

AÜSBBD

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Editör / Editor

Saime ÖNCE

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

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

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

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

Teknik Editör / Technical Editor

Gülgün BULUT

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

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

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

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

Yayın Kurulu / Editorial Board

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

Alan Editörleri / Field Editors

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

Dil Editörleri / Language Editor

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

Görsel Tasarım ve Dizgi / Graphic Design & Typeset

- Gülgün BULUT** (Anadolu Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi

Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi

Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi

Ali Resül USUL - Anadolu Üniversitesi

B. Yelda UÇKAN- Anadolu Üniversitesi

Betül DEMİRCİ - Anadolu Üniversitesi

Bülent AÇMA- Anadolu Üniversitesi

C. Hakan AYDIN - Anadolu Üniversitesi

C. Hakan KAĞNICIOĞLU- Anadolu Üniversitesi

Cengiz YILMAZ - Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Deniz KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi

Deniz TAŞCI- Anadolu Üniversitesi

E. Nezh ORHON - Anadolu Üniversitesi

Elif TEKİN İFTAR - Anadolu Üniversitesi

Ergün KAYA- Anadolu Üniversitesi

Eriñç YELDAN - Bilkent Üniversitesi

Erol KUTLU- Anadolu Üniversitesi

F. Zeynep ÖZATA - Anadolu Üniversitesi

Fatih TEMİZEL - Anadolu Üniversitesi

H. Zümrüt TONUS- Anadolu Üniversitesi

Hakan KARAKEHYA- Anadolu Üniversitesi

Halil İbrahim USTA - Ankara Üniversitesi

Halit Turgay ÖNALAN - Anadolu Üniversitesi

H. Rafet YÜNCÜ – Anadolu Üniversitesi

Hüseyin Sabri ALANYALI – Anadolu Üniversitesi

İbrahim KAYA - Anadolu Üniversitesi

John GRAHL - Middlesex University

Kurtuluş KARAMUSTAFA - Kayseri Üniversitesi

Mehmet Şükrü AKDOĞAN - Erciyes Üniversitesi

Mesut AYGÜN - Anadolu Üniversitesi

Metin TOPRAK - İstanbul Üniversitesi

Michael BASIL - University of Lethbridge

Michael J. BAKER - University of Strathclyde

Meryem AKOĞLAN KOZAK- Anadolu Üniversitesi

Nezh VARGAN- Anadolu Üniversitesi

Nuray TOKGÖZ - Anadolu Üniversitesi

Oktay EMİR – Anadolu Üniversitesi

Philip J. KITCHEN - Brock University

Selami SEZGİN - Anadolu Üniversitesi

Selim BAŞAR- Anadolu Üniversitesi

Süleyman SÖZEN - Anadolu Üniversitesi

Şehmuz BALOĞLU - University of Nevada

Tony ROYLE - National University of Ireland

Turgut TOK - Pamukkale Üniversitesi

Tyler COWEN - George Mason University

Zehra GÜLMÜŞ - Anadolu Üniversitesi



Editörden...

Çok değerli araştırmacılar ve okurlar merhabalar,

Mart ayının sonlarına geldiğimiz bu günlerde size yeni sayımızı sunmuş olmaktan mutluluk duyduğumuzu ifade etmek isterim. Şu anda okuduğunuz sayımızda yer alan yazılar ile bu zamanların sizler için verimli bir yıl olmasını diliyoruz.

Tahmin edersiniz ki bu yayının sizlere ulaşmasında pek çok kişinin, editörden hakemine, katkısı oldu. Değerli yazar ve araştırmacılarımızın çalışmalarını diğer araştırmacı ve okuyucularla buluşturmak için özenli ve özverili çalışmalarıyla dergiye katkı sağlayan alan editörlerimize, hakemlerimize, yayın ve danışma kurullarımıza ve özverili katkılarını hissettiğimiz pek çok kişiye teşekkürlerimi sunuyorum. Büyük emeklerle hazırlanmış çalışmalarını dergimize sunan yazarlarımıza ve dergimiz okuyucularına da çok teşekkürler.

Bir sonraki sayımızda buluşmak umuduyla.

Sevgi ve Saygılarımla...

Prof. Dr. Saime ÖNCE



From the Editor...

Dear researchers and readers,

I would like to express our happiness to present the new issue to you in these days as we almost leave March behind. We wish these times turn into a productive year for you with the help of the articles in the issue you are reading now.

As you recon, many people, from the editors to the referees, have helped in getting this publication to you. I would like to thank to everyone; the field editors, referees, editorial and advisory boards and many others who contributed to the journal with their attentive and self-sacrificing work in order to bring the work of our valuable writers and researchers together with the other researchers and readers. I would like to thank to all of the authors who have sent their works that are prepared with great efforts and to the readers of our journal.

We hope to meet you all in our next issue.

Love and respect...

Prof. Dr. Saime ÖNCE

İçindekiler / Contents

Araştırma Makalesi / Research Article

Dağ Tırmanışı Etkinliğinin Akış Deneyimi Bağlamında Değerlendirilmesi
Examination of the Mountain Climbing in the Context of Flow Experience

Merve METİN - Ebru DÜŞMEZKALENDER 1 -22

Araştırma Makalesi / Research Article

**Pırlanta Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Temsili:
Blue Diamond ve Zen Reklamları Üzerinden Bir Çözümleme**
Representation of Gender Roles in Diamond Ads: An Analysis
Through Blue Diamond and Zen

Gülün TEREK ÜNAL - Özlem KALAN 23-44

Araştırma Makalesi / Research Article

**Suriyeli Mültecilerin Entegrasyonunda Konstrüktivist Halkla İlişkilerin
Mesaj Geliştirmeye Yönelik Potansiyeli Üzerine Bir Tartışma**
A Discussion on the Potential of Constructivist Public Relations for Message
Development in Integration of Syrian Refugees

Oğuz KUŞ 45-64

Araştırma Makalesi / Research Article

Yunus Emre'nin Şiirlerinde Deniz
Sea in Yunus Emre's Poems

Emel NALÇACIGİL ÇOPUR 65-82

Araştırma Makalesi / Research Article

**1846'da Ayntâb'da Gayrimüslimlerin Ödedikleri Vergiler,
Mahalleleri, Nüfusları ve Meslekleri**
Taxes Paid by Non-Muslims in Ayntâb in 1846, Neighborhoods,
Populations, and Occupations

Adem ÇALIŞKAN 83-102

Araştırma Makalesi / Research Article

**Investigation of Impression Management Tactics Exhibited by Powerful
Businesswomen in Turkey by Content Analysis**
Türkiye'de Güçlü İş Kadınlarının Sergilediği İzlenim Yönetimi Taktiklerinin
İçerik Analizi ile İncelenmesi

Betül BALKAN AKAN - Feyza Çağla ORAN 103-120

**Araştırma Makalesi / Research Article****Kripto Para Piyasalarının Covid-19 Pandemisinde Asimetrik Volatilite Karakteristiği**

Asymmetric Volatility Characteristic of Cryptocurrency Markets in Covid-19 Pandemic

Berkan ATAŞ 121-136

Araştırma Makalesi / Research Article**Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Yeşil Ekonomiye Geçiş: Enerji Senaryoları**

Üzerinden Bir Değerlendirme

The European Green Deal and the Transition to a Green Economy:

An Evaluation of Energy Scenarios

Gülşay KÜÇÜK - Betül YÜCE DURAL 137-156

Araştırma Makalesi / Research Article**Çağrı Merkezlerinde Duygusal Emek Süreçlerinin Analizi: Sosyolojik**

Bir Saha Araştırmasının Sonuçları

Analysis of Emotional Labor Processes in Call Centers: Results of a Sociological

Field Study

Hande KÖSE – Fuat GÜLLÜPİNAR 157-180

Derleme / Review**Uluslararası Girişimsel Yönelim Üzerine Eleştirel Bir Literatür İncelemesi**

A Critical Literature Review on International Entrepreneurial Orientation

Ayşe Merve URFA - Cem Cüneyt ARSLANTAŞ 181-208

Araştırma Makalesi / Research Article**Türkiye’de 1991–2002 Döneminde Yerel Yönetim Reformu Çabalarına Dair**

Söylemler, Denemeler ve Gelişmeler

Discourses, Trials, and Developments in Local Government Reform Efforts in

Turkey in the Period of 1991–2002

Hüseyin ÖZGÜR - Niran CANSEVER 209-234

Araştırma Makalesi / Research Article**Toplumsal Hareketlerin Siyaset Psikolojisi Kavramları ile İncelenmesi:**

Arap Baharı Sürecinde Tunus ve Mısır

Explaining Social Movements with the Concepts of Political Psychology:

Tunisia and Egypt in the Arab Spring

Mehmet Osman ÇATI - Gizem KEBAPCI 235-256



Araştırma Makalesi / Research Article

Sosyal Pazarlama Aracı Olarak Kullanılan Dijital Medyanın, Covid-19 Açısına Yönelik Bireysel Tutumlara Etkisi

Effect of Digital Media Used as Social Marketing Tool, on Individual Attitudes Toward Covid-19 Vaccine

Fatma MANSUR - Erhan BIYIK 257-278

Araştırma Makalesi / Research Article

Çalışanların Covid-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntıları ile İş Tatminleri Arasındaki İlişki: Kişi Örgüt Uyumunun Düzenleyici (Modere Edici) Rolü

The Moderating Effect of Person-Organization Fit on the Relationship Between Employees' Covid-19 Related Psychological Distress and Job Satisfaction

Tolga TÜRKÖZ 279-302

Araştırma Makalesi / Research Article

Finansal İşlem Vergileri Hakkında Genel Bir Değerlendirme ve Türkiye için Bazı Öneriler

A General Evaluation of Financial Transaction Taxes and Some Suggestions for Turkey

Ökkeş KISA - Canatay HACIKÖYLÜ 303-322

Araştırma Makalesi / Research Article

Popülizm Teorileri Işığında Türkiye’de Popülizmin Tarihsel Gelişimi: Siyasi Partiler Üzerine Bir İnceleme

The Historical Development of Populism in Turkey in the Light of Populism Theories: An Analysis on Political Parties

Ali ÇARKOĞLU - Ezgi ELÇİ - Fatih EROL - Cansu PAKSOY 323-348

Araştırma Makalesi / Research Article

Ankara Yapılarında Bacini Uygulamaları

Bacini Applications in Ankara Buildings

Yunus Emre KARASU 349-384

Araştırma Makalesi / Research Article

The Relationship between Prevention Focus, Money Attitude and Financial Behavior

Kaçınmacı Odak, Para Tutumu ve Finansal Davranış İlişkisi

Durmuş YILDIRIM 385-404

Dağ Tırmanışı Etkinliğinin Akış Deneyimi Bağlamında Değerlendirilmesi^{1 2}

Merve METİN³ - Ebru DÜŞMEZKALENDER⁴

Başvuru Tarihi: 06.09.2021

Kabul Tarihi: 10.12.2021

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırmada, dağ tırmanışı etkinliğine katılan bireylerin etkinliğe ilişkin deneyimlerinin, akış deneyimi bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Nitel bir tasarımla hazırlanan araştırmada, dağ tırmanışı etkinliğine katılan ve maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemiyle belirlenen 18 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Araştırmada olgu bilim deseni kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesi için Creswell'e ait çözümleme süreci temel alınmıştır. Araştırma sonucunda, dağ tırmanışı etkinliklerinde bireylerin akış durumunu yaşadıkları belirlenmiştir. Yaşanılan deneyimlerin akış deneyiminin daha çok zorluk ve beceri dengesi, ototelik deneyim, anında geri bildirim, kontrol hissi, öz bilinç kaybı, yoğunlaşma ve açık hedefler boyutlarında gerçekleştiği ifade edilebilir. Öte yandan araştırma sonuçları, katılımcıların etkinlik sırasında mücadele verdikleri ve zorluklarla başa çıkabilecek düzeyde kendilerini yeterli hissetmelerile birlikte akış deneyimine bağlı optimal performans yaşadıklarını da göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dağ Tırmanışı, Macera Turizmi, Alternatif Turizm, Akış Deneyimi

Atıf: Metin, M. ve Düşmezkalender, E. (2022). Dağ tırmanışı etkinliğinin akış deneyimi bağlamında değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 1-22.

¹ Bu çalışma 2019 yılına ait verilerden üretildiği için etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bu makale, 'Dağ Tırmanışı Etkinliğinin Akış Deneyimi Bağlamında Değerlendirilmesi' başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiş olup, 201925A102 numaralı proje kapsamında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir.

³ Serbest Araştırmacı, mervemetin9@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2754-8151

⁴ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, earslaner@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6197-1394

Examination of the Mountain Climbing in the Context of Flow Experience

Merve METİN⁵ - Ebru DÜŞMEZKALENDER⁶

Submitted by: 06.09.2021

Accepted by: 10.12.2021

Article Type: Research Article

Abstract

In this research, it is aimed to examine the experiences of the individuals participating in the mountain climbing activity within the framework of the flow experience. In-depth interviews were conducted with 18 people who had participated in the event of the mountain climbing and determined by the maximum variation sampling method, which it was prepared with a qualitative research. Phenomenology design was used in the study. Creswell's analysis process was used to analyze the data. As a result of the research, it was determined that individuals experienced the flow state in mountain climbing activities. It can be stated that the flow experience of the individuals is occurred mainly in the dimension of difficulties situation and skill balance, autotelic experience, simultaneous feedback, a sense of control, the loss of self consciousness, concentration and the main purposes. On the other hand, the results also show that the participants have experienced the optimal performance when they felt sufficient to cope with the difficulties during the event of climbing.

Keywords: Mountain Climbing, Adventure Tourism, Alternative Tourism, Flow Experience

⁵ Freelance Researcher, mervemetin9@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2754-8151

⁶ Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, earslaner@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6197-1394

Giriş

Kitle turizminin gelişimi ile birlikte birçok bölgede meydana gelen bozulmaları düzeltilme çabaları 1980'li yıllardan sonra başlamış, bu bağlamda sürdürülebilirliğin sağlanması ve turizmin çeşitlendirilmesi gibi konularla birlikte alternatif turizm türleri de tartışılmaya başlanmıştır (Ceylan, Çetin ve Özdiçiner, 2019). Yeni deneyimler yaşama, doğal çevreyi keşfetme ve doğayla bütünleşme isteği yönünde değişen turist beklentileri alternatif turizmin gelişimini hızlandırmıştır. Daha sürdürülebilir, çevreye duyarlı ve daha bireysel veya küçük gruplarla seyahat etme isteği, hâkim olan kitle turizmi anlayışını daha da değiştirmiş, böylelikle yeni ve alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır.

Alternatif turizm türlerinden biri olan macera turizmi, uluslararası çapta turizm sektörünün genç ve hızla büyüyen bir alt dalıdır (Gülcan, 2004; Bentley, Page ve Macky, 2007; Guliyev, 2017). Önceleri macera, yabancı olanın araştırılması, keşfedilmesi, yeni topraklar kazanmak maksadıyla başka yerlere gidilmesi olarak anlam kazanmaktaydı. Daha açık ifadeyle macera, sömürgecilikle bağlantılı olarak hedefe ulaşmak için bir araç olarak görülmekteydi. Bu durum zaman içinde değişiklik göstermiş, macera daha çok, kişinin kendi isteğiyle ilgili bir hale gelmiştir. Böylelikle macera bir araç olmaktan çıkarak insanların isteyerek katıldığı yani bir amaç olarak kabul ettiği, bu amaç için seyahat ettiği bir olgu haline gelmiştir. Daha açık ifadeyle, maceranın insan ve toplumlar için seyahatin asıl amacı haline gelmesi, turizm ürünü olarak kabul edilmesini yani macera turizminin bir sektör olmasını sağlamıştır (Çetinkaya, 2014, s. 87). Bu bağlamda macera turizminin ve alt dallarının gelişimine bağlı olarak literatürde de konuların sıklıkla incelendiği ve dikkat çektiği görülmektedir (Giddy, 2018; Pomfred, 2021; Wengel, 2021).

Macera turizmi, kişilerin kendi fiziksel ve duygusal potansiyellerini açık hava ortamında sergileyebilecekleri ticari faaliyetlerin bir çıktısıdır (Haddock ve Wisheard, 1993, s. 8; Bentley, Page ve Laird, 2001, s. 32). Macera turizmi birçok noktada diğer açık hava etkinliklerinden daha farklı değerlendirilmektedir. Bu farklılık macera turizmindeki belirsizlik ve riskten kaynaklanmaktadır. Burada etkinlik gerçekleşirken katılımcı büyük oranda risk ve tehditle karşı karşıya kalabilmektedir (Garda, 2010, s. 204).

Macera turizmiyle, bir turist akış deneyimine ulaşmasının çok önemli bir deneyim olduğu düşünülmektedir (Arslan Ayazlar, 2015, s. 5). Akış deneyiminde birey, güzel bir ruh haline bürünmekte, aktiviteye tam odaklandığı zamanlarda özbilinç kaybı yaşamakta, zaman kavramını yitirmekte, zevk, doyum, mutluluk, eğlence gibi hislere kapılmaktadır (Akgül, 2020, s. 23). Bu durum macera turizminin özellikle heyecan yaşatma, belirsizlik ve risk özelliği ile akış deneyimi bağlamında değerlendirilebileceğini göstermektedir. Macera turistlerinin aktivitenin akışına kapılarak, heyecan, risk, tehdit, korku, mutluluk, haz gibi hislere kapıldığı varsayıldığında, konunun akış deneyimiyle ilgisi olduğu düşünülmüş ve bu nokta çalışmanın çıkış noktası olarak belirlenmiştir. Bu sebeple, macera etkinliği katılımcılarının akışı deneyimleme potansiyeline sahip olduğu ve macera turizmi ve alt dallarının akış kuramı çerçevesinde değerlendirilmesinin literatüre anlamlı katkılar sunacağı düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmada, macera turizminin bir alt dalı olarak kabul edilen dağ tırmanışı etkinliğine katılanların akış deneyimlerinin ortaya konulması amaçlanmış, katılımcıların dağ tırmanışı deneyimi öncesinde, esnasında ve sonrasında neler hissettikleri akış deneyimiyle nasıl açıklanabilir sorusuna cevap aranmıştır.

Literatür Taraması

Macera Turizmi ve Dağ Tırmanışı

Macera turizmi, modern turizmin ilk ortaya çıktığında olduğu gibi, bireye kim olduğunu, kim olmak istediğini ve kim olmadığını gösteren önemli bir turizm çeşidi (Kane ve Tucker, 2004, s. 231) olup, genellikle doğa ve kültür arayışını içerir. Bununla birlikte kayak gibi fiziksel bir aktiviteyi içeren geziler de macera turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Johnston, 1994, s. 40). Macera turizmi, başlıca çekiciliği doğal arazinin

özelliklerine dayanan, genellikle özel spor veya benzeri donanımlar gerektiren ve tur müşterileri için heyecan verici bir dış mekân etkinliği olan rehberli ticari turlar anlamına da gelmektedir (Buckley, 2006, s. 1). Başka bir anlatımla ise macera turizmi, bireylerin buldukları alandan uzaklaşarak gittikleri doğal çevre ile etkileşimlerinden kaynaklanan olguların ve ilişkilerin toplamı olarak ifade edilmektedir (Sung, Morrison ve O'Leary, 1997, s. 57).

Macera turizmi birçok açık hava etkinliğini kapsamaktadır. İp atlayışı, balon turu, akarsu rafting, mağaracılık, dalış, dağcılık, off-road, dağ bisikleti, yamaç paraşütü, kayak, snowboard, akarsu kanosu, vahşi yaşamı gözlemleme, deniz kayağı, gökyüzü dalışı, zorbing bu etkinliklerden bazıları olup, liste genişletilebilir (Buckley 2006'dan akt. Çetinkaya, 2014, s. 87).

Macera turizminin önemli etkinliklerinden olan dağcılığın geçmişi eski tarihlere dayanmaktadır. Hayvancılık, toplayıcılık, avcılık, tarım, turizm, macera ve bilimsel amaçlarla dağlara tırmananlar dağcılığın gelişmesine zemin hazırlamış ve ilk dağcılık faaliyetleri 18. yüzyılda Avrupalıların Alpler'e tırmanmasıyla başlamıştır (Emekli, 2015, s. 205). Günümüzde dağ tırmanışı; keşif gezileri, kaya tırmanışı, doğa yürüyüşü, kampli yürüyüş gibi çeşitli aktiviteleri kapsamaktadır (Millington, Locke ve Locke 2001, s. 65; Somuncu, 2004, s. 1). Dağcılar, tırmanmak için sık sık, yaşadıkları yerden başka bölgelere ya da ülkelere seyahat etmektedirler. Bu yüzden dağcılık, sadece kitlesel bir spor aktivitesi değil, kitlesel bir turizm hareketi olarak da kabul edilmektedir (Somuncu, 2004, s. 1).

Dağcılık; giysi, kamp donanımı, tırmanış malzemeleri olmak üzere çok sayıda ve farklı nitelikte materyal gerektiren bir aktivitedir. Milyonlarca insanın katıldığı bu etkinliklerle ilgili malzeme üretiminde ise dev bir endüstri oluşmaktadır (Emekli, 2015, s. 220). Kitle turizminin alternatifi olarak dağ tırmanışı, yerel halka ekonomik, çevresel ve sosyal faydalar sağlamakta (Nepal, 2002, s. 105) bireylere fiziksel ve psikolojik olarak aktif oldukları bir deneyim sunmaktadır (Nepal, 2002, s. 105).

Türkiye'de dağcılık etkinliklerinin tarihi 19 yüzyıla dayanmaktadır. Yabancıların gelip Türkiye sınırları içinde sportif ve bilimsel amaçlı tırmanmasıyla dağcılık faaliyetleri başlamıştır. İlk bilimsel amaçlı tırmanış, Alman fizikçi Parrot tarafından Ağrı Dağı'na gerçekleştirilmiştir. Sonraki yıllarda dağcılık etkinlikleri artış göstermiş, 1928'de "Türk Dağcılık Cemiyeti" adıyla ilk dağcılık örgütü kurulmuştur. Yıllar içinde yaşanan gelişmeler sonrası dağcılık ve kış sporları branşları birbirinden ayrılmış, faaliyetler Türkiye Dağcılık Federasyonu tarafından yürütülmüştür. Federasyon 1967 yılında Uluslararası Tırmanış ve Dağcılık Federasyonu'na üye olmuştur (tdf.gov.tr).

Türkiye dağ tırmanışı için uygun bir ülke olup, birçok dağ tırmanışı rotasına sahiptir. Uzundere-Erzurum, Geyikbayırı-Antalya, Aladağlar-Niğde, Kaynaklar-İzmir, Narlıdere-Bursa, Kaçkarlar- Rize, Ballıkoyalar Kanyonu-Kocaeli, Bağa Gölü-Muğla Türkiye'deki önemli dağ tırmanışı rotalarından bazılarıdır. Dünyada ise en çok bilinen rotalar arasında K2 Dağı-Çin ve Pakistan sınırı, Elbruz Dağı-Rusya, Annapurna-Nepal, Kilimanjaro- Tanzanya, Everest Dağı- Çin ve Nepal sınırı yer almaktadır.

Akış Deneyimi

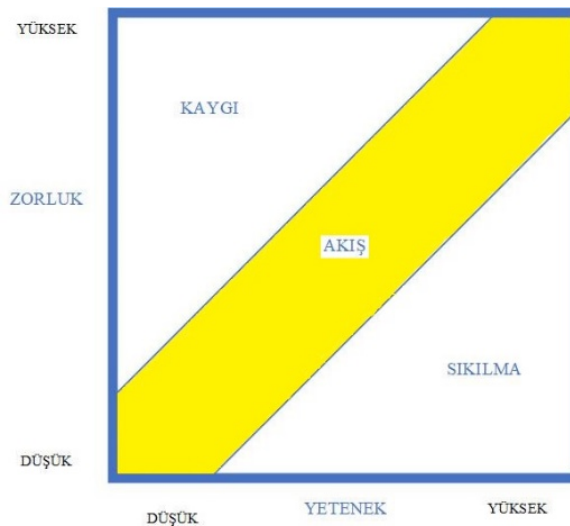
Mihally Csikszentmihalyi 1975 yılında satranç oyuncularını, dağcılar, dansçılar ve aktiviteyi sürdürmenin ana nedeni olarak eğlenmeyi vurgulayan diğer kişilerle görüşerek eğlencenin doğasını ve hazzını araştırmış; çok odaklı bir zihinsel durum olan psikolojik akış teorisini literatüre kazandırmıştır. Optimal psikolojik bir durum olarak akış, aktiviteyi yapan kişi için her şey bir araya geldiğinde oluşan anları temsil etmektedir (Guo, 2005, s. 10; Jackson, Eklund ve Andrew, 2010). Akış deneyiminin geliştirilmesinden bu yana, insanlar satranç oynamak, şarkı bestelemek ve ameliyat yapmak gibi farklı durumlarda öznel deneyimlerini incelemek için çeşitli alanlarda akış deneyimini kullanmaktadırlar (Guo, 2005, s. 10).

Akış, genellikle yüksek performans düzeyiyle ilişkilendirilip; olumlu bir psikolojik deneyim olarak adlandırılmakta (Jackson ve diğerleri, 2010); mutluluk, tatmin, benlik oluşturma ve optimal deneyim gibi yaşamın olumlu özelliklerine vurgu yapmaktadır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000, s. 9). Bu anlamda insan yaşamındaki en zevkli deneyimleri tanımlamaktadır. Bu tür deneyimler devam eden bir faaliyet içerisinde her durumda veya yerde, net hedeflerin, anında geri bildirimlerin olduğu koşullarda ortaya çıkmaktadır. Bir diğer tanıma göre akış kuramı, bir kişinin becerileri ile yapılan faaliyetin zorluğu arasında oluşan denge durumudur (Csikszentmihalyi, 1985, s. 197). Liao (2006, s. 46) ise akış deneyimini; bireyin kendisini güzel duygulara bıraktığı ve bilişsel olarak etkili, yeterlilik hissini elde etmiş, mutlu, güdülenmiş hissettiği psikolojik durum olarak tanımlamaktadır. Akış deneyiminin ortaya çıkması için katılımcı aktiviteye gönüllü katılmalı, aktiviteyi zevkli ve motive edici görmeli, yapılan aktivite için beceri sahibi olmalıdır. Öte yandan akış deneyimi yaşayan katılımcı deneyimleme sonrasında aktiviteyi eğlenceli ve canlandırıcı olarak da tanımlayabilmektedir (Csikszentmihalyi, 1998, s. 6).

Akış, yalnızca bir bireyin bir görevi gerçekleştirme yeteneğine sahip olduğu durumda gerçekleşmektedir. Bu nedenle, deneyimler, ritüeller, oyunlar ya da dans gibi açıkça belirlenmiş belirli kurallara sahip faaliyetlerde akış durumu ortaya çıkmaktadır (Csikszentmihalyi, 1975, s. 39). Akış deneyimi, deneyimleme sırasında ortaya çıkan davranışın sürekli olmasını sağlayan zamanın nasıl geçtiğinin bilinmediği, aynı zamanda insanların başka hiçbir şeyin önemi yokmuş gibi davrandıkları aktivite ve süreçler olarak tanımlanmaktadır (Csikszentmihalyi, 1998, s. 17). Aynı zamanda akış deneyimi sadece yaşantı kalitesini değil, ruh sağlığını, performansı, zekâyı ve yaratıcılığı da arttırmaktadır (Özşahin, 2003, s. 18). Bu bağlamda akış deneyimi, bireylerin boş zaman etkinliklerini zevkli ve eğlenceli deneyimlerle doldurmak üzerine odaklanmaktadır (Gyimothy ve Mykletun, 2004, s. 858).

Akış Deneyimi Modelleri

Akış deneyiminin ilk ortaya konulduğu dönemlerde Csikszentmihalyi (1975) tarafından üçlü bir akış modeli geliştirilmiştir (Şekil 1). Bu modelde akış deneyimi açıklanırken yetenek ve zorluk kavramları temel alınmıştır. Yüksek/düşük beceri ve zorlukların birleşmeleri bu modelde açıklanmaya çalışılmaktadır (Novak ve Hoffman, 1997, s. 9).



Şekil 1. Üçlü Akış Modeli (Novak ve Hoffman, 1997, s. 9)

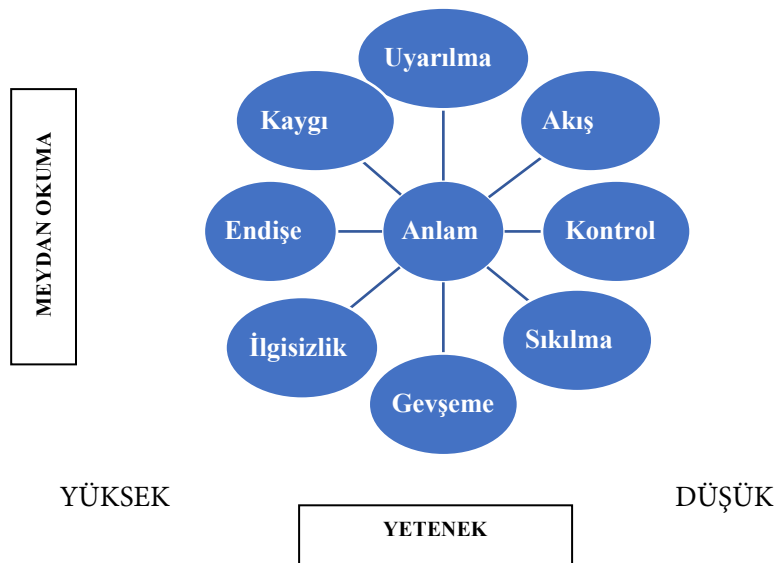
Bireyler, deneyim sırasında yeteneklerinin yüksek seviyede olduğunu ancak eylem için yine de yeterli olmadığını düşündüğünde endişe yaşamaktadırlar. Akış durumu, becerilerle eylemin zorluğu dengede olduğunda yaşanmaktadır (Csikszentmihalyi, 1975, s. 49). Zorluklar çok hızlı arttığında, endişe tehlikesi ortaya çıkmaktadır. Yetenekler hızlı bir şekilde geliştiğinde zorluklar arttırılmazsa, can sıkıntısı başlamaktadır (Pearce, Ainley ve Howard, 2004, s. 2).

Akış deneyimi, meydan okuma ve yetkinlik düzeylerine göre dörtlü akış modeli ile de incelenmiştir (Novak ve Hoffman, 1997, s. 10) (Şekil 2).

Meydan Okuma (Eylemin Zorluk Derecesi) Yüksek	AKIŞ	KAYGI
Meydan Okuma (Eylemin Zorluk Derecesi) Düşük	CAN SIKINTISI	İLGİSİZLİK
Yetkinlik Yüksek		Yetkinlik Düşük

Şekil 2. Dörtlü Akış Modeli (Csikszentmihalyi, 1988, s. 74)

Dört kanallı akış deneyimi modeline göre, bireyin eylem için fazla beceriye sahip olması onu etkinliğe tam olarak dâhil olmak yerine sıkılmaya doğru itebilmektedir. Bireyin yaptığı etkinlikte tekdüzelik ve uyarı eksikliği yaşaması sıkılmasına neden olmakta; birey yaptığı etkinliğe karşı ilgisizleşmekte ve dikkat eksikliği yaşamaktadır (Arslan Ayazlar, 2015, s. 23). Birey ancak eyleme ilişkin becerileri ve eylemin meydan okumaları yüksek olduğunda akış deneyimini yaşayacaktır (Novak ve Hoffman, 1997, s. 10). Birey etkinlik esnasında meydan okumasını yüksek, eyleme ilişkin becerilerini düşük algıyorsa; kaygı duymaya başlamaktadır. Bireyin eyleme ilişkin yetkinlikleri düşük, eylemin meydan okumaları da düşük ise bu durumda eyleme ilişkin ilgisizlik ortaya çıkmaktadır (Csikszentmihalyi, 1988, s. 36).



Şekil 3. Sekizli Akış Modeli (Pearce, Ainley ve Howard, 2004, s. 7)

Dört kanallı modelin doğal bir uzantısı, sekiz kanallı modeldir (Carli, Fave ve Massimini, 1988, s. 291; Ellis, Voelkl ve Morris, 1994, s. 338). Bu model daha önce açıklanan dört kanallı modelin genişletilmiş hali olup, orta seviyedeki yetenekleri ve zorlukları tanımlamaktadır (Novak ve Hoffman, 1997, s. 10).

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, dağ tırmanışı etkinliğine katılan bireylerin etkinliğe ilişkin deneyimlerinin, akış kuramı çerçevesinde incelenmesi amaçlanmaktadır. Katılımcıların dağ tırmanışı deneyimi öncesinde, esnasında ve sonrasında neler hissettikleri bu araştırmanın ana sorusunu oluşturmaktadır. Araştırma nitel araştırma yöntemi ile tasarlanmıştır.

Çalışmada olgu bilim deseni kullanılmıştır. Olgu bilim (fenomenoloji), belirli bir grup içinde yaşanmış bir deneyimin ortaklığına odaklanan nitel araştırmalara yönelik bir yaklaşımdır. Yaklaşımın temel amacı, belirli bir olgunun doğasını anlamaktır (Creswell, 2003, s. 77-78). Olgu bilimin görevi, deneyimin özünü veya temel yapısını tasvir etmektir (Merriam, 2009, s. 25). Aynı zamanda katılımcıların kişisel deneyimlerini yorumlamak ve açıklamak, yaşadıkları olaylara yüklediği anlamları ortaya çıkarmak amacıyla kullanılan araştırma desenlerinden biridir (Padilla-Díaz, 2015, s. 103).

Olgu bilim araştırmalarında olgulara ilişkin yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmak için etkileşim, esneklik, irdeleme özelliklerinden dolayı başlıca veri toplama aracı olarak görüşme kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 74). Araştırma verileri, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve araştırmacı günlük aracılığıyla toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, keşfedilecek alanları belirlemeye yardımcı olan, ancak görüşme yapan kişinin veya görüşülen kişinin daha ayrıntılı bir fikir veya cevabı takip etmek için ayrışmasına izin veren birkaç önemli sorudan oluşmaktadır. Aynı zamanda düşünülmemiş olabilecek bilgilerin keşfedilmesine veya hazırlanmasına da olanak sağlamaktadır (Gill, Stewart, Treasure ve Chadwick, 2008, s. 292). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde görüşmenin akışına bağlı olarak alt sorular ve değişik yan sorularla kişinin yanıtlarını açması ve ayrıntılandırması sağlanabilmektedir (Türnüklü, 2000, s. 547). Araştırmada kullanılan araştırmacı günlüğü; araştırma sürecinde kodların kategorilere ayrılma işlemine yardımcı olacak kavramların, süreçte ilgili tüm detayların not alınmasıdır (Çelik, Baykal ve Memur, 2020, s. 382).

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmada nitel çalışmalarda kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden, maksimum (heterojen) çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Maksimum çeşitlilik; bir olgu ile ilgili bütünsel yapı oluşturmak, farklı özellik gösteren durumları bir araya getirmek (Suri, 2011, s. 67), önemli ortak örüntüleri belirlemek ve tanımlamayı amaçlamak (Neuman, 2014, s. 275; Baltacı, 2018, s. 246) için kullanılmaktadır. Bu çalışmada da maksimum çeşitlilik örneklemesine uygun olarak; yaş, meslek grubu, eğitim düzeyi, yurt içinde ve yurt dışında dağlara tırmanan ve farklı özellikler taşıyan kişiler çalışma kapsamına alınmıştır.

Araştırmanın örnekleme; yurt içinde ve yurt dışında dağlara tırmanan kişilerden oluşmaktadır. Pakistan-Karakorum dağları, Nepal, Gasherbrum 1. Zirvesi katılımcıların yurtdışında tırmanış yaptığı yerlerden bazılarıdır. Yurt içinde ise Aladağlar, Geyikbayırı, Çukurova ve Kars tırmanış yapılan yerlerdendir. Katılımcı seçimleri maksimum çeşitliliğe göre yapılmış olup katılımcıların profili Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1
Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek
K1	Erkek	36	Lisans	Makine Mühendisi
K2	Erkek	29	Doktora	Öğrenci
K3	Erkek	36	Lisans	Teknisyen
K4	Kadın	30	Önlisans	Satış Danışmanı
K5	Erkek	48	Lisans	Diş Hekimi
K6	Kadın	48	Yüksek Lisans	Memur
K7	Erkek	28	Lisans	Antrenör
K8	Erkek	48	Lisans	Memur
K9	Erkek	34	Doktora	Akademisyen
K10	Erkek	31	Yüksek Lisans	Öğrenci
K11	Erkek	25	Lisans	Endüstriyel Dağcı
K12	Erkek	46	Doktora	Akademisyen
K13	Erkek	46	Lisans	Antrenör
K14	Kadın	40	Lisans	Postacı
K15	Erkek	48	Lisans	Esnaf
K16	Kadın	37	Lisans	Eğitim Mühendisi
K17	Erkek	31	Lisans	Garson
K18	Kadın	30	Lisans	Avukat

Araştırmada Güvenirlik ve Geçerlik

Nitel araştırmanın geçerliliği titizliğe, öznelliğe ve araştırmanın bilimsel sürecine bağlıdır (Whittemore, Chase, Susan ve Carol, 2001, s. 522). Araştırmacının veri kaynağına yakın olması, alanda oluşan gerçeklikleri yaşaması ve verinin doğasına uygun yöntem ve süreçlerle veri toplaması nitel araştırma sonuçlarının geçerliliğini arttıran özelliklerdir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 285). Araştırmanın geçerliliğinin sağlanabilmesi açısından katılımcı teyidi, ayrıntılı betimleme ve yansıtıcı günlük kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda inandırıcılık ön plana çıkmaktadır (Wallendorf ve Belk, 1989, s. 70). Çalışmanın inandırıcılığı, araştırma sürecinin ve sonucunun açık, tutarlı ve başka araştırmacılar tarafından teyit edilebilir olmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 272). Araştırmada çalışmanın inandırıcılığının sağlanabilmesi için süreç açık bir şekilde anlatılmış ve bulgular birebir katılımcıların söylemlerinden alınmış, hiç değiştirilmeden paylaşılmıştır. Nitel araştırmaların güvenilirliğinin sağlanmasındaki temel ölçütler; araştırmanın kiminle yapıldığı, kaç kişiyle görüşüldüğü, kaç soru ile ne zaman ve nerede gerçekleştirildiği şeklinde sıralanabilmektedir (Whittemore, Chase, Susan ve Carol, 2001, s. 531). Elde edilen verilerin güvenilirliğini sağlamadaki temel etken, araştırmacının bizzat kendisinin veri toplama sürecine dâhil olması ve not tutmasıdır (Kozak, 2015, s. 137). Çalışmada araştırmacı veri toplama sürecini bizzat kendisi yapmıştır. Görüşmeler esnasında araştırmacı katılımcının ifade ettiği detaylarla ilgili önemli olan noktaları araştırmacı günlüğünde kullanmak üzere not etmiştir. Daha sonra tutulan notlar

görüşme sonrası dijital ortama aktarılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın güvenilirliği açısından bu durum bir kanıt oluşturmaktadır. Araştırmanın kaç kişiyle, kimlerle, kaç soruyla yapıldığına dair bilgiler Tablo 1 ve Tablo 2’de yer almaktadır.

Veri Toplama Süreci ve Analizi

Veri toplama aracı olarak hazır bir görüşme formu kullanılmamış, literatür okumaları derlenmiş ve ilgili literatürden hareketle araştırmanın amacına uygun şekilde geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış ve kullanılmıştır. Görüşme sorularının geçerliliğini sağlamak üzere görüşme formu nitel araştırma yöntemleri ve turizm alanına hakim 3 uzmana gönderilmiştir. Uzmanlar, görüşme sorularının araştırma amacına uygun olup olmadığını ve sorulmak istenenlerin anlaşılabilirliğini değerlendirmiştir. Uzmanlardan gelen öneriler doğrultusunda, soru sıralaması ve cümle yapısı değiştirilerek 2 kişiyle pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma ile cevapları benzerlik gösteren sorular tek soruda birleştirilmiş, anlaşılmayan sorular tekrar düzenlenmiş ve sorulara son şekli verilmiştir.

Aşağıda çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme soruları ve görüşmeye rehberlik eden temalar yer almaktadır.

Tablo 2

Görüşme Soruları

Dağ Tırmanışı Etkinliğine İlişkin Sorular

Dağ tırmanışı ile ilgili bilgilere nasıl ulaştınız?

Dağ tırmanışına katılmaya ilk nasıl karar verdiniz?

Hangi sıklıkla dağ tırmanışına katılıyorsunuz?

Katılımcıların Dağ Tırmanışı Etkinliğine Katılma Sebeplerine İlişkin Sorular

Sizi dağ tırmanışı yapmaya iten sebepler nelerdir?

Dağ tırmanışı yapmayı planlarken sizi neler isteklendirir?

Katılımcıların Dağ Tırmanışı Etkinliği Öncesi Görüşlerine İlişkin Sorular

Dağ tırmanışına katılmadan önce neler hissettiniz?

Size başarılı olabileceğinizi düşündüren sebepler nelerdir?

Katılımcıların Dağ Tırmanışı Etkinliği Esnasında Tatmin Eden Unsurlara İlişkin Sorular

Dağ tırmanışı yaparken sizi tatmin eden unsurlar nelerdir?

Dağ tırmanışı esnasında sizi etkileyen ve aklınızda kalan duygular nelerdir?

Katılımcıların Etkinlik Esnasında Zorlayan Unsurlara İlişkin Sorular

Dağ tırmanışı esnasında yaşadığınız zorluklar nelerdir?

Yaşadığınız zorluklarla nasıl başa çıktınız?

Zorluklarla baş ederken hangi duygu durumlarını yaşadınız?

Katılımcıların Dağ Tırmanışı Etkinliği Öncesi ve Sonrası Görüşlerine İlişkin Sorular

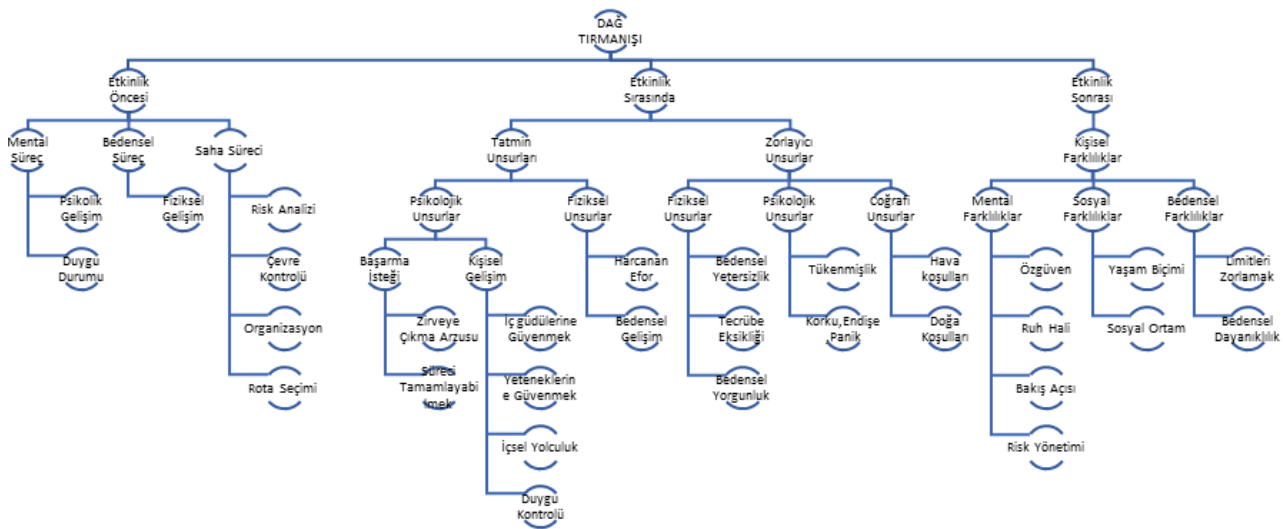
Dağ tırmanışı etkinliği öncesi ve sonrası düşüncelerinizi karşılaştırdığımızda benzerlikleri ve değişiklikleri paylaşabilir misiniz?

Araştırmada iki farklı ortamda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İlk olarak Bilecik ili Gölpazarı ilçesinde dağ tırmanışı yapan kişilerle görüşülmüştür. Görüşme için farklı bölgelerden tırmanışa katılan bireylerin, tırmanış yapılan bölgede tırmanış sonrası düşüncelerini öğrenebilmek ve tırmanış sırasında gözlem yapabilmek için bu alan seçilmiştir. Görüşmeler tırmanış sonrasında tırmanış yapılan alanda gerçekleştirilmiştir. İkinci olarak Türkiye Dağcılık Federasyonu'nun söyleşisine katılan, yurt içi ve yurt dışında dağ tırmanışı yapan kişilerle görüşülmüştür. Söyleşiye katılan kişilerin birkaçı ile söyleşi alanında görüşülmüştür. Diğer kişiler ile istedikleri tarih ve saatte görüşmeye uygun olacak mekanlarda görüşmeler sağlanmıştır. Görüşmeler; 8 Kasım-3 Aralık 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup (Bu çalışma 2019 yılına ait verilerden üretildiği için etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir), en az 14 dakika en çok 56 dakika toplamda 342 dakika sürmüştür. Araştırmada görüşülen kişiler Türkiye Dağcılık Federasyonu'nun dağ tırmanışı yapabilmeleri için almaları gereken eğitimleri tamamlamış, en az 2 yıllık dağ tırmanışı tecrübesine sahip kişilerdir.

Verilerin çözümlenmesi için Creswell'in çözümlenme süreci temel alınmıştır. Çözümlemenin ilk aşamasında ikinci aşamaya hazırlık oluşturmak amacıyla, 18 görüşmeden elde edilen ses kayıtlarının her biri Microsoft Word programına aktararak yazılı döküm yapılmıştır. İkinci aşamada dijital ortama aktarılan veriler kodlanarak kategoriler ve ardından temalar oluşturulmuştur. Daha sonra veriler tekrar tekrar okunarak kategorilere ve temalara uygunluğu kontrol edilmiştir. Analiz sonucunda 3 tema altında 8 kategori ve 26 alt kategori belirlenmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Çalışmada elde edilen veriler, dağ tırmanışına katılan kişilerin etkinlik öncesinde, etkinlik sırasında ve etkinlik sonrasındaki deneyimlerini belirlemek üzere üç ana tema altında incelenmiştir (Şekil 4). Aynı zamanda katılımcıların etkinliğe katılım sebepleri de bulgularda kategorilere ayrılmıştır.



Şekil 4. Dağ Tırmanışı Etkinliği Bulgularının Genel Görünümü

Katılımcıların Etkinliğe Katılma Sebeplerine İlişkin Görüşleri

Katılımcıların etkinliğe katılma sebepleri; doğada bulunma isteği, konfor alanının dışına çıkma ve sınırların zorlanması olarak üç ana temaya ayrılmıştır.

Görüşmeler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların dağ tırmanışına katılma sebeplerinden biri olan doğada bulunma isteğinin, çocukluktan başlayan bir istek olduğu görülmektedir. Buna ek olarak,

katılımcılar doğada buldukları süre zarfında motive olduklarını, fobileriyle yüzleştiklerini, kapasitelerini değerlendirdiklerini aynı zamanda kapasitelerini zorlayarak kendilerine yeni hedefler koyduklarını da ifade etmektedirler. Dağ tırmanışı kişilere özgürlük hissi vermekte, rutin hayattan uzaklaşmalarını sağlayarak kişileri rahatlatmaktadır. Bunu destekleyecek ifadeler;

K8: *“Biz hayal ile başlıyoruz çıkarız ya da çıkamayız bunun bir ödülü yok. Hani dağa çıktın kimse sana altın madalya vermiyor, prim vermiyor. Bu bir yaşam biçimi gibi bir şey dağda olmak, arkadaşlarımızla olmak, bir makarnayı paylaşmak bizi mutlu ediyor, bunun ödülü bu. Beraber içilen bir bardak çay, beraber yenilen bir yemek, beraber uyunan bir uyku... bütün olayı bu ödülü yok.”*

K6: *“...Doğayla baş başa olmak doğada kendimi tanımak sadece şehirde değil amaç doğada neyi ne kadar yapabileceğimi, limitlerimi görmek ve orda yaptığım faaliyete konsantre olup şehirde bıraktığımız pek çok sorundan uzaklaşmaktı. İlk önce rehabilitasyon amaçlı başladım ama sonrasında çok sevdim...”* şeklindedir.

Öte yandan bazı katılımcılar buldukları çevreden, gürültü kirliliğinden, trafikten uzaklaşmak için tırmanışa katılırken, bazı katılımcılar da yeni insanlarla tanışmak, sosyalleşmek ve merak duygularını gidermek amacıyla tırmanış yapmaktadırlar. Katılımcılar uzaktan gördükleri doğanın içinde bulunmak, doğada neler keşfedeceğini öğrenmek amacıyla konfor alanlarının dışına çıktıklarını dile getirmektedirler.

K7: *“Bulduğumuz noktada gidiyor olmak. İnsan sosyal bir varlık aynı zamanda şehirleri kaldıramayacak kadarda kendi içerisinde asosyal. Bir kaçma dönme isteği oluyor.”*

K15: *“Ortam o kadar kötü oldu ki egzoz dumanları, etraftaki kalabalık, alışveriş merkezleri şunlar bunlar ama ben doğada olduğum zaman kendimi iyi hissettiğim için doğaya gidiyorum”.*

Ewert'e göre (1985) bireylerin macera turizmine katılma sebepleri yenilik, heyecan ve sosyalleşmedir. Bu çalışma kapsamında büyük bir çoğunluğun dağ tırmanışı etkinliğine katılma sebepleri de benzer nitelik göstermektedir. Buna göre katılımcıların dağ tırmanışına katılma sebepleri ile ilgili söylemleri şu şekildedir:

K3: *“İlk önce arama kurtarmayla başladım sonrasında artık adrenalin hoşuma gitmeye başladı.”*

K10: *“Tutku meselesidir tırmanış. Yani sizi hayatta tutkuyla bağlayan bazı şeyler vardır. Tırmanışta tırmanışçılar için böyle bir şey aslında., ...Hayatımızın bir parçasıdır onsuz yaşayamaz olur ciğerleri olur dağlar insanın...”*

K13: *“Heyecan, adrenalin, tutku geçmişten gelen genetik yatkınlık bunlar. Zoru seven bir tipim, zorlu bir hedefim olacak hem de hedefe ulaşıırken bir yandan kendimi eğitiyorum”.*

Katılımcıların Etkinlik Öncesi Algıları

Katılımcıların etkinlik öncesi süreçleri mental süreç, bedensel süreç ve saha süreci şeklinde üç ana tema altında toplanmıştır. Katılımcılar tırmanış rotasının zorluğuna bağlı olarak öncelikle mental olarak kendilerini hazırlamanın önemli olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Fiziksel olarak hazır olsalar dahi mental olarak hazır olmadıkları sürece rotayı tamamlayamayacaklarını belirtmektedirler. Fiziksel sürecin ise tırmanışa katılmaya karar vermeden önce başladığı ve en az 6 ay sürdüğü belirtilmektedir. Saha süreci içine gidilecek rotaya göre ekipman hazırlığı yapmanın, dağda planlanan süreden fazla kalma veya başka olası durumlarda hazırlıklı olmanın önemi vurgulanan konular arasındadır.

