara neden olabilmektedir. Hata düzeltme modelleri kullanılarak bu dengesizlikler ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Ayrıca değişkenler arasında kısa dönemli ilişkinin varlığı analiz edilmektedir. Hata düzeltme terimi, uzun dönem ilişkisinden elde edilen hata terimleri serisinin bir dönem gecikmesini temsil eder ve bu değişkenin katsayısı, uzun dönemde birlikte hareket eden seriler arasında, kısa dönemde meydana gelen sapmaların ne kadarının bir dönem sonra düzeleceğini göstermektedir. Bu katsayının işaretinin negatif olması, sapmaların uzun dönem denge değerine yaklaşacağını gösterirken, pozitif olması ise serilerin uzun dönem denge değerinden uzaklaşacağı anlamına gelmektedir (Tarı, 2008). Hata giderme mekanizması sonucunda et ithalatının bağımlı diğer değişkenlerin bağımsız değişken olduğu modelde elde edilen bulgular Tablo 4'te gösterilmektedir. Hata düzeltme modeline göre değişkenlerin kısa dönemde etkisi bulunamamıştır ($p > 0.05$). Değerler anlamlı çıksaydı kısa dönemdeki sapmaların %99'u uzun dönemde giderilecekti.

Tablo 4: Hata Düzeltme Modeli Sonuçları (Bağımlı Değişken D (Et İthalatı,2))

Bağımlı Değişken: D (Et İthalatı,2)				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık Değerleri
D(LOG_ET_URETİMİ,2)	1,992134	2,530360	0,787293	0,4538
D(LOG_ET_FİYATLARI,2)	3,958397	9,200778	0,430224	0,6784
D(LOG_YEM_FİYATLARI,2)	0,212738	5,226335	0,040705	0,9685
HATATERİMİ1(-1)	-0,995881	0,462495	-2,153279	0,0635
C	0,106562	0,537685	0,198187	0,8478

5.2.4. Nedensellik Testi

Bu çalışmada değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek için, Granger tarafından 1969 yılında geliştirilen nedensellik testi uygulanmıştır. Granger nedensellik testi denklemi:

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_i X_{t-i} + u_t \quad (1)$$

$$X_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^m \lambda_i X_{t-i} + \theta Y_{t-i} + v_t \quad (2)$$

Burada, m gecikme uzunluğunu göstermekte olup, değişkenler arasında tahmin edilen standart VAR içindeki bilgiler kullanılarak tespit edilmektedir (Enders, 1995). Granger nedensellik analizi denklemdeki, bağımsız değişkenin gecikmeli değerlerin katsayılarının, belirli bir anlamlılık düzeyinde, grup halinde sifıra eşit olup olmadığı test edilerek yapılır. (1) nolu denklemdeki β_i katsayıları belirli bir anlamlılık düzeyinde sifırdan farklıysa, X'in Y'nin nedeni olduğuna karar verilir. Aynı şekilde (2) nolu denklemde de θ katsayılarının da belirli bir anlamlılık düzeyinde, grup halinde sifırdan farklı olması da Y'nin X'in nedeni olduğunu göstermektedir (Granger, 1969). Çalışmada öncelikli olarak değişkenlerin durağan hali alınarak VAR analizi uygulanmış uygun gecikme değeri 1 olarak tespit edilmiştir. Var analizi sonuçları Tablo5'te gösterilmiştir. Buna göre et ithalatının bir dönem gecikmesinin, et ithalatına etkisi bulunmuştur.