K3: “O rotaya giderken başarılı olacağım diye değil, başarı kaygısı olmadan o rotaya gitmek başarı olarak değerlendirilebilir.”

K3 yukarıdaki söylemi ile dağ tırmanışında zirveye çıkamama durumunda başarısız olacaklarını düşünmek yerine etkinliğin kendileri için ödül olduğunu, daha tırmanışa gitmeden kendilerini olumsuz şartlara hazırladıklarını anlatmaktadır. Akış deneyiminin başka bir ifadesi olan optimal deneyim (Turan, 2019, s. 192), bireylerin etkinlik sırasında hissettikleri haz durumu ve zihinlerinde yer eden deneyimlerdir (Csikszentmihalyi, 1991). Akış deneyiminde optimal deneyim ile bireyler etkinliği bir amaç ve içsel ödül olarak görmektedirler (Özşahin, 2003, s. 16). Bu çalışmada da katılımcıların dağ tırmanışı etkinliğini bir ödül olarak görmeleri optimal deneyimle açıklanabilir.

Katılımcıların Etkinlik Esnasında Yaşadıkları Deneyimler

Katılımcıların etkinlik sırasında yaşadıkları deneyimler tatmin unsurları ve zorlayıcı unsurlar olarak iki alt tema altında incelenmiştir. Csikszentmihalyi (1997, s. 112) insan bedeninin görme, işitme, koşma, yüzme, atlama, dağa tırmanma, mağaraya inme gibi yüzlerce ayrı işlevi yerine getirebileceğini ve her birinde akış deneyimi yaşanacağını savunmaktadır. Hem fiziksel hem de zihinsel olarak deneyimlenen dağ tırmanışı etkinliğinde de akış deneyimi yaşandığı ifade edilebilir. Katılımcıların etkinlik sırasında yaşadıkları psikolojik ve fiziksel tatmin unsurları katılımcıların dağ tırmanışı esnasında hissettiklerini açıklamaktadır. Bulgulara göre, katılımcıları motive eden unsurların etkinlik esnasında yaşadıkları zorluklarla baş edebilmede yardımcı olduğu sonucu çıkarılabilir.

Zirveye çıkmak ve tırmanış sürecini tamamlayabilmek katılımcıların dağ tırmanışı etkinliğindeki hedefleri olarak gösterilmektedir. Csikszentmihalyi (1997) tarafından geliştirilen akış deneyiminin boyutlarında yer alan açık ve net hedeflerin olması bireylerin yapacakları hamleleri bildiklerini hissetmesine olanak sağlamaktadır. Buna ek olarak, bireyler belirledikleri hedeflere ulaşmak için etkinliğe yoğunlaşarak akış durumuna daha kolay girebilmektedirler (Çetinkalp, 2011, s. 5). Katılımcılar dağ tırmanışı etkinliği esnasında yapacakları hamleleri düşünmediklerini, sadece zirveye çıkmak ve süreci tamamlayabilmek için tamamen etkinliğe yoğunlaştıklarını ifade etmişlerdir. Buradan hareketle akış deneyiminin net hedefler boyutunun dağ tırmanışı etkinliğinde görüldüğü söylenebilir. K7: “Zirveye gitmek bir başarı ama eve dönememek bir başarısızlıktır. Aslında bu aralıkta değerlendirmek gerekiyor” ifadesi ile etkinlikteki başarı ve başarısızlığı tanımlarken K10: “Başarabilme duygusu, yani çocuk nasıl puzzle yaptığı zaman mutlu oluyorsa veya matematik problemi çözdüğü zaman mutlu oluyorsa bir tırmanıcıda rotayı temiz bir şekilde tamamladığı zaman bütün hamlelerini çözdüğü zaman aynı şekilde mutlu oluyor” ifadesi ile başarabilme duygusunu tanımlamaktadır. Buradan hareketle, katılımcıların gözünden dağ tırmanışı etkinliğinin başarıyla sonuçlanmasının zirveye çıkmayla bağlantılı olduğu ifade edilebilir.

K4, “Düşük bir seviyeden yüksek bir seviyeye çıkmak insana çok haz veriyor. Öncesinde kolay bir rotayı çıkamazken şimdi çok zor bir rotayı öyle ya da böyle ellerini kollarını parçalaya parçalaya çıkıyorsun ya işte o haz buna geliyor” ifadesi ile girdiği rotaların giderek zorluk derecesini arttırdığını, yapabildiğini ve yeteneklerini seviye olarak arttırdığını gördüğünde tatmin olduğunu belirtmektedir. Seifert ve Hedderson (2010: 289) kaykay yapan bireylerin kendilerini geliştirmek istedikleri için yaptıkları etkinlikteki zorluk düzeyini arttırdığını ifade etmektedirler. Bu durum dağ tırmanışı etkinliğine katılanların düşünceleriyle benzerlik göstermektedir.

Csikszentmihalyi (1997, s. 11) bireylerin etkinlik esnasında akış halindeyken genellikle mutluluğu hissetmediklerini yalnızca gerçekleştirdikleri etkinlikle ilgilendiklerini savunmaktadır. Dağ tırmanışı etkinliğinde de katılımcılar tükenmişlik hissine kapılırsa da etkinlikten sonra deneyimlerini hatırladıklarında mutlu olduklarını ve tekrar etkinliğe gitme isteğinde bulduklarını belirtmişlerdir. Örneğin; K5 ve K6 tükenmişlik durumunu aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

K5: “Duygu durumu olarak kesinlikle ben bu işi niye yapıyorum. Burada ne işim var bir daha ben buraya gelirim ne olayım yeter ki bu akşamı bitireyim bir daha ben dağa falan gitmem, bu işi bırakıyorum diyorsunuz, dedikten yaklaşık 1-2 ay sonra tekrar nereye tırmanacak diye bakmaya başlıyoruz bir şey değişmiyor yani.”

K6: “Tırmanırken benim burada ne işim var diyorsun, her yerin ağrıyor, hissetmediğin bütün kasları hissediyorsun, saçların sinir uçlarına kadar tepene çıkıyor, buradan inersen bir daha dağa gelmeyeceğim, herhangi bir şey yapmayacağım diyorsun ama ondan sonra tepeye vardığımızda oh be diyorsunuz ve inerken bir sonraki plan başlıyor.”

Katılımcıların Etkinlik Sonrası Görüşleri

Bireyler bir seyahat motivasyonu ile turizme katılmakta ve bu motivasyonun karşılanıp karşılanmadığını geribildirim ile anlayabilmektedirler (Kanagasapapathy, 2017, s. 101). Anında geri bildirim, faaliyetin kendisinden derhal ve net olarak bireyin belirlediği hedefte başarılı ya da başarısız olduğunu bilmesini sağlamaktadır (Jackson ve Marsh, 1996, s. 18). Akış deneyimi boyutlarından biri olarak geçen geri bildirim dağ tırmanışı olgusu içinde geçerli olabilir. Boş zaman aktivitesi veya tatil olarak görülen dağ tırmanışı etkinliğinde katılımcılar anında geri bildirim almakta bu da mental, sosyal ve fiziksel olarak katılımcılarda değişikliklere sebep olmaktadır.

Dağ tırmanışı bireylere öz güven arttırma ve sosyalleşme gibi katkılar sunabilmektedir. Araştırma bulguları da bunu destekler niteliktedir. Katılımcılar hayatlarına dağ tırmanışını dâhil ettikten sonra daha özgüvenli olduklarını, cesaret topladıklarını ve kendilerini sosyal ortamlarda daha iyi ifade edebildiklerini belirtmektedirler. Örneğin, K4: “Bir kere çok zinde oluyorsunuz. Daha bir cesaretli geliyorsun işte tırmanmadan önce ezik büzük kalırken tırmandıktan sonra ya yaptım ego mu diyeyim haz mı diyeyim bilmiyorum ama öncesindeki o boyun büküklüğü direk kendini bir cesarete omuz dikliğine bırakıyor, başarmış hissetmenin verdiği duygu.” ifadesi ile öz güvene vurgu yapmaktadır. K16: “Beni kişisel olarak çok geliştirdiğine inanıyorum. Kendimi ifade ile ilgili problemlerim vardı artık normal hayatımda da kendimi daha iyi ifade edebildiğime inanıyorum” gibi açıklamada bulunurken K11 ise, “Kendini daha iyi tanıyorsun. Bu günlük hayatınıza da yansıyor. Kendini daha çok tanımaya bu noktada ne kadar ileri gidebilirim nerede durmam gerekiyor nerede geri dönmem gerekir işte tehlikeli bir durumla veya üstesinden gelemeyeceğimi sandığım durumla karşılaştığım zaman şeyi düşünüyorsun dağcılar arasında bir söz vardır, tırmanan her şeyi yapar diye o geliyor aklıma. Ve kendine öz güven getiriyor” söylemi ile öz güven kazandığını dile getirmektedir.

Psikolojik olarak kendilerini olumlu yönde etkilediğini düşündükleri dağ tırmanışını katılımcılar hayatlarının bir parçası olarak görmektedirler. Buna göre; dağ tırmanışı etkinliği sonrası kendilerini yenilenmiş hissettiklerini, kendilerini tanıma fırsatı bulduklarını, başarmak istedikleri olaylar veya konular üzerinde daha fazla çaba gösterdiklerini dile getirmektedirler.

K9: “Önceki hayatım ile sonraki hayatım arasındaki fark çok. Ruh hali açısından daha pozitif çünkü kendinize güveniniz artıyor bir, ikincisi daha açık görüşlü olabiliyorsunuz tabi ki kendinize bağlı bu birazda ve kendi yapabileceklerinizin farkında olup biraz daha geliştirme imkânı ve zorluğun üstesinden gelmek için biraz daha çaba göstermeniz gerektiğini anlıyorsunuz. ...insanı daha olgun hale getiriyor diyebiliriz yani kısacası başladığımdan beri daha olgunum diyebilirim.”

K9 yukarıdaki ifadesi ile dağ tırmanışının kendisinde meydana getirdiği mental değişimi anlatmaktadır. Aynı zamanda katılımcılara ait ifadelerden çıkan sonuca göre, etkinlik sonrası katılımcıların hayatlarının düzene girdiği ve yaşam biçimlerinin farklılaştığı anlaşılmaktadır. Örneğin; K5 söyleminde dağ tırmanışının hayatında meydana getirdiği değişikliklere şu şekilde değinmektedir.

“Deli gibi düzen öğrenir bir dağcı. Biraz daha ekstrem bir spor olduğu için insanlar biraz daha böyle başı buyruk günü yaşayan falan öyle bir şey yok. Dağcı dediğin adam öyle yaşayamaz dünyada da böyle bir şey yok zaten ciddi tırmanış yapan adam ciddi olmak zorundadır. Bir adam fiziksel olarak yemesine dikkat etmek zorundadır. Antrenmanlarına dikkat etmek zorundadır. Uykusuna dikkat etmek zorundadır. Düzenli bir hayat verir.”

Öte yandan K12 dağ tırmanışının katılımcıların hayatlarında bir amaç haline geldiğinden, hayata dair birçok konuda dağ tırmanışı etkinliğinin öğretici olduğundan bahsetmektedir. Bunu destekleyecek ifadesi;

“Zamanını, parayı, psikolojini neye sahipsen hedeflerin doğrultusunda cebinde saklamayı ve hedeflerin doğrultusunda kullanmayı öğreniyorsun. Bu bence çok önemli bir şey, zamanını buna göre planlıyorsun, hayalin var, o hayaline göre hayatına yön veremesen de yön vermeye çalışıyorsun.” şeklindedir.

Sonuç

Araştırmada, dağ tırmanışı etkinliğine katılan bireylerin etkinliğe ilişkin deneyimlerinin, akış deneyimi çerçevesinde incelenmesi amaçlanmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların demografik özelliklerinin farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu farklılıklar yaşanan deneyimlerin de farklı olmasına sebep olabilmektedir. Katılımcı ifadelerinden doğada bulunmak, ortamdan uzaklaşmak, fiziksel ve mental olarak gelişme kaydetmek için dağ tırmanışı yapıldığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra; inzivaya çekilme, sosyalleşme, başarıma isteği, özgürleşme, merak, ego kontrolü vb. de dağ tırmanışına katılma sebebi olarak gösterilmiştir. Loewenstein (1999) çalışmasında bireylerin fiziksel olarak kendilerini iyi hissetmek, teknik beceriler kazanmak ve zirveye varabilmek amacıyla dağ tırmanışına katıldıklarını belirtmektedir. Lipscombe (1995) ise çalışmasında macera turizmine katılan bireylerin kaçma, yeni ortamlara girme, kendini keşfetme, heyecan ve sosyalleşme amacıyla etkinliğe katıldıkları sonucuna varmıştır. Araştırma sonuçları bu çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Jackson ve Marsh (1996) çalışmasında spor ve egzersiz ortamlarında yaşanan performans deneyiminin zihinsel ve psikolojik durumları yansıtması açısından önemli olduğunu savunmaktadırlar. Csikszentmihalyi (1975) etkinliklerde yaptığı görüşmelerin sonucunda, bireylerin yoğun olarak bir işle ilgilendiklerinde yaşadıkları içsel haz durumunu optimal performans duygu durumu ile açıklamıştır. Moneta (2004) çalışmasında optimal performans duygu durumunu, bireyin yaptığı görevin içinde kaybolması, görev üzerinde kendini yeterli ve kontrollü hissetmesi ve yapılan aktiviteden zevk alması olarak tanımlamaktadır. Bu çalışmada katılımcılar, etkinlikte sadece tırmanışa odaklandıklarını, süreci kendilerinin kontrol edebildiklerini ve zorluklarla mücadele ettiklerini vurgulamaktadırlar. Bu söylemlere göre, katılımcıların etkinlik sırasında optimal performans duygu durumu yaşadıkları ifade edilebilir. Katılımcıların etkinlik sırasında mücadele verdikleri ve zorluklarla başa çıkabilecek düzeyde kendilerini yeterli hissetmeleri optimal performans yaşadıklarını göstermektedir. Akış deneyiminde optimal performans duygu durumu; etkinlik sırasında bireyin kendisini çok keyifli ve iyi hissettiği, haz duyduğu ve yaşamın hep benzer şekilde olmasını istediği, zihninde yer eden deneyimleri ifade etmektedir (Csikszentmihalyi, 1991). Csikszentmihalyi'nin akış deneyimi, optimal performansın altında yatan psikolojik durumları anlamak için kullanılmaktadır (Jackson, 1992; Jackson ve Robert, 1992; Kimiecik ve Stein, 1992). Akış deneyimi, bireyin kendisini güzel duygulara bıraktığı ve bilişsel olarak etkili, yeterli, mutlu, güdülenmiş hissettiği psikolojik durumdur (Liao, 2006, s. 46). Pomfret (2006) çalışmasında akış deneyimi ile dağcılık etkinliği arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tsaur, Yen ve Hsiao (2013, s. 363) da macera katılımcılarının akışı deneyimleme potansiyellerinin yüksek olduğunu ifade etmektedirler. Bu çalışmada da katılımcıların etkinlik sırasında aldıkları hazzı, zorluklarla mücadeleleri karşısında yaşadıkları duygu durumlarını ve etkinliği tamamlayabileceklerini hissetmelerini akış deneyimi ile açıklamak mümkündür. Fave, Bassi ve Massimini'nin (2003) çalışmasında ise bireylerin kaya tırmanışı

etkinliğine katılmalarının temel gerekçesinin akış deneyimini yaşamak olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Patterson'ın (2002) çalışmasında, macera turizmi etkinliklerini gerçekleştiren bireylerde başarı duygusunun oluştuğuna dikkat çekilmektedir. Bir başka çalışmada boş zamanlarda ve özellikle dağcılıkta akış kuramını deneyimleme arzusunun oldukça önemli bir etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Stebbins, 2005). Dolayısıyla bu duyguyu tatmak ve akış deneyimi yaşamak için etkinliğe katılım sağlandığı ifade edilebilir. Csikszentmihalyi (1977, s. 50) akış deneyimini, bir etkinliğin bireyin algıladığı meydan okumaları (eylemin zorluk dereceleri) ile kişinin yetkinliklerinin eşleştiği durum olarak tanımlamaktadır. Dörtlü akış modeline göre, bireyler kendi yetkinliklerinin etkinlik karşısında yeterli olmadığını düşündüklerinde kaygı yaşamaktadırlar. Bu çalışmada bazı katılımcıların zorluklar karşısında kendilerini fiziksel ve mental olarak eksik gördüklerinde, tükenmişlik yaşadıkları, endişeye kapıldıkları, korktukları ve başarısız hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Dağ tırmanışında katılımcıların akış deneyimi yaşayabilmek için etkinliğin zorluk derecesi ile katılımcıların yetkinliklerinin dengeli olması gerektiği ifade edilebilir. Aksi takdirde katılımcıların fiziksel ve mental olarak eksik hissettikleri zaman akış deneyimi yaşayamadıkları söylenebilir.

Stebbins (2015) çalışmasında dağ tırmanışı yapan bireylerin etkinlik esnasında akış deneyimi boyutlarından zorluk ve beceri dengesi, öz bilinç kaybı, yoğunlaşma, açık hedefler, anında geri bildirim, zamanın dönüşümü, kontrol hissi ve öz bilinç kaybı yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bir etkinlikte akış deneyiminin oluşması için her boyutun oluşmasına gerek olmadığı, çalışılan alana göre boyutlardan birinin dahi ortaya çıkmasının akış deneyimi göstergesi olduğu ifade edilmektedir (Özkara, 2015, s. 60). Bu çalışmada da dağ tırmanışı etkinliği esnasında katılımcılar etkinliğe başladıkları zaman hedeflerini net bir şekilde bildiklerini ve ona göre hareket ettiklerini, kendilerini dış etkenlere bağlı olmadan tamamen etkinliğe odakladıklarını, zorluklar karşısında kontrol hissi yaşadıklarını, zorluk ve beceri dengesini kurduklarında etkinlikten zevk aldıklarını ve etkinlikte başarılı olduklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda etkinlik esnasında katılımcıların yaşadıkları deneyimler akış deneyimiyle açıklanabilir.

Katılımcılar dağ tırmanışına bağlı yaşanan değişimlerin fiziksel ve sosyal değişimden daha çok mental yönde olduğunu ifade etmektedirler. İfadelere göre, dağ tırmanışı ile bireyler hayata karşı bakış açılarını değiştirmekte, zorluklarla baş edebilme yeteneği kazanmakta, sosyalleşmekte ve fiziksel gelişim sağlamaktadır. Nitekim Arslan Ayazlar (2015) çalışmasında akış deneyimi aracılığıyla katılımcıların kişisel gelişimlerinin olumlu yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada yalnızca dağ tırmanışı yapan kişilerle görüşülmüştür. Araştırmacılara gelecek çalışmalar için bu çalışmanın odağı olan dağ tırmanışı etkinliği dışında diğer macera turizm türlerini de akış deneyimi bağlamında incelemeleri önerilebilir. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak derinlemesine bir araştırma yapılmıştır. Başka çalışmalarda örneklem genişletilerek nicel çalışmalar yapılabilir. Akış deneyimi boyutları gelecek çalışmalarda macera etkinliklerinde ayrı ayrı değerlendirilebilir. Bu çalışmada zor macera etkinliklerinden olan dağ tırmanışı incelenirken, gelecekte yapılacak çalışmalar için yumuşak ve zor macera etkinliklerinin aynı anda incelenmesi de önerilebilir.

Kaynakça

- Akgül, O. (2020). *Rehberli turlarda algılanan değer, akış deneyimi ve davranışsal niyet ilişkisi: Çanakkale savaşı Gelibolu tarihi alanı örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Arslan Ayazlar, R. (2015). *Akış deneyiminin yamaç paraşütü deneyim doyumunu ve yaşam doyumuna etkileri* (Yayımlanmamış doktora tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/497090>
- Bentley, T., Page, S. ve Laird, I. (2001). Accidents in the New Zeland adventure tourism industry. *Safety Science*, 38(1), 31-48. doi.org/10.1016/S0925-7535(00)00053-9
- Bentley, T. A., Page, S. J. ve Macky, K. A. (2007). Adventure tourism and adventure sports injury: The New Zealand experience. *Applied Ergonomics*, 38(6), 791-796. doi.org/10.1016/j.apergo.2006.10.007
- Buckley, R. (2006). Adventure tourism research: A guide to the literature. *Tourism Recreation Research*, 31(2), 75-83. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081265>
- Carli, M., Fave, A. D. ve Massimini, F. (1988). The quality of experience in the flow channels: comparison of Italian and US students, Derleyen: Csikszentmihalyi M., *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*. New York: Cambridge University Press.
- Ceylan, S., Çetin, A. ve Özdiçiner, N. S. (2019. Kasım). *Alternatif turizm türleri ile ilgili bir literatür taraması*. 4 th International Symposium on Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences. Samsun. <https://doi.org/10.36287/setsci.4.8.042>
- Creswell, W. J. (2003). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, London: Sage Publications.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety: Experiencing flow in work and play*, San Francisco: Harper & Row Publishers.
- Csikszentmihalyi, M. (1977). *Beyond boredom and anxiety*, Second printing, San Francisco: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1985). *Beyond boredom and anxiety*, London: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). *The flow experinece and its significance for human psychology*. M. Csikszentmihalyi ve I. S. Csikszentmihalyi (Ed.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness* (s. 15-35) içinde. England. Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Thoughts about education. Creating the future: Perspectives on educational change*. Erişim adresi: <https://www.scribd.com/document/36954554/Thoughts-About-Education-Mihaly-Csikszentmihalyi>
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Finding flow: The psychology of engagement with everyday life*, New York: Masterminds.
- Çelik, H., Baykal, N. B. ve Memur, H. N. K. (2020). Nitel veri analizi ve temel ilkeleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 379-406. Erişim adresi: <https://enadonline.com/public/assets/catalogs/0738320001580289976.pdf>
- Çetinkalp, C. O. (2011). *Optimal performans duygu durumu ve fiziksel benlik algısı: dansçılar üzerine bir çalışma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Çetinkaya, G. (2014). Bir macera turizmi etkinliği olarak kaya tırmanış sporu ve Antalya-Geyikbarı'nın potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31), 83-100. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/27043>
- Ellis, G. D., Voelkl, J. E. ve Morris, C. (1994). Measurement and analysis issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of Leisure Research*, 26(4), 337-356. <https://doi.org/10.1080/00222216.1994.11969966>
- Emekli, G. (2015). Dağlar, dağcılık ve turizm. *Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar*, 205-217. Erişim adresi: https://www.academia.edu/17304714/Da%C4%9Flar_Da%C4%9Fc%C4%B11%C4%B1k_Ve_Turizm.
- Ewert, A. (1985). Why people climb: the relationship of participant motives and experience level to mountaineering. *Journal of Lesuire Research*, 17(3), 241-250. doi.org/10.1080/00222216.1985.11969634
- Fave, A., D., Bassi, M. ve Massimini, F. (2003). Quality of experience and risk perception in high-altitude rock climbing. *Journal of Applied Sport Psychology*, 15, 82-98 <https://doi.org/10.1080/10413200305402>
- Garda, B. (2010). *Macera turizmi pazarlaması: Antalya yöresine gelen turistlerin macera turizmine yönelik eğilimleri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Giddy, J. K. (2018). A profile of commercial adventure tourism participants in South Africa. *Anatolia*, 29(1), 40-51. doi.org/10.1080/13032917.2017.1366346
- Gill, P., Stewart, K., Treasure, E. ve Chadwick, B., (2008). Methods of data collection in qualitative research: interviews and focus groups. *British Dental Journal*, 204(6), 291-295. [doi: 10.1038/bdj.2008.192](https://doi.org/10.1038/bdj.2008.192)
- Guliyev, S. (2017). Adventure tourism marketing: a research on the tourists' behaviours regarding to adventure tourism in Azerbaijan. *International Journal of Business and Management Studies*, 9(1), 64-79. Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2971922
- Guo, Y. (2005). *Flow internet shopping: a validity study and an examination of a model specifying antecedents and consequences of flow* (Doktora tezi, A&M University, Texas). Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/26898162_Flow_in_Internet_shopping_A_validity_study_and_an_examination_of_a_model_specifying_antecedents_and_consequences_of_flow
- Gülcan, B. (2004). Macera turizminin kapsamı ve macera turizminde kaza riski. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 18-38. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TkRjMk5qSXk>
- Gyimothy, S. ve J. Mykletun, R. (2004). Play in adventure tourism: the case of Arctic trekking. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 855-878. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.03.005>
- Haddock, C. ve Wisheard, P. (1993). *Managing risk in outdoor activities*. New Zealand: Mountain Safety Council.
- Jackson, S. (1992). Athletes in flow: a qualitative investigation of flow in elite figure skaters. *Journal of Applied Sport Psychology*, 4(2), 161-180. doi.org/10.1080/10413209208406459

- Jackson, S., Eklund, B. ve Andrew, M., (2010). The flow scales manual, Mind Garden, (Çevrimiçi) www.mindgarden.com, 30 Mart 2020.
- Jackson, S. ve Roberts, G. (1992). Positive performance state of athletes: towards a conceptual understanding of peak performance. *Sport Psychologist*, 6(2), 156-171. <https://doi.org/10.1123/TSP.6.2.156>
- Jackson, S. A. ve Marsh, H. W. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: the flow state scale. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 18(1), 17-35. doi.org/10.1123/jsep.18.1.17
- Johnston, A. M. (1994). *A critical review of alternative tourism: full fare tourism? a case study of Mundo Maya* (Doktora Tezi, The University of British, Columbia). Erişim adresi: <https://open.library.ubc.ca/soa/cIRcle/collections/ubctheses/831/items/1.0098978>
- Kanagasapathy, G. (2017). *Understanding the flow experiences of heritage tourists* (Doktora tezi, Bournemouth University, England).
- Kane, M. ve Tucker, H. (2004). Adventure tourism the freedom to play with reality. *Tourist Studies*, 4(3), 217-234. doi.org/10.1177/1468797604057323
- Kimiecik, J. C. ve Stein, G. L. (1992). Examining flow experiences in sport contexts: conceptual issues and methodological concerns. *Journal of Applied Sport Psychology*, 4(2), 144-160. doi.org/10.1080/10413209208406458
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Liao, L. F. (2006). A flow theory perspective on learner motivation and behavior in distance education. *Distance Education*, 27(1), 45-62. doi.org/10.1080/01587910600653215
- Lipscombe, N. (1995). Appropriate adventure: participation for the aged. *Australian Parks & Recreation*, 31(2), 41-45. Erişim adresi: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19951811677>.
- Loewenstein, G. (1999). Because it is there: the challenge of mountaineering... for Utility Theory. *Kyklos*, 52(3), 315-343. doi.org/10.1111/j.1467-6435.1999.tb00221.x
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: a guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Millington, K. Locke, T. ve Locke, A. (2001). Adventure travel. *Travel & Tourism Analyst*, 4, 65-98. Erişim adresi: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20013123325>
- Moneta, G. B., (2004). The flow experience across cultures. In *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 5(2), 115-121. Erişim adresi: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023/B:JOHS.0000035913.65762.b5.pdf>
- Nepal, S. K., (2002). Mountain ecotourism and sustainable development. *Mountain Research and Development*, 22(2), 104-109. [doi:10.1659/0276-4741\(2002\)022\[0104:MEASD\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1659/0276-4741(2002)022[0104:MEASD]2.0.CO;2)
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and quantitative approaches*, Essex: Pearson Education Limited.

- Novak, T. P. ve Hoffman, D. L. (1997). Measuring the flow experience among web users. *Interval Research Corporation*, 31(1), 1-35. Erişim adresi: <https://www.semanticscholar.org/paper/Measuring-the-Flow-Experience-Among-Web-Users-Novak-Hoffman/017b76f75e330696c03aa9d4b30995d05ae67c89>
- Özkara, B. Ç. (2015). *Tüketicilerin çevrimiçi bilgi aramaları bağlamında akış deneyiminin bilgiden tatmin üzerindeki etkisinin araştırılması* (Yayımlanmamış doktora tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özşahin, N. (2003). *Lise öğrencilerinin günlük yaşamdaki akış deneyiminin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Padilla-Díaz, M. (2015). Phenomenology in educational qualitative research: philosophy as science or philosophical science. *International Journal of Educational Excellence*, 1(2), 101-110. doi:10.18562/IJEE.2015.0009
- Patterson, I. (2002). Baby boomers and adventure tourism: the importance of marketing the leisure experience. *World Leisure Journal*, 44(2), 4-10. <https://doi.org/10.1080/04419057.2002.9674265>
- Pearce, J., Ainley, M. ve Howard, S. (2004). The ebb and flow of online learning. *Computers in Human Behavior*, 21(5), 745-771. doi.org/10.1016/j.chb.2004.02.019
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research. *Tourism Management*, 27(1), 113-123. doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003
- Pomfret, G. (2021). Family adventure tourism: Towards hedonic and eudaimonic wellbeing. *Tourism Management Perspectives*, 39(2021), 1-12. doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100852
- Seifert, T. ve Hedderson, C. (2010). Intrinsic motivation and flow in skateboarding: an ethnographic study. *Journal of Happiness Studies*, 11(3), 277-292. doi:10.1007/s10902-009-9140-y
- Seligman, M. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: an introduction: reply. *American Psychologist*, 55(1), 5-14. doi:10.1037/0003-066X.56.1.89
- Somuncu, M., (2004). Dağcılık ve dağ turizmindeki ikilem: ekonomik yarar ve ekolojik bedel. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-21. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/691578>
- Stebbins, R. A. (2005). *Challenging mountain nature: risk, motive, and lifestyle in three hobbyist sports*. Canada: Detselig.
- Stebbins, R. A. (2015). The mountaineering flow experience. Ghazali Musa, James Higham, Anna Thompson-Carr (Ed.) *Mountaineering Tourism*, Cilt 1. (s.181-185 içinde). Londra, Routledge.
- Suri, H., (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative Research Journal*, 11(2), 63-75. doi: 10.3316/QRJ1102063
- Sung, H., Morrison, A. ve O' Leary, J. (1997). Definition of adventure travel: conceptual framework for empirical application from the providers' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2), 47-67. <https://doi.org/10.1080/10941669708721975>
- Tsaur, S. H., Yen, C. H. ve Hsiao, S. L. (2013). Transcendent experience, flow and happiness for mountain climbers. *International Journal of Tourism Research*, 15(4), 360-374. doi.org/10.1002/jtr.1881

- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(4), 543-559. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/108517>
- Türkiye Dağcılık Federasyonu (2021, 11 Kasım). <https://tdf.gov.tr/tarihce/>
- Turan, N. (2019). Akış deneyimi üzerine genel bir literatür taraması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37(2), 181-199. doi: 10.30794/pausbed.562564
- Wallendorf, M., ve Belk, R. W., (1989). Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research. [Special Volumes], *Interpretive Consumer Research*, 69-84. Erişim adresi: <https://www.acrwebsite.org/volumes/12177/volumes/sv07/SV-07>
- Wengel, Y. (2021). The micro-trends of emerging adventure tourism activities in Nepal. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 209-215. doi: 10.1108/JTF-01-2020-0011
- Whittemore, R., Chase, S. K. ve Mandle, C. L., (2001). Validity in qualitative research. *Qualitative Health Research*, 11(4), 522-537. <https://doi.org/10.1177/104973201129119299>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Extended Abstract

Purpose

In this study, it was aimed to reveal the flow experiences of the participants in the mountain climbing activity, which is considered a sub-branch of adventure tourism. In addition, with the flow experience, it was tried to explain how the participants felt before, during and after the mountain climbing experience.

Design and Methodology

Research data were collected with semi-structured interview technique and researcher diary. Maximum (heterogeneous) diversity sampling was used. Maximum diversity sampling is one of the purposive sampling methods which used in qualitative studies. The sample of the research consists of the participants who climbing in the domestic area and abroad. The selections of participant were conducted with 18 people according to the maximum variation sampling method.

The literature was used as a data collection tool. The semi structured form which develop for this research, which accordance with the main purpose of the research, was prepared and used.

In order to ensure the validity of the interview questions, the interview form was sent to three field experts. The experts evaluated whether the interview questions were suitable for the purpose of the research or not. Besides the experts evaluated the clarity of the questions which asked. In line with the suggestions from the experts, the order of questions and the sentence was reconstituted. After the evaluation, a pilot study was conducted with 2 people. Thanks to the pilot studies, the interview questions were taken its final form.

Findings

When the interviews are evaluated as a whole, the one of reasons for participating climbing activities and desire to be in nature is a passion which starts from the childhood.

Additionally, the participants state that they are motivated by the nature, confronted with their phobias, push their own limits and evaluate their capacities. On the other hand, thanks to the climbing activities, the participants set new goals for themselves by pushing their capacities during their time in nature.

Depending on the difficulty of the climbing route, participants emphasize that it is important to prepare themselves mentally. They state that even if they are physically ready, they will not be able to complete the route unless they are mentally ready.

It is stated that the physical process begins before the decision of participating in climbing and lasts for at least six months. Besides the participants emphasize that the possible situations as staying on the mountain for more than the planned time is one of the possibilities. That's why the participants also emphasize the importance of the equipment. According to the route, The equipment is prepared into the field process.

The mountain climbing is a part of the life's rich pageant for the participants and thus they review the activities that they think positively affects themselves. As a consequence, they evaluate themselves after the mountain climbing activity and they feel refreshed. It is an opportunity to get to know themselves and put more effort on the events which they want to achieve.

Research Limitations

The research is limited to 18 people who obtained data and participated in semi-structured.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

According to the findings, it is seen that the demographic characteristics of the participants is various.. These varieties may cause different experiences. According to the statements of the participants, it is understood that mountain climbing is done in order to be in nature, to get away from the environment and usual ambiance, to develop physically and mentally. In addition the all of things, seclusion, socialization, desire to achieve, liberation, curiosity, ego control, etc. was also cited. as the reason for participating in mountain climbing.

According to the four-flow model, individuals experience anxiety when they think that their competencies are not sufficient for the activity. In this study, it was concluded that when some participants see themselves as physically and mentally deficient in difficulties, they experience the affection of burnout, worry, fear. They also feel unsuccessful. It can be stated that the difficulty level of the activity and the competencies of the participants should be balanced in order to have a flow experience in mountain climbing. Otherwise, it can be said that the participants can not experience the flow experience unless they feel physically and mentally productive.

In this study, the participants stated that when they started the activity, they knew their goals clearly and acted their way of thinking and they focused themselves completely on the activity without depending on the external factors. Besides, they experienced a sense of control because of the difficulties. They enjoyed the activity when they balanced between the difficult situation and their skills. This is the best possible way to success in the activity. In this context, the experience of the participants can be explained by the flow experience during the event.

Participants also state that the mental changes are related to the mountain climbing and are more dominant than the physical and social changes. According to the statements, the person who does the mountain climbing

broaden his viewpoint on life and gain the ability to cope with difficulties. The person doing the mountain climbing is also effective and provide physical development with mountain climbing.

Originality/Value

This study is considered important because it is one of the few studies that evaluates mountain climbing which is one of the adventure tourism activities. On the other hand the study was associated with the flow theory. Although there are similar studies, it is thought to be a valuable study that will contribute to the literature.

Araştırmacı Katkısı: Merve METİN (%70), Ebru DÜŞMEZKALENDER (%30).

Pırlanta Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Temsili: Blue Diamond ve Zen Reklamları Üzerinden Bir Çözümleme ¹

Gülin TEREK ÜNAL ² - Özlem KALAN ³

Başvuru Tarihi: 29.03.2021

Kabul Tarihi: 20.12.2021

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Tüketicilerin üründen çok sembolik anlamları ve arzuları tükettiği bir dönemde olduğumuz söylenebilir. Bu ihtiyacın farkında olan günümüz markaları reklamları ürüne ilişkin ihtiyaç, arzu ve tatmin yaratmak amacıyla hazırlamaktadır. Mücevher gibi lüks tüketim ürünlerinin reklamları sosyal statü, itibar, özel ve değerli hissetme gibi ihtiyaçların tatmini üzerine kurgulanmaktadır. Bunların arasında pırlanta markaları özellikle kadınların bu ihtiyaçlarına seslenmekte hatta bu ihtiyacı yaratmaktadır. Pırlanta reklamlarında kadınlara pırlanta bir yüzük ya da kolyenin hediye edilmesi onlara kendilerini değerli ve özel hissettirme, sosyal ortamlarında itibar kazandırmak hatta onlara duyulan aşk ve sevginin ölçüsü olarak sunulmaktadır. Bu ürünlerin satın alıcısı olarak erkekler hedeflense de kadınlar ürünleri talep eden kişi olarak gösterilmekte hatta bu bir olmazsa olmaz olarak verilmektedir. Bu çalışma pırlanta reklamlarında toplumsal cinsiyet rollerinin temsili ve pırlanta ürünleriyle nasıl ilişkilendirildiğini görmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla seçilen Blue Diamond ve Zen Pırlanta markalarının reklamları Metz'in film çözümleme yöntemi kullanılarak analiz edilmiş ve pırlantaya yükledikleri toplumsal cinsiyetle ilişkili anlamlar kadın ve erkek cinsiyet rolleri bakımından incelenmiştir. Ulaşılan sonuçlar bu amacı ve reklamda toplumsal cinsiyet literatürünü desteklemektedir. İncelenen pırlanta reklamlarında 'aşk, bağlılık, mutluluk, değerli olma' gibi duygular toplumsal cinsiyet üzerinden ürünle ilişkilendirilmektedir. Bu reklamlar erkeğe pırlanta hediye etme rolünü yüklerken kadına da pırlanta hediye edilen rolünü uygun görmektedir. Tüketime yönlendiren reklamların yarattığı ihtiyaç ve anlamları deşifre eden çalışmalar toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden düşünülmesi bakımından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Tüketim, Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet Rollerini

Atıf: Terek Ünal, G. ve Kalan, Ö. (2022). Pırlanta reklamlarında toplumsal cinsiyet rollerinin temsili: Blue Diamond ve Zen reklamları üzerinden bir çözümleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 23-44.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü, gterek@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4556-7943

³ İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, okalan@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0001-74749848

Representation of Gender Roles in Diamond Ads: An Analysis Through Blue Diamond and Zen

Gülin TEREK ÜNAL⁴ - Özlem KALAN⁵

Submitted by: 29.03.2021

Accepted by: 20.12.2021

Article Type: Research Article

Abstract

It can be said that we are in a period where consumers consume symbolic meanings and desires rather than products. Aware of this need, today's brands manage advertisements in order to create needs, desire and satisfaction for the product. The reduction of functional differences between products has also made it compulsory for brands to try to create needs through symbolic meanings and values. Ads direct consumers to products with symbolic meanings as a way of expressing their identity. The advertisements of products such as luxury consumption products and jewellery are based on the satisfaction of needs such as social status, reputation, and feeling special and valuable. Among them, diamond brands especially address these needs of women and even create this need. In diamond advertisements, the gift of a diamond ring or necklace to women is presented as making them feel valuable and special, gaining prestige in their social environment, and even a measure of the love and affection felt for them. Although men are targeted as purchasers of these products, women are shown as demanders of the products and even this is given as a sine qua non. In this study, the messages conveyed to women and men in diamond advertisements were examined in the context of gender roles. For this purpose, the advertisements of Blue Diamond and Zen Diamond brands which are selected were analyzed using semiotic analysis method and the gender-related meanings they attributed to the diamond were compared in terms of female and male gender roles.

Keywords: Advertising, Consumption, Gender, Gender Roles

⁴ Istanbul University, Faculty of Communication, Department of Radio-TV Cinema, gterek@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4556-7943

⁵ Istanbul University, Faculty of Communication, Department of Public Relation & Publicity, okalan@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0001-74749848

Giriş

Sembolik tüketim, ürünlerin sembolik değer/anlamlarına göre satın alınması ve tüketilmesi olarak tanımlanabilir. Tüketim ürünleri toplum tarafından uzlaşmış şekilde yorumlanan ve anlamlandırılan semboller haline gelmişlerdir. Bu durumda her ürünün bir sembolik anlamı olduğundan bahsetmek mümkün görünmektedir (Sirgy, 1982, s. 288). Reklamlar tüketicileri sembolik tüketime yönlendirmede önemli bir etkiye sahiptir (Witt, 2010). Odabaşı'na (1999) göre sembolik ürünler üç işlevi yerine getirerek kimliğimizi göstermemize yardımcı olmaktadır. Bu ürünler, birincisi kendimizi nasıl hissettiğimizi, ikincisi kişisel güç ve statümüzün seviyesini ve üçüncüsü ise sosyal bütünleşmemizi ve kişisel farklılaşmamızı sağlamaktadırlar (Odabaşı, 2006, s. 25-26).

Reklamlarda tüketicinin özelliklerine, ilgi alanlarına, isteklerine, duygularına yani kimliğine yönelik göstergeler kullanılır. Bu göstergeler çok farklı biçimlerde farklı duygular için kurgulanabilir. Toplumsal cinsiyet rolleri açısından reklamlar erkek ve kadın davranışlarını kalıp yargıları yediden üreten biçimde ve onları idealize ederek sunarlar. Reklamın bu rolü toplumsal cinsiyet ve reklam ilişkisi literatüründe (Goffman 2020, Williamson 2001, Demir 2006, Berger 1999, Papatya ve Karaca 2011) tartışılmaktadır.

Tüketim kültürünün en önemli araçlarından olan medya, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yeniden üretildiği bir mecra olarak da karşımıza çıkmaktadır. Özellikle medya ürünlerindeki kadın temsilleri eşitsizliği yaratan kadının ikincil konumunu ve ona biçilen toplumsal cinsiyet rollerini tekrar tekrar üretmektedir. Son yıllarda feminist kuram ve toplumsal cinsiyet çalışmalarının sonucu olarak bazı değişimler yaşanmaya başlamışsa da genel olarak medya metinleri eşitsizliği üretmeye devam etmektedir. Medyada kalıp yargıların ürünü olan kadın stereotipleri tv programları, dizi/ filmler ve reklamda sıklıkla görülmektedir.

Pırlanta reklamlarındaki sembolik anlamların kadın ve erkekler açısından ne anlama geldiğine ilişkin yapılan araştırmalarda (Eyice, İlbasmış ve Pirtini 2014; Sabah, 2017; Yazarve Özer, 2017) pırlantanın evlilik ritüelinin en önemli parçalarından biri olduğu, aşkla ilgili sembolik anlamlarının yanında statü göstergesi olarak da algılandığı gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca bu araştırmalarda bu anlamların daha çok kadınlar tarafından önemsendiği erkeklerin kadınları memnun etmek için ve toplumsal bir zorunluluk olarak gördükleri için pırlanta satın aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma literatürde yer alan bu sonuçlar doğrultusunda reklamların bu anlamı yaratmak konusunda pırlantayı ve kadınlara ilişkin toplumsal cinsiyet rol kalıplarını nasıl kurguladıklarını ve doğallaştırdıklarını pırlanta markalarının reklam filmlerini Metz'in film çözümleme yöntemiyle çözümleyerek göstermeyi amaçlamaktadır.

Reklamda Anlatım ve Sembolik Tüketim İlişkisi

Reklamcılık, 20.yy.dan 21.yy.a geçişteki teknolojik, toplumsal ve kültürel değişimin hem temel aktörlerinden biri olmuş, hem de bu değişimden etkilenmiştir. Tüketime hizmet eden medya araçları, özellikle modern reklamcılığa geçişle birlikte tüketiciler üzerinde daha etkili olmaya başlamıştır. Ritzer'e göre; "tüketiciler kapitalizmde o kadar büyük ve önemli bir rol oynamaya başladılar ki, kendi kendilerine karar almalarına izin verilemezdi" Bu nedenle insanların karar almasına yardımcı olmak için tasarlanmış modern reklamcılık tüketim toplumuna geçişin ilk aşamasını oluşturuyordu. İnsanlara istediklerini vermek dahası yeni istek yaratmak bu istekleri karşılayan üreticilere de kar sağlamak üzere reklamlar giderek çoğaldı (Ritzer, 2000, s.51).

Reklam hedef kitlesinde ürüne/hizmete ilişkin bilişsel ve duygusal ihtiyaç yaratmak için kurgulanmış bir medya metnidir. Tüketim kavramının tanımı ihtiyaç kavramından faydalanılarak yapılır. Tüketicinin amacı olan ihtiyaç bir eksikliğin hissedilmesi olarak tanımlanabilir. Bu kavram istek kavramı ile karıştırılır. Ancak istek ihtiyacın nasıl giderileceğini belirlediğinden yaşamdaki deneyimden elde edilen bilgilerle ortaya çıkmaktadır (Odabaşı, 2006, s.20). Tüketiciler ürün ve hizmetleri rasyonel ve duygusal olarak ihtiyaçlarını karşılamak için satın almaktadırlar. Rasyonel olarak tüketicinin ürün ya da hizmetten beklentisi performans değeridir. Oysa

duygusal olarak beklenen o ürüne sahip olmanın verdiği tatmindir. Başfırıncı'nın çalışmasında da belirttiği gibi; yeni tüketim anlayışı ile ürünler fiziksel ihtiyaçların tatminine yarayan bir öge olmaktan çıkarılmış, parasal değerlerinden uzaklaştırılarak kültürel değerlerle ifade bulmaya başlamıştır (Başfırıncı, 2011, s.183).

Sembolik tüketimi teşvik eden reklamların bu anlamları oluşturmada kendine has dil ve anlatım biçimleri bulunmaktadır. Reklamın tüketim kültürü içindeki rolü pek çok eleştirel eserin de konusunu oluşturmaktadır. Reklamın göstergelerle ilişkisini ve reklamın anlatımını yakından inceleyenlerden biri de Roland Barthes'tır. Barthes'e göre de "Her reklam bir bildiridir ve her reklamın bir anlatım ya da gösteren düzlemi ile bir içerik ya da gösterilen düzlemi vardır. Birinci bildiri düz anlam bilgisi olarak adlandırılır. İkinci bildiri ise her reklamda aslında aynıdır. Çünkü burada "ilan edilen ürünün mükemmelliğidir" "İnsanlar ürüne reklam dili aracılığıyla dokunurlarken, ona anlam verirler ve böylece de onun basit kullanımını zihin deneyimine dönüştürürler" (Barthes, 2009, s. 188-193).

Baudrillard'a göre alt ve orta sınıflar "nesne yoluyla kanıtlama", "tüketim yoluyla kurtuluş", statü edinebilme için çabalamaktadırlar. Oysa ulaşmak istedikleri statü kendi mükemmelliklerini kültür ve iktidar yoluyla kanıtlayan üst sınıfların ayrıcalığıdır (Baudrillard, 2008, s.67). Reklamlar kitlelere o ulaşmak istedikleri statüye ulaşma arzusu ve ihtimalini vermektedir. Bu arzu hiç bitmeyecek ve gerçekleşmesi hep ihtimal olarak kalacaktır. Çünkü reklamlar tüketicinin hiçbir zaman tamamlanmasına izin vermeyen hep yarım bırakan ve yeni hedefler koyan bir yapı olarak varlık göstermektedir. "Kitle iletişiminin bize verdiği gerçeklik değil, gerçekliğin baş döndürücülüğüdür" (Baudrillard, 2008, s.27).

Baudrillard'ın ifade ettiği gibi "Reklamın kitle iletişim işlevi daha çok reklamın özerkleşmiş, yani gerçek nesnelere, gerçek bir dünyaya, bir göndergeye değil, bir göstergeden diğerine, bir nesneden diğerine, bir tüketiciden diğerine gönderme yapan araç mantığından kaynaklanır" (Baudrillard, 2008, s.149).

Tüketim kültürünün reklam gibi önemli aktörlerinden biri olarak tanımlanabilen moda, "keyfi, hareketli ve çevrimseldir ve bireyin içkin niteliklerine hiçbirşey katmaz. Bununla birlikte moda, derin bir baskı karakterine sahiptir ve yaptırımı toplumsal başarı ya da dışlanmadır" (Baudrillard, 2008, s.123). Pırlanta ve mücevher ürünlerinin de tıpkı giysi, aksesuar, makyaj vb. ürünler gibi toplumda karşılık bulan bir modası, trendleri vardır. Pırlanta ürünleri özelinde baktığımızda son yıllarda çoğalan markalarla birlikte "moda olan" ve çok tercih edilen modeller hem reklamlarda hem de kullanımda öne çıkmaya başlamıştır. Öyle ki eskiden evlilik için kadına sadece tek taş pırlanta alınırken (geleneksel olarak satın alan kişi erkektir) şimdi beştaş pırlanta ile birlikte alınmaktadır. Reklam görsellerinde ve kampanyalarda da ikisi birlikte sunulmaktadır.

Moda ve popüler kültür sembolik tüketimi teşvik etmektedir. Moda öncelikle olarak "görme"nin, sonrasında da "görünme"nin eyleme yönelik bir "görüntüsü"dür. Nesnelere dünyası bir görüntüler bütünlüğüdür. Toplumsal olanı görünen üzerinden anlamlandırma çabası bireyi, kendi gördüğü üzerinden değil görünmek istediği ya da görünmeye zorlandığı alan içinde cisimleştirmektedir. Görüntüler dönüşümlerin başlatıcısı olarak giysiyi kılıkla, biçimle, görüntüyle, imgeyle ve kimlikle yakınlaştırarak anlamlı hale getirmektedir (Türkoğlu, 2000, s.73). Reklam sembollerin kullanımı konusunda moda ile yakın bir ilişki içindedir. Pırlanta tek taşla evlenme teklif etmek, tek taşın yanına beştaş yüzük takmak moda olan davranışların tüketimle ilişkisine bir örnek olarak gösterilebilir.

İnsanların tükettikleri nesnelere kimliklerini gösterme çabasını *gösterişçi tüketim* kavramı altında da incelemek gereklidir. Veblen (2015), gösterişçi tüketimle ilgili olarak; ait olunan seçkin sınıfta imajı diğer sınıf üyelerine yansıtmak ve ait olunmayan alt sınıflardaki bireylerden farklılaşmak olmak üzere iki güdünün olduğundan bahsetmektedir. O'na göre nadir bulunan şeylere sahip olmak bir statü göstergesi olarak kabul edilmektedir. O dönemin koşullarında elmas nadir bulunan ve değerli bir taş olarak kıymetlidir ve bir statü göstergesidir. Ancak günümüzde gelinen noktada reklamlarda da gördüğümüz gibi kitlesel pazarın bir ürünü haline gelerek nispeten daha kolay ulaşılır bir hale gelmiştir. Bu nedenle pırlanta Veblen'in (2015) tanımladığı

dönemdeki gibi bir gösterişçi tüketim nesnesi olmasa da hala statü göstergesi ve sembolik anlamı olan bir ürün olduğu söylenebilir. Ancak özellikle pırlanta yüzük moda haline gelen bir üründür. “Lüks ürünlerin en büyük problemi nadirliği koruyarak, nasıl daha çok satış yapılacağıının bulunmasıdır” (Tıgılı ve Akyazgan, 2003, s.24). Bu nedenle de lüks tüketim ürünü olarak konumlandırılmaktan çok duygusal mesajlarla toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden sunulmakta ve pırlanta aşkla ilişkilendirilmeye devam etmektedir.

Reklam tüketicinin ona sunulan örnek bireye dönüşmesi için gereklilikleri sunar, yolları gösterir ve hedef kitlenin sadakatli bir müşteriye dönüşmesi için her türlü olumlu imaj üretimini gerçekleştirir. Farklı kategorilerde yer alan tüketim ürünlerinin her biri kendine özgüdür ve her bir kategori için farklı pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Günümüz tüketicileri için hedonik yararlar sağlayan lüks pazarlama ürün ve hizmetleri oldukça önemlidir. Pırlanta lüks tüketiminin araçlarından biri olduğu kadar yan anlam olarak da aşkın en önemli temsil araçlarından biridir (Çelebi ve Pınar, 2017).

Reklam toplumu yönlendirici bir etkiye sahip olması tüketiciye seslenme tarzıyla yakından ilişkilidir. Günümüzde reklamcılar, tüketici odaklı reklamı geliştirerek tüketicinin kişiliği, yaşam biçimi ve tüketim tercihlerini bilerek buna bağlı sembolik bir anlatım benimsemişlerdir. Dyer’in (1982) işaret ettiği gibi reklam, ürünlerin yanısıra bir yaşam biçimini de satın almayı teşvik etmektedir.

Modern gündelik hayatın getirdiği yeni alışkanlıklar reklamlarda kendini göstererek bu hayatın gerekliliklerini öğreten yaşam biçimine ilişkin ipuçları vermektedirler. 1960lardan itibaren başlayan bu süreç markalar büyüdükçe daha belirgin hale gelmiştir. Bu ürünler kullanıcıları konusunda bilgi veren ürünlerdir. Marlboro’nun sert, maskülen bir kovboyla sigara içen erkek modelini oluşturması gibi pek çok marka reklamında ürün ve yaşam biçimi arasında bağlantı kuran reklamlar yapmaya başlamıştır. Ürünler giderek temel faydaları dışında anlamlarda taşımaya başlamışlardır (Rutherford, 2000, s.56,98).

“Reklam mesajları hedef kitlenin kültürel ve toplumsal değerleri dikkate alınarak onların istek ve kabullerine uygun olarak hazırlanır” (İmançer, 2006, s.123). Guy Debord’un ifadesiyle reklamda “yaşamın her bir görünümünden kopmuş olan imajlar, bu yaşamın birliğini yeniden kurmanın artık mümkün olmadığı ortak bir akışta kaynaşır. Kısmi olarak göz önünde bulundurulmuş gerçeklik, ayrı bir sahte-dünya, salt seyrin nesnesi olarak, kendi genel birliğinde sergilenir. Dünyasal imajlardaki uzmanlaşma, aldatıcı şeyin hakikatle yüz yüze gelmekten kaçındığı özerkleşmiş imaj aleminde kendini tamamlanmış bulur” (Debord, 1996, s.13). Bu ‘sahte dünyada’ nesnelere öyle bir ustalıkla yerleştirilir ki ortaya anlamlı bir göstergeler bütünü çıkar. Barthes’a göre reklamın en önemli özelliklerinden biri yananamlar içeriyor olmasıdır (Barthes, 1999, s. 244-245). İzleyicinin yananamlarıyla birlikte algıladığı bu göstergeler bütünü, ürünle ilgili bilgilerin yanında onunla ilgili verilmek istenen bir yaşam tarzı ve düşünce biçimini de sunar. “Günümüzde markaların, iletişimin ve tüketicinin gelmiş olduğu noktada, ürün-bilgi merkezlikten, anlam-imaj merkezliğe doğru bir kayma yaşanmıştır” (Uztuğ, 1999, s.124). Bu nedenle “Reklamcılar mecaza ve benzeri ima araçlarına çok şey borçludur (Rutherford, 2000, s. 98).

Williamson’a göre; “Reklamlar, anlam sistemleri arasında sürekli tercüme yaparlar ve dolayısıyla yaşamımızın farklı alanlarına ait değerlerin birbirinin yerine geçebilir hale getirildiği geniş bir meta sistemi yerine getirirler” (Williamson, 2000, s.25). Reklamvereninin ait olduğu pazardaki dengeler reklamın biçimini ve mesajını belirler. Bazen de reklamlar tüm pazara dönük yapılırlar. Başka bir ifadeyle ürünün ait olduğu sektör için tüketimi artırmak amacıyla reklam yapılmaktadır. Pırlanta reklamlarının hepsi kadını, aşk, çekicilik, güzellik, romantizm, sosyal statü gibi kavramlarla birleştiren mesajlarla kadınlar için pırlantanın olmazsa olmaz olduğunu vurgular ancak erkekleri dolaylı olarak hedefleyen mesajlarla satın alan olarak onları konumlandırır. Bu kadının ataerkil sistemde ekonomik ve duygusal açıdan erkeğe bağımlı, pasif, edilgen ve tüketici anlamını bir kez daha üreterek toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını pekiştirmektedir.

İnsanlar ürünlerin sembolik anlamları yardımıyla çevreleriyle iletişim kurmaktadır. Bu diğer insanlara bireyin sahip olduğu özellikler konusunda bir fikir vermektedir. Reklam nesnelere değil toplumsal ilişkileri amaçlar. Reklam dışarıdan başkalarının gözünden görülen bir mutluluk vadeder. Bu insana kıskanılmanın getirdiği bu mutluluk insanlara çekici gelir. Ancak reklam bize hep henüz kıskanılacak duruma gelmediğimizi ama geleceğimizi anlatır. “Reklam seyirciye sunulan nesneyi aldığı anda yaşamının daha iyi olacağını söyler; ona içinde bulunduğu yaşamdan daha iyi bir yaşam önerir” (Berger, 1999, s. 132-142). Bu nedenle insanlar toplumsal ilişkilerini etkileyecek, başkalarının gözünde onları kıskanılacak bir duruma getireceğini düşündükleri ürünlere yönelirler. Pırlanta reklamlarında taşın büyüklüğü kıskanılacak derecede değerli bir şeye sahip olma ve kendini bu oranda değerli hissetmeyle ilişkilendirilmektedir.

Sembolik tüketim tarzında ürünler, tüketicinin benliğine uygun olması, tüketicinin kimliğini yansıtması, sosyal varlığını oluşturması ve korumasına, statüsünü ya da sosyal sınıfını belirlemesine, kendisini başkalarına ve kendine ifade edebilmesine, kendini tanımlayıp bir role bürünmesine yönelik olarak da tüketilmektedir (Odabaşı, 1999, s.85).

Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Toplumsal Cinsiyet Roller

Toplumsal cinsiyet (*gender*), kadın ve erkekler için toplumsal olarak oluşturulmuş roller ve öğrenilmiş davranış ve beklentilere işaret etmek için kullanılan bir kavramdır. Bütün toplumlarda biyolojik farklılıklar kültürel olarak yorumlanıp değerlendirilerek hangi davranış ve faaliyetlerin kadınlar ve erkekler için uygunluğuna, hangi haklara, kaynaklara ve güce ne derecede sahip olduğuna ya da olması gerektiğine ilişkin toplumsal beklentiler geliştirilir (Ecevit, 2003, s.83).

Toplumsal cinsiyet konusunda özellikle son otuz yıl içinde yapılan çalışmalar önemli bir ilerlemeyi sağlamıştır. Önceleri sosyolojinin içinde bile yer almayan yeni bir disiplin doğmuştur. Bu ilerlemenin arkasında hiç şüphesiz çok daha önce başlayan feminist kuram ve hareketlerin önemli bir katkısı vardır. Bugünkü feminist kuramın klasik kökenleri, dalgalar olarak tanımlanan feminist hareketlerle oluşturulmuştur. Kadın ve erkek arasındaki eşitsizliklerin giderilmesini amaçlayan ilk dalga feminist hareket 1848-1920 arasında gerçekleşir. Bu dalga kadınların oy hakkı ve politik süreçlere katılım hakkı elde etmek için mücadele etmiştir. İkinci dalga feminist hareket ise 1960-1990 arasında devam eder ve temel, politik haklar elle tutulur ekonomik ve sosyal eşitliğe dönüştürülmeye çalışılır. Üçüncü dalga aktivizm 1990'lardan günümüze uzanan hareketleri kapsamaktadır. Buna göre birinci dalga eşit haklar, ikinci dalga özgürleşme ve üçüncü dalga farklılıkların dayanışması kavramlarıyla özetlenebilir. Feminist kuramlar kendi aralarında cinsiyet ayrımcılığını oluşturan ve üreten baskı mekanizmalarına karşı verdikleri mücadele biçimleriyle de farklılaşmaktadırlar (Altun, 2019, s.71). Örneğin Liberal Feminizm toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin iş bölümünün, cinsiyetçi biçiminin bir sonucu olduğunu, toplumsal cinsiyet eşitliğinin kilit kurumları olan hukuki düzenlemeler, iş, aile, eğitim ve medyanın yeniden şekillendirilme aracılığıyla iş bölümünü dönüştürerek üretilebileceğini ileri sürmektedir (Ritzer, 2011, s. 467).

Toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasındaki farklılığı vurgulamakta ve erkeklik ile kadınlık arasındaki eşitsiz bir bölünmeye dikkat çekmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri erkeklerin ve kadınların yapabilecekleri faaliyetleri sınırlayan toplumsal beklentileri içermektedir. Bu beklentiler bireyin içinde yaşadığı toplum içinde kendini baskı altında hissetmesine neden olmakta ve davranışlarını etkilemektedir. Toplumsal cinsiyeti açıklamaya çalışan kuramlar arasında Sosyal Öğrenme Kuramı (Bandura, 1977 aktaran Dökmen 2009) aslında öğrenmenin sosyal etkilerini ortaya koymak için geliştirilmişse de cinsiyet rollerinin açıklanmasında da temel alınmaktadır. Bandura'ya göre öğrenme edimsel koşullanma ve model olarak öğrenme şeklinde gerçekleşir. Buna göre çocuklar ödül ya da ceza yönteminin yanısıra gözlemledikleri kişi ya da durumları model olarak da öğrenirler. Toplumsal cinsiyet rolleri de bu model alma sonucu öğrenilmektedir. Model alınan kişiler anne, baba, öğretmen olabileceği gibi beğenilen program ya da reklam karakterleri de olabilmektedir. Medyada animasyon, film ya da dizi gibi formatlarda kurgulanmış yapımlardaki ünlü ve beğenilen karakterler de toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde etkili olmaktadır.

Erkeğin ve kadının toplum içinde farklı statüleri vardır. Toplum tarafından belirlenen bu statüler onlardan beklenen davranışları dolayısıyla rolleri de etkiler. Sosyal rolleri farklı olan kadın ve erkek bu nedenle birbirinden farklılaşır ve kalıp yargılar da buna bağlı olarak güçlenir. Toplumun kadın ve erkeğe bakışının değişmesi, beklenen rol ve kalıp yargıların da değişmesini sağlaması açısından önemlidir. Bu anlamda medya, toplumun bakış açısını değiştirmek açısından önemli bir rol üstlenmektedir.

Deaux ve Major (1987), Benlik Sunuşu Kuramında cinsiyete bağlı sosyal davranışların aslında pek çok faktörden etkilendiğini, esnek olduğunu ve ortama bağlı olduğunu vurgular. Kuram, kişilerin davranışlarının kişisel tercihleri, başkalarının davranışları ve ortamın şartlarına göre şekillendiğini ayrıca kişilerin kendilerini yani benliklerini nasıl sunmak istedikleriyle de bağlantılı olduğunu ileri sürer (aktaran Dökmen 2009, s.87).

Toplumsal cinsiyet kimliğinin belirleyicileri konusunda tartışmalı olmakla birlikte Freud'un açıklamaları da önemli yer tutar. Freud, çocuklardaki toplumsal cinsiyet farklılıklarını öğrenmenin merkezinde penisin varlığının ve yokluğunun etkili olduğunu öne sürmüştür.

Freud'un çalışmalarını geliştiren Chodorow (2005) ise erkeğin kimliğini kazanmak için anneden ayrılma sürecini bir kayıp olarak nitelendirerek bu kopuşun erkek kimliğini biçimlendirdiğini bu nedenle de daha sonraki yakın ilişkilerini bilinçsiz olarak kimliğine tehdit olarak algıladığını söylemektedir. Ona göre kadınlar ise annelerinden kopuş yaşamadıkları için yakın ilişkilerin hayatlarındaki varlığını değil yokluğunu bir tehdit olarak algılamaktadırlar. Chodorow'un çalışmalarını daha ileriye taşıyan Gilligan (1982) (aktaran Giddens, 2012); "kadınların kendilerini kişisel ilişkileri ile tanımladıkları, kendi başarılarını da ötekilere göz kulak olma yeteneklerine gönderme yaparak değerlendirdiklerini" belirtmektedir. Gilligan iki yüz kadın ve erkekle yaptığı araştırmanın sonucunda da "Kadınların kendilerine bakışı bireysel başarıdan duyulan gururdan çok başkalarının gereksinimlerini başarıyla yerine getirmelerine dayandığını" bulmuştur (Giddens, 2012, s. 212-214). Bu çalışmaya konu edinilen pırlanta reklamlarında da kadınların kendilerini evlilikleri ya da ilişkileri açısından tanımladıkları ve eşlerinin onlara pırlanta hediye etmesini gurur duyulacak bir durum gibi karşıladıkları gösterilmektedir.

Toplumsal cinsiyet tartışmalarına farklı boyutlar kazandıran Butler'a göre, "Toplumsal cinsiyet, eril ve dişi kavramların üretildiği ve doğallaştırıldığı bir mekanizmadır" (Butler, 2009, s.75). Toplumsal cinsiyet aslında toplumun "kadın ve erkeğin özel ya da kamusal alanda nerede duracağı, toplumsal hayata ne oranda katılacağı ve nasıl temsil edileceği" (Ökten, 2009, s. 302) konularındaki yaklaşım ve yaptırımlarının bütünüdür. Toplumsal cinsiyet, "toplumsal olarak kurulmuştur, erillik-dişilik kavramlarıyla bağlantılıdır ve bireyin biyolojik cinsiyetinin doğrudan bir sonucu olmak zorunda değildir" (Giddens, 2008, s.505). Toplumsal cinsiyetin kurgulandığı alanlara örnek olarak giysiler ve isimler gösterilebilir. Bireylerin isimleri ve giysileri toplumsal cinsiyet rollerine uygun olarak cinsiyetleri ayırt etmektedir. Bu bağlamda mücevher, takı, pırlanta yüzük takmak kadınlara özgü iken erkeklerin sade bir altın halka olarak alyans takmaları yeterli görülmektedir. Geleneksel olarak çoğu kültürde nikah ve düğünlerde geline kolye, bilezik vb. süs objesi altın takılar takılırken, damada para ya da maddi değer ifadesi olarak altın hediye edilmektedir.

Toplumsal cinsiyet rolleri toplumun her bireyinin karşısına küçüklükten itibaren çıkmaya başlar. Çocuklar masallarda, ders kitaplarında, sosyal medyada ve geleneksel medya yapımlarında sıklıkla bu rolleri temsil eden masal ya da çizgi film kahramanlarıyla karşılaşmakta aile, okul ve yakın çevrelerinde de bu rollere ait davranışları görüp öğrenmektedirler. Bu süreçte öğrenilen ve içselleştirilen davranış, sorumluluk ve beklentiler, çocukların eğitim, iş ve meslek seçiminde belirleyici olmaktadır. Yetişkinliğe eriştiklerinde bu rollere uyan bireyler olarak toplum yaşamına dahil olurlar ve yine çevrenin (iş ortamı, kamusal alan vb.) ve medya yapımlarının (dizi, film, program, reklam) toplumsal cinsiyet rollerini pekiştiren mesajlarına maruz kalmaktadırlar.

Toplumsal cinsiyet, hassas bir konudur; çünkü bu eşitsizliğin varlığı sıklıkla görmezden gelinmekte ve yadsınmaktadır. Öyle ki dünyadaki toplam işgücünün üçte ikisi kadınlara aitken; kadınların günlük çalışma süreleri daha uzunken ve dünyada toplam gıdanın yarısını kadınlar üretmekteyken, kadınların geliri dünyada elde edilen gelirin yalnızca %10'u kadardır (Ecevit, 2003, s. 84).

Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı belirgin bir biçimde kadınların ikincil olarak konumlandırılmasına ve ezilmesine neden olmaktadır. Bu nedenle feminist kuramlar ve toplumsal cinsiyet literatürü ağırlıklı olarak kadınların toplumsal hayatın her alanına yayılmış sorunlarına odaklanmaktadır. Bu sorunlar, kadınların çalışma hayatı dışında bırakılmaları, çalışan kadınlara eşit koşulların sağlanamaması, ev kadını, annelik gibi bakım verme rollerinin her durumda kadının üzerinde olması, aile içinde ve kamusal alanda şiddete maruz kalmaları, medyada cinsel obje ya da edilgen rollerde temsil edilmeleri gibi pek çok farklı disiplini kapsayacak boyutlarda gerçekleşmektedir. Kadınların yaptıkları işler (ev hanımlığı ve annelik) toplumsal olarak 'gerçek' iş olarak algılanmamaktadır. Katkısı büyük ve önemli olmasına rağmen değersiz görülen bu roller kadınların yaşam kalitelerini bozmakta ve ekonomik özgürlüklerine engel olmaktadır.

Toplumlar için kadın ve erkek ayrımı konusu önemlidir. Bu nedenle de kadın ve erkeğin alanları net olarak belirlenmiştir. Toplum bireyin biyolojik cinsiyetine göre davranışlar sergilemesini bekleyerek; onu toplumda kabul gören davranış kalıplarını kabullenmesi ve uygulaması için zorlanmaktadır (Vatandaş, 2007, s.30). Bu 'cinsiyet kalıp yargıları', toplumun kadınlardan ve erkeklerden beklediği bazı davranışlar ve özellikleri içermektedir. Cinsiyet kalıp yargıları hem kadınların hem de erkeklerin davranışlarını sınırlandırır; bu gereklere uyulmaması çok dikkat çekicidir ve genellikle olumsuz algılanır (Dökmen, 2004, 107).

Medyanın toplumsal cinsiyet sunumlarında kadınların temsilinin yetersizliğinin dışında var olan temsillerinin de sorunlu olduğu görülmektedir. Toplumsal cinsiyet görünümüleri kültürel olarak üretilerek, medya ile pekiştirilmektedir.

Toplumsal Cinsiyetin Tüketim ve Reklamla İlişkisi: Reklamlarda Kadının Görünümü

Toplumsal cinsiyet rollerinin yansıtılmasında ve öğrenilmesinde medyanın özellikle de reklamların önemli bir rolü bulunmaktadır. Coward, kadınların davranışlarının eskiden aile, devlet ve dini kurumlar tarafından kontrol edildiğini bugün ise bu görevi kitle iletişim araçlarının yüklediğini belirtir (Coward, 1993, s.85). Reklamlardaki cinsiyetçi yaklaşım kısmen olumlu yönde değişmeye başlamış olsa da hala pek çok olumsuz örnek görülmeye devam etmektedir.

Reklamlar ulaşılmak istenen ya da toplum tarafından onanan "ideal kimliği" tanıttıkları ürün ya da markalar üzerinden sunmaktadırlar. Bu nedenle reklamlarda toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yargılarına uygun kimlik temsilleri sıklıkla yer almaktadır.

"Cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde dikkatin daha çok aynı cinsiyetten kişilerin davranışlarına yönelmektedir" (Dökmen, 2009, s.11). "Kadınlar ve erkekler toplumsal cinsiyet davranışları ile ilgili ipuçlarını reklamların, önlerine koyduğu o davranışın imgesinden alırlar ve o reklamdaki 'insanlar' haline gelmenin bir yolunu bulurlar" (Goffman, 2020, s.11).

Reklam sektörü hala sayısal olarak erkek hakimiyetinde şekillenmektedir. İmançer (2006) bu noktadan hareketle reklamlarda kullanılan ve erkek bakışını yansıtan kadın stereotiplerini analiz eden bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bunlar genç, güzel ve çekici kadın, evli ve anne kadın, yaşlı kadın (büyükanne), meslekli kadın gibi rollerde gösterilmektedir. Bu rollerde yenilenme görülse de yine de kalıplar ve klişeler geçerli görünmektedir (İmançer, 2006, s.126-139).

Reklamlarda kadınların sunuluş biçimleri konusunda Berger'in (1999) saptamaları dikkat çekicidir. O'na göre; "Kadın olarak doğmak, erkeklerin mülkiyetinde olan özel çevrelenmiş bir yerde doğmak demektir." Erkekler kadınları seyrederek, kadınlarsa seyredilişlerini seyrederek. Bu durum kadının öz varlığını ikiye böler ve kadın

hep kendi imgesiyle birlikte dolaşır. Berger, yağlı boya resimler ve reklamlarda yer alan kadınları karşılaştırırken de bu durumu anlatmaktadır. Kadınlar resim ya da fotoğraflarda hep “kendisine baktığını sandığı erkeğe” bakan bir ifade taşımaktadır. Böylece kadın kendini “görsel bir nesneye”, “seyirlik bir şeye dönüştürmüş olur” (Berger, 1999, s.46-55).

Reklamlar, ataerkil söylem ve ideolojinin taşıyıcısı olmasının yanı sıra kadın stereotip rollerini yeniden üretmektedir. Aydın ve Aslaner, çalışmalarında, Türkiye’deki televizyon kanallarında yayınlanmış reklamlarındaki, “geleneksel, dekoratif, geleneksel olmayan ve süper stereotip kadın rolleri” incelenmiş ve analiz edilen televizyon reklamlarında, “stereotip kadın rollerinin, ataerkil ideolojinin tahakkümü altında ve baskın erkek değerleri kurgusuyla örüntülediği” saptamışlardır (Aydın ve Aslaner, 2015, s. 54).

Reklamlarda kadınlar “zayıf, atletik güzel” olarak toplumsal bir ideal olarak sunulurken, bu bedene sahip olmak için kullanılan tüketim ürünleri aracılığıyla yaratılan ‘her yaşta genç kadın imajı’, bireysel başarının da anahtarını oluşturmaktadır (Timisi, 1997, s.40).

Eyice, İlbasmış, Pirtini (2014) çalışmalarında özellikle reklamın tüketiciye öğrettiği, kadının tek ve özel oluşu gibi sıfatların ilişkilere ve evliliklere, buradaki beklenti ve uygulamalara nasıl yansıdığını ve sembolik tüketim kavramıyla ilişkisi boyutunu ortaya koymuşlardır.

Pırlantanın ürün olarak değeri, ona atfedilen değer ya da algısal konum ile ilişkilidir. Yaratılan algı, pırlanta satan ve üreten firmaların ürünlerini satmak ve pazarlamak için pırlantaya attıkları kavramlardan oluşmaktadır. Yarar ve Özer, 2012-2015 yılları arasındaki yayınlanmış reklamlar incelenerek yapılan araştırma sonucunda pırlantaya atfedilen kavramlar şunlardır: Kalite, duygulu, emsalsiz, zengin, statü göstergesi, kimlik, ışıltı, pahalı, mutluluk veren, bağlılık, kadınsılık, sonsuzluk, estetik, narin, aşk, asalet, dayanıklı, kırılğan, zarafet, moda. Araştırmanın diğer sonuçları da ilgi çekicidir. Araştırmaya katılan erkekler eşlerine ya da sevgilerine hediye olarak pırlanta almayı (% 95) tercih etmişlerdir. Ancak pırlanta satın almalarındaki temel motivasyon pırlantanın aşkın, sonsuzluğun ya da kalitenin sembolü olması değil birlikte oldukları kadına pırlanta hediye etmenin moda bir ritüel haline gelmiş olmasıdır. Bu sonuç ürünün hedef kitle gözünde sembolik bir anlamı olduğu ve “moda bir ürün” olduğunun göstergesidir (Yarar ve Özer, 2017, s. 99-112). Bu noktada bu anlamı sağlayan nedir? Pırlanta reklamları satın alıcılar erkek olsa da kadınları hedef almaktadır. Bu nedenle pırlantanın romantik aşk, sonsuz bağlılık, değer verme gibi anlamlarının kadın tüketici için anlamlı olduğu görülmektedir. Pazarlama stratejisinin hedefi olarak kadınlar pırlantaya reklamlarla atfedilen anlamlardan etkilenen ve ürünü talep eden konumundadırlar.

Reklamda kadının farklı konumlandırılma biçimleri üzerine yapılan bir başka araştırma da Papatya ve Karaca’nın bu konumlandırılma biçimlerine tüketicilerin verdiği tepkileri anlamayı amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre kadının reklamlarda cinsel obje olarak kullanılmasının erkek tüketicilerde markayla ilişkilendirilerek satın almayı etkilediği görülmüştür. Diğer yandan kadınların da kendilerini bu imgelerle özdeşleştirerek reklamdaki kadınlar gibi olma isteğine yenik düştükleri ve bu motivasyonla ürünü satın aldıkları sonucuna ulaşılmıştır (Papatya ve Karaca, 2011, s. 96). Burada da görüldüğü gibi reklamın hem tüketimi artırma hem de toplumsal cinsiyet rollerini ve kalıp yargılarını oluşturma/pekiştirme gücü bulunmaktadır.

Reklamlar bir ürün hakkında bilgi veriyor gibi görünse de davranış kalıpları, yaşam biçimleri ve kadın ya da erkek stereotiplerini aktarmaktadır. Demir, kadın ve erkek rolleri bağlamında 200 reklam filmi analiz ettiği araştırmasının sonucunda kadınların ve erkeklerin reklamlarda belirli stereotipler içinde gösterilmeye devam ettiklerini belirlemiştir. Buna göre reklamlarda çok az çalışan kadına yer verilmektedir. Kadınlar ya ev kadını, becerikli eş, anne olarak ya da güzel, çekici, aktif, formda vücutları olan genç kişiler olarak yer almaktadırlar. Aynı çalışmada erkekler ağırlıklı olarak iş ortamında çalışan, uzman kişi şeklinde yer alırken ev ortamında ancak yardımcı olarak gösterilmektedirler (Demir, 2006, s. 303).

Pırlantanın Doğuşu ve Tüketim Ürünü Olarak Sembolik Anlamları

Pırlanta, elmasın yıllar içinde geliştirilen kesme yöntemleriyle şekil verilmiş, işlenmiş haline verilen addır. Pırlanta yüzükle nişanlanma geleneğinin ilk kez 1477 yılında Avusturya Arşidükünün, Burgonya Düşesine pırlantalı bir nişan yüzüğü hediye etmesiyle başladığı söylenmektedir.

Pırlanta yüzükle evlenme teklif etme geleneği eskilere dayandırılrsa da yaygın olarak uygulanması *De Beers* reklamlarından sonra gerçekleşmiştir. *De Beers'in* pazarlama stratejisi pırlantayı tüm dünyada aşkın ve bağlılığın sembolü yapmayı başarmıştır. Bu kampanyalarda bugün benzerlerinin yaptığı gibi ürünün yararından ziyade vaat ettiği 'duygu' pazarlanmaktadır. Çünkü "pırlanta, duygusal çağrışımları nedeniyle başka hiçbir ürünün sahiplenemeyeceği bir rekabet avantajına sahip" bir üründür. 2000 yılında Advertising Age Dergisi, *De Beers'in* ünlü '*Pırlanta Sonsuza Kadar...*' (*A Diamond is Forever...*) sloganını, 20'nci yüzyılın en iyi reklam sloganı olarak belirlemiştir. *De Beers* markasının aşkı pırlantayla birleştiren reklam stratejisini uygulayan mücevher markaları da hazırladıkları reklamlarla pırlantayı, modern zamanın aşk, nişan ve evlilik ritüellerinin vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. 1940'lardan başlayarak pırlantayı aşkla ilişkilendiren reklam stratejilerinin, dünya genelinde 79 milyar dolarlık bir hacme sahip bir pazar yaratarak ticari başarı elde ettikleri söylenebilir (Güzeliş, 2016). Geçmiş dönemlerde Türk kültüründe altına dayalı evlilik ritüelleri bile bugün pırlanta tek taş ile ilişkilendirilmektedir.

Pırlanta hala bulunması, çıkarılması ve işlenmesi zor bir maden olması dolayısıyla nadir ve değerli kabul edilmektedir. Pırlanta sektörü, imalatçılar, kuyumcular ve markalardan oluşmaktadır. Pırlanta kalitesine göre değer biçilen bir mücevher türü olduğu için özelliklerine göre maddi değeri de değişmektedir. Bu nedenle ürünün kalitesini anlamak uzmanlık gerektirmektedir. Pırlantanın kasalarda saklanan, torunlara bırakılan, nadir bulunan, tek ve değerli olan özellikleri günümüzde değişmeye başlamıştır. Teknolojiyle geliştirilen sentetik pırlantalar da kalitenin anlaşılması konusunda tüketici açısından sorun yaratırken fiyat açısından avantaj sağlamaktadır. Son yıllarda markalaşan pırlanta firmalarının ürünleri uygun fiyatlara daha geniş bir hedef kitleye sunmaları da sektör içinde tartışmaya neden olmaktadır.

Markalaşan pırlanta firmalarının pırlantayı daha az kaliteli ama daha ulaşılabilir hale getirmeleri durumu pırlantanın nadir bulunması, pahalı ve lüks bir ürün olması, kalitesinden kaynaklanan değeri ve bu nedenle ona atfedilen tarihi anlamları ortadan kaldırması ikilemini de beraberinde getirmektedir. Tüketim kültürünün en önemli temsilcisi olan reklamın yine ürünün değeri, yararı ve kullanımından çok onun yarattığı duyguyu ve sembol olarak anlamını bir strateji olarak kullanması pırlanta reklamlarında da karşımıza çıkmaktadır. Tüketici için kalitesiyle değerli olan bir ürünü daha az kaliteli ya da küçük boyutta alınmasına rağmen önemli olanın o sembolü satın almak ve bir ritüeli gerçekleştirmiş olmak olduğunu pırlanta markalarının satışlarındaki artışta görmek mümkündür. Bu durum hedonik tüketim örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rolleri açısından pırlanta reklamlarında "pahalı hediyelerle kadını tatmin etmek" ve "pahalı hediye alabilecek güce sahip olmak" erkekler için bir başarı göstergesi olarak anlatılmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma kapsamında Metz'in göstergebilimsel yaklaşımından hareketle yola çıkılmıştır. Göstergebilim bir anlam bilimidir. Saussure ve Peirce'in öncülüğünde dilbilim alanında gerçekleştirdikleri çalışmalar üzerinden gelişen bir alandır. Sinema göstergebilimi de bir filmin anlamı nasıl kurduğunu ve içerdiği anlam kalıplarını ortaya çıkarmayı amaçlar. Sinemanın göstergebilimi söz konusu olduğunda ise her yönetmenin kendi anlatım dili olması nedeniyle farklı anlamlandırma ve okuma süreçlerinin varlığı da çalışılmaya başlamıştır. Metz, filmi okumanın ancak bilgi kanallarının yani kendi ifade biçimiyle, filmin hammaddesinin ortaya konulmasıyla mümkün olacağını ifade etmiştir. Metz'e göre bilgi kanalları; Fotografik, hareket eden veya bunları birleştiren imgeler, bütün yazılı materyalleri içeren grafik çizimler, kaydedilmiş konuşmalar, kullanılan müzik ve gürültü

veya ses efektleridir. Bu nedenle de ona göre sinema dili evrenseldir. Bu yüzden film güçlü bir anlatım aracıdır (Sivas, 2012, s.533). Çözömlenecek reklam filmleri de karakterler, mekanlar, imgeler, müzik ve konuşmalar açısından göstergeler, düz ve yan anlamlar içermektedir. Bu reklamlarda izleyiciye anlatılan sadece pırlanta mücevher değil onun toplumsal rollerle ve değerlerle ilişkilendirilen yan anlamlarıdır.

Bu çalışma kapsamında üç ay süresince ana akım televizyon kanallarında yapılan izleme sonucunda hemen her kanalda sıklıkla karşılaşılan *Zen Pırlanta* ve *Blue Diamond* markalarının reklam serileri içinden iki reklam filmi örneklem olarak seçilmiştir. *Zen Pırlanta* reklamları Bergüzar Korel ve Halit Ergenç çiftinin rol aldıkları reklam filmleridir. Araştırma kapsamında Bergüzar Korel'in rol aldığı bir reklam filmi seçilmiştir. Bu reklam filminin seçilme nedeni diğer reklamlarda pırlantanın klasik tekaş olarak sunulması yerine farklı pırlanta ürünlerinin de hediye olarak aynı anlamlarla sunulmasıdır. *Blue Diamond* için seçilen reklam filmi ise yine markanın reklam serisinden seçilmiştir. Bu reklam serisinde mekan ve Seda Sayan sabit kalmak üzere oyuncu ve ürün farklılığı vardır. Seçilen *Blue Diamond* filminde pırlanta takı doğum günü hediyesi olarak ama yine aşkın sembolü anlamıyla konumlandırılmaktadır. Seçilen doğum günü reklamları, her iki serinin kendi içindeki özelliklerini temsil eder niteliktedir. Her iki markanın reklamlarında da oyunculuk, sunuculuk şarkıcılık gibi meslekleriyle toplum tarafından çok iyi tanınan kadın ünlüler markaların reklam yüzleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine iki markanın reklamlarında oyuncular gerçek kimlikleriyle yer almaktadır. Çalışmanın örneklemini, "Güzel ve kalıcı bir doğum günü hediyesi Zen'siz Olmaz..." başlıklı *Zen Pırlanta* reklamı ve "Blue Diamond Çok Şey Anlatır" serisinin doğum günü temalı *Blue Diamond* reklamından oluşmaktadır.

Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Bulgular ve Tartışma

Her iki reklam filmi de, pırlantayı ulaşılabilir bir gösterişçi/lüks tüketim ürünü olarak sunmaktadır. Her ikisinde de pazarlanan ürünün kullanıcısı kadındır ama satın alan erkektir. Bu çalışma kapsamında hedef kitle, ürünün kullanıcısı ve satın alan kişinin cinsiyetlerinin farklı olması; reklamın ürünü satın alması hedeflenen cinsiyete değil kullanıcısı olana yönelik hazırlanmış olması, seçilen örneklemin ortak paydasıdır ve belirlenmesindeki önemli bir kriterdir.

-Reklam oyuncularını ve temsil ettikleri

Her iki markanın reklam filminde de ilk ortak nokta, iki ana karakterin de gerçek kimlikleri ile izleyici karşısına çıkmasıdır. Seda Sayan da Bergüzar Korel de Türkiyede tanınan ve farklı yönleri ile beğeni kazanmış ekran yüzleridir.

Bergüzar Korel ve bu reklamda sadece yazdığı not ile varlık gösteren eşi Halit Ergenç, *Zen Pırlanta* reklam serisinin tamamında gerçek kimlikleri ön planda olacak şekilde rol almışlardır. Bergüzar Korel, ikinci kez anne olduktan sonra doğrudan annelikle ilişkili reklam filmlerinde rol almaktadır. Örneğin, bunlardan birinde, çocuklara yönelik bir ürün olan balık yağı reklamında adeta konunun uzmanı kadar bilgili ve ilgili anne, bilinçli kadını temsil eder, bu temsil aynı zamanda hedef kitleyi de imler. Reklam senaryolarının, pırlantanın sembolik anlamını çiftin yaşamındaki duruşlarına koşut olarak işlemeyi amaçlayarak yazıldığı açıktır. *Zen Pırlanta* doğum günü reklamında da arkadaşlarının Bergüzar Korel'e ismen, hatta yakın arkadaşların birbirine hitap edeceği şekilde 'Bergüz' şeklinde seslenmeleri sarıh bir göstergedir. *Zen Pırlanta*'nın marka yüzü olarak seçtiği bu çift her ikisi de başarılı ve ünlü olan, toplumsal konularda görüşlerini net olarak ortaya koyan, sosyal sorumluluk sahibi oldukları bilinen, örnek bir çift ve aile olarak tanınan oyuncularlardır. Çift, kamuoyunda samimi ve saygın bir imaj çizmektedir. *Zen Pırlanta*, işlevsel hiçbir değeri olmayan bir ürünü, çiftin tanımlanan kimlikleri üzerinden pazarlama yoluna gider.

Blue Diamond reklamında rol alan Seda Sayan ise sosyo-ekonomik ve kültürel olarak üst sınıftan bir aileye mensup olmadığını sayısız kez kamuoyuyla paylaşmıştır. Medyada her dönem görünen biridir ve özellikle televizyonda kadın programlarının önemli aktörlerindedir. Hatta bir dönem toplumda “en güvenilir kişi” olarak addedilmiştir. *Blue Diamond* reklam filmlerinde Seda Sayan, gerçek kimliğiyle oynamaktadır.

Reklam filmlerinde sunulan kadın imgesi

-*Zen pırlanta: anne, eş, arkadaş*



Görsel 1. “Güzel ve kalıcı bir doğum günü hediyesi Zen'siz Olmaz...” (04.05.2021)

Bergüzar Korel’in yeni anne olduğu kamu tarafından bilinmektedir. Reklamın tamamında anne kimliği vurgulanmaktadır. Yemek hazırlama, kurutucudan çıkarılan çocuk kıyafetleri, yerden alınan çocuk kitabı, elindeki sepet; düz anlamlarının çok ötesinde anneliğe, kadının toplum içerisinde nasıl konumlandırıldığına işaret eder. Normal bir günde yapılan her zamanki, gündelik işler olarak verilen edimlerin tamamı annelikle ilgilidir. Reklam, anneliğin gereksinimleri karşılamak, işleri yapmak, beslenme, temiz giysi gibi işler üzerine kurgulanmasını ve tüm bu maddi karşılığı olmayan emeğin kadının görevi olmasını normalleştirmektedir. Reklamın bu açıdan vurucu ve didaktik yönü ise kadının bu işleri yaparken adeta kendinden geçmesine bir haz duyması, yorgunluk emaresi göstermek bir yana yaptığı işlerden doyuma ulaşması, kendinden ve ediminden memnuniyet duymanın ötesinde hissettiği mutlulukla rahat bir şekilde işleri yapmasıdır. Arkadaşlarına ‘Perişan haldeyim hemen geliyorum’ demesi bile her halükarda bakımlı, dinç, mutlu görünen kadının konuşmasıdır. Bu tam da 1950’li yıllarda toplumsal yapıda kadına biçilen konum ve işlevdir. Melodram türündeki filmlerde yer alan kadın stereotipi tam da budur. Kadının konumlandırılmasındaki bu klişe konum sinema filmleri üzerinden kolektif hafızada yerini aldığı için reklamda sunulan kadının işlevi ve üstlendiği olumlu tutum hedef kitlede karşılığını bulur.

Reklamda Bergüzar Korel; sade, beyaz bir tişört ve rahat bir pantolon giymektedir. Ev işlerini yapan bir annenin en rahat hareket edebileceği giysiler içindedir. Arkadaşları geldikten sonra ise üstünü değiştirmeye gider ve reklamdaki karakterin tarzının da göstergesi olan sade, açık yakalı beyaz bir bluz giymeyi tercih eder.

Bu tercih, izleyicinin tanıdığı Bergüzar'ın gerçek kimliğiyle de örtüşmektedir. İzleyici açısından tüm reklam filminin en vurucu planı burada gelir. Kendine atfedilen tüm görevleri yaparken yüzünden gülümsemenin eksik olmadığı 'Bergüz', ilk kez aynadaki yansımasından memnun değildir. Kendini eksik hissedir. Tam da bu sırada *Zen Pırlanta* kutusu ekranda görülür. Kurdelesini henüz üzerinde olduğundan yeni alındığı net olan kolye-yüzük takımının eşinin hediyesi olduğu yazılan notun izleyiciye okutulmasıyla vurgulanır. Şimdi, annelik üzerinden değilse de yine erkeğin hayatına kattığı artı anlam ve değer üzerinden varlığı konumlandırılır. Eşinin notunda "hayatımın ışığı" yazmaktadır. Hediye, artık doğum günü hediyesi olmanın ötesinde bir teşekkür niteliği de taşır ve ancak bu işlevi de üstüne giydiğinde tamamlanır kadın. Kadın kolyeyi takar, tekrar aynaya bakar ve artık tamamlandığını düşündüğünden kendinden memnun bir bakışla salona döner.

-Blue diamond: kanaat önderi, program sahibesi

Seda Sayan'ın medyadaki güçlü konumu, reklam filminde de sunucu olmasıyla verilir. Giydiği kostümle adeta tanıttığı ürünün taşıyıcısıdır ve markayı, *Blue Diamond* pırlantayı erk sahibi kadın olarak bizzat sembolize eder. Seda Sayan, kadınlara ürünün "hakları" olduğunu bildiren kanaat önderi konumundadır.

Seda Sayan'ın reklamda sahneye aldığı izleyici, eşinin satın aldığı pırlantanın kullanıcısıdır. "Neşecim versus Seda Hanım" diyalogunda şahit olunan bu hitap biçimi Sayan'ın ev sahibeliği, yaş ve deneyim üstünlüğünü ifade etmektedir. Neşe, canlı yayınlanan bir programda sahneye alınmış izleyici konumundadır ve aynı zamanda reklamın hedef kitlesini temsil eder. Hedef kitle Neşe ile özdeşim kurar. "O zaman bu sadece bir bileklik değil. Sen benim hayatımın anlamısın, en kıymetlimsin, iyi ki doğdun aşkım bilekliği." cümlesi aslında hedef kitleye söylenmektedir. Seda Sayan, "*Blue Diamond çok şey anlatır. Çünkü Blue Diamond her kadının hakkı.*" derken kameraya bakmaktadır ve doğrudan izleyiciye seslenir. Söz konusu olan, Neşe'nin de içlerinde bulunduğu, hem Seda Sayan programının izleyicisi hem de reklam filminin izleyicisidir. Ayrıca aynı reklamda oyuncunun, bilekliğini "*Eşimin doğum günü hediyesi, hem de Blue Diamond*" diyerek gösterdiği sekansta bilekliğin izleyiciye bir katalog görseliymiş gibi sunulması, bir yandan kıymet verilen eşe pırlanta, hem de *Blue Dimond* mesajı verilirken diğer yandan fiyatın gösterilmesi kültürel açıdan yakışsız bir durum yaratmaktadır. Bu çatışmayı göze alan *Blue Diamond*, markasının birincil amacının, pırlantanın lüks tüketim ürünü olması algısını zedelemeyen izleyiciye, "sizin de ulaşabileceğiniz pırlantalar mutlaka vardır" mesajıyla hedef kitlesini genişletme çabası içinde olması dikkat çekicidir.



Görsel 2. "Blue Diamond Çok Şey Anlatır" (04.05.2021)

Seda Sayan'ın kıyafeti gündelik olmaktan hayli uzaktır. İzleyici, gerçek hayatta gördüğü sahne sanatçısı Seda Sayan'ın bir yansıması ile karşılaşır. Elbisesi gerek rengi gerek üzerindeki işlemeleriyle bir pırlantayı andırır. *Diamond*, Seda Sayan'dır, *Blue* ise, karşısında oturan, mavi renkli elbisesiyle Seda Hanım'a eşinin kendisine verdiği değeri kolundaki bilezikle gösteren Neşe'dir. Seda Hanım, gösterişli elbisesiyle bir pırlanta imgesidir. Neşe ise bu noktada pırlanta talep edecek kadın olarak konumlanır, toplumsal yapıda da eş kimliğiyle tanımlıdır ve satın alıcı güçte olan yine erkektir. Aslında Seda Sayan'ın toplumsal bellekte 'Kadırgalı Seda' olarak kazınmış olması, kendisine pırlanta hediye edilecek bir eş değil, markanın hedef kitleye tanıtımında kendi imajına başvurulmuş bir medya aktörü olması paradoksal gibi görünen bu durumu hem kurgular hem de reklamın amacına ulaşmasına hizmet eder. Tüm bu yapılanma, bilekliğin fiyatının yazılı olarak gösterilmesini meşrulaştırmaya yönelik hazırlanmıştır

Reklam filminde mekan

-Zen pırlantada yuva imgesi

Zen Pırlanta reklam filminde reklamın mekanı, kadının evi olarak tasarlanmıştır. Yaşanılan bir yuva olduğunu destekler nitelikte objelerle donatılmıştır. Evde göze çarpan öğelerde biri olan duvardaki bir tablo Zen felsefesinde aydınlanma çemberi olarak bilinen Enso çemberine yapılan bir göndermeyi çağırır. Doğal malzemeden yapılmış objeler, meyve tabakları, çocuğa ait eşyaları, rahat görünen koltukları ile ev, yaşanan bir yuva olarak sunulmuştur. Ayrıca evde büyük bir kütüphane ve bolca kitap göze çarpmaktadır. Hatta son sahnede Bergüzar Korel, bu kütüphanenin önündedir ve okuyan, entelektüel kadının, kendisine kocası tarafından hediye edilen pırlanta ile nasıl mutlu olduğu izleyiciye sunulur.

Sade ve işlevsel olarak döşenmiş mekanda özel olarak vurgulanan, 'doğanın içindeymiş gibi' yapan bir evde yaşanmasının tüm dekorlarla, kostümlerle ve edimlerle birlikte yaşamın temel gereksinimlerinin en sade, huzurlu ve mutluluk içinde gerçekleştirilmesidir. Bu planlanmış bir dekordur ve tüm yapaylığıyla izleyicinin algısını melodramların klişe kavramlarına yönlendirir. Bu göstergeler, 1950'lerin melodramlarına ve bu melodramların bilinçdışı yerini almış kavramlarına işaret eder. Reklam filminin anlatısı ve kullanılan görsel göstergeler, birlikte, melodram türünün evinin içinde konumlandırılan kadının doğal görevi olarak gördüğü yükleri mutlulukla üstlenmesi gerektiği öğretisini anlatır.

-Blue diamond, ışıltılı sahne

Mekan, Seda Sayan'ın programını yaptığı bir stüdyo olarak okunduğunda, bu mekanda gerçekleştirilen programın izleyicisi aynı zamanda Blue Diamond'ın hedef kitesini oluşturur. Bu tam da "Her kadının hakkı" sloganının karşılığıdır. Bu okumayı en iyi destekleyen gösterge, reklam filminin başından beri ekranda görülen #BlueDiamondAnlatır yazısıdır.

Reklam, "Seda Sayan Show"dan bir insert olarak algılanabilecek anlatı yapısındadır. Mekan da tam olarak ışıltılı bir dekora sahip program stüdyosudur. Seda Sayan, karşısında Neşe ile klasik tarzda gümüş yaldızlı, beyaz renkli geniş bir koltukta oturmaktadır. Bu koltuk Seda Sayan'ın televizyon programında kullandığı koltuğun ikamesidir. Arka planda içlerinde koyu mavi rengin baskın olduğu iki flu tablo ve aynı tonlarda mavi bir vazo ile çiçek görünmektedir. Geniş camları kaplayan beyaz tülün iki yanında yine aynı mavi tonunda perdeler dikkat çeker. Flu olarak planlanan arka plana ilişkin akılda kalan unsur sadece mavi renktir. Tüm objeler işlev ya da biçimleriyle değil rengeyle vardır ve anlam yaratmaya renk unsuruyla hizmet eder. Tüm mekan pırlantanın ışıltısı ve mavi rengi vurgulamak üzere tasarlanmıştır. Bu tasarıma kostümler de eklenmektedir. Markanın ismiyle de örtüşen bu pırlanta ışıltısı ve mavi unsurlar, mavi rengin asalete vurgusuyla da hedef kitlede aristokrat sınıfa ait gösterişçi ürün algısı yaratır.

Sonuç

Özellikle reklamların etkisiyle pırlanta 'kadına ait' olarak algılanmaktadır. Pırlantanın, kadının kendisini güzel, şık, zarif, çekici ve değerli hissettirdiği düşüncesi reklamlar tarafından yaratılmaktadır. İncelenen her iki reklam filminde de kadınlar rol almaktadır ancak ürünü satın alan değil kullanan olarak görülmektedirler. Bu kadının medya ve reklamdaki ikincil konumunu yansıttığını belirten İmançer (2006) ve Demir'in (2006) görüşünü desteklemektedir.

Reklamlarda da vurgulandığı gibi erkek için, pırlanta satın alma kararının temelinde sevilen, aşık olunan kadını mutlu etme isteğinin yanında ona değer verdiğini gösteren bir sembol olarak kodlanmıştır. Yarar ve Özer (2017) inceledikleri reklamlarda buldukları pırlantaya atfedilen anlamlar -aşk, bağlılık, kadınsılık, mutluluk veren- bu çözümlenmede de karşımıza çıkmaktadır. Aslında bireylerin birbirlerine verdikleri değeri anlatmanın tüketimden geçmeyen farklı yolları da vardır. Ancak bu kavramların pırlantayla ilişkilendirilmesinin tek nedeni ürün satışını arttırmak ve uzun vadede sürdürmektir. Bu nedenle pırlanta reklamları da diğer reklamlar gibi üründen fazlasını söyler. Kadın ve erkekler için yeni roller ve ihtiyaçlar yaratır.