Tablo 5: Granger Nedensellik Analizi (VAR Analizi)

Bağımlı Değişken: D(LOG_ET_ITHALATI,2)			
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği
D(LOG_ET_ITHALATI (-1),2)	-0.986788	0,36681	-2,69018
D(LOG_ET_FİYATI (-1),2)	20,32244	10,9485	1,85618
D(LOG_ET_URETİMİ (-1),2)	-0,732740	3,12798	-0,23425
D(LOG_YEM_FİYATLARI (-1),2)	3,366371	6,43273	0,52332
C	-0.006679	0,70976	-0.00941

Çalışmada gecikme uzunluğu 1 (AIC bulunmuştur) olarak alınmıştır. Buna göre elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 6'da Et İthalatı ve diğer değişkenler arasındaki Granger nedensellik analizi sonuçları gösterilmektedir. Buna göre et fiyatı et ithalatının nedeni çıkmıştır ($p < 0.10$).

Tablo 6: Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: D(LOG_ET_ITHALATI,2)			
Değişkenler	Chi Sq	P Değeri	Nedensellik Yönü
D(LOG_ET_URETIMI,2)	0,054875	0,8148	Nedensellik Yok
D(LOG_ET_FIYATLARI,2)	3,445393	0,0634	Nedensellik Var
D(LOG_YEM_FIYATLARI,2)	0,273863	0,6008	Nedensellik Yok
All	4,657952	0,1986	Nedensellik Yok

Et üretimi ve diğer değişkenler arasındaki Granger nedensellik analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir. Buna göre et fiyatları, et üretiminin nedeni çıkmıştır ($p < 0.10$). Benzer şekilde et ithalatı, et üretiminin nedeni çıkmıştır ($p < 0.05$). Et ithalatı, et fiyatları ve yem fiyatları değişkenleri modele toplu olarak dahil edildiğinde; et üretimi üzerinde etkisi bulunmuştur ($p < 0.05$).

Tablo 7: Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: D(LOG_ET_URETIMI,2)			
Değişkenler	Chi Sq	P Değeri	Nedensellik Yönü
D(LOG_ET_ITHALATI,2)	5,607899	0,0179	Nedensellik Var
D(LOG_ET_FIYATLARI,2)	3,019725	0,0823	Nedensellik Var
D(LOG_YEM_FIYATLARI,2)	0,418459	0,5177	Nedensellik Yok
All	9,921022	0,0192	Nedensellik Var

Yem fiyatları ve diğer değişkenler arasındaki Granger nedensellik testi sonuçları Tablo 8'de gösterilmektedir. Buna göre değişkenlerle yem fiyatları arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir ($p > 0.05$).

Tablo 8: Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: D(LOG_YEM_FIYATLARI,2)			
Değişkenler	Chi Sq	P Değeri	Nedensellik Yönü
D(LOG_ET_ITHALATI,2)	0,873462	0,3500	Nedensellik Yok
D(LOG_ET_URETIMI,2)	2,658370	0,1030	Nedensellik Yok
D(LOG_ET_FIYATLARI,2)	0,055900	0,8131	Nedensellik Yok
All	4,727299	0,1929	Nedensellik Yok

Et fiyatı ve diğer değişkenler arasındaki Granger nedensellik ilişkisi sonuçları Tablo 9'da gösterilmektedir. Buna göre et ithalatı, et üretimi ve yem fiyatları değişkenleri modele toplu olarak dahil edildiğinde et fiyatı üzerinde etkisi bulunmuştur ($p < 0.10$).

Tablo 9: Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: D(LOG_ET_FIYATI,2)			
Değişkenler	Chi Sq	P Değeri	Nedensellik Yönü
D(LOG_ET_ITHALATI,2)	0,540326	0,4623	Nedensellik Yok
D(LOG_ET_URETIMI,2)	2,479951	0,1153	Nedensellik Yok
D(LOG_YEM_FIYATLARI,2)	0,021722	0,8828	Nedensellik Yok
All	6.281062	0.0987	Nedensellik Var

6. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

1980 yılına kadar sayısal oranda artan et üretimi 1980 sonrası alınan kararlarla birlikte düşme eğilimi göstermiştir. 2008 yılında yaşanan hayvancılık krizi neticesinde et arzının yetersizliği sonucunda artan et fiyatlarını dengelemek için alınan et ithalatı kararı, Türkiye ekonomisini ithalata bağımlı hale getirmemek adına geçici bir çözüm önerisi olarak değerlendirilmeli uzun vadede hayvancılığı teşvik edici politikalar desteklenmeye devam edilmeli, yerel üretim arttırılmalıdır. Et üretimi bir çok sektörü (süt,yem,vb.) etkileyebilme ve bu sektörlerden etkilenebilme potansiyeline sahiptir. Bu yüzden ithalata yönelik politikalar zamanla bağlı

sektörlerde de ithalatı zorunlu kılacaktır. Neticede et ve et ürünleri grubunun ithalatı Türkiye'yi ithalata bağımlı hale getirebilme riskini barındırmaktadır.

Kalite standardının korunması için alınacak önlemler çerçevesinde Türkiye'nin kırmızı et sektörünün canlandırılmasına yönelik adımların atılması gerekmektedir. Bu bağlamda hayvancılık sektörü için yapılan desteklerde standardizasyonun sağlanması, BSE (Deli Dana) gibi hastalıkların taşınmasının önüne geçmek için gereken önlemlerin alınması ve üreticilerin sektör alanında eğitimlerinin devamlılığı önem arz etmektedir. Neticede Türkiye'nin mevcut yatırımlar ve sübvansiyonlarla, kırmızı et sektörü açısından sahip olduğu elverişli şartları değerlendirerek, kırmızı et için artan iç ve dış talebi karşılamaya yönelik üretim artışı, rekabet üstünlüğünün sağlanması ve ülkenin pazar payının artırılmasına katkı sağlayabilecektir.

Çalışmada Türkiye'nin 2003-2017 yılları arasında et ithalatı, et fiyatı, et üretimi ve yem fiyatları değişkenleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Buna göre yapılan durağanlık analizleri sonucunda seriler durağanlık seviyesi I(2) çıkmıştır. Seriler arasındaki eş bütünlüşme ilişkisi ise Engle-Granger yöntemiyle test edilmiştir. Buna göre seriler arasında uzun dönemde eşbütünlüşme ilişkisi tespit edilememiştir ($p>0.05$). Benzer şekilde hata düzeltme modeline dayanarak yapılan analizde değişkenlerin kısa dönemde etkisi bulunamamıştır ($p>0.05$). Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkinin yönü Granger nedensellik analizi ile tespit edilmiştir. Buna göre elde edilen bulgular:

1. Et fiyatı et ithalatının nedeni çıkmıştır ($p<0.10$).
2. Et fiyatları, et üretiminin nedeni çıkmıştır ($p<0.10$). Benzer şekilde et ithalatı, et üretiminin nedeni çıkmıştır ($p<0.05$). Et ithalatı, et fiyatları ve yem fiyatları değişkenleri modele toplu olarak dahil edildiğinde; et üretimi üzerinde etkisi bulunmuştur ($p<0.05$).
3. Değişkenlerle yem fiyatları arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir ($p>0.05$).
4. Et ithalatı, et üretimi yem fiyatları değişkenleri modele toplu olarak dahil edildiğinde et fiyatı üzerinde etkisi bulunmuştur ($p<0.10$). Çalışmada elde edilen Granger nedensellik analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10: Granger Nedensellik Test Sonuçlarının Özeti

Et Fiyatı → Et İthalatı
Et Fiyatı → Et Üretimi
Et İthalatı → Et Üretimi
Et İthalatı + Et Fiyatları + Yem Fiyatları → Et Üretimi
Et İthalatı + Et Üretimi + Yem Fiyatları → Et Fiyatı