Çalışma kapsamında çözümlenen reklam filmlerinin ana karakterleri ünlü kadın sanatçılardır. Farklı kimlik ve imajlarıyla toplumun farklı kesimlerine hitap etmektedirler. Markalar ve onların hedef kitleleriyle de uyumlu olarak *Zen Pırlanta* reklamında Korel, sosyo-ekonomik olarak daha üst sınıfa hitap ederken, *Blue Diamond* reklamında rol alan Sayan daha alt sınıfa hitap etmektedir. Ancak her iki marka ve reklam filmi de hedef kitlesine aynı şeyi söylemektedir. Hangi sosyal statüye, hangi kimliğe ve kişiliğe sahip olursa olsun onlar kadındır ve toplumsal cinsiyet rollerine göre kadın eştir, annedir, süslenmesi güzel olması gerekendir, edilgendir, pırlanta sever ve alınan hediyeler ona verilen değeri göstermektedir.

Pırlanta reklamlarında ürünün kalitesine ve yatırım değerine değinilmezken pırlantaya sahip olmanın mutluluğu ve anlamı toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yarguları üzerinden oluşturulmuştur. Bu reklamlarda ürünü satın alan değil talep eden ve kullanan olarak kadınlar asıl tüketici olarak konumlandırılmaktadır. Aynı zamanda pırlanta tek taş yüzük evliliğin göstergesi, ilişkinin resmileşmesinin, toplum tarafından da meşrulaştırılmasının, aşkın, bağlılığın bir sembolü olarak evlilik ritüelinin bir parçasıdır. Burada pazarlama stratejisi olarak ürüne sembolik tüketim değeri katmak için işlevsel değerinden çok sembolik değerinin oluşturulmasına yönelik bir çaba gözlemlenmektedir.

Blue Diamond reklamında yer alan "Pırlanta her kadının hakkı" sloganı hem her kadının pırlanta sahibi olması gerektiği hem de pırlantanın her kesim tarafından ulaşılabilir olduğunu anlatmaktadır. Pırlanta daha ulaşılabilir bir ürün olarak pazarlanmasına rağmen gene de pahalı ve lüks bir tüketim ürünüdür. Kadınların pırlantaya sahip olmaları ancak bir erkek tarafından hediye edilmesiyle mümkün olmaktadır. Bu da kadına verilen değer bir ölçütü olarak sunulmaktadır. Reklamlarda kadınlar üreten değil tüketen ve talep eden olarak konumlandırılmaya devam etmektedirler. Oysa kadınların çoğu gelir getiren bir işte çalışmamakta ve ev içi emekleri de ücretlendirilmemektedir. Kadınlar dünyadaki gıda üretiminin ve iş emeğinin yarısını karşılamakta olmalarına rağmen gelirden aldıkları pay yüzde onu geçmemektedir.

Bu çalışmada incelenen pırlanta reklamlarında kadınların kendilerini evlilikleri ya da ilişkileri açısından tanımladıkları görülmektedir. Bekar bir kadının kendine pırlanta alması gibi bir duruma bu reklamlarda ve genel olarak pırlanta reklamlarında rastlanılmamaktadır. Bu reklamlarda eşlerinin ya da sevgililerinin kadınlara pırlanta hediye etmesinin gurur duyulacak bir durum olarak karşılandığı görülmektedir. Bunu kadınların vücut dilleri, ifadeleri ve pırlantaları diğer kadınlara gösteriş olarak görmek mümkündür. Gilligan'ın (2017) belirttiği kadınların kendilerini duygusal ilişkileri üzerinden vaktettiği görüşü bu sonuçla da desteklenmektedir.

Çalışmada ortaya çıkan bir diğer sonuç da erkekler tarafından kadınlara hediye edilen pırlantanın aşkın, sevginin ve değer ölçütü olarak sunulmasıdır. Pırlanta ne kadar büyük ve parlaksa bu değer de o ölçüde artmaktadır. Pırlantanın aşkın sembolü olarak kabul edilmesini ise bir pırlanta markasının başarılı reklam kampanyasıyla oluşturulmuş bir algıdır.

Çalışmada analiz edilen reklamlarda pırlantaya sahip olmak kadının güzelliği ve mutluluğunu da sağlıyormuş gibi bir anlam içermektedir. Reklam filmindeki kadının pırlantasız halini eksik ve pırlantayla kendini tam hissetmesi bunun bir göstergesidir. Her iki reklamda da kadın karakterler mutluluk ve gururlarını diğer kadınlarla paylaşmaktadır. Bu durum hayatındaki kişinin ona verdiği değeri bu şekilde gösterme isteğinden kaynaklanmaktadır. Pırlanta bu anlamda sembol değeri taşımaktadır. Bu sembol de reklamlarla yaratılmıştır.

İlgili literatürde dikkat çekilen kadının medyadaki edilgen, pasif ve tüketici konumu bu çalışmada incelenen reklamlarda da görülmektedir. Bu anlamda kadın ve erkekle ilgili toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının pırlanta reklamlarında da devam ettiği, pırlantaya yüklenen aşk, sevgi, romantizm gibi anlamların kadınları hedef almasına rağmen kadının karar verici olmaktan çok talep eden, ikincil bir konumda sunulduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yapılan çözümlemenin verileri göstermektedir ki, iki reklamda da kadın edilgen, kendine verilen değerli pırlanta ile ölçen, satın alan konumunda olmayan, eş konumu ile tanımlanan olarak sunulmuştur. Halkın içinden gelen biri olarak bilinen ve hedef kitlesi de yine alt-orta sınıf olarak tanımlanabilecek, reklam filminde sunulduğu gibi Seda Sayan izleyicisini sahneye davet eden güçlü bir konumdadır ve yine bir kadın programında gibidir. Bergüzar Korel/Halit Ergenç çifti ile öğrenim düzeyi yüksek bir kitle hedeflenmiş olmasına karşın Bergüzar Korel işgücüne katkısı ile değil ev içindeki kimliği ile tanımlanmıştır. Talcott Parsons, *Ailede Toplumsallaşma ve Etkileşim Süreci* başlıklı makalesinde toplumsal cinsiyet rollerini tanımlanması ve işlevi açısından ele alır. Connell, Parsons'ın aile analizinin muhafazakar bir toplumsal cinsiyet sosyolojisinin temelini attığını belirtir (Connell, 1998, s.58).

Bu sosyolojinin temaları da çekirdek ailenin gerekliliği, cinsel rollere kişisel uyum güçlükleri ve aileyi iyi durumda tutmaya yönelik müdahale teknikleriydi. “Aile” ve “cinsiyet rolü”nün bir bütün olarak ele alınması ile birlikte, sürdürülen araştırmaların çoğunun asıl odağı, eş ve anne olarak kadınlar ve “kadın rolü” oldu.

Her iki markanın reklam filmlerinde de kadının temsili, muhafazakar kadın rolü kapsamında kalmaktadır. Hedef kitlenin öğrenim/kültür/ekonomik/sosyal konumu farklı olsa bile reklamlarda kadına biçilen rolün eş konumu üzerinden aile ile kısıtlandığı ve indirgemeci bir yaklaşıma sahip olduğu bulgulanmıştır.

Toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının geçmişte olduğu gibi medya/reklamda devam ettirilmesinin kadınların toplumsal ve kişisel ilişkilerindeki varoluşlarında ve gelecek nesillerin toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili algılarının şekillenmesinde hayati bir rol oynadığı unutulmamalıdır. Bu nedenle bu alandaki çalışmaların varlığı önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Altun, H. (2019). Cinsiyetin toplumsal inşası ve ötekilerin temsillerinde karşı hegomonik bir olanak olarak sinemanın protez belleği. Şahinde Yavuz (Ed.), *Toplumsal cinsiyet ve medya temsilleri* (s. 69- 112) içinde. İstanbul: Heyamola
- Akyüz, M., ve Eroğlu, Ö. (2015). Toplumsal sınıfın, ortalama gelir düzeyinin ve cinsiyet farklılığının sembolik tüketim eğilimi üzerindeki etkisi; genç tüketiciler üzerine bir araştırma. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 32(2015), 98-128. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/auibfd/issue/32337/35932>
- Aydın, G., ve Aslaner, D.A. (2015). Stereotip kadın rollerinin televizyon reklamlarında sunumu. *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 54-74. Erişim adresi: <https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/Gu%CC%88ls%CC%A7ah%20AYDIN%20%26%20Duygu%20AYDIN%20ASLANER%20.pdf>
- Başfıncı, Ç. (2011). Sembolik tüketim ve tüketim öykülerinin hermeneutik yaklaşımla yorumlanmasına ilişkin bir uygulama, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(4), 183-210. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulikidince/issue/21620/232241>
- Barthes, R. (2003) *Çağdaş söylenler*. İstanbul: Metis.
- Barthes, R. (2009) *Göstergebilimsel serüven*. İstanbul: Yapı Kredi.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim toplumu*. İstanbul: Ayrıntı.
- Berger, J. (1999). *Görme biçimleri*. İstanbul: Metis.
- Bocock, R. (2005). *Tüketim*. Ankara: Dost.
- Blue Diamond (2021). “Blue Diamond Çok Şey Anlatır” (<https://www.youtube.com/watch?v=ZaWvtlw7Fps&feature=youtu.be>)
- Connell, R.W. (1998). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar: toplum, kişi ve cinsel politika*. İstanbul: Ayrıntı.
- Codorow, N. J. (2005). *Duyguların gücü: psikanalizde, cinsiyette ve kültürde kişisel anlam*. İstanbul: Metis.
- Coward, R. (1993). *Kadınlık arzuları*. İstanbul: Ayrıntı.
- Çelebi, D. ve Pırnar, İ. (2017). Lüks pazarlama ve lüks pazarlamanın sosyal medya üzerindeki yansımaları: Vakko örneği. *UIİD-IJEAS 16. (UİK Özel Sayısı)*, 365-376. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/348473>
- Demir Kula, N. (2006) Kültürel değişimlerin reklamlarda kadın ve erkek rol modellerine yansımaları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 285-304. Erişim Adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TIRreE1UVTE/kulturel-degisimlerin-reklamlarda-kadin-ve-erkek-rol-modellerine-yansimasi>
- Dökmen, Z.Y. (2009). *Toplumsal cinsiyet: sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Remzi.

- Ecevit, Y. (2003). Toplumsal cinsiyetle yoksulluk ilişkisi nasıl kurulabilir? bu ilişki nasıl çalışılabilir?. *C. Ü. Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 83-88. Erişim Adresi: <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/495.pdf>
- Eyice, S., İlbasmış, S., Pirtini, S. (2014). Sembolik tüketim davranışı ve sembolik tüketim ürünü olarak tek taş yüzük üzerine bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 2(42), 89-103. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruoneri/issue/17903/187873>
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gilligan, C. (2017). *Kadının farklı sesi*. İstanbul: Pinhan.
- Goffman, E. (2020). *Reklamlarda toplumsal cinsiyet*. Ankara: Heretik.
- Güzeliş, Ş. (2016 Şubat). Pırlanta sonsuza kadar!. *Tempo*. Erişim adresi: <https://www.tempomag.com.tr/detail/pirlanta-sonsuz-kadar>
- İmançer, D., ve İmançer A. (2006). Televizyon reklamlarında kadın sunumuna özgü klişeler, *Medya ve Kadın*, Ankara: Ebabil.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim kültürü: yetinen toplumdan tüketen topluma*. İstanbul, Sistem.
- Öz Yıldız, S. (2019). Toplumsal cinsiyet çalışmalarının tarihçesi. Asu Altunoğlu (Ed.), *Toplumsal cinsiyet çalışmaları* (s. 2-23). (Yayın No: 3441). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Papatya, N., ve Karaca, Y. (2011). Kadın imgesi kullanılan reklamlara yönelik tüketicinin tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 69-100. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/huniibf/issue/7866/103718>
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek*. İstanbul: Ayrıntı.
- Rutherford, P. (2000) *Yeni ikonalar: televizyonda reklam sanatı*. İstanbul: YKY.
- Sabah, Ş. (2017). Pırlantam olmadan asla: kadınların bireysel kimlik ve pırlanta evlilik yüzüğü ilişkileri, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 67-84. <https://doi.org/10.18037/ausbd.417242>
- Sirgy M. J. (1982). Self-Concept in consumer behavior: a critical review. *Journal Of Consumer Research*, 9(3), 287-300. <https://doi.org/10.1086/208924>
- Sivas, A. (2012). Göstergibilim ve sinema ilişkisi üzerine bir deneme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 527-538. Erişim adresi: <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/664/M00489.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tıgılı, M. ve Akyazgan, M. A. (2003). Özellikli (Lüks) Tüketim ürünlerinde enderlik prensibi ve bir uygulama, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 21-37. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/252073>
- Timisi, N. (1997). *Medyada cinsiyetçilik*. Ankara: T. C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.

- Türkoğlu, N. (2000). *Görü-yorum-gündelik yaşamda imgelerin gücü*. İstanbul: Der.
- Uztuğ, F. (1999). *Reklamda marka yapılandırma stratejiler ve uygulamaları* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı, *Sosyoloji Konferansları*, (35), 29-56. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9517/118909>
- Veblen, T.B. (2015). *Aylak sınıfın teorisi*. Ankara: Heretik.
- Williamson, J. (2001). *Reklamın dili: Reklamlarda anlam ve ideoloji*. Ankara:Ütopya.
- Witt, U., (2010). Symbolic consumption and the social construction of product characteristics. *Structural Change and Economic Dynamics*, 21, 17– 25. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2009.11.008>
- Yavuz, Ş. (2007). Çocuklar ve toplumsal cinsiyeti belirlemede televizyonun rolü. Nilüfer Pembecioğlu Öcel (Ed.), 4. *Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi Bildiri Kitabı* Vol. I (s. 495-510). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Yarar, A.E.ve Özer, N.P. (2017). Bir ürün olarak pırlanta ve pırlantanın üniversite çalışanlarınca algılanan ürün imajı: Gümüşhane ve Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1). Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/284501> .
- Zen Pırlanta (2021). “Güzel ve kalıcı bir doğum günü hediyesi Zen'siz Olmaz...” (<https://www.youtube.com/watch?v=VzZsPh0LNY4&feature=youtu.be>)

Extended Abstract

Purpose

In diamond advertisements, the gift of a diamond ring or necklace to women is presented as making them feel valuable and special, gaining prestige in their social environment, and even a measure of the love and affection felt for them. Although men are targeted as the purchasers of these products, women are shown as the demanders and even this is given as a *sine qua non*. Diamond advertisements attribute to men the role of earning money, taking care of their home and their spouse, in the context of gender. In this study, the messages conveyed to women and men in diamond advertisements were examined in the context of gender roles. For this purpose, the advertisements of Blue Diamond and Zen Diamond brands were analyzed using semiotic analysis method and the gender-related meanings they attributed to the diamond were compared in terms of female and male gender roles.

Design and Methodology

Within the scope of this study, it has been set out based on Metz's semiotic approach. Metz stated that reading the film can only be possible by revealing the information channels, that is, the raw material of the film, in his own way of expression. Information channels according to Metz are ; Photographic, moving or combining images, graphic drawings containing all written materials, recorded speech, used music and noise or sound effects.

Two advertisements of Zen Diamond and Blue Diamond were examined within the scope of this study. By analyzing within the framework of information channels, the relationship between the signifier and the signified is tried to be revealed. Denotations and connotations were analyzed. The sample of the study is the Zen Diamond advertisement titled "A beautiful and lasting birthday gift cannot be without Zen..." and the birthday-themed Blue Diamond advertisement for the "Blue Diamond Tells A Lot" series.

Findings / Bulgular

Both commercials present the diamond as an accessible conspicuous consumption product. The consumer of the product marketed in both is female, but the buyer is the male. Within the scope of this study, the gender of the target audience, the consumer of the product and the purchaser are different; The fact that the advertisement is prepared for the consumer, not the intended gender to purchase the product, is the common denominator of the selected sample and is the main criteria for its determination.

The first common point in the commercials of both brands is that the two main characters appear before the audience with their real identities.

Within the scope of the study, the connotations of brand names were examined, and how they were shaped with the help of indicators was revealed. The name chosen for a product like diamond is very important. Zen, a word of Persian origin, means "Woman". When we consider it within the scope of signifier-signified relationship, it will not be without Zen; It can be read as you are incomplete without Zen Diamond, it can also be read as "Not without a woman". Although the font selection seems to evoke the Greek letters, it also makes people return to the inside and peace connotations with the reference to the Zen teaching in the mind of the target audience.

Blue Diamond, on the other hand, is a reference to the aristocracy. Sangre Azul (Blue Blood) is a concept originally used by the Spaniards, has been adopted by the British over time, and is still defined as aristocrats today.

The actresses in the advertisements and their representation were evaluated and the transmissions made by the advertisers from the real lives of the actresses were examined, especially in various dimensions. Considering that the basic framework of both advertisements is centered on how the image of women is presented; analysis was made within the scope of clothing, accessories and space. In Zen diamond ad, the woman is positioned as mother, spouse and friend while in Blue diamond's is positioned as the opinion leader and the program owner. While trying to highlight the image of the home in the Zen diamond, Blue diamond stated that the value given to the woman with her sparkling scene is her own right.

Research Limitations

Within the scope of this study, two commercials of Zen Diamond and Blue Diamond were examined. Based on the semiotic approach of Metz, it has been tried to reveal the relationship between the signifier and the signified in the ads analyzed. The sample of the study is the Zen Diamond advertisement titled "A beautiful and lasting birthday gift cannot be without Zen..." and the birthday-themed Blue Diamond advertisement for the "Blue Diamond Tells A Lot" series. The reason for choosing these advertisements is that the diamond is intended to be received as a gift to the woman, except for the known and frequently used marriage proposal. Both brands aim to increase the consumption of diamonds on days such as birthdays, New Year's, and Valentine's Day. The scenarios of the selected commercials create new rituals suitable for male and female gender roles and associate it with diamonds. The purpose of choosing these commercials is to represent the new meanings attributed to the diamond, unlike the marriage proposal ritual. The selected brands, on the other hand, are not only the prominent brands of the sector, but also have the feature of being the brands that have made a lot of advertisements recently.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

Especially with the effect of advertisements, diamonds are perceived as 'belonging to women'. The idea that a diamond makes a woman feel beautiful, elegant, attractive and valuable is created via advertisements. For men, the basis of the decision to buy diamonds is that they are coded by the society as a symbol that shows that they value the loved woman besides the desire to make them happy.

In advertisements, women continue to be positioned as consumers and demanders, not producers. However, most of the women cannot work in an income-generating job and their domestic labor is not paid. Although women cater to the half of the world's food production and labor, their share of income does not exceed ten percent.

It was concluded that the representation of women and men in advertising and media, which supports the literature used in the study, maintains gender stereotypes, the meanings attributed to diamonds target women in studies related to diamonds, and women are presented in a secondary position that demands rather than being a decision maker.

In terms of gender roles, the issue can be addressed in different dimensions with in-depth interviews or studies with focus groups.

Originality/Value

Although diamond is marketed as a more accessible product, it is still an expensive and luxury consumer product. It is possible for women to have diamonds only if they are gifted by a man. This is presented as a measure of the value given to women.

The main characters of the commercials analyzed within the scope of the study are famous female artists. They appeal to different segments of the society with their different identities and images. Regardless of their social status, identity and personality, they are women and according to gender roles, they are women, mothers, beautiful to be decorated, passive, love diamonds and the gifts they receive show the value given to her.

There have been studies for diamond advertisements before, but most of these studies are on the meaning attributed to the diamond. This study is also important in terms of evaluating the advertisements of brands that claim to try to approach women in a different way, based on gender.

Araştırmacı Katkısı: Gülin TEREK ÜNAL (%60), Özlem KALAN (%40).

Suriyeli Mültecilerin Entegrasyonunda Konstrüktivist Halkla İlişkilerin Mesaj Geliştirmeye Yönelik Potansiyeli Üzerine Bir Tartışma^{1 2 3}

Oğuz KUŞ⁴

Başvuru Tarihi: 16.09.2021

Kabul Tarihi: 20.12.2021

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Milyonlarca Suriye vatandaşı iç savaş sebebiyle komşu ülkelere göç etmek durumunda kalmıştır. Suriyeli mültecilerin Türkiye’de buldukları süre uzun süreli, devamlı ve yapılaşan bir göç örüntüsüne dönüşmüştür. Bu durum entegrasyon süreçlerinin etkin bir şekilde yürütülmesi gerektiğine işaret etmektedir. Açık kapı politikasını göz önünde bulundurarak Türkiye’nin Suriyeli mültecilere karşı cömert ve kabul edici bir tutum içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum başarılı bir entegrasyon sürecinin sağlanabilmesi için kurumsal bir temelin varlığına işaret etmektedir. Öte yandan Suriyeli mültecilerin entegrasyon sürecine dahil olmak üzere motive edilmesi ve Türk toplumunun bu süreçte teşvik edici olması önem taşımaktadır. Bu süreçte entegrasyonun önünde engel teşkil edebilecek öz kültürün kaybına yönelik duyulan anksiyete, yanlış bilgilerin toplumsal kabulü etkilemesi gibi entegrasyonu yavaşlatan, Suriyeli mülteciler ile Türk toplumu arasındaki bilgi dolaşımını azaltan değişkenler söz konusudur. Bu çerçevede çalışma iletişim çalışmalarının bir bileşeni olan halkla ilişkilerin, Suriyeli mültecilerle ilgili entegrasyon faaliyetlerine yönelik potansiyel katkısına odaklanmakta ve Türk toplumunun entegrasyonu teşvik etmesi ve Suriyeli mültecilerin entegrasyon sürecine katılım sağlamaya nasıl motive edilebileceğini Esser’in entegrasyon anlayışı ve konstrüktivist halkla ilişkilerin mesaj geliştirme süreçleri perspektifinden tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Suriyeli Mülteciler, Entegrasyon, Halkla İlişkiler, Konstrüktivist Halkla İlişkiler

Atıf: Kuş, O. (2022). Suriyeli mültecilerin entegrasyonunda konstrüktivist halkla ilişkilerin mesaj geliştirmeye yönelik potansiyeli üzerine bir tartışma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 45-64.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bu çalışma Oğuz Kuş’un “Suriyeli Mültecilerin Sosyal Entegrasyonunda Halkla İlişkilerin Rolü” başlıklı doktora tezinden türetilmiştir. Danışman: Prof. Dr. Yeşim Güçdemir. Kabul Tarihi: Ekim 2019

³ “Suriyeli mültecilerin entegrasyonunda konstrüktivist halkla ilişkilerin mesaj geliştirmeye yönelik potansiyeli üzerine bir tartışma” başlıklı makalemde danışman hocamın isminin yazar olarak bulunmasından feragat ettiğini bildiririm.

⁴ İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, oguz.kus@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2593-4980

A Discussion on the Potential of Constructivist Public Relations for Message Development in Integration of Syrian Refugees

Oğuz KUŞ⁵

Submitted by: 16.09.2021

Accepted by: 20.12.2021

Article Type: Research Article

Abstract

Millions of Syrian citizens had to migrate to neighboring countries due to the civil war. The migration of Syrian refugees to Turkey has turned into a long-term, continuous and structural migration pattern. This indicates that integration processes should be carried out effectively. Considering its open door policy, it is possible to say that Turkey has a generous and accepting attitude towards Syrian refugees. This indicates the existence of an institutional basis for a successful integration process. However, it is important to motivate Syrian refugees to participate in the integration process and motivate Turkish society to encourage integration. In this process, there are variables that may slow down the integration and reduce the information circulation between the Syrian refugees and the Turkish society, such as the anxiety about the loss of self-culture, influence of misinformation. In this context, the study focuses on the potential contribution of public relations, which is a component of communication studies, to integration activities related to Syrian refugees, and discusses how Turkish society can encourage integration and how Syrian refugees can be motivated to participate in the integration process from the perspective of Esser's integration understanding and constructivist public relations message development processes.

Keywords: Syrian Refugees, Integration, Public Relations, Constructivist Public Relations

⁵ İstanbul University Faculty of Communication Department of Public Relations and Publicity, oguz.kus@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2593-4980

Giriş

Suriye'deki gösteriler hızlı bir şekilde iç savaşa dönüşmüş ve gün geçtikçe daha karmaşık bir yapıya bürünerek günümüze kadar uzanan bir hal almıştır. Farklı aktörlerin de dahil olduğu bu iç savaş, uzun vadede Suriye'de yaşayan insanların hayatını tehdit eden ve derinden etkileyen bir krize dönüşmüştür. Institute Montaigne (2017), 400 bin Suriyeli'nin hayatını kaybettiğini, 6 milyon Suriyeli'nin yerinden olduğunu ve ülke içinde göç etmek zorunda kaldığını, 5 milyondan fazla Suriyeli'nin yurt dışına göç etmek zorunda kaldığını, 1 milyon Suriyeli'nin kuşatma altındaki bölgelerde yaşamını sürdürdüğünü ve en az 13,5 milyon Suriyeli'nin insani yardıma yoğun şekilde ihtiyaç duyacak biçimde yaşadığını belirtmektedir. Okuma yazma oranı %90 olan Suriye'de hali hazırda 2,8 milyon Suriyeli çocuk okula gidememektedir. UNICEF verileri eğitime ve sağlık hizmetlerine ulaşamamak ve yeterli beselenememekten kaynaklanan bir kayıp neslin oluştuğunun altını çizmektedir (Tyyska, Blower, Boer, Kawai ve Walcott, 2017).

Değinen sebeplerden dolayı birçok Suriyeli, komşu ülkelere göç etmek durumunda kalmıştır. Bu durum zamanla Türkiye ve Avrupa'yı da kapsayan önemli bir konu haline dönüşmüş ve birçok farklı medya organında "Mülteci Krizi" olarak tanımlanmıştır. PEW Research (2018) Suriyeli mültecilerin göç hareketi hakkında bir rapor yayımlamıştır, bu rapora göre Türkiye'de 3,4 milyon, Lübnan'da 1 milyon, Ürdün'de 660 bin ve Irak'ta 250 bin Suriyeli mülteci bulunmaktadır. Türkiye'deki Suriyeli mülteci sayısı 2021 yılı itibarıyla 3,6 milyonun üzerindedir (United Nations High Commissioner for Refugees, 2021). Özdemir (2017), Türkiye'nin "açık kapı" politikası çerçevesinde din, dil ve ırk ayrımı yapmadan sınırdan giriş yapan hiçbir Suriyeliyi geri göndermediğini ve kendilerine "geçici koruma statüsü" verilerek misafir edildiğinin altını çizmiştir. Suriye'den savaş şartları sebebiyle gerçekleştirilen zorunlu göç hareketinin bir sonucu olarak Türkiye en fazla Suriyeli mülteciye ev sahipliği yapan ülke konumundadır. Ayrıca, Kızılay'ın toplum merkezlerindeki görüşmelerde aldıkları veriler sonucunda Türkiye'deki Suriyelilerin yarısının ülkelerine geri dönmeyeceği öne sürülmektedir (T24, 2018). Seefar (2018) tarafından gerçekleştirilmiş araştırmaya katılan Suriyeli mültecilerin üçte ikisinin Türkiye'de uzun süreli kalmak istediğini ve yerel entegrasyon süreçlerine dahil olmak için güçlü bir arzu gösterdiğini ifade etmektedir. Rapor, araştırmaya katılanların çoğunun uzun süreli kalma kavramını vatandaşlık almakla eşdeğer gördüğünü ve erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla Türkiye'de kalmak için daha az istek gösterdiğini ifade etmektedir. Türkiye'de artan Suriyeli mülteci nüfusu ve bu durumun uzun süreli göçe dönüşme potansiyeli entegrasyon süreçlerinin gerekliliğine işaret etmektedir.

Gerçekleştirilen entegrasyon faaliyetleri, mültecilerin göç etmiş oldukları ülkedeki eğitim ve ekonomik yapılarla uyumu noktasında önem taşımaktadır. Diğer yandan, entegrasyon sürecinin başarısı mültecileri misafir eden ülke vatandaşlarının bu faaliyetlere olan pozitif bakış açısı ve sürece katılımları ile ilgilidir. Mültecilerin bu sürece katılmayı arzuluyor olması, mültecileri misafir eden toplumun ise bu entegrasyon sürecini teşvik ediyor ve destekliyor olması, kültürlerarası iletişimi güçlendirmek, bir tolerans atmosferi yaratmak ve başarılı bir entegrasyon süreci gerçekleştirmek noktasında önem taşımaktadır. Yerel halkın sosyal entegrasyonu teşvik etmesi, empatik davranması ve önyargılar doğrultusunda hareket etmemesi önemlidir. Bu durum kültürel çatışmaları azaltacağı gibi, mültecilerin Türk toplumunun kültürü ve yaşam tarzıyla entegre olmasını kolaylaştıracaktır.

Açık kapı politikasını göz önünde bulundurarak Türkiye'nin Suriyeli mültecilere karşı cömert ve kabul edici bir tutum içerisinde olduğunu belirtmek mümkündür. Bu durum başarılı bir entegrasyon sürecinin sağlanabilmesi için kurumsal bir temelin varlığına işaret etmektedir. Diğer yandan, entegrasyon sürecinin başarıya ulaşabilmesi noktasında yerel halkın iletişime açık davranması, toleranslı ve kabul edici olması önem taşımaktadır. Fakat entegrasyon sürecini yavaşlatacak faktörlerden bahsetmek mümkündür. Avrupa'dakine benzer şekilde, Türkiye'de de mültecilere karşı çeşitli önyargıların mevcudiyetinden ve yanlış bilgilerin (bkz. Teyit.org, 2017) dolaşımından söz edilebilir.

Bu çerçevede çalışma, iletişim çalışmalarının bir bileşeni olan halkla ilişkilerin Türkiye’de kalan Suriyeli mültecilerle ilgili entegrasyon faaliyetlerine nasıl katkı sağlayabileceği konusuna odaklanmakta ve Türk toplumunun entegrasyonu teşvik etmesi ve Suriyeli mültecilerin entegrasyon sürecine katılım sağlamaya nasıl motive edilebileceğini Esser’in entegrasyon anlayışı (Esser, 2010; Schunk, 2014) ve konstrüktivist halkla ilişkilerin mesaj geliştirme süreçleri perspektifinden tartışmaktadır. Bernays’a göre halkla ilişkilerin üç ana elementi toplumun kendisi kadar eskidir: toplumu bilgilendirmek, insanları ikna etmek veya insanları insanlara entegre etmek (Bates, 2006, s. 5). Modern halkla ilişkilerin kurucularından sayılan Bernays’ın halkla ilişkileri betimlemek konusunda öne sürdüğü elementler de halkla ilişkilerin, mültecilerin entegrasyonunu teşvik etmek noktasında ne derece işe yarar olduğunu gözler önüne sermektedir. İki yönlü simetrik iletişimi ideal pratiklerinin temelinde konumlandırılan ve toplumsal fayda yaratmaya olanak tanıyan bir perspektife sahip olan halkla ilişkilerin potansiyelini mülteci entegrasyonu bağlamında tartışan çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışma “Konstrüktivist halkla ilişkilerin mültecilerin sosyal entegrasyonu bağlamında sunabileceği katkı nedir?” ana sorusundan yola çıkmaktadır. Böylece konstrüktivist halkla ilişkilerin mesaj geliştirmeye yönelik potansiyelini entegrasyon bağlamında kavramsal bir tartışma aracılığı ile değerlendirerek alandaki boşluğun doldurulmasına katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Kavramsal tartışmalarda ampirik araştırmalardakine benzer yapısal bir izleği takip etmek güçtür (Jaakkola, 2020, s. 18). Bu sebeple mevcut çalışmada kavramsal tartışma gerçekleştirilirken benimsenen yaklaşım hakkında bilgi vermek elzemdir. Bu bilgiyi ampirik çalışmalardaki “yöntem” başlığına eşdeğer bir açıklama olarak kabul etmek mümkündür. Bu çalışmada Sutton ve Staw’ın “Kavramsal araştırmalar içgörümüzün bir olguya karşı olgunlaşmakta olan doğası sebebiyle ampirik verinin mevcut olmadığı, gelişmekte olan olaylara işaret etmek üzere mükemmel bir araçtır.” ve Maitlis ve Lawrence’ın “Yeni bir olguyu raporlamanın ötesine geçip anlamlandırarak tartışmalarda aktif rol üstlenmek - akademisyenlerin ve pratisyenlerin bir olgu hakkındaki anlam dünyasını şekillendirmek” görüşüne değinen Fawcett ve diğerleri (2014, s. 3) tarafından öne sürülen kavramsal araştırma perspektifi benimsenmiştir. Çünkü halkla ilişkiler, göç ve entegrasyon konularını bir arada ele alan ampirik çalışmalar sınırlıdır ve bahsedilen konuda tartışmaların gerçekleştirilerek bir anlam dünyasının zemininin oluşturulması etkin entegrasyon süreçlerinin geliştirilmesi gerekliliği sebebiyle önemlidir. Bu çalışmada daha önce sınırlı miktarda bir arada ele alınmış iki olgunun (halkla ilişkiler ve sosyal entegrasyon) entegrasyonu ve entegre edilen bu olguların yeni kavrayışları nasıl mümkün kılacağı (Fawcett ve diğerleri, s. 5) açıklanacaktır. Bu bağlamda çalışmada Türkiye’deki Suriyeli mültecilerin göç örüntülerine değinilmiş, entegrasyon kavramı ve entegrasyon kavramının değişkenleri açıklanmış, konstrüktivist halkla ilişkiler anlayışı betimlenmiş ve sunabileceği potansiyel katkı tartışılmıştır.

Türkiye’deki Suriyeli Mültecilerin Göç Örüntüleri

Suriyeli mültecilerin göç örüntüsünün büyük grupları, ulusal ve uluslararası hareketliliği içerdiğini belirtmek mümkündür. Bu hareketlilik savaş sonucunda gerçekleşmekte, göçün uluslararası boyutuyla örtüşmekte ve güvenliğin öncelendiği bir zeminde vuku bulmaktadır. Bu bağlamda Suriyeli mülteciler göç ederken ortaya birçok farklı parametre çıkmaktadır. Göç etmek için gereken paranın toplanması, göç edilecek hedef ülkedeki yardım olanakları, göç uzun süreli bir göçe dönüştüğü anda hedef ülkede kalmaya devam etmek veya farklı ülkelere gidebilmek için gereken yasal zeminin, göç ağının ve ekonomik olanakların mevcudiyeti bu parametrelerden sadece bir kısmını oluşturmaktadır. Van Hear (1998) tarafından geliştirilmiş model göz önünde bulundurulduğunda Suriyeli mülteciler dışa doğru hareket gerçekleştiren zorunlu göçmenler olarak değerlendirilebilmektedir. Bu çalışma bağlamında mülteci kavramı yasal statü olarak kullanılmamış, güvenlik kaygısıyla farklı bir ülkeye zorunlu göç gerçekleştiren bireyleri tanımlamak için kapsayıcı bir terim olarak kullanılmıştır.

Suriyeli mültecilerin zorunlu göçünde göç hareketinin hangi ülkeye gerçekleştirileceği, göçün devamlılığı veya yerleşiklik noktasında farklı parametrelerin teşvik edici veya yavaşlatıcı olduğunu belirtmek mümkündür. Örneğin, Türkiye'nin uygulamış olduğu açık kapı politikası ve coğrafi yakınlık Suriyeli mültecilerin yoğun şekilde Türkiye'ye göç etmesinde bir etken olabilir, diğer yandan Almanya'nın belli bir tarihe kadar Suriyeli mültecileri kabul edeceğini açıklaması Avrupa'da en çok Suriyeli mültecinin neden Almanya'da olduğunu açıklamak noktasında yardımcı bir etmendir ya da Macaristan, Makedonya gibi ülkelerde Suriyeli mülteciler için geçişin engellenmesi Avrupa'ya olan göçün yavaşlamasını açıklarken kullanışlı olabilmektedir. Diğer yandan göç kararını vermek, yolculuğu gerçekleştirmek ve hedef ülkeye varmak şeklinde özetlenebilecek olan Suriyeli mültecilerin göçünde, zorunlu göç bağlamı geçerli olsa dahi ekonomik, sosyal ve entelektüel sermayenin göçün gidişatını ve hedefini etkileyen faktörler olarak düşünülmesi mümkündür. Bahsi geçen değişkenler dolaylı bir şekilde entegrasyon süreçlerine dahil olmak noktasında göçmenlerin motivasyonunu etkileyen faktörler olduğu gibi gidilen ülkelerdeki iş gücü piyasasına katılmak ve göç uzun süreli bir hal aldığında hayatta kalabilmek için önem taşıyan parametrelerdir.

Son olarak Suriyeli mültecilerin hareketliliğinin reaktif ve proaktif göç özellikleri taşıdığını belirtmek mümkündür. Güvenlik kaygısı veya ani gelişen bir güvenlik sorunu sebebiyle yaşamış olduğu ülkeden başka bir ülkeye göç etmiş olan Suriyeli mültecileri reaktif göçmen kategorisinde değerlendirmek mümkündür. Diğer yandan, güvenliğini sağlamak üzere gelmiş olduğu ülkeyi transit bir ülke olarak kullanıp, daha uzaktaki bir hedef ülkeye gitmek üzere mobilize olan Suriyeli mültecileri ise proaktif göçmen kategorisi altında değerlendirmek mümkün hale gelmektedir. Richmond (1993) tarafından sunulan sınıflandırma göz önünde bulundurulduğunda bu durum bir kriz durumu sonucunda panik halinde verilmiş bir karardan ziyade tüm bilgiyi gözden geçirip maddi ve sembolik avantaj durumunu maksimize etmek üzere akılcı şekilde hesaplanıp gerçekleştirilen bir göç hareketi konumundadır.

Suriyeli mültecilerin Türkiye bağlamında düşünüldüğünde uzun süreli göçmen niteliğine sahip olduğunu belirtmek mümkündür. Türkiye'ye ilk Suriyeli mülteci kafilesinin 2011 yılında vardığı göz önünde bulundurulduğunda bu göçün United Nations Department of Economic and Social Affairs (1998) tarafından hazırlanan ve göç tipolojilerine de değinen raporda belirtilen 12 aylık süreyi aştığı açıktır. 2011 yılından bu yana devam eden göç sonucunda, büyük miktarda Suriyeli mültecinin Türkiye'de kalmak istediğine yukarıdaki bölümde değinilmiştir. Bu durum Türkiye bağlamında Suriyeli mülteciler için entegrasyon süreçlerinin işletilmesi gerekliliğini belirgin bir şekilde gözler önüne sermektedir.

Entegrasyon Kavramına Yönelik Teorik Bir Çerçeve

Göç uzun vadede devamlı ve kurumsallaşan bir hal almaktadır. Bunun farklı kaynak ülkeler ve hedef ülkeler arasında örnekleri mevcuttur. Savaş, ekonomik koşullardaki zorluk, iklim gibi sebepler kaynak ülkeleri sabit hale getirirken hayat kalitesindeki yükseklik, endüstrinin gelişmesiyle artan iş gücü ihtiyacı gibi parametreler kimi ülkeleri hedef ülke olmak noktasında sabit hale getirmektedir. Suriyeli mültecilerin Türkiye'ye göçünde de benzer bir örüntü gözlemlenmek mümkündür. Diğer yandan, göç sonucunda elde edilen ödülün tatmin ediciliği arttıkça uzun süreli göç evrilme ihtimali artmaktadır. Bu durum sürece göç ağları kanalıyla ailelerin dahil olmasına ve kalıcı bir düzen ile yeni kuşakların katılmasına neden olmaktadır. Bu çerçevede uzun vadede göçmenleri misafir eden toplum ve göçmenler arasında sosyal, kültürel ve bürokratik yönden iletişim köprülerinin kurulması gerekli hale gelmektedir. Bu noktada entegrasyon politikalarının geliştirilmesi ve entegrasyonu planlı bir şekilde gerçekleştirmek elzemdir. Entegrasyon tek taraflı bir süreç değildir. Mültecileri misafir eden toplum ve mülteciler entegrasyonu başarmak üzere aktif katılım sağlamalıdır. Çünkü entegrasyon, mültecileri misafir eden toplum ve mülteciler arasında gerçekleştirilecek olan iki yönlü simetrik iletişim ve katılımı ivme kazanabilir, etkili hale gelebilir ve entegrasyonun sürdürülebilirliği sağlanabilir.

Entegrasyonun çeşitli alanlara uygulanabilecek üç adet tanımı mevcuttur (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2006):

1. Tek başına olan bileşenleri birbiriyle ilişkilendirmek ve yeni bir yapı oluşturmak.
2. Mevcut yapıya tekil bileşenler veya parçalı yapılar eklemek suretiyle bağlantılı bir bütün oluşturmak.
3. Mevcut bir sistem veya yapı içerisindeki ilişkileri sürdürmek veya geliştirmek.

Değinen tanımları çalışmanın benimsediği perspektif yönünden tartışmak önemlidir. Bu bağlamda önerilen ilk tanımları göçmenler ve göçmenleri misafir eden toplumun ilişkilendirilmesi; ikinci tanımları yeni gelen göçmenlerin ve yeni göç dalgalarının ilk oluşturulan ilişkilendirilmiş yapıya entegrasyonu; ve üçüncü tanımları tüm bu yapılar arasındaki ilişkiyi etkin bir kültürlerarası iletişim anlayışı ve bürokratik zeminle sürdürülebilir kılmak şeklinde yorumlamak mümkün hale gelmektedir.

Bartram, Poros ve Monforte, (2017, s. 181), entegrasyonu göçmenlere sosyal bir üyelik kazandıran ve göçmenlerin hedef ülkede temel kurumlara katılma kabiliyetini geliştiren bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu yönüyle entegrasyon, uzun süreli şekilde hedef ülkede bulunmak isteyen zorunlu veya gönüllü göçmenlerin kültürel yapı ve kurumlarla olan iletişimini mümkün kılmaktadır. Entegrasyon, göçmenlerin kurumlar ve sosyal yapı ile etkileşime girebilmesi için bir gereklilik olmakla birlikte, göçmenleri misafir eden toplumların da farklı düzeylerde fayda görmelerini sağlayacak bir süreçtir.

Diğer yandan entegrasyon kavramına yönelik dikkat çekici tartışmalar da söz konusudur. Bu tartışmaların başında entegrasyon ve asimilasyonun ortak ve farklı yönlerinin neler olduğu tartışması gelmektedir. Waters ve Pineau (2015, s. 2) tarafından öne sürülen entegrasyon tanımları bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Yazarlar entegrasyonu göçmen grupların üyelerinin ve onları misafir eden toplumların birbirine benzemesi olarak tanımlamaktadır. Bu noktada, göçmenlerin ve hedef ülke toplumunun birbirine ne şekilde benzeyeceği konusunda (Örn. bazı geleneklerinden vazgeçerek mi, yeni gelenekler oluşturarak mı?) detay bulunmamaktadır. Fakat yazarların devam cümleleri entegrasyon sürecini iki yönlü ve katılımcı bir hareket olarak gördüklerine işaret etmektedir: "Entegrasyon süreci ekonomik ve sosyal boyutlara sahiptir, göçmen kuşağıyla başlar, ikinci kuşakla ve devam eden kuşakla sürer. Entegrasyon süreci göçmenlerin ve onlardan sonraki kuşakların ana sosyal kurumlardan (okul, iş gücü piyasası ve diğer Amerikalılardan) gördükleri kabule bağlıdır." Bu tanımları entegrasyona iki yönlü bir süreç olarak yaklaştığı açıktır. Çünkü, entegrasyonu birbirine benzeşme süreci olarak ele alıyor olması mültecilerin öz kültürünü kaybetme kaygısıyla bu sürece karşı direnç göstermesine sebep olma ihtimali taşımaktadır.

Castles, Haas ve Miller (2014, s. 265) ise entegrasyon kavramını bir birleşme olarak tanımlayarak iki ana soru sormaktadır: Göçmenler ve gelecek kuşaklar hedef ülke toplumu ve ulusunun bir parçası nasıl olabilir, devlet veya sivil toplum bu süreci nasıl yapılandırabilir? Bu iki soru ölçeğinde ise devletlerin entegre olma ya da birleşme kavramına yönelik farklı yaklaşımları olduğunun altı çizilmektedir. Örneğin, Kuzey Doğu Asya'da göçmenler kısa süreli yerleşimciler olarak görüldüğünden entegrasyon göz önünde bulundurulmamaktadır. Bu durumda, hedef ülkenin şartları aynı zamanda göçmen alan bir toplumun nasıl bir entegrasyon süreci geliştireceğini de belirlemektedir. Bu durum her ülkenin özgün şartları çerçevesinde kültürel ve sosyal bir entegrasyon süreci planlaması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Entegrasyon sürecinden bahsedilirken asimilasyon kavramı sıklıkla gündeme gelmektedir. Entegrasyonun asimilasyondan farkını anlamak noktasında Castles ve diğerlerinin (2014, s. 266) tanımladığı asimilasyon ve farklılaşmış ihraç kavramlarını da ele almak elzemdir. Yazarlar, asimilasyonu göçmenlerin topluma tek taraflı bir uyum süreci sonucunda entegre edilmesi olarak tanımlamakta ve bu süreçte göçmenlerin farklılaştırıcı dilleri, kültürleri ve sosyal özelliklerini bir kenara bırakıp toplumun çoğunluğundan ayırt edilemeyecek hale gelmesi gerekliliğinin altı çizilmektedir. Farklılaşmış ihraç ise göçmenlerin toplumun belirli boyutlarına erişimine izin verildiği (örneğin, iş gücü pazarı) ve diğer kurumlara (vatandaşlık, siyasi katılım) erişimin kısıtlandığı bir sürecin altı çizilmektedir.

Bu yönüyle asimilatif ve farklılaşmış ihraç perspektifinden entegrasyon sürecine yaklaşmak sorunları da beraberinde getirecektir. Çünkü bu perspektiflerde göçmenlerin kendilerini kültürel ve sosyal yönden birey yapan özelliklerden vazgeçmekte direnç göstermeleri muhtemeldir. Diğer yandan farklılaştırıcı ihraç yönelimli bir yaklaşımın uzun vadede topluma farklı ölçeklerde katkı sunan göçmenlerin ayrımcılığa uğraması olarak yorumlanma ihtimali söz konusudur. Bu noktada entegrasyonu hedef ülke toplumunun ve göçmenlerin sosyal ve kültürel özelliklerini göz önünde bulunduran, bu özelliklere saygı duyan fakat aynı zamanda hedef ülke toplumunun değerlerinde ve işleyişinde tahribata yol açmayacak şekilde düzenlenen, göçmenlerin ve yerel toplumun eşit düzeyde katılım gösterdiği iki yönlü bir iletişim süreci olarak tanımlamak mümkündür. Çalışma kapsamında entegrasyon iki yönlü bir iletişim süreci barındırması yönüyle değerlendirilecek ve kullanılacaktır. Bu noktada Madero, Bhattacharya, Mugisa ve Mahaseth (2016, s. 4) entegrasyon kavramına yaklaşımını hatırlamakta fayda bulunmaktadır: “Sosyal entegrasyon, iki topluluğu kültürel kimliklerini devam ettiren bir araya getirmek için bir fırsat olarak görülmelidir. Kültürel asimilasyon yerine birbirlerinin kültürel farklılıklarından memnuniyet duymayı da içermektedir.” Bu anlayış göz önünde bulundurulduğunda, Esser’in entegrasyon için sunmuş olduğu şemanın işlevsel olabileceği düşünülmektedir. Takip eden bölümde Esser’in entegrasyon anlayışı değerlendirilmiştir, bu bölüm aynı zamanda halkla ilişkiler perspektifinin entegrasyonun aşamalarında sunabileceği katkıları tartışmak bakımından teorik bir zemin yaratmaktadır.

Esser’in Entegrasyon Yaklaşımı

Esser sosyal entegrasyon noktasında dört temel bileşenden bahsetmektedir. Bu bileşenler kültürlenme, yerleşim/konumlanma, etkileşim ve identifikasyondur. Schunck (2014, s. 33), Esser’den aktarmış olduğu tabloda bu boyutları şu şekilde açıklamaktadır:

Tablo 1
Esser’in Entegrasyon Yaklaşımının Boyutları

Süreç	Boyut	Yön ve örnekler
Kültürlenme	Kültürel	Bilgi, yetenek, yaşam tarzı
Konumlanma	Yapısal	Haklar, eğitim, gelir
Etkileşim	Sosyal	Arkadaşlık, aile, evlilik
İdentifikasyon	Duygusal	Kimlik, dayanışma, değerler

Kaynak: Schunck, R. (2014). *Transnational Activities and Immigrant Integration in Germany*. R. Schunck içinde, *Transnational Activities and Immigrant Integration in Germany* (s. 179-199). Cham: Springer.

Yukarıda değinilmiş olan Esser’in entegrasyon yaklaşımının boyutlarını göçmen ve hedef toplum arasında gerçekleşen üç aşamalı bir etkileşim süreci olarak yorumlamak mümkündür. İlk aşamada (kültürlenme) göçmen hedef toplumla etkileşime geçecek yetenekleri kazanmaktadır. İkinci aşamada (konumlanma ve etkileşim) toplumun kurumları ve bireyler ile kazanmış olduğu yetenekler aracılığı ile etkileşime geçmekte, sosyal haklardan etkili bir şekilde faydalanma ve sosyal ağ oluşturma fırsatı yakalamaktadır. Son aşamada (identifikasyon) ise hedef ülke toplumu ile bütünleşmekte ve farklı boyuttaki değerlerin benimsenmesi süreci gerçekleşmektedir.

Lakey (2003, s. 106), gerçekleştirmiş olduğu literatür incelemesinde kültürlenmenin kimi zaman literatürde kullanılmadığını, asimilasyon, kültürel entegrasyon, yerleşme, absorbe etme ve kişisel kimlikleme terimlerinin

kullanıldığını belirtmekte bu terimlerin genel olarak kültürlenme terimine işaret ettiğinin altını çizmektedir. Bu bağlamda kültürlenme sürecinin iletişim boyutundan söz edilmediğini belirtmektedir. Kültürlenme sosyalleşme olarak da tanımlanmaktadır ve bir bireyin toplumsal etkileşimi gerçekleştirebilmek için bilgi, kültürel standartlar ve gereklilikleri elde etmesi durumudur (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2006). Bu tanım açık şekilde kültürlenmeyi sosyalleşme olarak tanımlamaktadır ve bu durumun ön koşulunun iletişim olduğu açıktır.

Diğer yandan Perkmann'ın önermeleri de kültürlenme, sosyal entegrasyon ve sistem entegrasyonu üçgenini açıklamak için önemlidir. Giddens'in görüşlerinden de faydalanan Perkmann (1998, s. 491), sosyal entegrasyonun ortak mevcudiyete işaret ettiğini ve sistem entegrasyonunun zaman ve mekan uzamındaki yayılımı açıkladığını belirtmektedir. Bu bakış açısı sosyal entegrasyon ve sistem entegrasyonu yaklaşımlarını özellikle dilsel doğa olmak üzere kültürel yeteneklere sahip olmak şeklinde açıklamaktadır. Chan (2014, s. 5), kültürlenme kavramının öncül bileşeninin değişim olduğunu belirtmektedir. Bu değişim bir kişinin yaşıyor olduğu kaynak toplumdaki yeni bir topluma (hedef ülke toplumu) geçmesini içermektedir. Coğrafi değişimle ilişkili şekilde kültür ve psikolojik aurada da değişim söz konusudur.

Esser'in entegrasyonu ve göçmenleri misafir eden toplumun kültürünü öğrenmeyi, göçmenlerin kişisel sermayesini daha etkili şekilde kullanması noktasında önemli bir parametre olarak gördüğü açıktır. Esser'in farklı yazarların görüşlerinden de faydalanarak ortaya koymuş olduğu görüşleri bu durumu doğrular niteliktedir (2010, s. 6, 7):

“Göçmenler, göçmen kabul eden bir ülkeye girdiklerinde, halihazırda farklı sermayelerle (kültürel, ekonomik ve sosyal) az veya çok donanmış haldedirler. Fakat bu sermayelerin tümü kullanılmamakta ya da varılan noktadaki hayatta hedeflere ulaşmak için yeterince etkili olmamaktadır. Bunun arkasında yatan sebep, gündelik hayatı yürütmek için gerekli olan sermayenin belirli bağlamlara bağlı olmasıdır. Bu noktadan hareketle, sermaye önemli hedefleri başarabilmek için az veya çok spesifik kalmaktadır. Bu problemin bir çözümü hedef ülkede (ve hatta ötesinde) yüksek kullanılabilirliği olan bir sermayeye yatırım yapmaktır. Bu durum hedef ülkenin bağlamına uygun seçimlerle (ikinci bir dil öğrenmeye yönelik çaba göstermek, hedef ülkede eğitim alma arzusu) veya etnik gruplar arası ilişkiler kurma girişimleriyle kesilmektedir.”

Esser'in tanımlaması göçmenlerin mevcut sosyal, ekonomik ve entelektüel birikimlerinin onları hedef ülkeye taşımak, yaşamlarını devam ettirebilmek ve entegre olabilmek noktasında önemli bir role sahip olduğuna işaret etmektedir. Bu yönüyle hedef ülkedeki kültürel öğelere uyuma işaret eden bu yapı bir göçmenin hedef ülkedeki entegrasyon sürecinde önemli bir yere sahiptir. Sosyal, ekonomik ve entelektüel birikimin sağlayabileceği avantajları konumlanma safhasında gözlemlemek de mümkündür.

Konumlanma bir bireyin göç etmiş olduğu hedef ülkenin toplumunda eğitim veya ekonomi sistemi içerisinde bir yer edinmesidir. Bireyin toplum içerisinde bir meslekte ya da bir vatandaş olarak yer edinmesi durumu konumlanma kavramı bağlamında tartışılabilir. Konumlanma spesifik konumla ilgili hakların elde edilmesiyle ve sosyal bağlar kurma şansı elde edip sosyal ve ekonomik sermaye kazanma fırsatı ile ilintilidir. Kültürlenme ise konumlanmanın ön koşuludur (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2006).

Bu bağlamda konumlanmanın göçmenin hedef toplumun kurumlarıyla (iş gücü piyasası, eğitim vb.) kurmuş olduğu başarılı ilişki sonucunda pozitif yönlü olarak gelişeceği yorumunda bulunmak mümkündür. Bir göçmenin konumlanmasının ön şartı kültürlenme olduğu gibi iyi bir konuma sahip olan göçmenin toplumsal ölçekte diğer birey ve kurumlarla (eğitim, sosyal güvenlik, ekonomi vb.) etkileşim sürecine gireceği açıktır. Bu yönüyle konumlanma etkileşimin bir ön şartı olarak görülmelidir. Diğer yandan, bir göçmenin hedef ülkenin toplumu içerisindeki konumunun onun kültürel, sosyal ve ekonomik sermayelerini etkileyeceğini bu yönüyle etkileşim sürecinde erişebileceği seviyenin belirleyicilerinden olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır.

Schunck (2014, s. 32) konumlanmayı entegrasyonun yapısal boyutu bağlamında ele almaktadır. Bu boyut, göçmenlerin hedef ülke toplumundaki ilgili alanlara konumlanması ve katılımına işaret etmektedir. Ek olarak Batı toplumlarında iş gücü pazarı ve eğitime katılımın yapısal asimilasyonun temelleri olduğunun da altı çizilmektedir. Schunck her ne kadar konumlanmayı asimilasyonun temeli olarak tanımlıyor olsa da, bunun entegrasyon için de geçerli bir durum olduğunu söylemek mümkündür. Konumlanmanın yapısal bir boyutta ele alınıyor olmasını ise şöyle açıklamak mümkündür. Bir göçmen, kültürlenme aşamasında kendiyile ilgili bir süreci aşmaya çalışmaktadır. Gelmiş olduğu yeni ortamın geleneklerini ve gündelik hayatına dair ince ayrıntılar hakkındaki bilgisini bireysel bir ölçekte geliştirmeye çalışmaktadır. Konumlanmada ise göçmen gelmiş olduğu hedef ülkenin kurumlarıyla etkili bir etkileşime girmek durumundadır. Bu yönüyle konumlanma sistemle ilgili bir hal almaktadır. Çünkü bir toplumun eğitim kurumları ya da iş gücü piyasasına katılımı belirleyen kurumlarıyla muhatap olmadan bu süreçlere dahil olmak güçtür. Etkileşim bu yönüyle sistemle ilgilidir. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse etkileşim entegrasyonun bireyle ilgili aşamalarının ötesinde, göçmenin kurumlarla yaşadığı bir etkileşime işaret etmektedir.

Amétépe ve Hartmann-Hirsch (2011, s. 198), farklı konumlara sahip farklı yabancı gruplarının mevcudiyetinden bahsetmektedir ve bu grupların farklı maaş, istihdam oranı, kamu bütçelerine katkı ve tüketimlerinin söz konusu olduğunun altını çizmektedir. Yazarlar, çözümlenmelerine göre bu konumun ekonomik sermaye (maaş ve diğer pazar girdileri) ve kültürel sermaye, eğitim seviyesi (gelişmiş, geçiş veya gelişmekte olan ülkelerde kazanmış oldukları dereceler) tarafından belirlendiğinin altını çizmektedir.

Amétépe ve Hartmann-Hirsch konumlanmanın farklı bir boyutuna ışık tutmakta ve Bourdieu'nun kavramlarının bu süreçteki önemine değinmektedir. Bu noktada elde edilen ekonomik güç ve eğitimin konumlanmada etkili bir seviye yakalamak noktasında önem taşıdığına altı çizilmiştir. Çünkü kültürel ve ekonomik sermayenin iki ayrı rolü vardır. Öncelikle bunlar birbirini besleyen kavramlardır. Dil, kültürel kodları bilmek ve gündelik hayata dair bilgi sahibi olmanın doğal sonucu ekonomik sermayenin elde edilmesinin kolaylaşmasıdır. Bu yönüyle kültürel sermayenin ekonomik sermayeyi besleyen bir yönü vardır. Ekonomik sermaye ise, toplumun katmanları arasındaki geçişleri göçmenler için kolaylaştırmaktadır. Bu durum etkileşime girilebilecek yerel toplumsal grupları ve elde edilecek olan sosyal sermayenin boyutunu belirleyen bir durumdur.

Etkileşim ortak yönelimlere sahip bireyler tarafından bağlantıların ve ağların oluşturulması anlamına gelmektedir. Bu bağlantılar ve ağlar, arkadaşlıkları, romantik ilişkiler veya evlilikleri ve daha genel anlamda sosyal gruplara olan aidiyeti içermektedir (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2006). Esser'in entegrasyon modelinde değinmiş olduğu etkileşim parametresinin göçmenlerin sosyal sermaye oluşturmasıyla ilintili olduğu görülmektedir. Bu noktada iki yönlü bir şekilde, yani hem göçmenler hem de hedef toplumun isteği ile gerçekleştirilmiş bir etkileşimin sosyal gruplara olan aidiyeti de arttıracığını söylemek mümkündür.

Penninx (2005, s. 149) tarafından sunulan bulguları da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Penninx, daha büyük organizasyonel yapıların (Avrupa Birliği gibi) göçmen entegrasyonu ile ilgili genel çerçeveyi belirlemesi gerektiğini ve yerel aktörlere destek sağlaması gerektiğini fakat gerçek işin yaratıcı bir şekilde yerel aktörlerce konuyu ilgilendiren tüm ilgililerle çözülmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda etkileşimin göç politikası veya yasal zorunluluklar aracılığıyla gerçekleştiriliyor olmasıyla, göçmenleri misafir eden toplumun ve göçmenlerin iyi niyet ve istekleri doğrultusunda gerçekleşiyor olması arasında fark bulunmaktadır.

Castles ve diğerleri (2014, s. 292) entegrasyon sürecinde sivil toplum etkileşiminin devlet kurumlarıyla olan etkileşimden daha önemli bir rol üstlenebileceğini belirtmektedir. Bu noktada eğitim fırsatlarının, iş gücü piyasasının, yaşam alanları ve komşuluk ilişkilerinin belirleyici olduğu düşünülürken, devlet tarafından

geliştirilmiş entegrasyon politikalarının kimi zaman esnek ve gerçekçi olmayan yönlerinin olduğunun altı çizilmektedir. Bu yönüyle göçmenleri misafir eden topluma entegrasyon sürecinin başarılı olmasını sağlamak noktasında önemli bir görev düşmektedir.

Etkileşim sürecinde yerel toplum ve göçmenlerin yerleşim alanlarının ayrı olmaması (Mägi, 2018), yerel toplumla etnik etkileşim (Constant ve Zimmermann, 2009) ve dil öğreniminin önemli olduğu gözlemlenmektedir. Mägi (2018)'nin çalışmasının sonuçları Estonya'da Rus arka planı olan veya Rusça konuşan bireylerin etnik kimliğini, Eston ağırlıklı mahalle ve bölgelerde oturduğunda azınlıkların oturduğu mahallelere kıyasla değiştirmeye daha yatkın olduğuna işaret etmektedir.

Etkileşimin sağlanması noktasında dil öğreniminin yadsınamaz derecede önemli bir yeri olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Göçmenlerin ağ oluşturmaları, arkadaşlık ilişkileri kurmaları noktasında ve aynı zamanda iş piyasası ve toplumun diğer kurumlarıyla etkileşime girebilmesi noktasında dil önemli bir role sahiptir. Verga ve Kotz'un (2013) gerçekleştirmiş oldukları araştırma sosyalliğin yetişkinlerin dil öğreniminde potansiyel etkileyici bir faktör olarak konumlandığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda dil öğrenimi ve sosyal etkileşim birbirini pozitif yönde etkileyen parametreler olduğunu belirtmek mümkündür.

Kimliklenme ise bireyin sosyal sistemle kimliğini ifade etme durumuna işaret eder. Kişinin kendisini kolektif bir bütünün parçası olarak görüp görmemesiyle ilgilidir. Kimliklenmenin bilişsel ve duygusal yönleri mevcuttur (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2006).

Latcheva ve Herzog-Punzenberger (2011), Esser'in de fikirlerine değinerek göç ve entegrasyon sürecinin final noktası olarak göç edilen toplumla kimliklenmeyi not etmişlerdir. Bu noktada yazarlar, kimliklenmenin konstrüktivist bir yapısı olduğunu ve etnisite veya etnik kimliğin durumsal, ilişkisel ve bağlam-bağımlı olduğunu savunmuşlardır. Latcheva ve Herzog-Punzenberger, kimliklenmenin üç farklı türü olduğundan bahsetmektedirler. Bu kategorizasyon şu şekilde yapılmıştır:

1. Kaynak ülke ile yoğun kimliklenme
2. Kimliksel ikilem – bu durum aidiyet konusunda birbiriyle çelişen duyguları ifade etmek için kullanılmaktadır.
3. Çoklu kimlikleme – bu durum hem kaynak ülkeye hem de göç edilmiş olan ülkeye güçlü duygusal bağı ifade etmek için kullanılmaktadır.

Latcheva ve Herzog-Punzenberger'in araştırması kimliklenmenin doğrudan doğruya kişiye bağlı bir durum olmadığını, bunun göçmenlerin göç ettiği hedef ülke toplumunun da katkısı olabilecek bir süreç olduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılan deneklerin “onlar sizi sevmediği sürece siz onları sevemezsiniz” ya da “her yatırıma buraya yaptım: arkadaşlar, iş, aile. Artık Avusturya kimliğim de var, bence ben bir Avusturyalıyım” gibi anlatılar açık şekilde göç edilen toplumdaki sivil toplum ve kurumların kimliklenmeye olan etkisine işaret etmektedir. Bu durum etkileşim noktasında sivil topluma daha büyük rol düştüğü savını doğrulamakla beraber, dolaylı olarak entegrasyon sürecinin tüm bileşenlerinde de sivil toplumun hayati bir rolü olduğunu doğrulamaktadır.

Kimliklenme noktasında Zimmermann, Zimmermann ve Constant'ın (2007) da bir kategorizasyonu mevcuttur. Bu kategorizasyon asimilasyon ve entegrasyonu iki farklı terim olarak ele alması yönüyle önem taşımakta ve bu çalışma çerçevesinde konstrüktivist halkla ilişkilerin potansiyel katkısı tartışılırken yol gösterici bir anlayış olma özelliği taşımaktadır. Araştırmacıların kategorizasyonu dört farklı alt kırılım içermektedir:

1. Göçmenler hem gelmiş oldukları hedef ülkeye hem de yola çıkmış oldukları kaynak ülkeye güçlü şekilde bağlılık hissedebilirler, bu duygular barışçıl şekilde bir arada barınabilirler. Bu durumda bulunan göçmenler entegre olmuş şeklinde sınıflandırılabilir.

2. Göçmenler yola çıkmış oldukları kaynak ülkenin kültüründen bütünüyle ayrılır, göç etmiş oldukları hedef ülkenin kültürüne bütünüyle uyum sağlar ve bu ülkeyle kendilerini kimliklerlerse, bu durumdaki göçmenler asimile olmuş şeklinde sınıflandırılabilir.
3. Yola çıkmış oldukları kaynak ülkeye güçlü bağlılığını devam ettiren, gösteren ve geliştiren veya gelmiş olduğu hedef ülkeye karşı düşük bir bağ gösteren göçmenler ayrılmış olarak sınıflandırılabilirler.
4. Göçmenler uç durumlara uzanabilirler, bu durum yola çıkmış oldukları kaynak ülkeye de varmış oldukları hedef ülkeye de bağlılık göstermeme durumudur. Bu durumdaki göçmenler marjinalize olmuş şeklinde sınıflandırılırlar.

Görüldüğü üzere kimliklenmeyi, dolayısıyla entegrasyonun başarısını, farklı kategoriler altında farklı boyutlarıyla değerlendirmek mümkündür. Bu bağlamda, hedef ülkeyle yoğun kimliklenme önem taşımaktadır. Fakat bunun organik şekilde gelişmiş, toplum ve kurumlarca dayatılmamış bir bağ olması gerekmektedir. Bu noktada sivil toplumun işlerliği, göçmenler ve hedef ülke toplumunun bireyleri arasındaki iki yönlü iletişim ve bu iletişimin eşitler arasında kurulan bir iletişim şeklinde vuku bulması ve teşvik edilmesi entegrasyon sürecinin başarıyla tamamlanması için önem arz etmektedir. Bu bağlamda, konstrüktivist halkla ilişkiler perspektifinin katkısını tartışmak önemlidir.

Konstrüktivist Halkla İlişkiler Yaklaşımı

Hutton (1999), halkla ilişkileri stratejik ilişki yönetimi olarak tanımlamakta, halkla ilişkilerin ikna edici, savunucu, eğitimci, mücadeleci, bilgi sağlayıcı ve itibar yönetici gibi durumsal rollerinin olduğunu altını çizmektedir. Bu bağlamda halkla ilişkiler perspektifinin ortak anlayışa varmayı sağlamak üzere bilgi akışı yaratmak ve sosyal katılımın hacmini geliştirmek gibi entegrasyon süreçlerinde de etkili olabilecek bir bakış açısına sahip olduğunu belirtmek mümkün hale gelmektedir. Çalışma bağlamında Suriyeli mülteciler ve Türk toplumu arasında ortak anlayış ve katılımın sağlanarak entegrasyonun etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi noktasında konstrüktivist halkla ilişkiler anlayışına değinmek mümkündür.

Konstrüktivist yaklaşım, iletişim bilimlerinde tartışma konusu olan konstrüktivizmin halkla ilişkilerle olan bağlantısını ele almaktadır (Okay ve Okay, 2012, s. 108). Konstrüktivist yaklaşım bağlamında, fikirlerin ve gerçekliğin inşası önem arz etmektedir. Konstrüktivist yaklaşım, dünyanın bireylerin sosyo-kültürel potansiyellerinin anlam ve deneyimlerle -ve iletişim- aracılığı ile inşa edildiğini öne sürmektedir. Bu yaklaşım, homojen değildir, farklı düşünce okulları ve yönelimler tarafından oluşturulmuştur (Langer, 1999, s. 77). Bu sebeple konstrüktivizm ile ilgili çalışmaları eğitim, psikoloji ve iletişim gibi farklı alanlarda görmek mümkündür.

Delia'ya göre (2011, s. 9), konstrüktivizm düşüncesi, bireylerin dünyayı kişisel yapı sistemleri merceğinden algılamasıdır. Bu noktada kişisel yapı sistemleri gerçekliğe algısal bir düzen getirmek için uygulanan şablonlardır. Bu demek oluyor ki bu şablonlar kimi durumlarda alınan mesajların açılınması ve algılanması noktasında bireylere yardımcı olmaktadır. Amineh ve Asl (2015, s 9), konstrüktivizmi farklı teorilerin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş tek bir teori olarak tanımlamakta ve “konstrüktivist yaklaşımı anlam inşa ederek öğrenme ve insanların deneyimlerini anlamlandırması” olarak açıklamaktadır.

Diğer yandan, Olusegun (2015, s. 66) konstrüktivizmi “öğrencilerin yeni bilgiyi halihazırda sahip oldukları bilgiye dayanarak anlamlandırması” olarak tanımlamakta ve konstrüktivistlere göre öğrenme sürecinin bağlamdan ve öğrenenlerin inanç ve tutumlarından etkilendiğini belirtmektedir. Konstrüktivizm doğrudan doğruya eğitim faaliyeti ile ilgili bir yaklaşım olarak görülüyor olsa da konstrüktivizmin aslında öğrenme ve bilgiyi edinme süreciyle ilgili bir yaklaşım olduğunun altının çizilmesi gerekmektedir. Bu noktada Davis, Ovando ve Minami'nin (2015, s. 403) Fosnot'tan aktarmış olduğu düşünceler önem taşımaktadır:

Konstrüktivizm eğitim ile ilgili biri teori değildir. Konstrüktivizm bilgi ve öğrenme ile ilgili bir teoridir. Bilişsel psikoloji, felsefe ve antropolojideki güncel çalışmaların sentezinden yola çıkarak; teorik bilgiyi geçici, gelişime açık, sosyal ve kültürel olarak yönlendirilen ve bu sebeple objektif olmayan bir yapı olarak tanımlar.

Konstrüktivizm hakkında öne sürülmüş olan bu düşüncelerden yola çıkarak yapı taşlarını yorumlamak mümkündür. Konstrüktivizm bireylerin özgün olduğunu düşünmektedir. Bireyler, kendilerine sunulmuş olan mesajları açıklamak veya bilgileri öğrenmek noktasında kendi düşünce sistemleri, mevcut bilgi birikimleri, tutumları, kültürleri gibi referans noktalarından yardım almaktadır. Diğer yandan, dışarıdan alınan mesajların da bu noktada etkili olduğunu belirtmek mümkündür.

Yukarıda öne sürülen fikirler bağlamında konstrüktivizmin itici güçlerinden bir tanesinin iletişim olduğunu belirtmek mümkündür. Çünkü mevcut yeni bilgi, olgu veya deneyimi yorumlamak için gerekli olan bilginin elde edilmesinde iletişim büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda yeni iletişim teknolojileri bağlamında düşünüldüğünde bireyler sonu olmayan bir bilgi bombardımanına maruz kalmakta, zaman ve mekan bağlamından kopmakta ve sürekli olarak dünyanın her yerinden gelen mesajlarla bakış açılarını şekillendirmektedirler.

Bu noktada, mültecilerin entegrasyonu sürecinde etkili bir araç olabilecek halkla ilişkiler ve konstrüktivizm ilişkisinin tartışılması elzemdir. Çünkü halkla ilişkiler spesifik ilgi gruplarının bakış açılarını, onların sahip olduğu algılama şablonlarını yeniden inşa etmek noktasında da işlevseldir. Bu noktadan hareketle konstrüktivist bir yaklaşımla gerçekleştirilen halkla ilişkiler çalışmalarını tanımlamak için Okay ve Okay'ın (2012, s. 109) öne sürmüştüğü yaklaşıma değinmek mümkündür. Bu tanım konstrüktivist halkla ilişkiler yaklaşımını "kamuda imajların oluşturulması ve sağlamlaştırılması aracılığıyla, istenilen gerçekliklerin hedefe yönelik ve tesadüfi konstrüksiyonu olarak" tanımlamaktadır. Tench ve Yeomans (2009, s. 179) konstrüktivist halkla ilişkiler bağlamında gerçekliğin birinci elden deneyimlenen gerçeklik ve temsil, kurmaca ve halkla ilişkiler uzmanları tarafından yaratılan gerçekliğin bir birleşimi olduğunu ifade eder. Bu noktada, halkla ilişkilere Berger'in penceresinden bir perspektif sunan Heide'nin (2009, s. 58) fikirlerine değinmek de önem taşımaktadır. Yazar, Berger perspektifini göz önünde bulundurarak halkla ilişkileri belirli dünya görüşlerini ve gerçeklikleri iletişim faaliyetleriyle inşa eden bir kurum olarak betimlemekte; halkla ilişkilerin belirli sosyokültürel pratikleri, tercih edilen değerleri ve kurumun tavrını geliştirmek ve devam ettirmek üzere metinlerin stratejik dağıtım süreci olarak görülebileceğini not etmektedir. Bu bağlamda Merten'in (2004, s. 53) de fikirlerine değinmek önemlidir. Merten'e göre halkla ilişkiler, arzulan gerçeklerin inşasıyla arzulan etkiyi yaratmak üzere iletişim süreçlerini kullanma stratejisidir.

Farklı yazarların görüşlerine dayanarak halkla ilişkileri betimleyen Asunta (2016, s. 97) halkla ilişkilerin iletişim ile yönetim, iletişimin yönetimi veya yönetim iletişimi (ekonomi disiplini altında konumlandırılarak) şeklinde konumlandırıldığından bahsetmektedir. Bu çalışma bağlamında ise halkla ilişkileri hakiki gerçekliğe dayanan ve sosyal fayda güden yapıcı iletişim olarak betimlemek mümkündür. Bu önermeyi takip eden şekilde açıklamak mümkündür. Çalışma bağlamında göz önünde bulundurulmuş konstrüktivist halkla ilişkiler anlayışı mülteci entegrasyonu bağlamında düşünüldüğünde ve halkla ilişkilerin etik ilkeleri çerçevesinde sadece hakiki gerçekliği etkili bir biçimde aktarmak üzere kullanıldığında, mülteciler ve mültecileri misafir eden toplum arasındaki mevcut negatif şablonların ortadan kaldırılması ve bunun yerine daha pozitif şablonların hakiki gerçekliğe dayanan inşası ile entegrasyonun farklı aşamalarının gerçekleştirilmesinde pozitif bir rol oynama potansiyeli taşımaktadır. Konstrüktivist bir halkla ilişkiler sürecinin hakiki gerçekliğe dayanan mesajlarla gereçlendirmeler sunarak mültecilerin entegrasyon sürecine katılmasına, misafir eden toplumun ise entegrasyon sürecine açık hale gelmesine fayda sağlayacağını söylemek mümkündür. Bu bağlamda Merten'in (2004, s. 50) bahsettiği 'kurgusal gerçekliği' yaratmaktan ziyade entegrasyon sürecinde 'hakiki gerçekliğin' etkisini artırmak, grupların birbirleri hakkında bilgi sahibi olmasına olanak tanımak ve gruplararası iletişimi

güçlendirmek adına konstrüktivist halkla ilişkilerin stratejik kullanımından bahsedilmektedir. Sosyal aksiyonların objektif gerçekliği inşa ettiği (Knoblauch, 2019, s. 276) düşünüldüğünde, konstrüktivist bir halkla ilişkiler anlayışının kökünü yanlış bilgidен veya grupların birbirleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmamasından alan ve sosyal entegrasyona zarar verecek bir sosyal gerçekliğin inşasını önleme potansiyelinin söz konusu olduğundan bahsetmek mümkündür. Bu yapıcı iletişim anlayışının sosyal entegrasyonu destekleyici sosyal aksiyonlar ve bakış açılarının oluşmasında rol üstlenebileceği belirtilebilir.

Bu bağlamda entegrasyonun aşamalarını güçlendirmeye yönelik mesajların konstrüktivist halkla ilişkiler perspektifiyle geliştirilmesi mümkündür. Bu noktada iki yönlü simetrik bir şekilde bilgi akışına olanak tanıyan konstrüktivist bir halkla ilişkiler stratejisi çerçevesinde geliştirilen mesajları gruplar arası müzakereyi artıran bir iletişimsel inşa yaklaşımı olarak betimlemek mümkündür. Tartışma ve sonuç bölümünde konstrüktivist bir halkla ilişkiler süreci çerçevesinde entegrasyonun güçlendirilmesine yönelik mesaj geliştirme süreçlerine odaklanılmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Konstrüktivist öğrenme ve yorumlama biçimleri düşünüldüğünde bireylerin mevcut deneyimleri sonucunda geliştirmiş olduğu şablonlar aracılığı ile yeni deneyim ve olguların yorumlanması fikrinin ön plana çıktığı göze çarpmaktadır. Bahsi geçen şablonlar iletişim kanallarından alınan mesajlar aracılığıyla oluşabilmektedir. Bu bağlamda yukarıda tartışmaya açılan literatür göz önünde bulundurulduğunda, halkla ilişkilerin kültürlerarası iletişim bakış açısını barındıracak şekilde konstrüktivist bir perspektifle stratejik biçimde kullanılmasının, mültecilerin gözünde Türk toplumunun, Türk toplumu gözünde mültecilerin imajını hakikiki gerçekliğe dayanan bir şekilde yeniden inşa etmeye olanak tanıyabileceği ve konstrüktivist halkla ilişkilerin entegrasyon sürecine katkı sağlama potansiyelinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu sürecin uygulayıcısının göç ile ilgili resmi kurumlar ve sivil toplum kuruluşları olması mümkündür.

Kimlik ve kültür sürekli olarak inşa edilen süreçler olsa da geçmiş deneyimler ve medyadan iletilen mesajlar kültürün inşa ve öğrenim sürecinde referans noktası olabilmektedir. Halkla ilişkilerin etik değerleri çerçevesinde gerçekleştirilen konstrüktivist bir halkla ilişkiler faaliyeti ise medyadan iletilen mesajların düzenlenerek mültecileri misafir eden toplumun daha kabul edici olmasını sağlama potansiyeli barındırmaktadır. Diğer yandan, mültecilere iletilen mesajlar da bu kabul edici ve pozitif yönlü gelişmelerin onlara aktarılmasına olanak tanıyabilir. Sonuç olarak sosyal entegrasyonun temel taşlarından olan hedef toplum üyelerinin mültecilerin entegrasyonunu teşvik etmesi ve mültecilerin de yeni bir kültürü içselleştirirken engel sayılabilecek hususları aşması, halkla ilişkiler enstrümanlarının sağladığı kültürlerarası iletişim bağlamıyla sağlanabilir.

Konstrüktivizmin temelinde öğrenme olduğundan ve bu öğrenme sürecinde elde olan bilgiye dayanarak düşünceler inşa edildiğinden konstrüktivist halkla ilişkiler uygulamalarıyla mültecilerin durumunu gerçekçi bir şekilde aktarmaya yönelik, entegrasyon aşamalarını göz önünde bulunduran, stratejik mesajların oluşturulması önyargıları yıkmak noktasında önem taşımaktadır. Bu bağlamda gerçek hikayelerin aktarılması “göçün insanileştirilmesine” olanak tanıyan bir mesaj stratejisi geliştirilebilir ve gündemde yanlış bilginin de etkisiyle entegrasyonu zedeleyecek bir şekilde yer bulabilecek negatif göçmen imajının ötesine geçilebilir.

Konstrüktivist halkla ilişkiler kültürlenme sürecinin verimli bir şekilde yürütülmesine olanak tanıma potansiyeli taşımaktadır. Bu noktada Suriyeli mültecilerin Türk toplumunun dilini ve kültürünü öğrenmesinin eğitim, sosyal hayat ve iş gibi konularda ne şekilde faydalar sağlayabileceğine yönelik mesajların geliştirilmesi mümkündür. Bu bağlamda Suriyeli mülteciler ve Türk toplumu arasında kültürel olarak sahip olunan ortak noktalara vurgu yapmak önemlidir. Bu durum mültecilere asimilasyonun değil entegrasyonun amaç olduğunu hissettirmek noktasında önem taşımaktadır. Mültecilerin kültürlenme aşamasına yönelik faaliyetlerinin ise

Türk toplumuna aktarılması önem taşımaktadır. Çünkü, buldukları toplumun değerlerini öğrenmeye yönelik çabaların hedef ülke toplumuna aktarılması gruplararası diyalogun artmasına, önyargıların zayıflamasına ve kültürlenme sürecine yerel halkın da destek vermesine olanak tanıma potansiyeli taşımaktadır. Ayrıca toplumdaki bireylerin mültecilerin kültürlenme sürecine aktif destek vermesini motive eden ve bu desteğin yaratabileceği toplumsal fayda potansiyeline işaret eden mesajlar geliştirilebilir. Böylece Perkmann'ın (1998) da bahsetmiş olduğu ortak mevcudiyet anlayışını oluşturmaya katkı sağlanabilir.

Konstrüktivist halkla ilişkiler süreçlerinin konumlanma aşamasında da kullanılması mümkündür. Değinildiği üzere konumlanma haklar, eğitim ve gelir ile ilgili toplumsal çıktılarla ilgilidir ve bu noktada Esser'in (2010) değinmiş olduğu kültürel, ekonomik ve sosyal sermaye önemli değişkenlerdir. Bu süreçte halkla ilişkiler aracılığı ile geliştirilebilecek mesajlar Suriyeli mültecilere bu birikimleri karşılığında elde edebilecekleri toplumsal kazanımlara yönelik olmalıdır. Gerçekleştirilen iletişim süreçlerinde entelektüel ve kültürel birikimlerinin yeni bir hayat inşa etmek noktasında nasıl işlevsel olabileceğine yönelik mesajlar iletilmelidir. Diğer yandan, kültürel ve entelektüel birikimlerini kullanabilecekleri yeni sosyal ağlara nasıl dahil olabileceklerine, bunu göç ağı içinde nasıl işlevsel hale getirebileceklerine veya bu birikimlerini nasıl artıracabileceklerine yönelik bir iletişim stratejisi geliştirilmelidir. Ayrıca bu birikimlerini kendileri ve toplum için faydalı bir şekilde nasıl kullanabileceklerine yönelik fırsatlar hakkında bilgilendirme süreçlerinin işletilmesi mümkündür. Türk toplumuna ise Suriyeli mültecilerin eğitim ve ekonomi noktasında topluma kazandırabilecekleri katma değere yönelik mesajlar iletilmesi mümkündür. Diğer yandan, mültecilerin entegrasyonun kültürlenme aşamasında kazanmış olduğu yerel toplumun kültürel kodlarına uyum sağlama çabalarına bu aşamada da değinilmesi Türk toplumu tarafından konumlanma aşamasının teşvik edilmesinde rol oynayabilir. Bu durum Suriyeli mültecileri entegrasyon sürecinin konumlanma aşamasına motive etme, Türk toplumunun ise entegrasyonu teşvik etmesi için bir zemin yaratabilir.

Castles ve diğerlerinin (2014) fikirleri göz önünde bulundurulduğunda sivil toplumun entegrasyon sürecine dahil olmasının önemli bir işlevi olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun Esser'in entegrasyon süreçlerinde üçüncü basamağı oluşturan etkileşim safhasında önem arz ettiği açıktır. Bu bağlamda, Türk toplumuna yönelik Suriyeli mültecilerle komşuluk ilişkileri ve topluluk hayatını güçlendirmeye yönelik mesajların paylaşılması, dil öğrenim süreçlerinden kültürel değişkenleri kavramaya uzanan farklı konularda sivil toplumun dahlini kolaylaştırıcı ve teşvik edici halkla ilişkiler stratejilerinin gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır. Mültecileri misafir eden toplumda etkileşime ve iletişime açık bir yapının bulunmasının, entegrasyonun farklı aşamalarındaki bireylerin entegrasyon süreçlerini kolaylaştırma potansiyeli taşıdığı önermesinde bulunmak mümkündür. Bu durum aynı zamanda kültürlerarası iletişim süreçlerini güçlendirme ve Suriyeli mültecilerde toplumsal kabul duygusunu perçinleyerek kimliklenme süreci için uygun bir zemin yaratma potansiyeli taşımaktadır.

Kimliklenme noktasında mültecilerde gelmiş oldukları ülkenin kültürünü kaybetme anksiyetesi yaratmayacak fakat Türkiye'deki değerlerle entegre olmak noktasında onları motive edecek bir mesaj stratejisinin inşa edilmesi önemlidir. Bu noktada Zimmermann ve diğerlerinin (2007) öne sürmüş olduğu kimliklenme aşamalarının birinci ve ikinci maddeleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bağlamda Suriyeli mültecilerin hem Suriye'nin hem de Türkiye'nin kültürüne yönelik aidiyet duygusunu barışçıl bir şekilde bir arada hissetmesini motive edecek mesajların kurgulanması önemlidir. Bu mesajlarda bulunduğu toplumun kültürüne ait hissetmesinin geldiği toplumun kültüründen vazgeçiş anlamına gelmediği, aksine yeni fırsatlar için önemli bir değişken olduğuna değinilmelidir. Diğer yandan, özellikle yeni kuşak Suriyeli mültecilerin, sadece Türk kültürüyle kimliklenmesine yönelik mesajlar da iletilebilir. Fakat bu noktada, kendi kültüründen vazgeçmesinin bir zorunluluk gibi konumlandırılmaması, kültürel aidiyet ikilemi/anksiyetesi yaratmamak ve başarılı bir entegrasyon süreci gerçekleştirmek adına önem taşımaktadır.

Konstrüktivist halkla ilişkiler süreçlerinin uygulayıcısı olabilecek ilgili kurumlar halkla ilişkileri kullanarak mülteci gündemi etrafında oluşmuş farklı kamuların sorunlarını etkin bir dinleme ve konstrüktivist bir bakış açısıyla tekrar şekillendirebilir, kamulara doğru bilgi akışını sağlayarak yerel halkı etkileşimi teşvik eden bir bakış açısına sahip olmak üzere ikna edebilirler. Etik ölçütler çerçevesinde gerçekleştirilen konstrüktivist halkla ilişkiler aracılığı ile gerçekliğe dayanan mesajlar geliştirilmesi, negatif şablonların ortadan kaldırılmasına, yanlış bilginin etkisinin azaltılmasına, yerel halkın empati seviyesinin artmasına imkan tanıyabilir. Yerel halkın empati potansiyelindeki artış ise sosyal entegrasyonun önemli parametrelerinden birisi olan etkileşimi güçlendirme potansiyeli taşımaktadır. Diğer yandan, konstrüktivist halkla ilişkilerin güçlendirebileceği gruplararası bilgi akışı Suriyeli mültecilerin entegrasyon süreçlerine yönelik potansiyel önyargılarını ortadan kaldırmak noktasında da etkili olabilir. Bu durum entegrasyonun bir asimilasyon sürecinden ziyade birlikte yaşama kültürü olduğu mesajını aktarmayı kolaylaştıracaktır.

Bu çalışma kavramsal bir tartışma aracılığı ile konstrüktivist halkla ilişkilerin mültecilerin sosyal entegrasyonu sürecinde sunabileceği faydayı gözden geçirmekte ve gelecek çalışmalar için düşünsel bir zemin oluşturmaktadır. Gelecekteki çalışmalarda mevcut konunun örnek olay incelemeleri ve veri-güdümlü çalışmalarla ele alınması, halkla ilişkilerin toplumsal fayda amacıyla kullanımına ışık tutmak adına önem arz etmektedir. Bu bağlamda, göç ve entegrasyonla ilgilenen sivil toplum kuruluşları ve kurumların mesaj geliştirme stratejileri incelenebileceği gibi; bu alanda faaliyet gösteren uzmanların görüşlerine başvuru yapılan araştırmalarla da halkla ilişkiler yaklaşımlarının sunabileceği potansiyel keşfedilebilir. Ayrıca farklı halkla ilişkiler yaklaşımlarının göç ve entegrasyon gibi geniş ve karmaşık bir konunun çözümünde oynayabileceği rolün tartışılması, halkla ilişkilerin kurumsal uzamın ötesinde sunabileceği faydaları anlamak ve halkla ilişkilerin gerçek potansiyelini keşfetmek için fırsatlar sunacaktır.

Kaynakça

- Asunta, L. (2016). *The role, the goal and the soul of professional public relations: Developing a holistic model of PR professionalism*. Jyväskylä: Jyväskylä studies in humanities.
- Amétépé, F. ve Hartmann-Hirsch, C. (2011). An outstanding positioning of migrants and nationals: The case of Luxembourg. *Population Review*, 50(1), 195-217. Erişim adresi: <https://muse.jhu.edu/article/441235/pdf>
- Amineh, R. J. ve Asl, H. D. (2015). Review of constructivism and social constructivism. *Journal of Social Sciences, Literature and Languages*, 1(1), 9-16. Erişim adresi: [http://www.blue-ap.org/j/List/4/iss/volume%201%20\(2015\)/issue%2001/2.pdf](http://www.blue-ap.org/j/List/4/iss/volume%201%20(2015)/issue%2001/2.pdf)
- Bartram, D., Poros, M. V. ve Monforte, P. (2017). *Göç meselesinde temel kavramlar*. Ankara: Hece.
- Bates, D. (2006). *“Mini-Me” History public relations from the dawn of civilization*. Florida: Institute for Public Relations. Erişim adresi: https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/MiniMe_HistoryOfPR.pdf
- Castles, S., Haas, H. d. ve Miller, M. J. (2014). *The age of migration international population movements in the modern world [5th edition]*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Constant, A. F. ve Zimmermann, K. F. (2009). *Migration, ethnicity and economic integration*. Bonn: IZA.
- Davis, K. A., Ovando, C. J. ve Minami, M. (2015). Language and literacy acquisition theories. B. J. Irby, G. Brown, R. Lara-Alecio, ve S. Jackson (Der.), *The handbook of educational theories* içinde (ss. 395-418). Charlotte: Information Age Publishing.

- Delia, J. (2011). Constructivism. E. Griffin (Ed.), *A first look at communication theory* içinde (ss. 98-110). New York: The McGraw-Hill.
- Esser, H. (2010). Assimilation, ethnic stratification, or selective acculturation? Recent theories of the integration of immigrants and the model of intergenerational integration. *Sociologica*, 1, 1-29. doi: 10.2383/32055
- European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2006). *Social integration of immigrants: Contribution of local and regional authorities*. Erişim adresi: https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef0622en.pdf
- Fawcett, S. E., Waller, M. A., Miller, J. W., Schwieterman, M. A., Hazen, B. T., & Overstreet, R. E. (2014). A Trail Guide to Publishing Success: Tips on Writing Influential Conceptual, Qualitative, and Survey Research. *Journal of Business Logistics*, 1(35), 1-16. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1111/jbl.12039>
- Heide, M. (2009). A Social Constructionist Perspective on Public Relations and Crisis Communication. Ø. Ihlen, B. van Ruler ve M. Fredriksson (Ed.), *Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts* içinde (ss. 43-61). New York: Routledge
- Hutton, J. G. (1999). The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review*, 25(2), 199-214. Erişim adresi: [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80162-3](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80162-3)
- Institute Moutaigne (2017). *Syria: To end a never-ending war*. Erişim adresi: <https://www.institutmontaigne.org/en/publications/syria-end-never-ending-war>
- Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: four approaches. *AMS review*, 10(1), 18-26. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00161-0>
- Knoblauch, H. (2019). From the social to the communicative construction of reality. M. Pfadenhauer ve H. Knoblauch (Ed.), *Social Constructivism as Paradigm?* içinde (ss. 275-291). New York: Routledge.
- Lahey, P. N. (2003). Acculturation: A review of the literature. *Intercultural Communication Studies*, XII(2), 103-118. Erişim adresi: <https://web.uri.edu/iaics/files/10-Paul-N.-Lahey.pdf>
- Langer, R. (1999). *Towards a constructivist communication theory?: Report from Germany*. Göteborg: NORDICOM-Information. Erişim adresi: <https://www.nordicom.gu.se/en/tidskrifter/nordicom-information-1-21999/towards-constructivist-communication-theory-report-germany>
- Latcheva, R. ve Herzog-Punzenberger, B. (2011). Integration trajectories: A mixed method approach. M. Wingens, M. Windzio, H. d. Valk ve C. Aybek (Ed.), *A life-course perspective on migration and integration* içinde (ss. 121-142). Dordrecht: Springer.
- Madero, A., Bhattacharya, T., Mugisa, F. ve Mahaseth, T. (2016). *Negotiating space: Traces of social integration*. İstanbul: İstanbul Kültür University. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/309872476_NEGOTIATING_SPACE_Traces_of_Social_integration
- Mägi, K. (2018). *Ethnic residential segregation and integration of the Russian-speaking population in Estonia*. Tartu: University of Tartu. Erişim adresi: <https://dspace.ut.ee/handle/10062/62344>
- Merten, K. (2004). A constructivistic approach to public relations. B. van Ruler ve D. Verčič (Ed.), *Public relations and communication management in Europe: A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice* içinde (ss. 45-54). Berlin: De Gruyter.
- Okay, A. ve Okay, A. (2012). *Halkla ilişkiler: Kuram strateji ve uygulamaları*, İstanbul: Der.

- Olusegun, B. S. (2015). Constructivism learning theory: A paradigm for teaching and learning. *IOSR Journal of Research & Method in Education*, 5(6), 66-70. doi: 10.9790/7388-05616670
- Özdemir, E. (2017). Suriyeli mülteciler krizinin Türkiye'ye etkileri. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 114-140. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uksad/issue/33359/371266>
- Penninx, R. (2005). Integration of migrants. Economic, social, cultural and political dimensions. M. Macura, A. L. MacDonald ve W. Haug (Ed.), *The new demographic regime. Population challenges and policy responses* içinde (ss. 137-152). New York: United Nations.
- Perkmann, M. (1998). Social integration and system integration: Reconsidering the classical distinction. *Sociology*, 32(3), 491-507. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1177/0038038598032003005>
- PEW Research. (2018). *Most displaced Syrians are in the Middle East, and about a million are in Europe*. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/01/29/where-displaced-syrians-have-resettled>
- Richmond, A. H. (1993). Reactive migration: Sociological perspectives on refugee movements. *Journal of Refugee Studies*, 6(1), 7-24. doi: <https://doi.org/10.1093/jrs/6.1.7>
- Schunk, R. (2014). Transnational activities and immigrant integration in Germany. R. Schunk (Ed.), *Transnational activities and immigrant integration in Germany* içinde (ss. 179-199). Cham: Springer.
- See Far. (2018). *Return, stay, or migrate? Understanding the aspirations of syrian refugees in turkey*. Erişim adresi: <https://seefar.org/wp-content/uploads/2018/03/Syrians-in-Turkey.pdf>
- T24. (2018). *Kızılay Başkanı: Gerçekçi olalım, Suriyelilerin yarısı geri dönmez*. T24 web sitesinden erişilen adres: <https://t24.com.tr/haber/kizilay-baskani-gercekci-olalim-suriyelilerin-yarisi-geri-donmez,572925>
- Tench, R. ve Yeomans, L. (2009). *Exploring public relations*. Essex: Pearson Education Limited.
- Teyit.org. (2017). *Türkiye'de yaşayan Suriyelilerle ilgili internette yayılan yanlış bilgiler*. Teyit.org web sitesinden erişilen adres: <https://teyit.org/turkiyede-yasayan-suriyelilerle-igili-internette-yayilan-22-yanlis-bilgi>
- Tyyska, V., Blower, J., Boer, S. D., Kawai, S., & Walcott, A. (2017). *The Syrian refugee crisis: A short orientation. RCIS Working Paper No. 2*. Ryerson Centre for Immigration and Settlement. Erişim adresi: <https://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA%3A8415>
- United Nations High Commissioner for Refugees. (2021). *Situation Syrian regional refugee response*. UNHCR Operational Data Portal web sitesinden adres: <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria/location/113>
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (1998). Recommendations on statistics of international migration. *Statistical Papers Series M*, 58, 1. Erişim adresi: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_58rev1e.pdf
- Van Hear, N. (1998). *New Diasporas: The mass exodus, dispersal and regrouping of migrant communities*. Padstow: UCL Press
- Verga, L., & Kotz, S. A. (2013). How relevant is social interaction in second language learning? *Frontiers in Human Neuroscience*, 7, 1-7. Erişim adresi: <https://doi.org/10.3389/fnhum.2013.00550>
- Waters, M. ve Pineau (2015). *The integration of immigrants into American society*. Washington: The National Academies Press.
- Zimmermann, L., Zimmermann, K. F. ve Constant, A. (2007). Ethnic self-identification of first-generation immigrants. *International Migration Review*, 41(3), 769-781. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2007.00093.x>

Extended Abstract

Purpose

Turkey has opened its borders to many Syrian refugees with its "open door" policy. There are over 3.6 million Syrian refugees in Turkey. Different studies indicate that a significant amount of Syrian refugees willing to stay in Turkey. The increasing Syrian refugee population in Turkey and the potential of this situation to turn into long-term migration show the necessity of integration processes. Integration activities carried out are important in terms of adaptation of refugees to the educational and economic structures of the country they migrated to. In this context, it is possible to state that public relations has a point of view that can be effective in integration processes such as creating information flow and improving the volume of social participation in order to reach a societal consensus. However, the number of studies dealing with the contribution of public relations in the field of refugee integration is limited. In the context of the study, the integration perspective presented by Esser was considered. Within this framework, potential contribution of constructivist public relations approach has been discussed for realizing a consensus and participation between Syrian refugees and Turkish society.

Design and Methodology

Public relations is a discipline that has been intensely discussed from the corporate communication perspective. However, public relations is of paramount importance when it comes to solution of social challenges. In recent years, migration issue has been covering more space on the agenda of societies and media. This study includes a theoretical discussion on the potential contribution of the public relations perspective. Perspective of public relations and potential solutions towards refugee integration presented by this discipline have not been sufficiently discussed. However, it is possible to state that public relations has a high potential to contribute to the process of refugee integration. While conducting the theoretical discussion within the scope of the study, the migration literature and the reports published in this field were used to describe the current situation of Syrian refugees in Turkey. The stages of social integration, in other words parameters of social integration, were determined by the perspective presented by Esser. The constructivist public relations approach and the message development possibilities offered by this approach were discussed in terms of its potential contribution to the integration processes in the context of the current situation of Syrian refugees and Esser's integration perspective. In this study, social integration was considered as a two-way process between refugees and the society hosting them. In this framework, the theoretical discussion was held in the context of how to encourage the participation of Syrian refugees in the integration process and how to motivate Turkish society to encourage and support integration of Syrian refugees.

Findings

This theoretical discussion shows that the strategic use of public relations from a constructivist perspective, incorporating an intercultural communication perspective, has the potential to contribute to the integration process by allowing the reconstruction of the image of the refugees in the eyes of the Turkish society. A constructivist public relations activity, carried out within the framework of the ethical values of public relations, has the potential to make the society that hosts refugees more accepting, especially by arranging the messages transmitted from the media. On the other hand, the messages conveyed to refugees via public relations activities can also allow these accepting and positive developments to be conveyed to them.

Constructivist public relations has the potential to enable the acculturation process to be carried out efficiently. At this point, it is possible to develop messages for the Syrian refugees about the benefits (in education, social life and business) of learning about language and Turkish culture. It is also possible to use constructivist public

relations processes in the positioning phase. Messages that can be developed from the perspective of public relations during the positioning process should be aimed at the social gains that Syrian refugees can obtain. In the communication processes carried out, messages should be conveyed about how their intellectual and cultural capitals can be functional in terms of building a new life. At the same time, this situation has the potential to strengthen intercultural communication processes and create a suitable basis for the identity process by strengthening the sense of social acceptance in Syrian refugees. A consensus oriented message strategy should be developed to reach Syrian refugees in identification phase. It is important to build a message strategy that will not create anxiety about losing their own culture, but will motivate them to integrate with the values in Turkey. Benefits of identification with Turkish culture can be conveyed to new generation Syrian refugees. However at this point, it is important not to position it as an obligation to give up on one's own culture.