KAYNAKLAR

- Akın, A. C., Arıkan, M. S. ve Çevrimli, M. B. (2018). "Türkiye'de 2010-2017 Yılları Arasında İthalat Kararlarının Kırmızı Et Sektörüne Etkisi", *1st International Health Sciences and Life Congress*, Burdur 2-5 Mayıs 2018, 109-119.
- Akder, A. H. (2009). "Finansal Kriz ve Gıda Ürünleri Fiyatları", *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, Sayı 9, s. 27-38.
- Alev, N. (2018). "Avrupa Birliği ve Türkiye'de Hayvancılık Sektörünün Genel Ekonomik Durumu", *G. Ü. İslâhiye İİBF Uluslararası E-Dergi*, 2/2, 57-76.
- Aydın, E., Can, M. F., Aral, Y., Cevger, Y. ve Sakarya, E. (2010). "Türkiye'de Canlı Hayvan ve Kırmızı Et İthalatı Kararlarının Sığır Besicileri Üzerine Etkileri", *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 81/ 2, 51-57.
- Aydın, E., Aral, Y., Can, M. F., Cevger, Y., Sakarya, E. ve İşbilir, S. (2011). "Türkiye'de Son 25 Yılda Kırmızı Et Fiyatlarındaki Değişimler ve İthalat Kararlarının Etkilerinin Analizi", *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 82/1, 3-13.
- Bashimov, G. (2018). "Türkiye'de Canlı Hayvanlar ve Hayvansal Ürünlerin Dış Ticaret Yapısının Analizi", *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 32/1, 1-13.
- Bayraç, H. N. ve Çemrek, F. (2011). "AB Uyum Sürecinde Türkiye'de Hayvancılık Sektörünün Yapısal Analizi ve Geliştirmeye Yönelik Politikalar", *Ekonomik Yaklaşım Kongreler Dizisi* 7, 1-20.
- Can, M. F. (2018). "Türkiye Hayvancılık Politikalarının AB ile Etkileşimi ve Olası Sonuçları", *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*, 13/2, 242-250.
- Case, K. E., Fair, R. C. ve Oster, S. M. (2012). *Ekonominin İlkeleri*, 9. Baskı, Palme, Ankara.
- Cenan, N. ve Gürcan, İ. S. (2011). "Türkiye Çiftlik Hayvan Sayılarının İleriye Yönelik Projeksiyonu: ARIMA Modellemesi", *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 82/1, 35-42.
- Cünedioğlu, H. E ve Kalkan, S. (2010). Et Fiyatlarındaki Artışa Nasıl Bakılmalı?, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 1-4. https://www.tepav.org.tr/upload/files/1282204505-4.Et_Fiyatlarındaki_Artışa_Nasil_Bakılmalı.pdf (10.12.2018).
- Çelik, Ş. (2012). "Türkiye'de Kırmızı Et Üretiminin Box-Jenkins Yöntemiyle Modellenmesi ve Üretim Projeksiyonu", *Hayvansal Üretim*, 53/2, 32-39.
- Çetin, B. (2013). *Uygulamalı Tarım Ekonomisi*, 1. Baskı, Nobel, Ankara.
- Çiçek, H. ve Doğan, İ. (2018). "Türkiye'de Canlı Sığır ve Sığır Eti İthalatındaki Gelişmeler ve Üretici Fiyatlarının Trend Modelleri ile İncelenmesi", *Kocatepe Veterinary Journal*, 11/1, 1-10.
- Dağdemir, V., Birinci, A. ve Atsan, T. (2003). "Türkiye'de Kırmızı Et Pazarlaması", *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34/4, 361-366.
- Demirkol, C. (2007). *Türkiye'de Kırmızı Et Sektörünün Sanayici ve Tüketici Düzeyinde Analizi*. (Doktora Tezi). Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Dickey, D. ve Fuller, W. A. (1979). "Distribution Of The Estimates For Autoregressive Time Series With a Unit Root", *Journal Of The American Statistical Association*, 74/366, 427-431.
- DPT (2001). Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu Et ve Et Ürünleri Sanayii Alt Komisyonu Raporu, http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/08_GıdaSanayii_EtVeEtUrunleriSanayii.pdf (07.12.2018).
- Enders, W. (1995). *Applied Econometric Time Series*, 1st Ed, New York.
- Engle, R. F. ve Granger, C. W. J. I. (1987). "Co-integration And Error Correction: Representation, Estimation, And Testing", *Econometrica*, 55/2, 251-276.
- Erün, G. (2010). "Türkiye ile AB, Gıda ve Canlı Hayvan Sektörü Dış Ticaretinde Endüstri İçi Ticaret Analizi", *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2/1, 71-78.
- Ertuğrul, E. (2000). Et ve Et Ürünleri, Türkiye Kalkınma Bankası Sektörel Araştırmalar Raporu, 1-84, Ankara.
- Göç, V., Çetinkaya M. ve Karamık, Ş. (2013). "Türkiye'de Kırmızı Et Üretimi, Sorunları ve Bazı Çözüm Önerileri", *Atatürk Üniversitesi 9. Ulusal Zootekni Öğrenci Kongresi, Erzurum 23-25 Mayıs 2013*, 339-344.
- Granger, C.W.J. (1969). "Investigating Causal Relation By Econometric And Cross-Sectional Method", *Econometrica*, 37/3, 424-438.
- Gujarati, D. N. (1999). *Basic Econometrics*, The McGraw Hill Companies, 3rd Edition, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic Econometrics*, The McGraw Hill Companies, New York.