Research Limitations / Sınırlılıklar

This study questions the potential contribution of public relations to the refugee integration processes only within the framework of the constructivist public relations approach. On the other hand, the discussion of refugee integration within the scope of the study was carried out by considering the Syrian refugees and their position. This is because Syrian refugees are currently the largest refugee group in Turkey. In future studies, different public relations approaches and the realization of studies on the integration of refugees from different source countries will provide opportunities to understand the potential contribution of public relations more effectively.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

This study focuses on the potential contribution of public relations to integration activities related to Syrian refugees. It creates an intellectual ground for future studies by evaluating immigrant integration and constructivist public relations approach in an interdisciplinary manner. On the other hand, it provides a roadmap for the potential contribution of public relations and how it can be used in the integration process for organizations such as non-governmental organizations and migration-related public institutions that take responsibility for the fulfilment of integration processes. Relevant institutions, which can be implementers of constructivist public relations processes, can reshape the problems of different publics formed around the refugee agenda with an active listening and constructivist perspective by using public relations, and by providing the right information flow to the publics, they can persuade the local people to have a perspective that encourages interaction with refugees. Developing truth-based messages through constructivist public relations carried out within the framework of ethical criteria can enable the elimination of negative stereotypes, reducing the effect of misinformation, and increasing the empathy level of local people.

It was also identified that constructivist public relations will potentially provide social benefits. It was discussed that the two-way-symmetrical flow of cultural and daily information between Turkish society and Syrian refugees will strengthen the integration process of Syrian refugees and develop a culture of solidarity.

Originality/Value

The integration of Syrian refugees has become an interdisciplinary issue discussed in different theoretical contexts. However, amount of studies on the solution developments toward integration from the public relations perspective was limited. In this context, the this study has a unique structure that brings together the approaches of migration, integration, intercultural communication and constructivist public relations on a common theoretical ground. It not only describes the current situation of Syrian refugees, but also prepares an effective theoretical ground for future studies. In addition, within the framework of the study, integration was

evaluated in the context of a two-way symmetrical communication that can be realized between Syrian refugees and Turkish society, and it was evaluated outside of being a situation for refugees only. Unique suggestions have been made on how this approach, which is in line with the nature of the public relations understanding, can contribute to integration activities related to Syrian refugees staying in Turkey, and how Turkish society can encourage integration and motivate Syrian refugees to participate in the integration process.

Araştırmacı Katkısı: Oğuz KUŞ (%100).

Yunus Emre'nin Şiirlerinde Deniz ¹

Emel NALÇACIGİL ÇOPUR ²

Başvuru Tarihi: 07.11.2021

Kabul Tarihi: 01.01.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Yunus Emre, Türk milletinin mümtaz mütefekkir ve şairidir. O yaşadığı dönemde sadece Anadolu'nun değil dünyanın da onun gibi aydınlara muhtaç olduğu zamanda yaşayan hâcedir. O döneminde insanların Tanrı-evren, Tanrı-insan ilişkileri gibi ilâhiyata dair merak ettiği konularda dinî terimleri, dervişlik aşamasında yaşadığı tecrübeleri temel alarak tasavvuf dilinde remizlerle anlatan örnek bir sûfidir. Zengin terim, alegori dünyasına sahip olan tasavvuf dilinde ise deniz önemli bir teşbih unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim deniz; insan algılarının anlamakta zorlanacağı, aşkın ve dünyadan bütünüyle bağımsız Tanrı'ya ve sûfilerin Allah'a ulaşmada kat ettikleri aşamaları ifade etmede kullanılan ibaredir. Dolayısıyla bu makalede Yunus Emre Divanı'nda çeşitli teşbihlerden oluşan deniz konusunun incelenmesi hedeflenmiştir. Yunus Emre Divanı'nın titizlikle tetkik edilmesi neticesinde yirmi manzumede denizin çeşitli imgelerle ifade edildiği gözlenmiştir. Bu manzumelerde Yunus Emre denizi Yüce Allah'ın kudretini ifade etmede benzetme unsuru olarak kullanmıştır. Ayrıca ünlü şairin şiirlerinde denizin Dünya'da yer alan yedi deniz, yedi iklim gibi yedi su ve yedi kara parçalarını da tanımlamada kullandığı tespit edilmiştir. Çalışma tasavvufa ve edebiyat bilimine ait çeşitli kitap ve makaleler aracılığıyla Yunus Emre'nin dilinden teşbih unsuru olarak kullanılan denizi ihtiva eden beyitlerin yorumlanmasıyla tamamlanmıştır. Böylece Türk edebiyatının kurucusu Yunus Emre'nin fikir dünyasına daha fazla vakıf olmak, klasik Türk edebiyatında deniz tasavvurunun belirlenmesi ümit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Klasik Türk Edebiyatı, Yunus Emre, Divan, Tasavvuf, Remz, Deniz

Atıf: Nalçacıgil Çopur, E. (2022). Yunus Emre'nin şiirlerinde deniz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 65-82.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Akdeniz Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Bölümü-Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, emelcopur@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3395-1286

Sea in Yunus Emre's Poems

Emel NALÇACIGİL ÇOPUR³

Submitted by: 07.11.2021

Accepted by: 01.01.2022

Article Type: Research Article

Abstract

Yunus Emre is a distinguished Turkish thinker and poet. He is considered a teacher living at a time when not only Anatolia but also the world needed intellectuals like him. He is an exemplary Sufi clarifying religious subjects that people were curious about, such as God-universe or God-human relations, using symbols and a Sufist language based on his experiences in his fakirism. In the language of Sufism, a world of terms and allegories, the sea appears as an essential element of simile. Indeed, the sea is a term used to express God, transcendent, utterly independent of the world, and beyond human perception, and the stages Sufis have gone through in reaching God. Therefore, this paper aimed to explore "sea," consisting of various similes in Yunus Emre's Divan. As a result of a meticulous examination of his work, we discovered twenty poems to describe the sea. In these poems, Yunus Emre touched upon the sea as an element of simile to express the might of Almighty God. In addition, the sea was used to describe the seven seas, seven climate zones, and seven continents in the world. Then, we finalized the paper by interpreting the couplets describing the sea from Yunus Emre's perspective through various books and articles on Sufism and literature. Overall, we hoped to become more familiar with the intellectual world of Yunus Emre, the founder of classical Turkish literature.

Keywords: *Classical Turkish Literature, Yunus Emre, Divan, Sufism, Symbol, Sea*

³ Akdeniz University Faculty of Education Turkish Education Department, emelcopur@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3395-1286

Giriş

Yunus Emre Türk edebiyatının, düşünce dünyasının mümtaz şair ve mütefekkirlerinden biridir. Yunus Emre doğuda mezhep ayrımları, taht kavgaları sürerken batıda derebeyliğin yayılıp haçlı seferleriyle cennetin vaat edildiği dönemde yaşayan, mısralarıyla edebî var olma mertebesine yükselen şairdir. Yunus Emre bu zorlu yıllarda kaynağını İslâm'dan alan tasavvufî görüş doğrultusunda yazdığı şiirleri aracılığıyla tüm insanları kucaklayan rehber olmuştur. Oldukça sade Türkçe ile yazdığı manzumeleri; Hint-İran, Yunan-Roma mitolojileri ve skolastik bilgi telakkilerinin tasavvufî görüşe uyarlanmasından oluşmaktadır. Aslında her sanat eseri varlık ve kâinatın tasavvurudur görüşünden hareketle Yunus Emre şiirleriyle Anadolu'da İslâm medeniyeti üzerinde yükselen tasavvufî sanatın/edebiyatın kurucusudur (Gölpınarlı, 1971, s. 5).

İnsan algılarının çok ötesinde, bilgi neticesinde bilinmesi imkânsız varlık olan Tanrı ve ilâhiyata dair konular hakkında mutlak bilgiye ulaşmak mümkün değildir. Aşkın bir varlık olan Tanrı hakkında konuşmak için dervişlik aşamasında yaşanan tecrübelerle ihtiyaç duyulmaktadır. Nitekim düşünürlerin ifadesiyle din; tabiatın izahını sebep-sonuç ilişkisinde arayan ne fizik ne kimyadır. Din, insanın yaratıcısına ulaşmaya çalıştığı tecrübenin, imanın yorumlanmasını ihtiva eden değerler bütünüdür. İnsan, Tanrı'yı ancak böyle bir tecrübe bütünlüğüne dayalı anlamlılık içinde idrak edebilir. Bu bağlamda ilâhiyata özgü konular, gerçek dünyada nesnel karşılığı olan ifadelerle ancak tasavvuf diliyle ifade edilir. Çünkü dünyaya olan beden bağından kurtulmayı, bir takım nefis eğitimi almayı isteyen sûfiler, eksiklikten kaçıp mükemmele meylederler. Böylece onlar tasavvuf dili ile zihnin yaratıcı gücünden kaynaklanan metafizik olguları yorumlarlar (Koç, 2017, s. 194-201). Bu yorumlamalarda elbette teşbihler söz konusudur. Nitekim Aristoteles'in poetikası üzerine İslâm estetiğinde yükselen şiir sanatı; tahyil/fikir, muhâkât/hikâye anlatma ve tasvir/teşbih üzerine kurulan özel bir forma sahiptir. Böylece şiir; soyut fikirlerin dokunabilen, duyulur formlar aracılığıyla takdim edilmesini sağlar. Bu husus şairin ifade gücüne zenginlik katarken halkın da şiiri anlama kabiliyetini artırır (Taşkent, 2012, s. 56).

Kaynağını İslâm'dan alan tasavvuf dilinde mutasavvif şairlerin ifade etmek istedikleri, dış duyulardan bağımsız ancak onlar kadar doğal bir iç aydınlanma ve varoluş tarzıdır. Çünkü onlar için kâinattaki tüm varlıklar Allah'ın eseri dolayısıyla Allah'ın tecellisidir. İşte Yunus Emre'nin şiirlerinin çoğu da Allah'ın tüm âlemi kuşattığı bilinciyle aslı düzeyde yaşanmış dinî tecrübelerinin ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Koç, 2013, s. 29). Şairin şiirlerinde tecrübelerini aktarma aracı olarak kullandığı en önemli mekânlardan birisi denizdir. Deniz; Türk edebiyatında şairlerin duygularını, tecrübelerini sıklıkla ifade etmede kullandıkları mekânsal remizdir. Mutasavvif şairlerce oldukça önemli olmasının yanında deniz, insanı rahatlatan, huzur veren yönüyle de her şairin şiirinde kullandığı imgedir (Gider, 2107, s. 22-36). Bunun yanında son zamanlarda yapılan alan çalışmaları doğrultusunda divan şiirinde deniz imgesinin şiir öğretiminde oldukça önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Mutlu, 2012, s. 202). Zikredilen saiklerden hareketle bu makalede Yunus Emre'nin şiirlerindeki deniz imgesi konu edilmiştir.

Tasavvufî görüşte deniz, özellikle *De ki: "Rabbimin sözlerini yazmak için denizler mürekkep olsa ve bir o kadar da ilave etsek (denizlere deniz katsak); Rabbimin sözleri tükenmeden önce denizler tükenirdi."* Kehf suresi 109. ayet mealinden hareketle Allah'ın yüceliği, kudretinin kaynağı olarak kabul edilmiştir. Kara parçasının bitiminde başlayan büyük su kütesinin enginliğine vurguda bulunularak deniz ile İlâhî ilmin sınırsızlığı aynı zamanda âlemdeki tecellileri kalp gözüyle görebilen insan-ı kâmil ifade edilmiştir (Uludağ, 2005, s. 104).

Bunların yanında tasavvufta vahdet-i vücûd nazariyesi açıklanırken deniz; Vücud-ı Mutlak olan Allah'ı, Allah'ın sonsuz zat ve makâmını/vahdeti temsil eder. Ayrıca sûfiler varlığın bir olduğunu kesretin görünürde kaldığını ifade etmek için denizi sembol olarak kullanmışlardır Dolayısıyla hakikat ehli Allah'ı deniz; kâinatı ise pek çok varlığı barındırması sebebiyle denizin dalgaları olarak görmüşlerdir (Üstüner, 2008, s. 285).

Geniş konu yelpazesi, derin anlam dünyasına sahip tasavvufî görüşle beslenen Türk edebiyatında deniz, yukarıda izah edilmeye çalışılan hususların yanında özellikle sûfîlerin hakikî aşkı vasıflandırmalarında da kullanılan önemli bir teşbih unsurudur (Pala, 1995, s. 137).

Klasik Türk edebiyatında mutasavvıfların ötesinde hemen hemen her şairin duyularını, aşklarını anlatarak insanların bilgilenmesine katkı sağlayan mekânlardan biri de denizdir. Dolayısıyla mekânların incelenmesi; şairlerin fikir dünyalarının anlaşılmasına katkı sağlayacağından Türk edebiyatının kurucusu kabul edilen *Yunus Emre Divanı*'nda deniz imgesinin incelenmesi gerek ünlü şairin felsefesini gerek Türk edebiyatının özünü anlamak açısından son derece önem arz etmektedir. Makale sınırlarını aşmamak adına yazıda *Yunus Emre Divanı*'nda deniz incelenmiştir.

Makalede beyitler aktarılırken Yunus Emre Divanı'nın Mustafa Tatçı tarafından 2014 yılında yapılan neşri esas alınmıştır. Konu incelemesinde zikredilen ayetlerde ise Türkiye Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları'ndan çıkan meal esas alınmıştır.

Literatür Taraması

Türk milletinin kalbinde müstesna konuma sahip Yunus Emre'nin eserleri birçok araştırmacı tarafından günümüz Türkçesine kazandırılmıştır (Gölpınarlı, 1971, s. 1-116; Timurtaş, 1972, s. 1-237; Özçelik, 2010, s. 1-241; Tatçı, 2008, s. 1-174; Tatçı, 2014, s. 1-1074; Tatçı, 2019, s. 1-220; Tatçı, 2020, s. 1-80; Tatçı, 2021, s. 1-660). Bu manzumelerden hareketle Türk edebiyatında Yunus Emre'nin mana dünyasını keşfeden; nebatlar, insan, insan-doğa, sevgi, sabır, hoşgörü, dervişlik, ahlâk, askerlik, mekânlar, savaş, söz özelliği, ölüm, çeşitli kassa ve edebî sanatlar üzerine çok değerli çalışmalar yapılmıştır (Kaplan, 1955, s. 45-56; Öney, 1973, s. 9-14; Buran, 1991, s. 117-131; Ünver, 2006, s. 489-498; Çelik, 2007, s. 83-92; Tatçı, 2007, s. 740-749; Selçuk, 2008, s. 116-124; Kaya, 2009, s. 1-60; Kurnaz, 2009, s. 147-160; Şanlı, 2009, s. 955-961; Saraç, 2000, s. 135-154; Doğru, 2011, s. 245-280; Erdoğan, 2011, s. 106-120; Yeter, 2011, s. 141-154; Sevgi, 2012, s. 99-103; Çukurlu, 2013, s. 29-35; Kaval, 2013, s. 101-122; Onat Çakıroğlu, 2013, s. 1-7; Yılmaz, 2013, s. 153-168; Köksal, 2014, s. 143-1174; Çelepi, 2016, s. 111-134; Ospanova, 2016, s. 131-149; Şanlı ve Dayanç, 2016, s. 567-582; Gürçay, 2017, s. 23-37; Kotan, 2017, s. 242-270; Köksal, 2017, s. 163-209; Şihiveya, 2017, s. 37-53; Tavukçu, 2017, s. 15-17; Kaplan, 2018, s. 155-166; Açıkgöz, 2020, s. 1-135; Akyüz, Öztokmak; 2020, s. 21-40; Altun, 2020, s. 1673-1694; Özdemir, 2020, s. 493-518; Uğur, 2020, s. 323-331). Ayrıca Yunus Emre, yaşadığı dönem itibarıyla sadece Anadolu'da değil dünyada insanların bilgisine muhtaç olduğu zaman diliminde tasavvufî ve felsefî açıdan insanlara mürşit olmuştur. Ünlü şairin şiirleri, Batı dillerinden özellikle Fransızcaya çevrilerek o dil alanındaki çalışmalara da hayat vermiştir (Tuncel, 1971, s. 1-50; Coşkun, 2018, s. 38-55). Ancak şiirlerinde tasavvufî manada gür bir lirizmi kaynaştıran Yunus Emre'nin dilinde günümüze kadar deniz ile ilgili bir şiir üzerinden göstergebilimsel bir makale ile şairin yedi deniz algısı üzerinden hakikat arayışını konu edinen diğer bir çalışma yapıldığı tespit edilmiştir (Gürçay, 2017, s. 23-37; Deveci, 2021, s. 455-466). Bu durum bizde konunun ele alınmasının gerekli olduğu kanaatini doğurmuş, son zamanlarda yapılan divan şiirinde deniz imgesi ve bunun şiir öğretiminde kullanımına ilişkin alan çalışması (Mutlu, 2012, s. 1-202) da konunun önemi ve incelenmesinin yerinde olacağına ilişkin fikrimizi pekiştirmiştir.

Yöntem

Makalede, nitel araştırma tekniği kullanılmıştır. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir. Makale için öncelikle *Yunus Emre Divanı* ile ilgili alan çalışmaları titizlikle incelenmiştir. İnceleme neticesinde Türk edebiyatında mutasavvıf şairlerin özellikle Yunus Emre gibi edebiyatın kurucusu bir şairin dilinden deniz tasavvurunun bu edebiyat için oldukça önemli olduğu kanaatine varılmıştır. Bu fikirden yola çıkılarak *Yunus Emre Divanı*'nda deniz ibaresinin zikredildiği tüm beyitler fişlenmiştir. Fişleme yapılırken bazı beyitlerin merhûn beyit olduğu dolayısıyla deniz ibaresi geçmemesine rağmen çalışmada o manzumelerin de yer alması gerektiği düşünülmüştür. Çalışmanın bu aşamasında makalede yer alması gereken tüm manzumeler bir araya getirilmiştir.

Yunus Emre Divanı'nda deniz ibaresi ve ibarenin zikredildiği bazı şiirleri anlamca tamamlayan/merhûn beyitler fişlenmiştir. Ardından şairin öncelikle deniz ibaresiyle Allah'ın sınırsız kudretini bildiren manzumeler tarafımızdan yorumlanmıştır. Allah'ın kudretinin ifade edildiği şiirlerden sonra Yunus Emre'nin tasavvufi öğretide yaşadığı aşk aşamalarını anlatan diğer manzumeler, onların yorumları çeşitli ansiklopedi ve alana kaynaklık eden çalışmalarla tamamlanmıştır.

Yunus Emre, şiirlerinde okuyucusuna kelimelerin terim anlamlarını çeşitli teşbihlerle anlatan şairdir. Aşağıdaki beyitte geçen *şer'*; su kanalı yolu, ark demektir. Tasavvufi ıstılahta insanın bedeni ve dünyasıyla ilgili zahiri fıkıh kaideleridir. Sûfiler beden ve dünya hakkında zahiri, *şer'*i hükümlere şeriat veya fıkıh; ahiretle ilgili bîatını ve sırrı/derûni hükümlere hakikat, tasavvuf adı verirler. Dolayısıyla cumhurun görüşüne göre İslâm dininin zahiri hükümlerine şeriat/fıkıh; bîatını hükümlerine hakikat/tasavvuf denilir. Bu bağlamda şeriatın hükümleri tüm inanan insanları kapsarken hakikatin hükümleri özeldir, sadece seçkinlere hastır. Kulluğun gereğini yerine getirme anlamında şeriat ile ulûhiyeti temaşa etmek anlamına gelen hakikat her iki terim de birbirini destekler mahiyettedir (Uludağ, 2005, s. 332). Şiirde derûnî hükümleri ifade eden *hakikat*; *deryâ* ile temel anlamı dalga olan *mevc*; mecazen celâlî tecelliler ve çokluk âlemi yani kâinatır (Tatçı, 2014, s. 863). Yunus Emre, aşağıdaki beyitte *şer'*i hükümleri ihtiva eden şeriatı gemiye; derûnî hükümlerden oluşan hakikati ise denize benzetir. Bir sonraki beyitte ise şeriat gemisinin tahtaları ne kadar sağlam olsa da denizdeki dalgaların *şer'*i hükümleri parçalayacağını anlatır. Dolayısıyla denizin kuşatıcı olmasından hareketle bîatını hükümlerin önemine vurguda bulunur. Çünkü İslâm; iyiliği emretmek, kötülüklerden uzak kalmak; emr-i bi'l-marûf nehy-i ani'l-münker üzerine kuruludur. Bu durum tasavvufi ıstılahta havf u recâ; korku ve ümit yoludur (Diriöz, 2018, s. 145). Böylece Yunus Emre şiirinde leff ü neşr sanatı ile tenâsübü uygulayarak konuyu anlatır:

*Şer'ile hakîkatün vasfını eydem sana
Şerî'at bir gemidür hakîkat deryâsıdır*

*Niçe ki muhkemise tahtaları geminün
Mevc uricagaz deniz anı uşanasıdır (29/5-6)*

Görüntüsü ile insanda estetik haz uyandıran, rahatlatan deniz; tasavvufî manada Yüce Allah'ın sonsuz kudretinin tecellisi, hikmetiyle kâinatın her zerresine hâkimiyetini bildirir. Tasavvufu beslenen klasik Türk edebiyatında da çeşitli teşbihlerle deniz; şairlerin Allah'a duydukları aşkı ve metafizik konularını ifade etmede kullanılır. Yapılan benzetmelerde deniz su, balık ve aşk gibi ilgili kelimelerinin şiirde kullanılmasıyla tenâsüb sanatı gerçekleştirilir. Ayrıca Kur'an beyanında insanlar fakir; onları yaratan Allah her türlü eksiklik ve noksanlıktan uzak olması sebebiyle zengindir. İnsanlar her zaman Allah'a muhtaçtırlar (Fâtır, 35/15). Aşağıdaki beyitte Allah'ın kudretiyle yanan bir âşık olan Yunus Emre, kendisini sonsuz kudreti bildiren denizdeki balık olarak düşünür. Balığın yaşamının devam etmesi için suda kalması gerektiğinden hareketle

Allah'a her daim muhtaçlığına da gönderme yapar. Sudan çıkmış balık tamlamasıyla irsâl-i meseli gerçekleştirir:

*Senün 'ıskun deniz ben bir balıkcak
Balık sudan çıka hemen ölidür (50/4)*

Tasavvuf görüşünde aşk dört çeşittir. Hakiki aşk, mecazî aşk, doğal aşk ve uzrî aşk. Hakiki İlâhî aşk, mecazî; başlangıçta beşeri aşk olup insanın insanı veya diğer varlıkları sevmesi, bunun üst noktasında yaratılanları İlâhî gücün güzelliği olarak görüp bağlanması, doğal; İlâhî kaynağa bağlanmayan avamın sevgisi, uzrî; gayesi vuslat olmayan, âşığın sevdiği için canını feda etmesi sonucunda sevgiliden ziyade ona duyduğu aşkı, ıstırabı sever hale gelmesidir. Bu görüşte Allah'ın huzur bulmak için insanlara eşler yarattığını, birbirlerinin kalplerine sevgi ve merhamet yerleştirdiğini bildiren (Rûm, 30/21) ayet mealinden hareketle aşkın her türlü kutsaldır (Uludağ, 2005, s. 49, 109, 239, 365). Yunus Emre aşağıdaki gazelinde aşkı; kararsız ibaresinin çelişkili, ikilem yaşayan anlamından hareketle dalgalı denize benzetmiştir. Beytin ikinci mısraında Allah'ın gücünü bildiren denizi çeşitliliği ihtiva etmesi sebebiyle dünyaya, ondaki balığı da dünyalık arzulara teşbih ederek okuyucusuna aşk konusunda tereddüt etmemesini, sonunda İlâhî aşka ulaşabileceği için *yüzdüm yüzmedim* demeden canını aşka adamasını öğütler:

*'Işk bi-karâr denizdür cânunu 'ıška yüzdür
Denizde bahri vardur yüzdüm yüzmedüm dime (336/3)*

Kur'an beyanında yerde ve gökte bulunan tüm canlılar ve meleklerin kibirden uzak durup Allah'a itaat ettikleri bildirilir (Nahl, 16/48-49). Yine Kur'an'da itaat görevinin, bir takım sorumlulukların göklere, yere ve dağlara teklif edildiği ancak onların Allah'ın ululuğu karşısında yaratıcılarına tam anlamıyla itaat edemeyecekleri için çekindikleri beyan edilir (Ahzâb, 33/72). Yunus Emre, ayetlere tedâî ile Allah'ın yüceliği karşısında karlı dağların parçalandığını söyler. Allah'ın muktedirliğini/Kadîr sıfatını anlatan denizlerin bu aşk neticesinde coşup umman olduğunu anlatır. İlâhî aşkın kutsallığına gönderme yapar:

*Eridi karlı taglar zerre zerre
Deniz 'ummân olupdur 'ışk elinden (245/4)*

Tasavvufî görüşte üçler olarak bilinen biri kutup ikisi imamdan oluşan, cinsiyetleri belirsiz üç büyük ermiş söz konusudur. Allah adına mülk ve melekût âlemini muhafaza ettikleri düşünülen bu üçlerden kutup, âlemin merkezinde yer alır. Sağdaki ve soldaki imamların görevi; melekût âlemini korumaktır. Günümüzde pek çok belde ve şehir ismini bu üçlerden almıştır. Ayrıca tasavvuf eğitiminde Mevlevî ve Bektaşîlerde belli aşamaları geçen dervişlere kuşak bağlama töreni ritüeli vardır. Güven ve sadakatin simgesi olan bu kuşakla dervişler öğrendikleri bilgileri halka aktarmak amacıyla seyahate çıkmaya ruhsat alırlar (Uludağ, 2005, s. 71, 367). Bunun yanında hayatlarını masivâdan arındıran dervişler için en iyi dost Allah'tır (Nisâ, 4/45, 123, 173; Ahzâb, 33/17). Ayrıca kadim dönemlerden itibaren insanlar, kutsal kitaplar aracılığıyla cenneti ulaşılması zor ama oldukça güzel; cehennemi ise katmanlı yedi kısımdan oluşan ceza yeri olarak düşünmüşlerdir. Yunus Emre, aşk kuşağını kuşanıp dosta varılacağını söyler. Çünkü doğru yolda çabalayan insanların, birliğe şahit olacaklarını anlatır. Ardından denizin Vahdet'e ve üçün melekût âlemine çağrışımıyla aşk şehrine üç yüz deniz geçenlerin yedi cehennem bulacağını bildirir:

*‘İşk kuşagın kuşangıl dostun yolını vargıl
Mücâhede çekersen müşâhade idesin*

*Bundan ‘ışkun şehrine üç yüz deniz geçerler
Üç yüz deniz geçübün yidi Tamu bulasın (242/3-4)*

Kur’an’da gökler ve yerler, gece ile gündüz, denizde yüzen gemiler vesilesiyle insandan bir yaratıcının varlığına inanması gerektiği bildirilir (Bakara, 2/164; Yûnus, 10/22). Yunus Emre aşağıdaki şiirinde gemiyi donanımlı ekipten oluşan mürettebatından dolayı bir mürşidin önderliğinde İlahî aşka ulaşmak isteyen tarikat grubuna benzetmiştir. Geminin denizde dolaştığını, suya battığında amaca ulaşmada başarısız olunmayacağını, aşka çabalanması gerektiğini telkin eder:

*Gemi denize girdi bir zamân cevân urdı
Bir gün gemi gark oldı bozdum bozmadum dime (336/4)*

Tasavvufi görüşte mutlak varlığın yeryüzünde tecellisi olan deniz ve dalga anlamına gelen mevc; vahdet denizinin dalgaları arasındaki ilişki din dilinde sembollerle anlatılan hususlardandır (Uludağ, 2005: 246). Denizde hakikatler içinde dünyalık unsurlar olan *balıkların* gezindiğini bildiren Yunus Emre, Allah’ın kâinattaki yansımalarına kapıldığını ifade eder:

*Denizde hakâyıklar cevân urur balıklar
Yûnus deniz mevcine taldum talmadum dime (336/5)*

Muhabbet ve sevgi anlamına gelen aşk; tasavvufi görüşe göre kâinatın, yeryüzündeki canlılığın oluşumunun tezahürüdür. En güzel isimlere sahip (A’râf, 7/180; İsrâ, 17/110; Tâ-hâ, 20/8; Haşr, 59/24), yarattıklarını ve insanı da en güzel yaratan Allah (Secde, 32/7; Tegâbün, 64/3), tüm güzelliklerin kaynağı ve yaratıcısı (Haşr, 59/24) olması sebebiyle aşkın da mazharıdır. Dolayısıyla kâinatta var olan nesne ve varlıklar Allah’ın kudretinden aldıkları güzellikleri yansıtır. Sûfiler aşkı sevgi piramidinin en üst noktasında değerlendirirler. Yedi aşamada toplanan sevgi piramidinin dördüncü noktasına mahabbet denilir. Bu noktaya ulaşan sûfi kötü huylardan arınmış, güzel hasletlerle donanarak sevgililiğe layık olmuş, ona yaklaşmıştır (Uludağ, 2005, s. 49). Sevgiliye yaklaşma her ne kadar mecazî manada olsa da Kur’an’da Allah’ın yeryüzüne hâkimiyetini bildiren *arş’a kurulmuştur* Tâ-hâ suresi 5. ayet meali doğrultusunda *arş*’ın yükseklik, üstünlük anlamına kinâye ile herhangi bir yapının en üst noktasını kuşatan demektir (Yazır, 2008, 4/204-210). Yunus Emre’nin benem redifli gazelinin üçüncü beytinin ilk mısraında *denizden su alıp suyu göklere verdiği* zikredilmektedir. Bu husus sözlükte devr; bir eksen veya yörünge üzerinde dönme, herhangi bir emaneti sahibine geri verme demektir (Devellioğlu, 2007, s. 181). Sûfi dilinde ise Vahdet; Bir’den gelen çokluğun tekrar aslına rücu etmesidir (Uludağ, 2005, s. 105). Yunus Emre, yerin, göğün aşkla durduğunu aşksız hiçbir var olanın yaratılmadığını anlattıktan sonra aşk denizi olup Allah’ın kudretini ifade eden denize daldığını dile getirir. Ardından dünyanın dönmesine de kinâye her var olanın tekrar Allah’a döndüğünü ifade eder. Bulutları seyredip gökyüzünün en üst noktasına ulaştığını, Allah’a yakınlaştığını anlatan Yunus Emre, Hak yolunda geçirdiği aşamaları bizlere tasavvuf diliyle aktarır. Yunus Emre’nin Türk edebiyatında ilkin oluşturduğu kendisini aşk denizine dalan olarak teşbih etmesini daha sonraki yıllarda mutasavvif şairler de şiirlerinde kullanmışlardır (Nalçacıgil Çopur, 2021, s. 46).

*Yir gök tolu bu ‘ışk durur ‘ışksuz hiç nesne yok durur
‘İşk bahrisi olubanı denizlere talan benem*

*Deniz yüzünden su alup sunı virürem göklere
Bulutlayın seyrân idüp 'Arş'a yakın varan benem (177/2-3)*

Felsefi olarak dinî söylem konusunda oldukça yayınlık kazanmış bir yaklaşım vardır. Bu yaklaşım, buluşma mantığı adıyla isimlendirilir. Buluşma mantığı; doğrudan doğruya yaşanan, bilinen psikolojik yöntemlerle tahlili mümkün olmayan, Tanrı ile buluşmanın/vusûl, bazen birleşme/ittihad, yakınlaşma/kurb ve bazen de kaynaşma/hulûl terimleriyle anlatılmaya çalışılan sūfinin ibadet anında yaşadığı bir takım tecrübelerini ifade etmesidir (Koç, 2017, s. 184). Yunus Emre'nin oldum gazelinin ilk üç beyti buluşma mantığının deniz ile aktarımıdır. O, aşkın denizine girip balıklarla yüzdüğünü aktarırken Kur'an'dan esinlenmiştir. Nitekim ilk beyitte geçen Hızır; Hz. Musa döneminde yaşayan, Allah tarafından kendisine hikmet verilen, âb-ı hayâtı içip ölmezliğe kavuştuğuna inanılan, peygamber veya veli olduğu düşünülen kişidir (Zavotçu, 2013, s. 340). Hızır, Kur'an'da ismi zikredilmemesine rağmen müfessirler tarafından Hz. Musa'nın yanındaki gençle ilim kazanmak için yaptığı yolculukta karşılaştıkları kişidir. Kehf suresi 60-66. ayetlerin bildirdiğine göre Hz. Musa yanındaki gençle yolculuğa çıkarlar. Musa gence iki denizin birleştiği yere kadar durmayacağını söyler. İki denizin birleştiği yere gelince yanlarına azık olarak aldıkları balığı orada unuturlar. Hz. Musa ve yanındaki genç yolculuklarına devam ederler. O bölgeden uzaklaştıklarında Hz. Musa gence balığı yiyebilecekleri zamanın geldiğini bildirir. Ancak genç Musa'ya balığı iki denizin birleştiği yerde unuttuğunu ve balığın şaşılacak şekilde denize kayıp gittiğini haber verir. Bunun üzerine geriye doğru tekrar iki denizin birleştiği noktaya gelirler. Orada kendisine İlâhî lütuftan ilim verilen Hızır ile karşılaşırlar. Hz. Musa, Hızır'a ilim öğrenmek amacıyla kendisinin öğrencisi olmak istediğini belirtir. Hızır, olayların iç yüzünü bilemeyeceği işlerde Musa'nın sabredemeyeceğini söylemesine rağmen Musa sabırlı olacağını bildirerek Hızır'la yola koyulurlar. Kur'an'da beyan edilen bu kıssa IX. yüzyılın başlarında özellikle tasavvufi çevrede çok ilgi görmüştür. Tasavvufi yorumda Hızır; mürşidi, Hz. Musa müridi temsil etmektedir (Uludağ, 1998, s. 17-409). Günümüzde yalnız halk deyişlerinde kullanılan Hızır gibi ibaresi Yunus Emre'nin dilinde *aşk, deniz, bahr* ve *bahrî* kelimeleriyle kullanılmış, yukarıdaki ayet meallerine telmih yapılmasını sağlamıştır (Kurnaz, 1998, s. 17-411). Yunus Emre aşk denizinde balıklarla yüzüp Türk kültürü ve Kur'an ayetlerinden hareketle Hızır'la denizleri dolaştığını söyler:

*Girdüm 'ışkun denizine bahrileyin yüzer oldum
Geşt idüben denizleri Hızır'layın gezer oldum*

Yunus Emre'nin dinî tecrübesini anlatmaya devam ettiği gazelinin bu beytinde zikredilen *cemâl*; Allah'ın mutlak güzelliğini ifade etmek için kullanılan tasavvufi bir ıstılahtır. Tasavvuf erbapları *cemâli*; Allah'ın güzelliği ile zatına tecelli etmesi olarak yorumlarlar. Tecelli ise iki çeşittir. Kulun Allah'a yaklaşması ve Allah'ın kuluna yaklaşması şeklindedir. Kulun yakınlaşmasında her türlü varlık âlemi yok olur. Allah'ın kuluna yakınlaşmasına aracı olan tecellide her zerrede Allah'ın zuhur etmesi söz konusudur (Uludağ, 1993, s. 7-296). Yunus Emre mutlak güzelliği düşte gördüğünü yaz ve kış çok aradığını söyleyerek önce tecellinin ilk çeşidine gönderme yapar. İkinci mısradaki dağda taşta bulamadığı için denizleri süzdüğünü ifade eder. Böylece tecrübelerinde tecellinin ikincisinin gerçekleştiğini bildirir:

*Cemâlünü gördüm düşde çok aradum yayda kışda
Bulımadum tagda taşda denizleri süzer oldum (222/2)*

Yunus Emre şiirlerinde veciz üslubuyla edebî sanatları da çok güzel uygulayan bir şairdir.

Onun şiirlerinde *gönül*; bazen arkadaş, sırdaş, dost olurken *gönül* tahtının sahibi Allah'tır. Dolayısıyla gönlün kırılması dünya ve ahirette de mutsuz olunacağına delalettir (Onat Çakıroğlu, 2013, s. 1). Ayrıca klasik Türk edebiyatında Allah'ın gönüllere sevgi bıraktığını (Meryem, 19/96; Rûm, 30/21; Mümtehine, 60/7) bildiren ayet doğrultusunda bir kutsî hadiste de “Ben, yerime ve göğüme sığamam, ama mümin kulumun kalbine sığarım.” (Aclûnî, Keşfü'l-hafâ, 2/195) buyrularak iman kardeşliğinin güzelliği bildirilmekte ve gönül almanın önemi belirtilmektedir. Bu beyitte şair teşhis sanatıyla balığa doğru yolu göstermesini sorduğunu, onun da uzaklarda olmadığını söylediğini bildirir. Yunus Emre'nin yaptığı iş aynı zamanda balıktan aldığı alınan cevaptır. Kırık gönüllere girip o gönülleri yaptığını anlatır. Tenâsübü ve teşhisi uygularken yukarıdaki kutsî hadise de tedâide bulunur:

*Sordum deniz balığına irak degül salığına
Girdüm gönül sınıgına gönülleri düzer oldum (222/3)*

Kur'an, ilk açılacak yer anlamına gelen Fâtiha suresi ile başlar. Surenin ilk ayeti ise besmeledir. Besmele be sesi (ب) ile yazılır. Besmele/bismillâh ibaresindeki be harfi; bir fiille anlam ilgisi kurmak şartıyla bitişmiş olup yapılan tertemiz amelleri, taatleri yerine getirmeye Yüce Allah'ın ismi ile başlarım demektir (Râzî, 2008, 1/3). Ayrıca surenin ilk üç ayeti, insanlara Allah'ı güzel isimleri ile tanıtan duadır (Işık, 1995, s. 12-252). Yine Kur'an ayetleri doğrultusunda insan aciz varlıktır (Nisâ, 4/28). Yunus Emre ayetlerden esinlenerek eğer bin yıl Yüce Allah'ın vasfını beyan etmek istese bir zerresini bile anlatamayacağını dile getirir. Deniz kelimesini tasavvufî görüşte Allah'ın kudretini ifade eden anlamıyla kullanır. Yüz bin denizin bir zerresini, bir noktasını dahi açıklayamayacağını bildirir, ilgili ayetlere tedâide bulunur:

*Bin yıl eger vasfın diyem bir zerresin düketmeyem
Bir katrede yüz bin deniz bir noktasın şerh itmeyem (183/1)*

Sayı sembolizmi; insanlık tarihi kadar eski olup ihtiva ettikleri anlamlar doğrultusunda din, mit, kültür, sanat ve geleneğin ifade edilmesinde kullanılmıştır. Sayılara yüklenen nicelik, sembolik, ontolojik ve metafizik anlamlar dinî metinlerde sıkça rastlanan husustur. Mitolojik inanışlarda özellikle yedi kat göğün yanında yedi kat cehennem, kötülükler, yedi iklim, yedi yıldız, yedi gün, yedi gece ve yedi rengin insan vücudunda bulunduğu inanış söz konusudur. Ayrıca yaşam ve insanın birbirine bağlı âlem, insan, vücut, can, ilim, akıl ve aşk kavramlarından oluştuğu bildirilir (Önal Kılıç, 2018, s. 114-129). Kur'an'da ise Adn cenneti (Kehf, 18/31), Firdevs cenneti (Kehf, 18/107; Mü'minûn, 23/11), Na'im cenneti (Hac, 22/56; Lokman, 31/8; Sâffât, 37/43; Vâkı'a, 56/10-12; 88, 89; Kalem, 68/34; İnfitâr, 82/13; Mutaffifin, 83/22) beyan edilmesine rağmen cehennemin sayısı bildirilmemiştir. Ancak cennetle cehennem arasında yüksek bir tepe anlamına gelen A'râf, bu surenin 45. ayetinde bildirildiği üzere Kur'an'ın yedinci suresine isim olmuştur. Mezkûr surede cehennem ehlinin durumu **Cehennemlikler de cennetliklere, “Ne olur, sudan veya Allah'ın size verdiği rızıktan biraz da bizim üzerimize akıtın” diye çağrışırlar. Onlar, “Şüphesiz, Allah bunları kâfirlere haram kılmıştır” derler.** şeklinde tasvir edilir (A'râf, 7/50). Yunus Emre, yukarıdaki ayete tedâi ile insan vücudunda bulunduğu inanan, yaşamla arasındaki bağı oluşturan yedi sayısının önemine ve yeryüzünün yedi denizden oluştuğuna dikkatleri çeker. Yedi cehennemin bir aha, sızlanmaya katlanmadığını bunun karşılığında yedi denizin aşk ateşini söndüremediğini anlatır. Tezat sanatını da gerçekleştirir:

*Yidi Tamu bir âha katlanmaya
Yidi deniz 'ışk odın söndürmeye (326/2)*

Hız. Peygamber'e indirilen Kur'an'a inanmayan müşrikler, onun öncekilerin masalları gibi uydurma olduğunu söylemişlerdir (En'âm, 6/25). Bunun üzerine Kur'an'ın Hak katından indirildiği, insanların ona bir benzeri sureyi getiremeyecekleri beyan edilmiştir (Bakara, 2/23). Böylece insanlardan Kur'an'ın hakiki bilgi olduğuna inanmaları, doğru yolu bulmaları istenmiştir. Kur'an'ın kaynağını bildiren ayet mealinde ise bu husus teşbihle şöyle beyan edilmiştir: **De ki: "Rabbimin sözlerini yazmak için denizler mürekkep olsa ve bir o kadar da ilave etsek (denizlere deniz katsak); Rabbimin sözleri tükenmeden önce denizler tükenirdi."** Ayette Allah'ın ilmi karşısında yeryüzündeki tüm denizler mürekkep olsa bir o kadar da deniz ilave olursa bile insan hafızasına göre sonsuz olan denizlerin tükeneceği bildirilir (Kehf, 18/109). Yunus Emre yukarıdaki ayetlerden ilhamla okuduğu kitabı kalemin yazmadığını yedi deniz mürekkep gibi kullanılsa dahi Allah'ın kelâmını anlatmada denizlerin yetmeyeceğini anlatır. Böylece beyitte kullandığı *yazmadı, mürekkep, yitmeye* ve *deniz* ibareleriyle yukarıda bildirilen Kehf suresinin ilgili ayetini okuyucusuna mazmûn olarak sunar:

*Ben bir kitâb okıdum kalem anı yazmadı
Mürekkep eylerisem yitmeye yidi deniz (106/7)*

İslâm bilginleri ve düşünürleri, Kur'an beyanında yedi kat göklerin ve yerin yaratıldığını bildiren ayetler doğrultusunda (Bakara, 2/29; Fussilet, 41/12; Talâk, 65/12; Müлк, 76/3; Nûh, 71/15) yedi sayısına yoğunlaşmışlardır. Yeryüzünde bir bölgeyi, bir ülkeyi belirleyip niteleyen fiziksel, ekonomik, biyolojik insanî ve siyasal gerçekliklerin tümü olarak tanımlanan coğrafya, İslâm düşünürleri tarafından yedi bölgeye ayrılarak anlatılmıştır. Yedi bölge/yedi iklim ile yaşam faaliyetleri çerçevesinde dünyanın evrensel bir bütün olarak ele alınması kast edilmiştir. İbn Sînâ, Râzî, Cürçânî ve İbn Haldun gibi âlimler eserlerinde yedi bölge/yedi iklimde yedi denizin olduğunu bildirmişlerdir. Bu yedi deniz; Rum, Sakaliyye, Gerdan, Kulzum, Pars, Sind ve Hint denizleridir (Tan, 2020, s. 186-187). Âlimlerin bu bildirimleri edebiyata da yansımış ve Yunus Emre'nin şiirlerinde de zikredilmiştir. Aşağıdaki gazelin ilk beytinde aşk ateşi canına düştüğünden beri yanan Yunus Emre, yedi denizin suyunun susuzluğuna kâfi gelmediğini anlatır. Daha sonra susamış âşık canına yedi denizin suyunun ne yapacağını sorar, istifâm sanatını uygular. Aşk ateşinin anlaşılması için şeyhinin yüzünü görmesinin, ona baş indirip saygı duyulmasının gerekliliğinden söz eder:

*İşk odı düşdi cânuma yakup beni yandurmaga
Yidi deniz suyu yitmez susalıgum kandurmaga*

*Yidi deniz suyu n'ider susamış 'âşık cânına
Şeyhüm yüzi gerek bana gördükde baş indürmege (329/1-2)*

Tasavvufta yedi katmanlı aşk piramidinin beşinci çizgisi şağaf; kalbi parçalayan ve yakan ateşli sevgidir. Şiirde geçen *harâbât* ise gönül anlamında nefsi arzuları silme, kötü istekleri harap etmek demektir. *Harâbât ehli* kendisini bu şekilde eğiten kişidir (Uludağ, 2005, s. 49-158). Yunus Emre sûfilikte *harâbât ehlinin* yolunun geçirdiği aşamaları tasavvuf dilinden aktarır. İlâhî aşka ulaşmada yedi deniz gördüğünü, birisinin ateşten olduğunu bildirerek aşk piramidine ve onun beşinci çizgisine göndermede bulunur:

*Yidi deniz gördüm anda birisi oddandı
Bu harâbât ehliniün dirler yolu andan geçer (67/4)*

Irmaklar, kâdim dönemlerden itibaren insanların yerleşim yeri ve ulaşımında da faydalanılan coğrafi bölgelerdir. Dünya'da kara parçalarına hayat veren dört büyük ırmak vardır. Bunlar: Nil, Amazon, Yang-Çe ve Obi-İrtiş'tir (<https://dünyadakiönemlinehirler>). Toplumu çok iyi gözlemleyen Yunus Emre insanları erdemli davranışlarda bulunmaya sevk eder. Bunun için Allah'ın rızası doğrultusunda yaşamayı nasihat eder. Aşağıdaki manzumede

Allah ile olunmadığı takdirde yedi denizin ve dört ırmağın dahi insanları temizlemeyeceğini anlatır, deniz ve ırmakların sayısı hakkında da bilgi verir:

*Yidi deniz ü dört ırmak seni mismil eylemeye
Çünkü işün o Hakk'ıla olmadısa kaldun ırak (128/6)*

Dünya'nın oluşumu hakkında jeologlardan edindiğimiz bilgilere göre Güneş sistemi ilk aşamada büyük boyutta dönen toz ve gaz bulutundan müteşekkildir. Bu toz ve gaz bulutunun oldukça düşük yoğunlukta -263 ° olduğu tahmin edilmektedir. Çökme başlamadan önce Güneş sistemini oluşturan bu bulut, birkaç ışık yılı çapında küresel bir bölgede yayılıdır. Hidrojen, helyum ve daha ağır elementlerden oluşan bu bulut kütledeki ağır elementlerle küçük toz zerrecikleri çarpışarak köpük gibi bir araya toplanır. Çarpma ve birleşme işlemi, birkaç yüz km. çapında levhalar oluşuncaya kadar devam eder. Köpüklü levhaların kısmen ergimesi sonucunda ise sular oluşur. Yeryüzünü oluşturan bu levhaların, Dünya henüz tam şeklini almadığı için sürekli hareket halinde olduğu tahmin edilmektedir. Hareket halindeki levhalardan ağır olanları alta girerek kazık şeklinde dağlar meydana gelmiştir. Bu durumda suda hararet oluşarak duman çıkmıştır. Gelişen dumanlar kabarak yükseldiğinde gezegenler oluşmuştur (Bayram, 2009, s. 57). Bu bilgiler Kur'an'da Fussilet suresi 41. ayet mealinde *Sonra duman hâlinde bulunan göğe yöneldi; ona ve yeryüzüne, "İsteyerek veya istemeyerek gelin" dedi. İkisi de, "İsteyerek geldik" dediler.* şeklinde beyan edilmektedir. Jeolojik bilgilerden ve ayetten öğrendiklerimiz neticesinde Yüce Allah'ın sınırsız gücüyle yaratılan kâinatta önce sular oluşmuş, o denizköpüğünden de dağlar yeryüzüne kazık gibi çakılmıştır (Nebe', 78/6-7). Yunus Emre, aşağıdaki şiirinde bilimi ve ayetleri destekleyerek Allah'ın cevherinden yeryüzünde önce denizlerin yaratıldığını bildirir. Toz ve gaz bulutunu denizköpüğüne teşbih ederek dağların yeryüzünü sağlamaştırdığını anlatır:

*Yidi deniz yarattı ol gevher tamlasından
Tagları muhkem kıldı ol deniz köpüğünden (249/3)*

Tufan hadisesi, Ahdi Atık ve Kur'an-ı Kerim'deki (Hûd, 11/44) beyanlarından farklılık göstererek çeşitli kültürleri etkileyen bir konudur (Harman, 2012, s. 322). İnsanların merakı neticesinde kültürleri etkileyen varlık, inanç, Tanrı ve tufan gibi dinî kıssalar, sûfîlerin öncelikle halka anlatmak istediği konulardandır. Onlar bu tür aşkın konularla, olayları özellikle vecd halindeyken sembolik ya da mecazî dille ifade ederler. Böylece kâinatın her zerresinde Allah'ın birliğine ve her eylemin Allah'ın hükmüyle gerçekleştiğine şahit olduklarını bildirirler (Koç, 2013, s. 22). Klasik Türk edebiyatında inanmayanların helâk olduğu Hz. Nuh'un peygamberliği döneminde vuku bulan tufan hadisesi; gam, keder, deniz, denizcilik ile ilgili terimlerle tenâsüb, iyi, kötü, fenalık, darlık ifade etmede kullanıldığında ise tezat sanatı gerçekleştirilerek karşımıza çıkmaktadır (Pala, 2012, s. 41-323). Yunus Emre, benem redifli gazelinin aşağıdaki beytinde yeri yaratıp onun üstüne göğü tutacak, mutlak varlığın tecellisi olan ulu denizin dalgalanması sonucunda Nuh tufanını gerçekleştirdiğini bildirir. Böylece her işin hükümdarının Allah oluşuna şahitliğini tufan hadisesi üzerinden anlatır:

*Ben bu yiri yaradıcak yir üstüne gök turıcak
Ulu deniz mevc urıcak Nûh'a tûfân viren benem (195/2)*

Her eylemin Allah'ın izniyle olduğunu anlatan Yunus Emre'nin aşağıdaki beyti bize Kur'an'da Hz. İsa'nın doğumu ve onun duasını çağrışım yapmaktadır. Allah'ın mucizesiyle hamile kalan, bakire Meryem, insanlardan uzak nehir kenarına çekilmiş (Meryem, 19/22-23), doğum sonrasında da kendisine konuşmamasını beşikteki çocuğu işaret edip onun konuşacağı bildirilmiştir (Meryem, 19/26). Bunun üzerine insanların Meryem'i kınamaları karşılığında henüz yeni doğan çocuk Hz. İsa annesini doğrulayarak konuşmuştur (Âl-i İmrân, 3/45-46; Mâ'ide, 5/110; Meryem, 19/29). Yunus Emre her olayda Yaratanın gücü

olduğunu, basiret sahibi kişilerin bunları hissedebildiğini aşağıdaki şiiriyle anlatır. Yukarıdaki ayetler doğrultusunda *deniz*, *İsa*, *dua* kelimeleriyle ilgili kıssayı insanlara aktarır:

Deniz kenârında ova kuyuda işleyen koga
‘İsâ ağzındaki du‘â oluban ben işe geldüm (224/7)

Şairin olgunlaşma dönemini anlatan bu beyitte; göl, deniz ve ırmak ibareleriyle tenâsüb sanatı uygulanmıştır. Yaratılıştaki her insan Allah’ın kudret tecellisinden bir parçadır. Bir nefis terbiyesi olan tasavvufî eğitim, velî kişiye intisap edilmesiyle başlar. O kişilerin telkinleri, dersleri vesilesiyle nefsi arzularından uzaklaşmayı becerebilen insanlar belli aşamalardan geçtikten sonra aldıkları eğitimi halka sızdıran mürşit olurlar. Bu eğitim zinciri onların yetiştirdikleri ile dört yana yayılır, halkaları genişler (Levend, 1971, s. 162). Yunus Emre, bu beytinde Allah’ın nurunun tecellisi olan insanın Yaraticının izini taşıyan göl ile ilişkilendirir. Erenlerin bakışı sayesinde deniz olup dört tarafa yayıldığını bildirir:

Bir gölidüm kıldı erenler nazar
Deniz oldum dört yana ırmagıla (298/7)

Kur’an dilinde doğruyu yanlıştan ayıran, peygamberler aracılığıyla kitap gönderildiği halde akıllarını kullanmayıp iman etmeyenler, kendilerine zulüm yapanlar olarak nitelendirilir (A’râf, 7/23). İman eden kimseler ise canları, malları onlara verilecek cennet karşılığında Allah tarafından satın alınan ve bu alışverişten dolayı sevinmesi gerekli kişiler olarak beyan edilir (Tevbe, 9/111). Bu durumda âlemlerin Rabbi dilediğini aziz eden, dilediğini ise zelil eden (Âl-i İmrân, 3/26), doğru yola gelecekleri en iyi şekilde bilen Allah’ın kalplerde iman nurunu yalnızca nasip ettiği kimselere verdiği bildirilir (Bakara, 2/272; Kasas, 28/56). Yunus Emre, deniz kelimesinin tasavvufî anlamından hareketle her işte kudret sahibi Yüce Allah’ın dilediği kişilerden bazılarını gücüne tanık ettirdiğini, bazılarının dumanın renginden kinâyeye zulmette kaldığını anlatır. Tevbe suresi mezkûr ayetten ilhamla iman edenlerle güzel ticaretin yapıldığını imâ eder:

Kimün denize gider kimün tütünü tüter
İsmün disen ne durur hoş bâzârun var senün (147/6)

Aristoteles, edebiyatta ve sanatta her yapının iyi ve kötü taklitten oluştuğunu bildirir. O, şiirin diğer bilim dallarından daha felsefî olduğunu savunur ve kökeninin doğa olduğunu belirtir (Aristoteles, 10.yy/2020: 6, 50). Müslüman düşünürler de onun bu düşüncesini İslâm ile bütünleştirmişlerdir. Bu durumda kâinat basiret sahibi kimseler için her zerrede Yüce Allah’ın ayetlerini barındıran, hayranlıkla seyredilmesi gereken âdeti bir açık hava müzesidir (Taşkent, 2012, s. 45). Nitekim Kur’an’da karada ve denizde gerçekleşeni bilen (En’âm, 6/59), insanları uygun rüzgârlar yaratıp denizde gemilerde dolaştıran (Yûnus, 10/22), denizlerden yiyecek ve değerli eşyalar yaratanın (Nahl, 16/14; Câsiye, 45/12) yalnızca Allah olduğu bildirilir. Yunus Emre ayetlerden hareketle tenâsüb sanatını gerçekleştirdiği manzumesinde akan denizde, rüzgâr neticesinde savrulan toz zerreciğinde, göllerde yaratılan sazlıklarda Allah’ın gücünü gördüğünü böylece yapılan evlerin de Yüce Yaraticının olduğunu anlatır:

Akup deniz olursın tagilup toz olursın
Göllerde sâz olursın yapılan evler senün (147/7)

Bulgular ve Tartışma

Yunus Emre, Anadolu’da Farsça’dan Türkçe’ye geçiş döneminin şairi olması sebebiyle klasik Türk edebiyatının da kurucusudur (Gölpınarlı, 1971, s. 5). Bu edebiyat çerçevesinde gerek Allah’ın ululuğunu gerek sûfinin tasavvufta yaşadıklarını en güzel ifade etmede kullanılan mekânı anlatan ibare denizdir. Nitekim deniz;

Allah'ın varlığına delil kozmik ayetlerden kabul edilmektedir (Gider, 2017, s. 23). Bu denli öneme sahip olan deniz; Yunus Emre'nin dilinde gerek Mutlak Varlık'ı gerek kendisinin yaşadığı dervişlik aşamalarını anlatmada kullandığı metaforik bir unsurdur.

Yunus Emre'nin yorumunda Mutlak Varlık'ı ifade etmede zikrettiği deniz; evrenin oluşumunda ilk oluşan coğrafik unsurdur. Dolayısıyla dalınması gereken aşkın mazharıdır. Böylece şair, aşkla dolu olan yer, gök ve bulutlarda da Allah'ın yaratıcı izini görebilmektedir. Bin yıl bile Allah'ın vasfını anlatamayacağını bildiren Yunus Emre, kendisinde bulunan aşk ateşini yedi denizlerin dahi söndüremeyeceğini ifade eder. Çünkü o dervişlikte aşk piramidinin beşinci çizgisinde kalbi yakan ateşli aşka tutulmuştur. Bu durumda örnek sûfi göl, ırmak ve deniz olup akmaktadır.

Bunların yanında Yunus Emre'nin deniz yorumu; Hz. Musa'nın Hızır ile buluşma noktası, Hz. İsa'nın doğumunun gerçekleştiği mekânlar olması sebebiyle kutsallığına vurgu yapılan, şairin de Allah'a yakınlaştığını bildiren yerdir. Ayrıca ünlü şair, manzumelerinde yedi anakarayı bağlayan yedi denizden de okuyucularına bilgi verir.

Sonuç

Yunus Emre'nin dilinden deniz tasavvurunun incelendiği bu makale ile öncelikle Yunus Emre'nin yaşadığı yüzyılda ilâhiyata özgü konularda insanlara bilgi verdiğini öğreniyoruz. Yaşadığı dönemde örnek bir Hak âşığı olan Yunus Emre, kalbi aşkla çarpan ateşli âşıktır. Onun dilinde İlâhî aşkı tanımlamada Kur'ân-ı Kerim'in kaynağını bildiren Kehf suresi 109. ayet meali doğrultusunda en güzel mekân denizdir. Bu bağlamda Yunus Emre, baştanbaşa sanat eseri olan kâinatta zerreden küle her yaratılanın Yüce Allah'ın izlerini taşıdığını bildirir. Bin yıl dahi olsa Allah'ın vasıflarını, kudretini anlatmaktan aciz olduğunu ifade eder. Böylece sonsuz güce, aşka her ne olursa olsun dalınmasını öğütler. Aşktan yoksun kaldığında şair kendisini İlâhî rahmetten yoksun kalması nedeniyle sudan çıkmış balık olarak görür. Dolayısıyla şair manzumelerinde İlâhî aşkın kutsallığından hareketle şeriati gemiye, hakikati o geminin yüzmesini sağlayan deryaya benzetir. Kimi durumlarda gemi mürettebatından dolayı mürşit olur. Bu durumda gemideki yolcular, mürittir. Ayrıca Hz. Musa'nın Hızır ile karşılaştığı yerin deniz olması sebebiyle Yunus Emre'nin yorumunda aşk, deniz kelimeleri kullanılarak Hızır mürşidi, Hz. Musa müridi temsil eden semboller olarak karşımıza çıkmaktadır. Kur'ân-ı Kerim'in bildirdiği bu kıssanın ötesinde Hz. İsa'nın doğumunda Meryem'in sulak bir araziye çekildiğine gönderme yaparak Yunus, ırmak kenarında beşikte konuşan Hz. İsa'dır.

Yunus Emre, okuyucularına kendisini miskin olarak tanıtır, mütevazılıkta bulunur. Oysa Yunus Emre, yeryüzündeki yedi deniz hakkında bilgi veren bilgidir. Bunun yanında evrenin oluşumunda önce denizlerin meydana geldiğini anlatır. Yoğuşma sırasında altta kalan daha katı maddelerin yeryüzünün sağlam durmasını sağlayan dağları oluşturduğunu ifade eder. Yunus'un bu şekilde yaşadığı dönemin birikiminden yola çıkarak ansiklopedik bilgiler verdiğini görmekteyiz.

Yunus Emre Kur'an ayetlerine ve hadislerle atıfta bulunarak bir teşbih aracı olarak denizi şiirlerinde kullanmıştır. Yunus özellikle aşk denizine dalan dalgıç ve aşk denizinden çıktığında sudan çıkmış balık gibi kendi ruh halini tanımladığı şiirlerinde kullandığı teşbihlerle Türk edebiyatında belli başlı müşebbehün bihleri/kendisine benzetilen unsurları oluşturan bir şairdir. Gözlemlenen bu durum Yunus Emre'nin Türk edebiyatının kurucusu olduğunu bizlere tekrar bildirmektedir. O şiirlerinde teşbihin yanında tenâsüb, leff ü neşr, tezat ve teşhis sanatlarını da çok başarılı uygulamıştır.

Sonuç olarak döneminde insanları bilgilendiren Yunus Emre, Türk edebiyatının kurucusu, örnek bir mürşit, ender bulunan bir sûfi, eserlerinin müzikalite değeri oldukça yüksek bir güftekar olarak asırlarca Türk milletinin kalbinde yaşayacaktır.

Türk milleti, edebiyatı açısından bu denli önem arz eden, ekol olmuş bir şairin eserlerinde tüm tasavvufi istihlalar ve edebî sanatların araştırılması, bunların değerlendirilmesi klasik Türk edebiyatı çalışmalarına oldukça katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Aclûnî, Ebû'l-Fidâ İsmâil b. Muhammed. Keşfü'l-hafâ ve müzîlü'l-ilbâs ammâ iştehere mine'l-ehâdis alâ elsineti'n-nâs. thk. Yûsuf b. Mahmûd el-Hâc Ahmed. Dımaşk: Mektebetü'l-İlmi'l-Hadîs, 2001.
- Açıkgoz, N. (2020). *Yûnus Deyü Göründüm*, İstanbul: Post Yayınevi.
- Akyüz Öztokmak, Ç. (2020). Eş benlik perspektifinden Yunus Emre'yi okumak: Bir ben vardır benden içeri. *Erdem*, 79, 21-40. Erişim adresi: <https://doi.org/10.32704/erdem.838412>
- Altun, S. (2020). Yunus Emre Divanı'nda sabır ve ahlak, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7(3), 1673-1694. Erişim adresi: <https://dx.doi.org/10.46868/atdd.38>
- Aristoteles (2020). *Poetika-şiiir sanatı üzerine*. (Çev. A. Çokona, Ö. Aygün,). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi, 10. yy).
- Bayram, F. Ali (2009). *Mühendisler için jeoloji*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Buran, A. (1991). Yunus'ta hayvan adları ve fonksiyonları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 117-131. Erişim adresi: http://isamveri.org/pdfdrq/D00903/1991_2/1991_2_BURANA.pdf
- Coşkun, O. (2018). Yunus Emre'nin şiiirlerinden Fransızca'ya uyarlamalar üzerine genel bir değerlendirme: Yves Régner'den uyarlamalar. *Türkçe Konuşurların Akademik Dergisi*, 5(3), 38-55. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turkophone/issue/41938/506315>
- Çelepi, M. S. (2016). Türk mistisizm geleneğinde Yunus Emre'nin sırra ermesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (38), 111-134. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobbiad/issue/36454/413093>
- Çelik, E. (2007). Yûnus Emre'yle ölümsüzleşen Türk Dili. *Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(1), 83-92. Erişim adresi: http://ktp.isam.org.tr/pdfdrq/D02042/2007_1/2007_1_CELIKCE.pdf
- Çukurlu, T. (2013). Yunus Emre Divanı'nda gül etrafında oluşturulan teşbihler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 29-35. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbe/issue/23167/247456>
- Devellioğlu, F. (2007). *Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik lûgat*. Ankara: Aydın Kitabevi.
- Deveci, Ü. (2021). *Yunus Emre I. Cilt*. İstanbul: Ihlamur Yayıncılık.
- Diriöz, M. (2018). *Nisyâna düşen gölge*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi.
- Diyanet İşleri Başkanlığı (2006). *Kur'ân-ı Kerîm Meali*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Doğru, F. (2011). *Yunus Emre Divanı'nda savaş ve askerlikle ilgili sözcükler*, X. Uluslararası Yunus Emre Sevgi ve Bilgi Şöleni Bildirileri (Ed.) Boz Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Basımevi.
- Erdoğan, K. (2011). Sezai Karakoç'un aynasından Yunus Emre'yi seyretmek. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 106-120. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cbayarsos/issue/4067/53679>
- Gider, M. (2017). Bâkî ve Fuzûlî divanlarında deniz tasavvuru. *Külliyat Osmanlı Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 22-36. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kulliyat/issue/33689/373786>

- Gölpınarlı, A. (1971). *Yunus Emre hayatı, sanatı, şiirleri*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Gürçay, S. (2017). Yunus Emre'nin mânâ denizine daldık şiirinin göstergebilimsel incelenmesi. *Aydın Türklük Dergisi*, 1, 23-37. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atb/issue/40092/476961>
- Harman, Ö.F. (2012). *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi: Cilt 41* (s. 319-322) içinde. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Işık, E. (1995). Fâtiha Suresi. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi: Cilt 12* (s. 252-254) içinde. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Kaplan, M. (1955). Yunus Emre ve Nebatlar, *Türkiyat Mecmuası: Cilt 12* (s. 45-56) içinde, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Kaplan, K. (2018). Yunus Emre'nin Şiirlerinde İnsan ve Doğa. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 155-166. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erzisosbil/issue/37685/435957>
- Kaval, M. (2013). Yunus Emre ve Mevlâna'nın eserlerinde inan ve tekâmülü, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 101-122. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/202303>
- Kaya, D. (2009). *Yunus Emre ve seçme beyitler*. Sivas: Vilâyet Yayınları.
- Koç, T. (2013). *Varoluşun tanıkları*. İstanbul: Hece Yayınları.
- Koç, T. (2017). *Din dili*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Kotan, H. (2017). Yunus Emre Divanı'ndaki ayet ve hadis iktibaslarının söz dizimindeki yeri. *İlahiyat Tetkikleri Dergisi*, 48(2), 241-270. Erişim adresi: <https://doi.org/10.29288/ilted.340094>
- Köksal, F. (2014). *Yûnus Emre Divânı'nın yeni bir nüshası ve Yûnus'un yayımlanmamış şiirleri*. İstanbul: Kocav Yayınları.
- Köksal, F. (2017). Şiir mecmuaları ve cönklerde Yûnus. O. K. Tavukçu (Ed.) Ankara: Akçağ Yayınevi.
- Kurnaz, C. (2009). Bana Seni Gerek Seni. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 15(39), 147-160. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunitaed/issue/2878/39635>
- Kurnaz, C. (1998). Hızır. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi: Cilt 17* (s. 411-412) içinde. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Levend, A. S. (1971). İslâm edebiyatın esasları ve kaynakları. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı - Belleten*, 19, 159-194. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/belleten/issue/38363/444730>
- Mutlu, B. (2012). *Divân şiirinde deniz imgesi ve şiir öğretiminde kullanılması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Nalçacıgil Çopur, E. (2021). Ümmî Sinan Divanı perspektifinden tasavvuf. *Pamaukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(42), 44-63. <https://doi.org/10.30794/pausbed.742805>
- Nehirler. (t.y.). *Nehirler wiki* içinde. 29/10/2021 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/En_uzun_nehirler_listesi adresinden erişildi.
- Onat Çakıroğlu, T. (2013). Yunus Emre Divanı'nda gönül. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9, 77-87. Erişim adresi: <https://doi.org/10.18037/ausbd.1053042>
- Önal Kılıç, S. (2018). Yedi Sayısının Kültürel Arkaplanı Çerçevesinde Garîbnâme Mesnevisi'nin Yedinci Bölümü Üzerine Bir İnceleme, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaşî Araştırma Dergisi*, 28, 111-132. Erişim adresi: <https://hbvdergisi.hacibayram.edu.tr/index.php/TKHBVD/article/view/2336>
- Öney, C. (1973). Yunus Emre'nin bütün şiirleri aruzla yazılmıştır, *İslam Medeniyeti Dergisi*, 3(34), 9-14. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/islammedeniyetidergisi/issue/62439/942619>
- Ospanova, G. (2016). Yunus Emre Divanı'nda Ölümü Güzelleştiren İfadeler. *Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi*, 41, 131-149. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tdded/issue/23718/252640>
- Özçelik, M. (2010). *Bizim Yunus*. Eskişehir: Eskişehir Valiliği Yayınları.

- Özdemir, M. (2020). Yunus Emre’de Kozmolojinin Estetik Sunumu. *İttera Turca*, 6(3), 493-518. Erişim adresi: <https://doi.org/10.20322/littera.761586>
- Pala, İ. (1995). *Ansiklopedik divan şiiri sözlüğü*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Pala, İ. (2012). Tûfan. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi: Cilt 41* (s. 322-323) içinde. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Râzi, F. (2008). *Tefsir-i Kebîr Mefâtihu'l-Gayb*. (Çev. S. Yıldırım, S. Kılıç, L. Cebeci, C. S. Doğru), İstanbul: Huzur Yayınevi.
- Saraç, Y. M. A. (2000). Tasavvuf Edebiyatında İçki Kavramına Giriş ve Yunus Emre Örneği, *İlmi Araştırmaları*, 10, 135-154. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fsmiadeti/issue/6487/85877>
- Selçuk, B. (2008). Yunus Emre’de bakma ve görme biçimleri. N. Sağlam, Ö. Oğuz ve N. Uzun (Ed.), *Aksaray Üniversitesi I. Uluslararası Yunus Emre Sempozyum Kitabı* (ss. 116-124), Aksaray, Aksaray Üniversitesi Yayınları.
- Sevgi, A. (2012). Yunus Emre’de İnsan Sevgisinin Evrensel Niteliği Üzerine, *Turkish Studies*, 7(1), 99-103. Erişim adresi: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.3182>
- Şanlı, İ. (2009). Yunus Emre’nin İnsana, İnsanlığa Bakışı ve Günümüze Mesajları. *Turkish Studies*, 4(2), 955-961. Erişim adresi: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.655>
- Şanlı, İ. & Dayanç, M. (2016). “Mehmet Kaplan’ın Yunus Emre’nin Şiirlerini Konu Alan Yazıları Üzerine Bir Değerlendirme”, *Turkish Studies*, 11(20), 567-582. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9896>
- Şihyeva, S. (2017). Yunus Şiirinin Coğrafyası: Fiziksel ve Ruhsal Mekânlar. O. K. Tavukçu (Ed.), *Yûnus Emre Kitabı* içinde (s. 37-53) Ankara: Akçağ Yayınevi.
- Tan, B. (2020). İslam kültüründe yedi iklim anlayışı ve manzume-i yedi iklim, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 3(2), 184-198. <https://doi.org/10.47948/efad.794590>
- Taşkent, A. (2012). *Güzelin peşinde Fârâbî, İbn Sinâ ve İbn Rüşd’de estetik*. İstanbul: Klasik Yayınevi.
- Tatçı, M. (2007). Bu yolda acâib çok: Yûnus Emre’nin bir şiirinin yorumu. *Turkish Studies*, 2(4), 740-749. Erişim adresi: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.203>
- Tatçı, M. (2008). *Yûnus Emre yorumları iştin ey yârenler*. İstanbul: H Yayınları.
- Tatçı, M. (2014). *Yûnus Emre Divân-ı ilâhiyât*. Ankara: Semih Ofset.
- Tatçı, M. (2019). *Aşktan söyler bu dilim Yunus Emre, Niyazi-i Mısri ve Türk İslam tasavvufu hakkında konuşmalar*. İstanbul: H Yayınları.
- Tatçı, M. (2020). *Yûnus’un denizinde*, İstanbul: H Yayınları.
- Tatçı, M. (2021). *Her genç bir Yûnus*. İstanbul: H Yayınları.
- Tavukçu, O. K. (2017). *Yûnus Emre kitabı*. Ankara: Akçağ Yayınevi.
- Timurtaş, F.K. (1972). *Yunus Emre Dîvanı*. İstanbul: Kervan Kitapçılık.
- Tuncel, B. (1971). *Fransızca’da Yunus Emre*. Ankara: Başnur Basımevi.
- Uğur, A. (2020). Yûnus Emre *Dîvânı’nda* Hz. Âdem’in Yaratılışı Etrafında Gelişen Bir Anlatı Üzerine. *Mizanü'l-Hak İslâmî İlimler Dergisi*, 11, 323-331. doi: 10.47502/mizan.810705
- Uludağ, S. (1993). Cemâl. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi: Cilt 7* (s. 297) içinde. İstanbul; Türkiye Diyanet Vakfı.
- Uludağ, S. (1998). Hızır. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi: Cilt 17* (s. 409-411) içinde. İstanbul; Türkiye Diyanet Vakfı.
- Uludağ, S. (2005). *Tasavvuf terimleri sözlüğü*, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

- Ünver, İ. (2006). Yûnus Emre Üzerine. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 19, 489-498. Erişim adresi <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tubar/issue/16960/177115>
- Üstüner, K. (2008). XIV. ve XV. yüzyıl divanlarında tasavvuf, *Türklük Bilgisi Araştırmaları*, XXVI(II), 271-294. Erişim adresi <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tubar/issue/16965/177182>
- Yazır, M. H. (2008). Hak dini Kur'ân dili, İstanbul: Huzur Yayınevi.
- Yeter, G. B. (2011). Ontolojik Analiz Metoduyla Yunus Emre'nin Bir Şiirinin İncelenmesi. *Mukaddime*, 3(3), 141-154. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mukaddime/issue/19674/210106>
- Yılmaz, Ö. (2013). Zaman ve mekânı aşan söylemleriyle Yunus Emre'de insan anlayışı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(Özel Sayı), 153-168. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ogusbd/issue/11004/131667>
- Zavotçu, G. (2013). Klasik Türk Edebiyatı sözlüğü. İstanbul: Kesit Yayınları.

Extended Abstract

Aim

It would be almost impossible to talk about God, theology, and abstract concepts that are far beyond human perception, without experiences in fakirism. In this context, *Yunus Emre's Divan* may be a valuable source to resort to since Yunus Emre is an exemplary Sufi and teacher communing with people during his lifetime. He informed the public by expressing his experiences in fakirism with various symbols. Therefore, scholars have performed nurturing studies about Yunus Emre so far; however, these works seem to miss sea imagery in his *Divan*. The sea is among the important, fundamental images of classical Turkish literature. In the Qur'an, the hadiths, and classical Turkish literature, the greatness and endless might of Almighty God are often similed with the sea. In addition, love, which is among the main subjects of literature, especially divine love, is similed with the sea by Sufi poets.

Design and Methodology

The present study, aiming to explore sea imagery in *Yunus Emre's Divan*, was carried out by employing a qualitative research design. In this regard, we initially attempted to identify what studies were previously carried out on *Yunus Emre's Divan*. Following a careful literature review, we concluded that sea imagery was never touched upon within Yunus Emre's poems. So far, only a study has semiotically analyzed one of his poems, "*Mana Denizine Daldık (Diving into the Sea of Spirit)*." During the research, the most reliable and well-informed academic search engines suggested that sea imagery has little been the topic of interest so far. A study discussed sea imagery through two non-Sufi poets, which made it clear the gap associated with sea imagery in the field. In addition, we encountered a thesis study reporting sea imagery in divan poetry, and its use in poetry teaching may be effective, especially in the field studies. Hence, we meticulously went through the aforementioned thesis to grab the idea of how the concept "sea" is discussed in classical Turkish poetry. Ultimately, the gap in the field motivated and led us to the conclusion that it is needed to concentrate on sea imagery. Although qualitative research offers flexibility to researchers, the scarcity of the relevant studies in the literature made us focus on *Yunus Emre's Divan*. We carefully reviewed it and recorded all poems where the word "sea" is used. We then determined that some of the couplets recorded are "*merhun couplets*" (a couplet whose meaning is completed with the couplet right below), which were also included in the study. Finally, we interpreted the poems in detail through the books and articles, fundamental sources of classical Turkish literature.

Findings

The results revealed that the famous teacher, accepted as one of the founders of Turkish literature, utilized the sea imagery in his *Divan* in two ways. The sea imagery was primarily discussed within the source of God's majesty and might, based on the 109th Verse of Sura Al-Kahf (Say, "If the sea were ink for the Words of my Lord, the sea would be exhausted before the Words of my Lord were exhausted, even if We brought the like thereof to replenish it). By emphasizing the vastness of the great body of water beginning at the end of the land, the sea was similed to the infinity of divine knowledge, as well as the perfect human being perceiving the manifestations in the world with the eyes of the heart. Thus, we may infer that Yunus Emre informed the public about the issues of God-universe, God-human relations, and theology at a time when the whole world needed intellectuals like him.

In addition, while explaining the theory of the unity of existence in Sufism, the sea is often cited as to symbolize God, the Absolute Body, and His eternal essence and rank. Moreover, Sufis resort to sea imagery as a symbol to express that existence is one and abundance remains visible. Therefore, truth-seekers see God as a sea and the universe as the waves of this sea.

We conceived of Yunus Emre's other sea imagery as geography, which is defined as all of the physical, economic, biological, human, and political realities characterizing a region or a country on the Earth. Other Islamic thinkers also describe the sea, meaning geography, by dividing it into seven regions; thus, it is meant to consider the world as a universal whole within the framework of living activities in seven regions/climatic zones. Scholars, such as Ibn Sînâ, Razi, Cürçânî, and İbn Haldun, often state in their works that there are seven seas in seven regions/climatic zones in the Earth: Greek Sakaliyye, Gerdan, Kulzum, Indian, Sind, and Indian seas. Such thoughts of the scholars were also reflected in literature and mentioned in Yunus Emre's poems.

Research Limitations

Qualitative research in social sciences may show situational and time-related limitations due to its dynamic nature; therefore, it may be challenging to determine such limitations. However, we may imply that the poet, accepted as one of the founders of classical Turkish literature, used sea imagery to describe the might of God in his *Divan*. In addition, we can assert that Yunus Emre, defining himself as poor, had such amazing intellectuality that he could refer to the seven seas on the Earth using the sea imagery.

Implications (Theoretical, Practical, and Social)

There are rather valuable studies on the poems of Yunus Emre, keeping his essence eternally in the heart of the Turkish nation with his poems. However, it still remains necessary to identify the missing subjects in the studies in classical Turkish literature. Readdressing *Yunus Emre's Divan* to uncover such gaps may enable one to understand Yunus Emre's world of ideas. In addition, we think that these studies bear importance in determining how the subjects examined in classical Turkish literature were discussed.

Originality

This paper, examining sea imagery in classical Turkish literature from the perspective of Yunus Emre, is deemed important in two respects. First, a relative competence in Yunus Emre's world of thoughts may be unique enough to serve for transferring his thoughts to younger generations. Second, this study can be considered exceptional to contribute to prospective studies in the field.

Araştırmacı Katkısı: Emel NALÇACIGİL ÇOPUR (%100).

1846'da Ayntâb'da Gayrimüslimlerin Ödedikleri Vergiler, Mahalleleri, Nüfusları ve Meslekleri ¹

Adem ÇALIŞKAN ²

Başvuru Tarihi: 09.11.2021

Kabul Tarihi: 13.01.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığında bulunan H.1262/M.1846 tarihli ML. VRD. CMH. d/628 Numaralı Cizye Muhasebe Defteri'nden hareketle Ayntâb'da yaşayan gayrimüslimlerin ödemiş oldukları cizye vergileri, ikamet ettikleri mahalleler, nüfusları ve yaptıkları meslekler hakkında bilgi vermektedir. Buna göre şehrin bir çok mahallesinde ve köylerinde Müslümanlarla gayrimüslimler bir arada yaşamışlardır. Bu durum şehirde gayrimüslimler ile Müslümanlar arasında dini ve sosyal bir ayrışma olmadığını göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Ayrıca kentte dini temelli oluşmuş olan Hâyk-ı Zimmîyan ve Hâyk-ı Müslüman mahallelerinde Müslümanlar ve gayrimüslimler bir arada yaşamıştır. Nitekim bu hususlar şehirde yaşayan Yahudiler için de aynı olmuştur. Şehirde bir çok gayrimüslimin Müslüman veya Türk adı taşıması kültürel birliktelik olduğunu göstermektedir. Ayntâb'a civar kentlerden garip ve perakende gayrimüslim yahut Yahudilerden gelenlerin olması da kentte kalıcı veya geçici bir gayrimüslim nüfus artışı olduğunu göstermektedir. Ayrıca aynı mahallelerde akrabaları ile yaşayan gayrimüslimler, Yahudiler ve şehir dışından gelenler de cizye vergilerini ekonomik durumlarına göre ödemişlerdir. Ticari ve zanaatla uğraşan gayrimüslimler lonca teşkilatı içinde yer almakla birlikte bazı gayrimüslimler veya Yahudiler hekimlik ve kuyumculuk gibi elit meslekler yapmışlar ve yaptıkları meslekleri de nesilden nesile aktarmışlardır. Bu durum şehirde mesleki bir tekelleşmenin olmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Ayntâb, Gayrimüslim, Cizye Muhasebe Defteri

Atıf: Çalışkan, A. (2022). 1846'da Ayntâb'da gayrimüslimlerin ödedikleri vergiler, mahalleleri, nüfusları ve meslekleri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 83-102.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Gaziantep Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü, dr.ademcaliskan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1487-465X

Taxes Paid by Non-Muslims in Ayntâb in 1846, Neighborhoods, Populations, and Occupations

Adem ÇALIŞKAN³

Submitted by: 09.11.2021

Accepted by: 13.01.2022

Article Type: Research Article

Abstract

This study aims to provide information about the jizya taxes paid by non-Muslims living in Ayntâb, their population, and the occupations of non-Muslims, based on the Jizya Accounting Book numbered ML. VRD. CMH. d/628, dated H.1262/M.1846, in the Presidency of the State Archives. Accordingly, Muslims and non-Muslims lived together in many neighborhoods and villages of the city. This situation is remarkable in that it shows that there is no religious and social separation between non-Muslims and Muslims in the city. Besides, Muslims and non-Muslims lived together in the Hâyk-ı Zimmîyan and Hâyk-ı Muslim Neighborhoods, which were formed on a religious basis in the city. Hence, these situations were the same for the Jews living in the city. The fact that many non-Muslims in the city have Muslim or Turkish names shows that there is cultural unity. The presence of strange and nomadic non-Muslims or Jews from the cities around Ayntâb also shows that there is a permanent or temporary increase in the non-Muslim population in the city. In addition, non-Muslims living with their relatives in the same neighborhoods, Jews and those coming from outside the city also paid the jizya tax according to their economic status. While non-Muslims engaged in trade and crafts were included in the guild organization, some non-Muslims or Jews had elite professions such as medicine and jewellery, and they passed on their professions from generation to generation. This shows that there is no professional monopoly in the city.

Keywords: Ayntâb, Non-muslim, Jizya Accounting Book

³ Gaziantep University Faculty of Science and Letters Atatürk's Principles and History of Turkish Revolution, dr.ademcaliskan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1487-465X

Giriş

İslam devletinde gayrimüslim erkeklerden alınan ve baş vergisi olan cizye, “*kâfi gelmek; karşılığını vermek, ödemek*” manasına gelmektedir. Nitekim cizye vergisi ile harbi olanlardan ayrı tutulan gayrimüslimlerin bu sayede can ve mal güvenlikleri sağlanmıştır (Erkal, 1993, s. 42). Hz. Muhammed (s. a. v)’in M.622’de Medine’ye hicreti sonrası yapılan Bahreyn seferi ile ilk kez cizye vergisi Yahudi ve Hristiyanlardan alınmış, Tebük seferi sonrasında cizye alınmaya devam etmiştir (Koçak, 2018, s. 220). Ancak Hz. Muhammed döneminde cizye için net bir miktar belirlenmemiştir (Fayda, 2013, s. 429). Dört halife döneminde de gayrimüslimlerden cizye vergisi alınmış, bu dönemde cizye vergisi ile ilgili ilk köklü düzenleme Halife Hz. Ömer döneminde gerçekleşmiştir. Buna göre; cizye vergisi mükelleflerin mali durumlarına göre fakir, orta halli ve zengin olmak üzere üç sınıf olarak belirlenmiş, fakir olanlardan 12, orta halli olanlardan 24 ve zengin olanlardan 48 dirhem cizye alınmıştır (Erkal, 1993, s. 44). Ayrıca bu vergi İslam ülkelerinde yaşayan gayrimüslimler ile yapılan anlaşma gereği alınmış ve bu kişilere “*ehl-i zimme*” veya “*zimmi*” denilmiştir. Bunun anlamı ise “*kendisine güvence verilen*”, “*koruma altına alınan kişidir*” (Fayda, 2013, s. 428). Bunlardan farklı olarak tahsil edilen cizye, zekât gibi belirli yerlere harcanma mecburiyeti olmayıp kamu yararına olan her yere harcanabilen bir vergi türüdür (Erkal, 1993, s. 45).

Osmanlı Devleti sahip olduğu toprakları merkezden tek bir “*umumî kararname*” ile yönetmemiş, aksine ekonomik, sosyal ve yaşam farklılıklarına bağlı olarak bölgeye göre en uygun kanunları uygulamıştır (Özdeğer, 1982, s. 2). 1670 tarihli Kandiye Kanununda cizye vergisi: “*Haraç iki vev-i üzere mebni olup, nev-i evvelki keferenin ru’ûsuna ’az olunur. Cizye ile müsamâdır*” şeklinde tanımlanmıştır (Ercan, 2001, s. 251). Abdurrahman Vefik ise Tekâlif Kavaidi adlı eserinde cizye vergisini: “*Devlet-i Osmaniye’nin bidâyet-i te’sisinden Tanzimat-ı Hayriye’nin neşrine kadar tam beş buçuk asır cizyenin usûl-ü tarh ve taksîmince esâsen hiçbir günâ tebdil ve tağyir vuku’u getirilmeyerek meşru’iyeti dâiresinde idare edilmiştir. Yalnız tevzi’inde ve tahsilinde bazen ıslahât icra olmuştur ki bunların en mühimlerinden birisi Sadrazam Köprülü Fazıl Mustafa Paşa zamânında icrâ olunan ıslahâttir*” diye ifade eder (Adıyeye, 2017, s. 135). Bu nedenle Osmanlı’da cizye uygulaması daha önceki Türk-İslam devletlerinden intikal etmiş (Dündar, 2012, s. 125-126) ve Osmanlı’da kendi topraklarında yaşayan gayrimüslimlerden belirli şartları taşıyan erkeklerden cizye vergisini almıştır (İnalçık, 1993, s. 45). Fakat gayrimüslimler ağır vergiler altında ezilmemiştir (Kocaoğlu, 2018, s. 37). Bu vergiden çocuk, kadın ve ihtiyarlardan maada, sakatlar, dilenciler, köleler, kısmen din adamları ve Müslüman olanlar (Nedkoff, 1944, s. 6111), kalelerde, adalarda ve sınır boylarında, kalelerin bakım ve onarımında görevli olanlar, madenlerde çalışanlar, Müslüman olanlar ile verimsiz topraklarda oturanlar muaf tutulmuştur (Ercan, 1991, s. 371, Ercan, 2001, s. 251,258).

Cizye vergisi, İslam hukukunun gereği olduğu için toplanmasına ve harcanmasına dikkat edilmiştir (Taşkın, 2021, s. 169). Bu amaçla cizyeyi tahsil edecek görevliler padişah tarafından atanmış (İnalçık, 1993, s. 45), atanan kişiler özenle seçilerek bunların “*emin*” ve “*mu’temed*” olmalarına dikkat edilmiştir. Bu göreve rüşvet, torpil yada yasa dışı yollardan kimselerin alınması da engellenmiştir (Ercan, 2001, s. 255). Köprülü Mustafa Fazıl Paşa döneminde bu iş için “*cizyedar*” tayin edilmiş, görevlilerin cizye tahsili sırasında “*mübaşiriye*”, “*tahsildariye*”, “*kolcu hakkı*” adı altında para almaları yasaklandığı gibi gayrimüslimlerden fazla vergi almaya teşebbüs edenlerde görevinden alınarak gereken ceza verilmiştir (Kenanoğlu, 2017, s. 446).

Tanzimat’a kadar beş buçuk asır boyunca da cizyenin tarh ve taksim usulünde bir değişiklik olmadığı gibi, bu verginin şer’i ölçüleri ve nisbeti devam etmiştir. Ancak süreç içerisinde cizyenin tevzi ve tahsilinde ıslahatlar yapılmıştır. Bunlardan en önemlileri Köprülü Mustafa Fazıl Paşa zamanında yapılan düzenlemedir. Paşa, ulema ile müşavere ederek cizye mükelleflerine verilmek ve her yıl değiştirilmek üzere “*âlâ*”, “*evsât*” ve “*ednâ*” adıyla mühürler bastırarak renkli tevzi kâğıtları oluşturmuştur. Buna göre âlâ sınıfından dört, evsât sınıfından iki, ednâ sınıfından bir şerifi altın tahsil edilmiştir (Kenanoğlu, 2017, s. 446). Cizye vergisinde diğer bir düzenleme ise II. Mahmud döneminde 1834 yılından yapılan düzenlemedir. Buna göre âlâ sınıfından 60 kuruş,

evsât sınıfından 30 kuruş ve ednâ sınıfından da 15 kuruş cizye tahsiline karar verilmiştir. Ancak bu oran sabit kalmamış sıklaşan savaşlar ve savaş masraflarının artması, devlet hazinesinde ortaya çıkan problemler nedeniyle diğer vergilerde olduğu gibi cizye vergisinde de artışlara yol açmıştır (Çoruh, 2013, s. 96,100). 14 Mayıs 1855 yılında cizye vergisi ilga edilmiş, Tanzimat Fermanı'nın ilanından sonra da 1907 yılına kadar gayrimüslimler cizye yerine "*iane-i askeri*" adıyla bir vergiyi devlete ödemiştir (Gülsoy, 2010, s. 59-66, Gülsoy, 2002, s. 93-94).

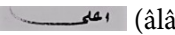



Bu çalışmanın amacı T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığında bulunan H.1262/M.1846 tarihli ML. VRD. CMH. d/ 628 Numaralı Cizye Muhasebe Defteri'ne göre Ayntâb'da yaşayan gayrimüslimlerin ödedikleri cizye miktarları, cizye sınıfları, meslekleri, oturdukları mahalleler, fiziki özellikleri, akrabalık bağları gibi sosyal ve iktisadi durumları hakkında literatüre katkı sağlamaktır. Bununla birlikte cizye muhasebe defterleri hakkında bilgilere ulaşmak için konu hakkında yazılmış makale ve kitaplardan da yararlanılmıştır. Mahallelerde bulunan cizye mükelleflerinin ödedikleri cizye miktarı ve yaptıkları mesleklerin yüzdelik oranları belirlenirken, tespit edilen genel toplam cizye miktarı ve meslek sahibi olan gayrimüslimlerin toplam sayıları esas alınmıştır. Ancak incelenen deftere göre; cizyedarın toplam vergi miktarını 100 kuruş sehven eksik yazmış olma ihtimali vardır. Nitekim güncel hesaplamalara göre toplam cizye miktarı 43.435 kuruştur. Bu nedenle mahalleler bazında ödenen cizye miktarının yüzdelik oranları hesaplanırken güncel tutar esas alınmıştır. Ayrıca incelenen defterde Ayntâb'da bulunan garip ve perakende gayrimüslim cizye mükelleflerinin yer alması bu gruptakiler hakkında da bilgiler elde etmemize imkan vermiştir.

ML. VRD. CMH. d/628 Numaralı Cizye Muhasebe Defteri

Batılı devletler genelde nüfus hareketlerine büyük önem vermiş, Osmanlı Devleti ise bu potansiyeli daha ziyade vergiler ve askerlik mesleğini yapacak olan mükellefler açısından değerlendirmiştir (Çoruh, 2020, s.74,78). Bu nedenle Osmanlı'da yapılan tahrirler vergi mükelleflerinin tespiti için yapılmıştır. Ayrıca bu defterlere farklı şehirlerde gerçekleştirilen sayımlarda kaydedilmiştir (Öz, 2010, s. 425). Bu defterlere vergi mükellefleri, hane sayıları ve ödedikleri vergiler ile tahsil edilen haraçlar teferruatlı bir şekilde kaydedilmiştir (Telci, 2015, s. 149-164). Ancak 16. yüzyılın sonlarından itibaren timar sisteminin giderek işlemez bir hal alması ve Celali İsyanları, timar veya buna benzer sayımların yapılmasını engellemiştir. Bu nedenle avarız ve cizye sayımlarını yapmak için 1570'ler ve 1604-1605 yılları arasında "*Muhasebe-i Cizye Kalemi*" teşkil edilmiştir. Nitekim oluşturulan cizye defterleri tahrirlerin bir yan ürünü olarak 17. yüzyıldan itibaren daha sistemli hale getirilmiş ve bu sistem 1856'da cizye vergisi kaldırılıncaya kadar uygulanmıştır (Özel, 2000, s. 36-37).

Cizye vergisini tahsil eden görevlilerinde belgelerini tetkik ve tasdik ettirmek için merkezde bulunan Cizye Muhasebe Bürosuna hesap verme zorunluluğu getirilmiştir (Barkan, 1964, s. 2). Cizye Muhasebe defterleri, belirli bir tarihte devletin Hristiyan ve Yahudi tebaası içindeki cizye mükellefi sayısının bölgelere göre kaydedilmesine olanak vermiş ve müteakip yıllarda ortaya çıkacak sayısal değişikliklerin değerlendirilmesini de mümkün kılmıştır. Dolayısıyla bu defterler "*demografik*" araştırmalara kaynak teşkil etmektedir (Dündar, 2012, s. 102).

T.C. Cumhurbaşkanlığı Osmanlı Arşivinde ML. VRD. CMH (Maliye Varidat Muhasebesi Cizye Defterleri) Kataloğunda H.1254-1278/M.1838-1857 tarihleri arasındaki kayıtlar içinde yer alan (BOA, Arşiv Rehberi, 2010, s. 249) ML. VRD. CMH. d/ 628 Numaralı Cizye Muhasebe Defteri, H. 20 Zilhicce 1262/M. 9 Aralık 1846 tarihli dir. Ciltsiz ve ebrusuz olan defter 16.5X34 ebadında olup 28 sayfadır. Ancak defterin 27-28 sayfaları boştur ve her sayfa beş sütun olarak yazılmıştır. Defterin birinci sayfasında sadece "*Kaza-ı Ayıntâb*" ibaresi yer almaktadır. Defterin ikinci sayfası "*İşbu 62 senesine mahsuben Ayntâb kazasında mütemekkin millet nasara ve taife-i Yahudiye sarf olunan cizye evrakı ber vech-i âti beyan olunur*" ile başlamaktadır. Buna göre şehirde yaşayan yerli Hristiyan ve Yahudilerden tahsil edilecek cizye belirlenmiştir. Ayrıca perakende ve nahiyelerde

bulunan gayrimüslim cizye mükellefleri de deftere kayıt edilmiştir. Hazırlanan deftere şehirdeki mahalle isimlerinin altında cizye mükelleflerinin isimleri, fiziki özellikleri, lakapları, meslekleri, akrabalık bağları ve cizyeleri  (âlâ),  (evsât) ve  (ednâ) sınıflarına göre yazılmıştır. Her sayfanın altında da  “cem’ an nefaran” yazılarak o mahalledeki toplam nefer sayısı verilmiştir. Bu uygulama her mahalle için ayrı ayrı yapılmıştır. Örneğin; defterin 2-3 sayfalarında “Kozanlı Mahallesiinde mütemekkin reaya” ibaresi ile tek tek cizye mükellefi isimleri ve cizye sınıfları ayrı ayrı yazılarak alt kısımda toplam nefer sayısı verilmiştir. Defterin üçüncü sayfasında da adı geçen mahalledeki cizye mükelleflerinin isimleri ve cizye sınıfları ile toplam nefer sayıları belirtilmiştir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-3). Defterin 4-6 sayfalarında “Hâyk-ı Müslüman Mahallesiinin Reayaları”, 6.-7. sayfalarında “Hâyk-ı Zimmiyan Mahallesiinin Reayaları”, 7.-8. sayfalarında “Akyol ve Eblehân Mahallelerinin Reayaları”, 9.-10. sayfalarında “Bey Mahallesiinin Reayaları”, 10.-11. sayfalarında “Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma Mahallesiinin Reayaları”, 11.-13. sayfalarında “İbn-i Eyyûb Mahallesiinin Reayaları”, 13 ile 15 sayfaları arasında “Çukur Oba Mahallesiinin Reayaları”, 15 ile 16 sayfalarında “Tarla-yı Atik Mahallesiinin Reayaları”, 17. sayfada “Seng-i Tavil Mahallesiinin Reayaları”, 17. ve 18. sayfalarında “Zincirli ve Kurb-ı Zincirli Mahallesiinin Reayaları”, sayfa 19’da “Ehl-i Cefa Mahallesiinin Reayaları”, sayfa 19-20’de “İbn-i Kör Mahallesiinin Reayaları”, 20. sayfada “Ammi Mahallesiinin Reayaları”, sayfa 20-21’de “Tışlakî Mahallesiinin Reayaları” sayfa 21-21’de “Yahudi Taifesinden Ahz Olunan Cizye-i Şer’iyye”, sayfa 22-26’da “Perakende Gureba ve Nevahilerde Bulunan Reayaların isim ve künyeleridir” ibaresi ile cizye mükellefleri tek tek kayıt edilmiştir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 4-25). Sayfa 26’da ise adı geçen mahallelerde belirlenen cizye sınıfları genel toplamları “Cem ’an yekün” ile deftere yazılmış aşağıda yer alan bir cetvel oluşturulmuştur.

Tablo 1
Mahallelere Göre Cizye Ödeyen Nefer Sayıları ve Cizye Sınıfları

Mahalle	Âlâ	Evsât	Ednâ
Kozanlı	2	75	82
Hâyk-ı Müslüman	3	110	75
Hâyk-ı Zimmiyân	1	62	30
Akyol(Ağyol) ve Eblehân		43	75
Bey Mahallesi	2	25	48
Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma		52	55
İbn-i Eyyûb	4	75	107
Çukur Oba	1	110	70
Tarla-yı Atik	5	68	40
Seng-i Tavil		20	15
Ehl-i Cefa		30	23
İbn-i Kör		22	10
Ammi		25	10
Tışlakî	2	25	17
Zincirli ve Kurb-ı Zincirli		65	42
Yahudi taifesinden	3	23	52
Perakende gureba ve nevahilerde	2	90	198
Toplam	25	920	949

Bu cetvelden sonra da;

Âlâ 60 Evsât 30 Ednâ 15 “Beherinin fiyatları beyan olunur”

1500 27600 14230

Yekûn

43335

450 “Muharrem ve Safer ve Rebûlevveliyeye mahsun cibâyete eden kâtibiye-i mâhiye 3 mâh fi (beher ay) 150” olarak belirtilmiştir.

Defterin sonunda “Ayntâb kazâsında mütemekkin re’âyâ-yı Devlet-i Âliyye’nin esnâf-ı selâse itibâriyle ruûsları meclis ma’rifetiyle ta’dâd olunarak bâlâda bast u beyân olunduğu vechile beherinin müstehik oldukları cizye evrâkı a’zâ-yı meclisten me’mûru Mehmed Arif Ağa ma’rifetiyle yedlerine i’tâ kılınmış ve ber vech-i bâlâ cibâyete ve tahsîl olunmuş olan kırk üç bin üç yüz otuz beş guruşdan üç mâhda lazım gelen ücret-i kâtibiyesi dört yüz elli kuruş bi’t-tenzil yalnız kırk iki bin sekiz yüz seksen beş kuruş kalmış olduğu işbu mahalle şerh ve temhîr olunmuştur. Fî 20 Z.(Zilhicce) 1262” kaydı ile defter “Reis Osman,” “...”, “Esseyid Muhammed”, “Esseyid Mehmed”, “Mehmed Arif”, “Yakub Necib”, “Mustafa Seyyid Vasfi” “.....” son olarak “Ermeni vekil Makdisi...?” tarafından mühürlenip merkeze gönderilmiştir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 62, s. 26). Deftere göre, cizye mükellefi sayısı toplamda 1.894 neferdir. Bunların âlâ sınıfından olanlar 60 kuruş, evsât sınıfından olanlar 30 kuruş ve ednâ sınıfından olanlarda 15 kuruş cizye ödemiştir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-26). Dolayısıyla kentte 1.894 neferden toplamda 43.335 kuruş cizye tahsili gerçekleşmiştir. Fakat güncel hesaplamalara göre; genel toplamda cizye miktarı 43.435 kuruştur. Bunlardan âlâ, evsât ve ednâ olmalarına göre; toplam ödedikleri cizye vergisi içindeki payları hesaplandığında %3.46’sı âlâ, %63.61’i evsât ve %32.93’ü ednâ sınıfına tekabül etmektedir.