- Gümüş, E. ve Çınar, H. (2016). "Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği Sığır Eti Sektörlerinin Karşılaştırılması ve Dış Ticaret Açısından Değerlendirilmesi", *Harran Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 5/2, 177-183.
- Gürler, A. Z. (2012). *Analitik Tarım Ekonomisi*, 2. Baskı, Nobel, Ankara.
- Hatırlı, S. A., Öztürk, E. ve Aktaş, A. R. (2007). "Kırmızı, Tavuk ve Beyaz Et Talebinin Tam Talep Sistemi Yaklaşımıyla Analizi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2/6, 211-221.
- Karaca, O. (2003). "Türkiye'de Enflasyon-Büyüme İlişkisi: Zaman Serisi Analizi", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4/2, 247-255.
- Karacan, R. (2017). "Türkiye'de Kırmızı Et Talebinin, Beyaz Et Tüketimi ve Gelir Dağılımı Açısından Değerlendirilmesi", *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 54/630, 67-73.
- Karagöz, H. (2009). Türkiye'de ve Konya'da Hayvancılık Sektörü, Sektörün Sorunları ve Çözüm Önerileri. Konya Ticaret Odası, Etüd Araştırma Servisi, 1-25 http://www.kto.org.tr/d/file/hayvancilik_raporu_rapor.pdf (10.12.2018).
- Karakuş, K. (2011). "Türkiye'nin Canlı Hayvan ve Kırmızı Et İthaline Genel Bir Bakış", *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1/1, 75-79.
- Koç, A. (1995). *Türkiye'de Kırmızı Et Arz ve Talebinin Ekonometrik Analizi ve Kırmızı Et Sanayi Yapısı ile İşleyişinin İncelenmesi*. (Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Lorcu, F. ve Bolat, B. A. (2012). "Türkiye'de Kırmızı İthal Et", *Hayvansal Üretim*, 53/1, 14-20.
- Ocaklı, B., Ertoşun, Z., Demiröz, M., Horasan, B. ve Peker, Ş. (2010). Türkiye'de Hayvancılığın Durumu ve Et İthalatı, Adnan Menderes Üniversitesi, http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/cb16f6f3938e162_ek.pdf (10.12.2018).
- Önder, K. (2018). "Kırmızı Et ve Et Ürünleri Sanayinin Pazar Gücü: Oligopson Yapısı", *Muhasebe Finans ve İktisat Araştırma Örnekleri*, (Ed. A. Acaravcı). 1. Baskı, Nobel, Ankara.
- Önder, K. ve Şahin, M. (2019). "Gümrük Vergisi Düzenlemelerinin Hanehalkı Sığır ve Dana Eti Talebine Etkisi", *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54/3, 1221-1233.
- Özyürek, S., Çebi, K., Türkyılmaz, D., Esenbuğa, N., Dağdelen, Ü. ve Yaprak, M. (2019). "Erzincan İlinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicilerin İthal Kırmızı Ete Bakış Açılarının Değerlendirilmesi", *Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 12/1, 263-273.
- Saygın, Ö. ve Demirbaş, N. (2017). "Türkiye'de Kırmızı Et Sektörünün Mevcut Durumu ve Çözüm Önerileri", *Hayvansal Üretim*, 58/1, 74-80.
- Sekmen, A. E., Kaliber, M., Uzkülekçi, H. H., Kurt, Ş., Konca, Y. ve Kıyıcı, J. M. (2013). Canlı Hayvan ve Kırmızı Et İthalatının Ardından, *Atatürk Üniversitesi 9. Ulusal Zootekni Öğrenci Kongresi*, Erzurum 23-25 Mayıs 2013, 315-319.
- Şahin, Y., Para, G. ve Adkinson, A. Y. (2013). İthal Edilen Angus Irkı Sığırların Türkiye Hayvancılığı ve Ekonomisine Etkileri, *Atatürk Üniversitesi 9. Ulusal Zootekni Öğrenci Kongresi*, Erzurum 23-25 Mayıs 2013, 331.
- Şeker, İ. ve Köseman, A. (2015). "Türkiye'de Sığır, Koyun ve Keçi Yetiştiriciliğinin Mevcut Durumu", *Van Veterinary Journal*, 26/2, 111-117.
- Şimşek, E. (2018). "Türkiye ve AB Ülkelerinde Kırmızı Et Üretiminde İşgücü Verimliliğinin Karşılaştırılması", *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 24/1, 85-97.
- TAGEM Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (2018), Tarım Ürünleri Piyasaları Kırmızı Et, 1-4. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2018-Ocak%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/2018-Ocak%20K%C4%B1rm%C4%B1z%C4%B1z%C4%B1%20Et.pdf> (09.12.2018).
- Tarı, R. (2008). *Ekonometri*, 8. Baskı, Avcı Ofset, İstanbul.
- T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2015), Hayvancılık Genel Müdürlüğü Kırmızı Et Stratejisi, 1-70. <https://www.tarimorman.gov.tr/HAYGEM/Belgeler/Hayvanc%C4%B1l%C4%B1k/K%C4%B1rm%C4%B1z%C4%B1z%C4%B1%20Et%20Stratejisi.pdf> (10.12.2018).
- T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2017), Avrupa Birliği Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Programı: IPARD (2014-2020), 1-205 https://www.tkd.gov.tr/Content/File/Ipard/IPARDII_Programi-Turkce_3Cagri.pdf (14.12.2018).

- Turhan, Ş., Erdal, B. ve Çetin, B. (2010). Türkiye’de Kırmızı Ette Fiyat Oluşumu ve Etkileyen Faktörler, *Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi*, Şanlıurfa 22-24 Eylül 2010, 387-395.
- Türkyılmaz, M. K. (2010). “Türkiye Et Üretiminin Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, *Kocatepe Veteriner Dergisi*, 3/2, 83-90.
- Ünlüsoy, K., İnce, E. ve Güler, F. (2010). Türkiye Kırmızı Et Sektörü ve Rekabet Politikası, *Rekabet Kurumu*, 1-65. <https://www.gtb.org.tr/dosya/pdf/kirmizi-et-sektor-raporu-1.pdf> (09.12.2018).
- Yıldız, F. F. (2004). “Avrupa Birliğinde Müdahale ve Ödeme Kuruluşları”, *TMMOB ZMO Tarım ve Mühendislik Dergisi*, 69,1-13.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).

GERİ ÇEKİLDİ