Gayrimüslimlerin Ayntâb’da İkamet Ettikleri Mahalleler

Mahalleler toplumsal ilişkilerin düzenlenmesinde ve biçimlenmesinde önemlidir. Osmanlı Devleti’nde mahalle; “birbirini tanıyan, bir ölçüde birbirlerinin davranışlarından sorumlu, sosyal dayanışma içinde olan kişilerden oluşmuş bir topluluğun yaşadığı yerdir.” Osmanlı şehirlerinde gayrimüslimler ayrı mahallelerde otursa da dinsel ve etnik gruplar tamamen birbirine kapalı değildir. Ayrıca Osmanlı şehirlerindeki mahallelerin diğer bir özelliği temel yönetim birimi olmasıdır (Ergenç, 1984, s.70-71-68, Ertaş, 2015, s. 52-53). Ayntâb’da başlangıçta 1536’da 24 mahalle vardır.1543’te ise bu sayı 29’a çıkmakla birlikte kentin bir mahallesi Ermeni mahallesidir (Güllü, 2010, s. 57). 1574’te ise şehirdeki mahalle sayısı 32 iken, kentin en kalabalık mahalleleri Ammi, Âli Neccar, Şehreküstü, İbn-i Şeker, Debbağlar, Tarla, Kürtüncü, İbn-i Eyyûp ve Sıkkak (Çakır, 2015, s. 129), Akyol, Hoşkadem, Çukur, Kozluca, Hacı Musa, Ketenci, Yayı ve Tövbe mahalleleridir (Altınöz, 1999, s.125). Nitekim mahalle sayısı şehirde genel olarak 1640 yılına kadar artış gösterse de bu yılda mahalle sayısı 35’te sabit kalmıştır (Canbakal, 2009, s. 47). 1671-1672 yılları arasında kentteki mahalle sayısı 32’ye düşmüştür (Kurt, 2018, s. 218). 1697 yılına gelindiğinde ise mahalle sayısı 45’e yükseldiği gibi Müslümanlarla gayrimüslimlerin birlikte yaşadıkları mahalleler oluşmuştur. Buda Ermeniyan mahallesinin süreç içerisinde küçülüp kaybolmasına neden olmuştur. Şehirde kurulan Hâyk-ı Müslüman ve Hâyk-ı Zimmîyan mahalleleri dini temelli olsa da her iki mahallede Müslüman ve gayrimüslimler karışık yaşamıştır. 1735 yılında ise şehirdeki mahalle sayısı 52, 1817’de 54, 1892’de ise 82’ye yükselmiştir (Canbakal, 2009, s. 48,52).

İncelenen deftere göre; 1846 yılında gayrimüslimler şehrin Kozanlı, Hâyk-ı Müslüman, Hâyk-ı Zimmîyan, Akyol ve Eblehân, Bey, Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma, İbn-i Eyyûb, Çukur Oba, Tarla-yı Atık, Sengi Tavil, Ehl-i Cefa, İbn-i Kör, Ammi, Tışlakî, Zincirli ve Kurb-ı Zincirli olmak üzere toplam 18 mahallesinde oturmaktadır. Ayrıca gayrimüslimler anne-babaları, oğulları, akrabaları, amcaları ile aynı mahallede ikamet etmiştir. Bununla birlikte adı geçen mahallelere Halep, Maraş, Urfa, Şam ve Birecik’ten çok sayıda

gayrimüslim göç ettiği gibi Arabkirli, Behisnili, Çağdanlı, Çüngüşlü, Dağlı, Diyarbakırlı, Elbistanlı, Erilli, Gürünlü, Kayserili, Kızılhisarlı, Malatyalı, Muşlu, Orullu, Rumkaleli, Sasonlu, Tezbili, Tokatlı olan gayrimüslimlerde vardır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-26).

Bu mahallelerde gayrimüslimlerden fiziki özellikleri, lakapları ve yaptıkları mesleklerle tanınanlarda vardır (BOA, ML.VRD. CMH_d/628, s. 2-26). Örneğin; Kozanlı mahallesinde Kara Seko, Burunsuzoğlu gibi lakaplarıyla tanınanlar vardır. Ayrıca mahalleye Maraş'tan göç eden gayrimüslimlerde vardır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-3). Hâykı-Zimmîyan mahallesinde de Kör Vartan ve Cingöz oğlu gibi lakaplarıyla tanınlar bulunmaktadır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s.6-7). Akyol ve Eblehân mahalleleri birbirine komşu iki mahalle olmakla birlikte diğer mahallelerde olduğu gibi buralarda da oğlu ve kardeşiyle aynı mahallede yaşayanlar vardır. Gayrimüslimlerden bazıları da Burunsuzoğlu Avadik, Deli Vartovar lakapları ile tanındığı gibi bazı gayrimüslim isimleri “*Abdülkerim*” “*Gökçe'nin oğlu Seko* dur.” Adı geçen mahallede aslen Halepli olan gayrimüslimlerde bulunmaktadır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 7-8).

Bey, Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma mahallelerinde de diğer yerlerde olduğu gibi akrabaları ile oturanlar, lakapları veya kör, topal, uzun gibi fiziki özellikleriyle tanınan gayrimüslimler bulunmaktadır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 9-11). İbn-i Eyyûb mahallesinde Masaracının oğlu Agop, Köşker Agiya, Nakkaş Karabet adlı kişiler baba meslek adları veya yaptıkları mesleklerle tanınmıştır. Ayrıca bir gayrimüslimin Keşişin oğlu Bedros olarak tanınması kentte keşiş olduğunu muhtemel kılmaktadır. Bu mahalleye Halep'ten göç eden gayrimüslimlerde vardır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s.11-13). Çukur Oba mahallesinde de akraba olan gayrimüslimler, yaptıkları meslekler veya lakaplarıyla tanınanlar vardır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 13-15). Tarla-yı Atik mahallesinde de benzer durumlar söz konusudur ve bu mahallede bir gayrimüslimin adı “*Derviş oğlu Agop*” dur (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 15-16). Ehl-i Cefa mahallesinde gayrimüslimlerden biri Aşık Vartan olarak tanınır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 19). Zincirli ve Tışlakî mahallelerinde gayrimüslimlerden birkaç kişinin adının keşişoğlu olarak geçmesi bu mahallelerde keşiş olduğunu muhtemel kılmaktadır. Ayrıca Zincirli, Hâyk-ı Zimmîyan, Akyol veya Eblehân mahallelerinde meyhane olması şehirde gayrimüslimlerin sosyal yaşantılarına müdahale edilmediğini göstermektedir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 17-21).

Gayrimüslimlerin Ödedikleri Cizye Miktarları

Kentteki cizye vergisi mükellefi sayıları ve bunlardan tahsil edilen cizye miktarı değişiklik gösterebilmekteydi. 1843 yılında tespit edilebilen cizye evrakı sayısı 1.348 idi. Bu evraklardan 150'si âlâ, 2000'i evsât, 1021'i ednâ sınıfından olmak üzere bunlardan 48.902 kuruş cizye tahsil edilmiştir (Bayraktar, 2000, s. 88). 1846 yılında Ayıntâb'ın 18 mahallesinde oturan gayrimüslimler cizye vergilerini ekonomik durumlarına göre ödemiştir. Bu tarihte şehirdeki vergi mükellefi olan gayrimüslimlerden genel toplamda 43.435 kuruş cizye tahsil edilmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 2'de Ayıntâb'ın mahallelerinde oturan gayrimüslimlerin cizye sınıflarına göre kuruş olarak ödedikleri cizye miktarı ve her mahallenin cizye toplamı miktarı ile genel toplam cizye vergisi miktarına göre yüzdelik oranı verilmiştir.

Tablo 2

Gayrimüslimlerin Cizye Sınıflarına Göre Ödedikleri Cizye Miktarı ve Yüzdelik Oranları

Mahalle	Âlâ	Evsât	Ednâ	Toplam	Cizye Miktarı (%)
Kozanlı	120	2,250	1,230	3,600	8.29%
Hâyk-1 Müslüman	180	3,300	1,225	4,705	10.83%
Hâyk-1 Zimmiyân	60	1,860	450	2,370	5.46%
Akyol ve Eblehân	-	1,290	1,125	2,415	5.56%
Bey	120	750	720	1,590	3.66%
Kubbe-i Cuma ve Kurb-1	-	1,560	825	2,385	5.49%
Kubbe-i Cuma	-	1,560	825	2,385	5.49%
İbn-i Eyyûb	240	2,250	1,605	4,095	9.43%
Çukur Oba	60	3,330	1,050	4,440	10.22%
Tarla-yı Atik	300	2,040	600	2,940	6.77%
Seng-i Tavîl	-	600	225	825	1.90%
Zincirli ve Kurb-1 Zincirli	-	1,950	630	2,580	5.94%
Ehl-i Cefa	-	900	345	1,245	2.87%
İbn-i Kör	-	660	150	810	1.86%
Ammi	-	750	150	900	2.07%
Tıslaki	120	750	225	1,095	2.52%
Yahudiler	180	690	780	1,650	3.80%
Perakende Gureba ve Nevahilerde	120	2,700	2,970	5,790	13.33%
Genel toplam	1,500	27,630	14,305	43,435	100.00%

Kaynak: BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-21.

Tablo 2'ye göre; en fazla cizye vergisi 10.83% ile Hâyk-1 Müslüman ve 10.22% ile Çukur Oba mahallelerinde oturan gayrimüslimlerden tahsil edilmiştir. Bu mahalleden sonra en fazla cizye ödeyenler 13.33% oranla kent dışından gelenlerdir. Kent dışından gelenlerin vergi miktarının yüksek olması şehrin göç aldığını göstermektedir. Şehirdeki en az cizye ise 1.86% oranla İbn-i Kör mahallesinden tahsil edilmiştir. Ayrıca kentte Yahudilerden de ekonomik durumlarına göre cizye alındığı görülmektedir.

Osmanlı Devleti'nde Yahudiler geniş bir hoşgörü ortamında Osmanlı'nın bir çok kentinde yaşamıştır (Eroğlu, 2004, s. 85,95). İncelenen deftere göre; 1846 yılında Ayntâb'da Yahudilerde ekonomik durumlarına göre cizye ödemiştir. Kentte bazı Yahudiler, Yahudi Helkon, Halepli Yakob, Karındaşı Hader, Kara Nesim, Oğlu Abraham, Kalyoncu Murad, Dellal Abur, Pantob oğlu Neto gibi mensup oldukları ırk, memleketleri, akrabalık bağı veya yaptıkları meslekler ile tanınmaktadır. Yahudiler arasında isimleri "Murad", "Süleyman", "İsrail" olanlarda vardır (BOA. ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 21-22).

Aşağıda yer alan Tablo 3'te mahallelere ve cizye sınıflarına göre vergi mükelleflerinin sayıları verilmiştir. Her mahallede yer alan toplam vergi mükellefi sayıları genel toplam vergi mükellefi sayısına bölünerek mahallelerdeki cizye ödeyenlerin yüzdelik oranları hesaplanmıştır.

Tablo 3

Mahallelere ve Cizye Sınıflarına Göre Cizye Mükellef Sayıları ve Yüzdeler Oranları

Mahalle	Âlâ	Evsât	Ednâ	Toplam	Cizye Mükellefi (%)
Kozanlı	2	75	82	159	8.39%
Hâyk-ı Müslüman	3	110	75	188	9.93%
Hâyk-ı Zimmîyân	1	62	30	93	4.91%
Akyol ve Eblehân	-	43	75	118	6.23%
Bey	2	25	48	75	3.96%
Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma	-	52	55	107	5.65%
İbn-i Eyyûb	4	75	107	186	9.82%
Çukur Oba	1	110	70	181	9.56%
Tarla-yı Atık	5	68	40	113	5.97%
Seng-i Tavîl	-	20	15	35	1.85%
Zincirli ve Kurb-ı Zincirli	-	65	42	107	5.65%
Ehl-i Cefa	-	30	23	53	2.80%
İbn-i Kör	-	22	10	32	1.69%
Ammi	-	25	10	35	1.85%
Tıslaki	2	25	17	44	2.32%
Yahudiler	3	23	52	78	4.12%
Perakende Gureba ve Nevahilerde	2	90	198	290	15.31%
Genel toplam	25	920	949	1894	100.00%

Kaynak: BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s.2-21.

Tablo 3'e göre, Akyol ve Eblehân, Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma, Seng-i Tavîl, Zincirli ve Kurb-ı Zincirli, Ehl-i Cefa, İbn-i Kör, Ammi mahallerinde âlâ sınıfından cizye ödeyen gayrimüslim yoktur. En fazla cizye mükellefi sayısı Hâyk-ı Müslüman 9.93%, İbn-i Eyyûb 9.82%, Çukur Oba 9.56% ve 8.39% ile Kozanlı mahallelerinde bulunmaktadır. Şehirde perakende gureba ve nevahilerde bulunan gayrimüslimlerin cizye mükellefleri içindeki oranı ise 15.31%'dir.

1846 Yılında Ayntâb'da Gayrimüslim Nüfus

Osmanlı Devleti lüzum gördükçe bütün vilayetleri kapsayan veya yalnız bir kısım liva ve vilayetleri ihtiva eden nüfus, arazi tahrirleri yapmıştır. Olağan üstü bir durum olmadığı takdirde de her 30 yılda bir tahrirler güncellenmiştir (Özdeğer, 1982, s.18). Ayntâb'da 1536 yılında yapılan tahrire göre gayrimüslimlere ait 44 hane vardır ve nüfusları 220 olmakla birlikte 11'i mücerrettir. 1543'te ise gayrimüslim hane sayısı 28'e, nüfus ise 220'den 140'a, mücerret sayısı da 6'ya düşmüştür. 1574'te şehirdeki gayrimüslim hane sayısı ve nüfusta artışlar olmuş, hane sayısı 79'a, nüfusu da 395'e yükselmiştir (Altınöz, 1999, s. 126). Bu yüzyılda Ayntâb'daki gayrimüslim nüfusunun artış göstermesinin nedeni İran ile Doğu Anadolu'nun bazı kentlerinden gelen Ermenilerdir (Güllü, 2010, s. 59). 1704'te şehirdeki gayrimüslim hane sayısı 450'ye, nüfusu ise 2.200 (%15)'e yükselmiştir (Canbakal, 2009, s. 54). 1832 yılında ise şehirdeki 15.000 kişilik nüfustan sadece 3000'i Hristiyan'dır (Güllü, 2010, s. 61). Bazı kaynaklar 1840 yılında kentte 65.084 Müslüman, 21.046 değişik cemaatlerden oluşan Hristiyan ve 807 Yahudi olduğu yazmaktadır (Kurt, 2018, s. 220). İncelenen cizye muhasebe defteri 1846 yılında şehirdeki gayrimüslim nüfus hakkında tahminde bulunmamızı sağlamıştır. Ancak bu defter tek başına net bir rakam vermez. Buna göre; kentte 1.894 gayrimüslim cizye vergisi mükellefi vardır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 22-26). Araştırmacılar arasında kabul gören görüşe göre her bir cizye mükellefini beş ile çarptığımızda (Barkan, 1953, s.1-12; Göyünç, 1997, s. 552) Ayntâb'da 9.470 gayrimüslim nüfusun olması muhtemeldir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 22-26). 19. yüzyılın ikinci yarısından başlamak üzere 20. yüzyılda da Ayntâb'da gayrimüslim nüfus artmaya devam etmiştir (Şıvgın, 1997, s.71-73).

Gayrimüslimlerin Yaptıkları Meslekler

İncelen deftere göre; 1846'da yılında Ayntâb'da 468 cizye mükellefinin 106 farklı zanaat dalı ile uğraştığı tespit edilmiştir. Buda şehrin ekonomi ve zanaat bakımından güçlü olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte kentte gayrimüslimlerden meslekleriyle tanınanlar vardır. Örneğin; Çamuşçu Agop, Kürkçü Manol, Düğmeci Karabet ve Papuççu Kiyork yaptıkları zanaatlarla bilinir. Bunun yanı sıra Aşçıoğlu, Balcıoğlu, Çevircioğlu, Çorbacıoğlu, Çulcuoğlu, Değirmencinin oğlu, Helvacıoğlu, Kalemkaroğlu, Katircioğlu, Kazıkçının oğlu, Kendircioğlu gibi çok sayıda gayrimüslim baba meslekleri ile birlikte anılmaktadır. Bazı gayrimüslimlerin "Çatalbaşı Nersiz", "Terzibaşının oğlu Agop", "Nalbantbaşı Seko", "Pazarbaşıoğlu Sarkiz" olarak belirtilmesi gayrimüslimlerin lonca teşkilatı içinde yer aldıklarını ve Ayntâb'da mesleki bir tekelleşme olmadığını göstermektedir. Ayrıca deftere göre; cizye ödeyenlerden iki gayrimüslim topçu, kılıççı gibi askeri meslekleri yapmaktadır. Bununla birlikte bir gayrimüslim Loşkacı⁴ olarak kayıt edilmiştir. Şehrin güvenliği ve alt yapı işlerinde de mesleği bekçi ve lağımçı olan gayrimüslimlerde vardır. Aşağıda yer alan Tablo 4'te 1846 yılında şehrin farklı mahallelerinde gayrimüslimlerin yaptıkları meslekler ve genel toplam kişi sayısına göre yüzdelik oranları verilmiştir.

Tablo 4
Ayntâb'da Gayrimüslimlerin Yaptıkları Meslekler

Meslekler	Kozanlı	Hâyk-ı Müstüman	Hâyk-ı Zimmîyan	Akyol ve Eblehân	Bey	Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma	İbn-i Eyyûb	Çukur Oba	Tarla-yı Atık	Seng-i Tavil	Zincirli ve Kurb-ı Zincirli	Ehl-i Cefa	İbn-i Kör	Armmi	Tıslaki	Toplam	%
Abacı	1		1		1				1				1			5	1.08%
Akrebcî							1									1	0.22%
Alacacı	1		1													2	0.43%
Aşçı			1								1					2	0.43%
Azap						1	1									2	0.43%
Bakkal									1							1	0.22%
Balcı							1									1	0.22%
Basmacı	1							1								2	0.43%
Bedestenci					1			1								2	0.43%
Bekçi											1					1	0.22%
Berber		3	1				3				1					8	1.74%
Bezci					1											1	0.22%
Bıçakçı		1	1	1												3	0.65%

Loşka bir kişi alabilen küçük kayıtlar. Muhtemelen loşkacı bu kayığı yapan kişidir. Bkz..Berna Burcu Korucu Üçüncü, *Tarihî Süreçte Beyşehir Gölü Adalarında İskân, Nüfus ve Sosyo-Ekonomik Faaliyetler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya 2014, s.7.

Tablo 4
Ayntâb'da Gayrimüslimlerin Yaptıkları Meslekler (Devamı)

Meslekler	Kozanlı	Hâyk-i Müslüman	Hâyk-i Zimmîyan	Akyol ve Eblehân	Bey	Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma	İbn-i Eyyüb	Çukur Oba	Tarla-yı Atık	Seng-i Tavil	Zincirli ve Kurb-ı Zincirli	Ehl-i Cefa	İbn-i Kôr	Ammi	Tıslaki	Toplam	%
Bostancı							1									1	0.22%
Boyacı		1		1	2	5	4	1	1	1	3				3	22	4.77%
Camuşcu	1															1	0.22%
Cebeci							1									1	0.22%
Cebirci								1								1	0.22%
Cellad								1								1	0.22%
Cibayet Boyacısı		1														1	0.22%
Cüllah				2	1	1	1	3				2			1	11	2.39%
Çabuççu	1															1	0.22%
Çakmakçı						2	1				1					4	0.87%
Çatalbaşı		1														1	0.22%
Çerçi	1		1					2		1	2	2				9	1.95%
Çevirici		1														1	0.22%
Çilingir		2			1											3	0.65%
Çinici	1															1	0.22%
Çulcu		1														1	0.22%
Çulha					1											1	0.22%
Debbağ											1				6	7	1.52%
Değirmenci		1	1	4	1	2	3	4				1		1		18	3.90%
Dellal								1			1					2	0.43%
Demirci		2	2	1			3	4	1		3	1			1	18	3.90%
Düğmeci	2										1					3	0.65%
Ekici											1					1	0.22%
Ekmekçi	1		1	3		4	3	3		1	2	2		1		21	4.56%
Eşkici								1								1	0.22%
Fıstıkçı							1									1	0.22%
Gemci											1					1	0.22%
Gümüşçü		1														1	0.22%
Halburcu									1					2		3	0.65%
Hamal		1		2		1	1	5	1	1	1	2	2			17	3.69%
Hekim	1															1	0.22%

Tablo 4
Ayntâb'da Gayrimüslimlerin Yaptıkları Meslekler (Devamı)

Meslekler	Kozanlı	Hâyk-ı Müslüman	Hâyk-ı Zimmîyan	Akyol ve Eblehân	Bey	Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma	İbn-i Eyyüb	Çukur Oba	Tarla-yı Atik	Seng-i Tavil	Zincirli ve Kurb-ı Zincirli	Ehl-i Cefa	İbn-i Kör	Ammi	Tıslaki	Toplam	%
İpçi		1					1									2	0.43%
İpekçi										1						1	0.22%
Kahkeci				3				1	2	2	2	4	1	1	1	17	3.69%
Kalaycı		1					2	1			2		1	1		8	1.74%
Kalçı						1								1		2	0.43%
Kalıpçı												1				1	0.22%
Kalyoncu														1		1	0.22%
Kasarıcı				1						1		1				3	0.65%
Katırcı		1						1				1				3	0.65%
Katmerci											1					1	0.22%
Kazancı	2				1				2							5	1.08%
Kazıkçı						1	1									2	0.43%
Keçeci					1											1	0.22%
Kendirici							1									1	0.22%
Keresteci			1													1	0.22%
Kılcı											1				1	2	0.43%
Kılıççı					1			1			1					3	0.65%
Kiyeci				1												1	0.22%
Kızır						1	2		1							4	0.87%
Kömürcü										1						1	0.22%
Köşker	2	3	1	2	2	5	7	2		1	7	1	3		2	38	8.24%
Kuyumcu	1		3			2	4	1	1						3	15	3.25%
Kürkçü	1					1										2	0.43%
Lağımçı											1					1	0.22%
Loşkacı		1														1	0.22%
Masaracı	4			2	2		3									11	2.39%
Mekikçi										1						1	0.22%
Meyhaneci			1	2							1					4	0.87%
Milci							1									1	0.22%
Mimar								1								1	0.22%
Nakkaş							2									2	0.43%

Tablo 4
Ayntâb'da Gayrimüslimlerin Yaptıkları Meslekler (Devamı)

Meslekler	Kozanlı	Hâyk-ı Müslüman	Hâyk-ı Zimmîyan	Akyol ve Eblehân	Bey	Kubbe-i Cuma ve Kurb-ı Kubbe-i Cuma	İbn-i Eyyüb	Çukur Oba	Tarla-yı Atık	Seng-i Tavil	Zincirli ve Kurb-ı Zincirli	Ehl-i Cefa	İbn-i Kör	Ammi	Tıylaki	Toplam	%
Nalband	5	1		1	1	1		6	1			1	2			19	4.12%
Nalbandbaşı	1															1	0.22%
Oturakçı											2					2	0.43%
Pabuççu	5			1	1				2	1					1	11	2.39%
Pancaracı									1							1	0.22%
Pazarbaşı									3							3	0.65%
Pilavcı		1						1				1				3	0.65%
Piliççi							1									1	0.22%
Pişirici							1	2	1		3					7	1.52%
Saatçi									1							1	0.22%
Sabuncu								1								1	0.22%
Sazcı	1															1	0.22%
Semerci		1	1	2	2	1		4	2		2					15	3.25%
Suvakçı							1									1	0.22%
Sülükçü												1				1	0.22%
Tabbak											1					1	0.22%
Tahtacı		1	1				1									3	0.65%
Tarakçı		1					1	4								6	1.30%
Taşçı	1	2		2	1		4				2					12	2.60%
Tavukçu							1									1	0.22%
Tenekeci				1												1	0.22%
Terzi		5		1	2		1	3								12	2.60%
Terzibaşı		1														1	0.22%
Topçu		1						1	1							3	0.65%
Tuzcu					1										1	2	0.43%
Tüfekçi						1	1		3		3			1		9	1.95%
Tütüncü	1			3			2	1								7	1.52%
Yapıcı							2		2		2	1				7	1.52%
Yaycı	1						1									2	0.43%
Yemenici											1					1	0.22%
Zubuncu							1									1	0.22%
Genel Toplam	36	37	18	36	24	30	67	59	29	12	52	22	10	9	20	461	100.00%

Kaynak: BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-25.

Tablo 4'e göre; kentte 1846 yılında cizye mükellefi olarak kayıt edilen 1.894 neferden 461 nefer mesleği ile kayıt edilmiştir. Gayrimüslimler arasında yapılan en fazla meslekler 8.24% oranla köşker, 4.77% oranla boyacı, 4.56% oranla ekmekçi, 4.12% oranla nalbant, 3.90% oranla değirmenci, demirci, 3.69% oranla hamal ve kahkeci, 3.25% oranla kuyumcu ve semerci, 2.60% oranla taşçı terzi mesleklerini yapanlardır. Bu meslekler içinde gayrimüslimlerden kuyumcu mesleğini yapanların olması ekonomik durumlarının iyi olduğunu göstermektedir. Ayrıca hekimlik, mimarlık gibi elit mesleklerde gayrimüslimler tarafından yapılmaktadır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 2-25).⁵ Yahudiler de, kentteki diğer gayrimüslimler gibi çeşitli meslekleri yapmışlardır (Özlü, 2020, s. 65). Bu tarihte kentteki Yahudilerden de meslekleri şekerci, kalyoncu, dellal, tesbihçi, helvacı, kavcı, kalyoncu ve kuyumcu olanlar vardır (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 21-23). Şehirdeki perakende gureba ve nevahilerden sadece Halepli Naum'un mesleği mumcu olarak kayıt edilmiştir (BOA, ML. VRD. CMH_d/ 628, s. 22-26).

Sonuç

Osmanlı Devleti'nde XVI. yüzyıldan sonra timarların bir uzantısı olarak cizye muhasebe defterleri oluşturulmaya başlandı. Bu defterlerin oluşturulma amacı ise gayrimüslimlerden tahsil edilecek cizye mükelleflerini tespit etmek içindi. Fakat defterler her ne kadar cizye mükellefi olan gayrimüslim erkekleri tespit etmeye yönelik hazırlansa da defterlerde cizye alınan yer, cizye mükellefi isimleri, gayrimüslimlerin akrabalık bağları, lakapları, meslekleri, nereli oldukları, cizye miktarı ve sınıfı hakkında birçok önemli bilgiler yer almaktadır ve bu yönüyle bu tür defterler tarihi demografi açısından önemlidir. Ancak cizye defterleri tek başına gayrimüslimlerin sosyal ve iktisadi hayatları hakkında tam ve kesin bilgiler vermeyebilir. Bu nedenle süreç içerisinde ortaya çıkacak yeni bilgi ve belgeler bu boşluğu dolduracaktır.

1846 yılında Ayntâb'da yaşayan gayrimüslimler cizye vergilerini ekonomik durumlarına göre ödemiştir. Perakendelerden cizye alınması ise bunları yerleşik hayata geçirmek içindir. Bu dönemde hazırlanan cizye evrakının titiz bir şekilde hazırlanmasının nedeni gerek hazinenin gerek gayrimüslimlerin zarar görmesini önlemek içindir. Nitekim defterin bir reis, yedi aza ve bir vekil Ermeni tarafından imzalanması devletin diğer kentlerde olduğu gibi Ayntâb'da da vergi tahsilinde büyük bir hassasiyet ve titizlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca kentte bir hayli cizye mükellefinin olması ve cizye miktarının büyük bir meblağ teşkil etmesi bunu göstermektedir.

Ayntâb'ın 18 mahallesi ve köylerinde gayrimüslimler ve Yahudiler Müslümanlarla bir arada yaşamıştır. Şehrin bir çok mahallesinde gayrimüslimler akrabaları ile aynı mahallede ikamet etmişlerdir. Kentte Hâyk-ı Zimmîyan ve Hâyk-ı Müslüman adıyla iki mahalle dini temelli mahalle olmasına rağmen bu yerlerde dini veya sınıfsal bir cemaatleşme yoktur. Şehrin birkaç mahallesinde meyhane olması gayrimüslimlerin sosyal yaşantılarını rahat bir şekilde devam ettirdiklerini göstermektedir. Kayıtlarda bazı cizye mükellefleri isimlerinin keşişoğlu olarak geçmesi, kentte keşiş olduğunu muhtemel kılmaktadır. Gerek köylerden gerek farklı kentlerden çok sayıda gayrimüslimin Ayntâb'a göç etmesi şehirdeki gayrimüslim nüfusun artmasını sağlamıştır.

⁵ Bu durum sadece Ayntâb için geçerli olmayıp Osmanlı topraklarında da genel olarak aynı şekildedir. Örneğin; Safranbolulu İzzet Mehmed Paşa Vakfı'na ait 1809-1810 tarihli vakıf muhasebe kayıtlarına göre ilgili tarihte Safranbolu'da kuyumculuk vb. gibi yüksek gelirli mesleklerle de gayrimüslimlerin uğraştığı görülmektedir. Mustafa Can, Safranbolulu Mehmed İzzet Paşa Vakfı'na Ait Hicri 1224 (Miladi 1809-1810) Tarihli Muhasebe Defteri Üzerine Bir Değerlendirme, Uluslararası Geçmişten Günümüze Karabük ve Çevresinde Dini, İlimi ve Kültürel Hayat Sempozyumu, Karabük Üniversitesi Yayınları, 2019, s. 528.

İncelenen deftere göre, 106 adet farklı meslek gayrimüslimler tarafından yapılmaktadır. Bu durum şehrin ticari ve zanaat alanında iyi olduğunu göstermektedir. Kente çok sayıda perakende ve garip gelmesi de bu durumu destekler niteliktedir. Bununla birlikte lonca teşkilatı içinde de gayrimüslimlerin yer alması şehirde mesleki bir tekelleşme olmadığını gösterir. Ayrıca kentte kuyumculuk, mimarlık ve hekimlik gibi elit meslekler gayrimüslimler tarafından yapılmaktadır. Şehirde yaşayan gayrimüslimler mesleklerini rahatlıkla babadan oğula aktarmış ve yanlarında çırak çalıştırarak mesleklerin sonraki nesillere aktarılmasını da sağlamışlardır.

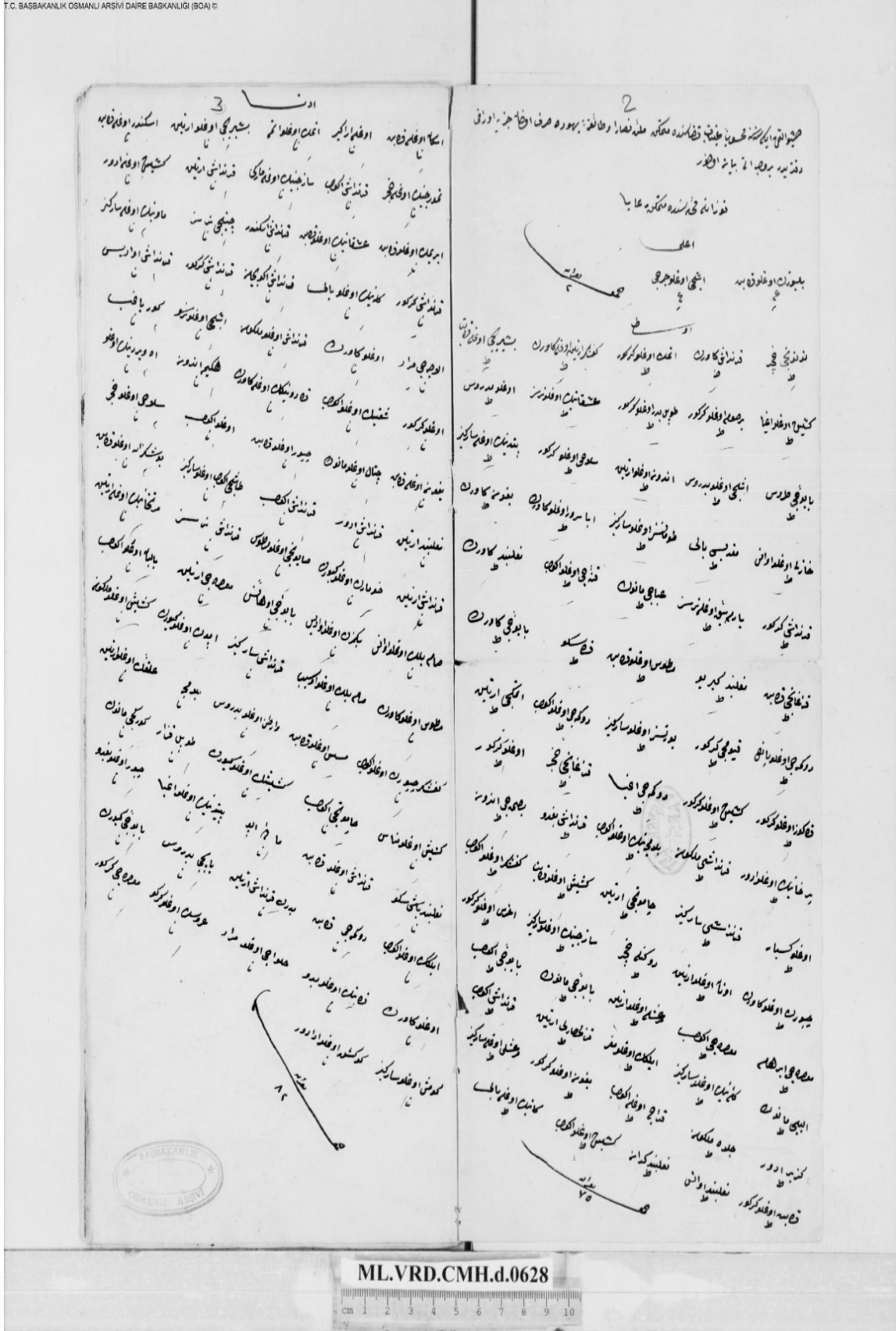
Kaynakça

- Adiyeke, A. N. (2017). 18. yüzyılda Girit'te cizye uygulaması ve toplumsal etkileri. *Bellekten*, 81(290), 135-158. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/965315>
- Altınöz, İ. (1999). Dulkadır Eyâletinin Kuruluşunda Antep Şehri (XVI. Yüzyıl). Ed. Yusuf Küçükdağ, *Cumhuriyetin 75. Yılına Armağan* içinde (s.89-146). Gaziantep.
- Barkan, Ö. L. (1953). Tarihî demografi araştırmaları ve Osmanlı Tarihi. *Türkiyat Mecmuası*, 10(0), 1-26. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/172847>
- Barkan, Ö. (1964). 894 (1488/1489) yılı cizyesinin tahsilâtına âit muhasebe bilânçoları. *Belgeler*, 1(1)1, 1-777. Erişim adresi: <https://belgeler.gov.tr/tam-metin-pdf/103/tur>
- Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü. (2010). *Başkanlık Osmanlı arşivi rehberi*. İstanbul, Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları.
- Bayraktar, H. (2000). XIX. yüzyılın ilk yarısında Antep'in idari yapısı ve iktisadî durumu (Yunus Küçükdağ). *22 Ekim 1999, Gaziantep, Osmanlı Döneminde Gaziantep Sempozyumu* içinde (s.83-96). Gaziantep.
- Boris C. N. (1944). Osmanlı İmparatorluğu'nda Cizye (Baş Vergisi). *Bellekten*, VIII(32), 599-652.
- Can, M. (2019). Safranbolulu Mehmed İzzet Paşa Vakfı'na Ait Hicri 1224 (Miladi 1809-1810) Tarihli Muhasebe Defteri Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Geçmişten Günümüze Karabük ve Çevresinde Dini, İlmi ve Kültürel Hayat Sempozyumu* içinde (s.522-533). Karabük.
- Canbakal, H. (2009). *17. yüzyılda Ayntâb Osmanlı Kentinde toplu ve siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çakır, İ. E. (2015). *16. yüzyılda Ayntâb Şehri*. İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Çoruh, H. (2020). Cizye tahrirlerine göre Antakya'da gayrimüslim cemaatler. *Vakanüvis- Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 74-124. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/998331>
- Çoruh, H. (2013). II. Mahmud döneminde cizye vergisinde yapılan düzenlemeler: Kıbrıs örneği. Arif Kolay (Ed.), *Türk Modernleşmesi* içinde (s. 93-108). Yeditepe Yayınevi: İstanbul.

- Dündar, R. (2012). H. 1269 (1852-1853) tarihli Kıbrıs Cizye Muhasebe Defteri. *Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks*, 4(2), 99-122. Erişim adresi: <http://www.dieweltdertuerken.org/index.php/ZfWT/article/view/355/dundar>
- Dündar, R. (2012). H.1053-M.1643 tarihli 8428 No'lu Cizye Defteri'nin tanıtımı ve değerlendirilmesi. *History Studies*, 4(4),125-146. Erişim adresi: <https://www.historystudies.net/dergi/tar2015124c43a.pdf>
- Ercan, Y.(2001). *Osmanlı yönetiminde gayrimüslimler, kuruluştan Tanzimat'a kadar sosyal, ekonomik ve hukuki durumları*. Ankara: Turan Kitapevi.
- Ercan, Y. (1991). Osmanlı İmparatorluğu'nda gayrimüslimlerin ödedikleri vergiler ve bu vergilerin doğurduğu sosyal sonuçlar. *Bellekten*, LV(213), 371-391. Erişim adresi: <https://belleten.gov.tr/tam-metin-pdf/2188/tur>
- Ergenç, Ö. (1984). Osmanlı şehrindeki "mahalle" nin işlev ve nitelikleri üzerine. *Osmanlı Araştırmaları*, 4(04), 70-78. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/112760>
- Erkal, M. (1993). Cizye. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt 8, s. 42-45). İstanbul: TDV.
- Eroğlu, A. H. (2004). *Osmanlı Devletinde Yahudiler*. Ankara: Andaç Yayınları.
- Ertaş, K. (2015). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Diyarbakır Ermenileri*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Fayda, M. (2013). Zimmî. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt 44, s. 428-434). İstanbul: TDV.
- Göyünç, N. (1997). Hane. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt 15, s. 552-553). İstanbul: TDV.
- Güllü, R. E. (2010). *Antep Ermenileri (Sosyal-Siyasal ve Kültürel Hayatı)*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayınları.
- Gülsoy, U. (2002). Osmanlı gayrimüslimlerinin askerlikten muafiyet vergisi: Bedel-i Askerî (1855 - 1909). *Tarih Dergisi*, 0(37), 93-94. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/101953>
- Gülsoy, U. (2010). *Cizyeden Vatandaşlığa Osmanlı'nın gayrimüslim askerleri*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- İnalcık, H. (1993). Osmanlılar'da Cizye. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt 8, s. 45-48). İstanbul: TDV.
- Kenanoğlu, M. M. (2017). *Osmanlı Millet Sistemi mit ve gerçek*. İstanbul: Klasik Yayınları.
- Kocaoğlu, B. (2018). *Osmanlı Devleti'nde Cizye Vergisi*. Ankara: Berikan Yayınları.
- Koçak, Z. (2018). H. 1102 (m. 1690-1691) tarihli Diyarbakır eyaleti Cizye Defterinin tanıtımı ve tahlili. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 37(63), 219-266. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/780860>

- Üçüncü, B.B.K. (2014). *Tarihî süreçte Beyşehir Gölü adalarında iskân, nüfus ve sosyo-ekonomik faaliyetler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kurt, Y. (2018). Osmanlı Devleti Döneminde Gaziantep 1849 Tarihli Antep İcmal Nüfus Defteri ve Antep'in Nüfusu. Ahmet Gündüz vd., (Ed.). *Tarihten Günümüze Ayntâb-Gaziantep* içinde (s. 215-228). Gaziantep: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Çoruh, H. (2013). II. Mahmud döneminde cizye vergisinde yapılan düzenlemeler: Kıbrıs örneği. Arif Kolay (Ed.), *Türk Modernleşmesi* içinde (s. 93-108). Yeditepe Yayınevi: İstanbul.
- Öz, M. (2010). Tahrir, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* içinde (Cilt 39, s. 425-429). İstanbul: TDV.
- Özdeğer, H. (1982). *XVI. yüzyıl tahrir defterlerine göre Antep'in sosyal ve ekonomik durumu*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Özel, O. (2000). Avarız ve Cizye Defterleri. Halil İnalçık ve Şevket Pamuk (Ed.). *Osmanlı Devleti'nde Bilgi ve İstatistik* içinde (s. 35-50). Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü.
- Özlu, Z. (2020). *Yıkılmış Bir Şehri İnşa ve İhya Edenler Cumhuriyetin ilk yıllarında Gazi Antep'te esnaf ve tüccar aileler*. Ankara: Gazikültür.
- Şıvgın, H. (1997). *19. yüzyılda Gaziantep*. Ankara: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı; ML. VRD. CMH. d/ 628 Numaralı Cizye Muhasebe Defteri, H. 20 Zilhicce 1262/M. 9 Aralık 1846
- Taşkın, O. (2021). Ekonomik ve Tipolojik Bir Tahlil: Kilis'te Gayrimüslimler (1846-1849). *Mavi Atlas*, 9(2), 167-181. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1993769>
- Telci, C. (2015). Aydın Sancağının en erken tarihli defteri: Halil Beğ Defteri'nin parçası. *Cihannüma Tarih ve Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 139-175. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/265553>

Ek 1. H.1262/M.1846 tarihli ML. VRD. CMH. d/628 numaralı cizye muhasebe defterinin 2. ve 3. sayfaları



Extended Abstract

Purpose

The aim of this study is the non-Muslims who lived in Ayntâb in 1846 and migrated to the city; It gives information about the neighborhoods they live in, the jizya taxes they have paid according to their economic status, the number of taxpayers and the occupations of non-Muslims living in the city. For this reason, the Jizya Accounting Book dated H.1262/M.1846 and numbered ML. VRD. CMH. d/628 in the Presidency Ottoman Archives was used to reach the information.

Methodology

In order to obtain information about the occupations of non-Muslims and Jews who lived in Ayntâb or immigrated to the city in 1846, the neighbourhoods they resided in, and the jizya taxes they paid to the Ottoman Empire, the Jizya Accounting Book dated H.1262/M.1846 and numbered ML. VRD. CMH. d/628 in the Ottoman Archives was used. In addition, books and articles written about the city and the jizya tax were used.

Findings

According to the information in the Jizya Accounting Book No. ML. VRD. CMH. d/628 dated H.1262/M.1846, there are non-Muslims, Jews and non-Muslims immigrating to the city in 18 districts of the city. Immigration from the surrounding areas of the city shows that the city is economically advance and also shows that the non-Muslim population in the city has increased. Many non-Muslims from Aleppo, Maras, Urfa, Damascus and Birecik settled in the city.

Besides, it has been determined that 113 different professions among the non-Muslims living in the neighbourhoods and paying the jizya tax are carried out by non-Muslims and these professions are passed on from generation to generation. It is also seen that some non-Muslims in the city are known by their professions or the professions of their fathers. The fact that some non-Muslims are mentioned as "Catalbasi Nersiz", "Terzibasi's son Agop", "Nalbantbasi Seko", "Pazarbasioglu Sarkiz" also shows that non-Muslims took place in the guild organization in the city.

Of the 1,894 soldiers registered in the city as taxpayer in 1846, 468 were registered with their profession. Accordingly, the most common occupations among non-Muslims are painters, millers, blacksmiths, bakers, porters, kahke makers, jewelers, blacksmiths, saddlebags, stonemasons and tailors. The fact that there are non-Muslim jewelers among these professions shows that their economic situation is good. In addition, it is performed by non-Muslims in elite professions such as medicine and architecture. Jews, like non-Muslims, had various occupations. At this date, the Jews in the city performed various occupations such as candy maker, galleon maker, dellal, rosary maker, halva maker, kava maker, galleon maker and jeweler.

Non-Muslims living in Ayntâb in 1846 paid the jizya taxes according to their economic status and lived in 18 neighborhoods and villages in the city. In addition, although there are two neighborhoods with the names Hâyk-1 Zimmiyan and Hâyk-1 Muslim, it has been determined that Muslims and non-Muslims live together in these places. This situation shows that there is no religious or class congregation in the city. The fact that there is a tavern in the city shows that non-Muslims continue their social lives comfortably. The fact that a taxpayer's name is mentioned as keşişoğlu in the records makes it possible that there was a monk in the city.

Research Limitations

There are no limitations to the research conducted. The document belonging to the researched period was obtained from the Presidency Ottoman archive.

Implications

The research gives important information about the poll tax paid by non-Muslims living in Ayntâb since 1846, their tax classes, their occupations, the neighborhoods they live in, and where they came from. It also contains information about the non-Muslim population paying the jizya in terms of demographics. However, although the document, which is the subject of the research, gives important information about the above mentioned information of the non-Muslims living in the city, different archival documents and new studies will enable us to obtain new information about the non- muslims who lived in Ayntâb.

Originality

The study was carried out by evaluating the archive document, since it is the jizya accounting book dated 1846 obtained from the Ottoman archive. The archive document, which is the subject of the research, is an important document as it records the non- muslim taxpayers of the Ottoman Empire. For this reason, the Cizye Accounting Book No. ML. VRD. CMH. d/628 dated H.1262/M.1846, which is the subject of the research, allowed us to reach important information about the non-Muslims living in the city.

Araştırmacı Katkısı: Adem ÇALIŞKAN (%100).

Investigation of Impression Management Tactics Exhibited by Powerful Businesswomen in Turkey by Content Analysis ¹

Betül BALKAN AKAN ² - Feyza Çağla ORAN ³

Submitted by: 13.08.2021

Accepted by: 29.01.2022

Article Type: Research Article

Abstract

In this study, it is aimed to evaluate the post sent by businesswomen who are managers in different sectors by using social media in terms of impression management. In accordance with the study aim, the official Twitter accounts of 50 businesswomen in the list of the most powerful 50 businesswomen of business life in 2020 prepared by Fortune Magazine including the dates of March 11, 2020-January 28, 2021 through the content analysis method. In the study, it was presented the date the businesswomen joined Twitter application, the number of their followers and the accounts they follow, and their number of posts. The posts sent by the businesswomen were grouped according to contents, and the groups were designated according to impression management tactics. The posts in the accounts were interpreted in terms of aggressive and defensive impression management tactics, and it was found in the study that the businesswomen have generally been using the impression management tactics of Self-promotion (SP), Ingratiation (IN), and Exemplification (EX) among the aggressive and defensive impression management tactics. It can be said that the studies in this scope have importance in terms of increasing and supporting the participation of women to business world by presenting the influence of women in business world. Besides, because of that the Covid-19 period is a period during which the institutions face crisis economically, analyzing the attitude of businesswomen at this point has importance also in terms of management.

Keywords: *Impression Management, Impression Management Tactics, Businesswoman, Covid-19, Twitter*

Atıf: Balkan Akan, B. ve Oran, F. Ç. (2022). Investigation of impression management tactics exhibited by powerful businesswomen in Turkey by content analysis. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 103-120.

¹ This study does not require ethics committee permission.

² Tekirdağ Namık Kemal University Hayrabolu Vocational School Department of Finance, Banking and Insurance, bbalkan@nku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6028-4592

³ Tekirdağ Namık Kemal University School of Health Emergency and Disaster Management Department, foran@nku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1366-2543

Türkiye'de Güçlü İş Kadınlarının Sergilediği İzlenim Yönetimi Taktiklerinin İçerik Analizi ile İncelenmesi

Betül BALKAN AKAN⁴ - Feyza Çağla ORAN⁵

Başvuru Tarihi: 13.08.2021

Kabul Tarihi: 29.01.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada, farklı sektörlerde yönetici olan iş kadınlarının sosyal medyayı kullanarak yapmış oldukları paylaşımların, izlenim yönetimi açısından değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda Fortune Türkiye'nin hazırladığı iş dünyasının en güçlü 50 iş kadını 2020 sıralamasındaki 50 işkadınının resmi Twitter hesapları 11 Mart 2020-28 Ocak 2021 tarihlerini kapsayacak biçimde içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada iş kadınlarının Twitter uygulamasına katıldıkları tarih, takipçi ve takip ettikleri hesap sayıları ile ileti sayıları ortaya konulmuştur. İş kadınlarının yapmış oldukları paylaşımlar içeriklerine göre gruplandırılmış ve gruplar izlenim yönetimi taktiklerine göre atanmıştır. Hesaplarda yapılan paylaşımlar saldırgan ve savunmacı izlenim yönetimi taktikleri açısından yorumlanmış olup çalışmada iş kadınlarının genel olarak saldırgan izlenim yönetimi taktiklerinden niteliklerini tanıtmaya (NT), kendini sevdirmeye (KS) ve örnek davranışlarda bulunmaya (ÖDB) izlenim yönetimi taktiklerini kullandıkları görülmüştür. Kadınların iş dünyasındaki etkisinin gösterilerek, kadınların iş dünyasına katılımlarının artırılması ve desteklenmesi açısından bu kapsamdaki çalışmaların önem arz ettiği söylenilebilir. Ayrıca Covid-19 döneminin ekonomik açıdan kurumların kriz yaşadığı bir dönem olması dolayısıyla iş kadınlarının tavrının da bu noktada incelenmesi yönetim açısından da önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İzlenim Yönetimi, İzlenim Yönetimi Taktikleri, İş Kadını, Covid-19, Twitter

⁴ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Hayrabolu Meslek Yüksekokulu Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, bbalkan@nku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6028-4592

⁵ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu Acil yardım ve Afet Yönetimi Bölümü, foran@nku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1366-2543

Introduction

Impression management which has been risen to prominence in recent years has importance in terms of both making image by individuals they intended and obtaining reputation by the organizations they intended. When the impression management tactics are used properly and effectively, it makes positive contributions to the individuals and the organizations. It is seen that Twitter which is one of the social networks in which interactive communication is experienced in the most effective way, comes into prominence in understanding impression management tactics. For understanding the impression management better, Bolino, Long, and Turnley (2016, p. 379) have specified several research questions about impression management (What is impression management? What are impression management tactics? Are some people better in impression management tactics than others? Is gender important in understanding impression management? What are the intercultural implications of impression management? How is impression management measured? etc.) This study also has importance for seeking an answer to the question of “Is gender important in understanding impression management?” which is among these research questions.

The fact that there is an increase in the number of businesswomen in many sectors recently indicates the importance and power of women leaders in business world. For this reason, it is thought that analyzing the impression management tactics is important in understanding both individual and organizational success of powerful women managers in significant positions. In this context, in the study, the posts sent by the most powerful 50 businesswomen listed by *Fortune Turkey* Magazine through Twitter will be evaluated in terms of impression management tactics. In the study, it is included the impression management and the impression management tactics, general information about the Twitter accounts of the most powerful 50 businesswomen, and the evaluations about which impression management tactics these businesswomen have been applying. As a consequence, it was offered suggestions about the subject.

Women are considered in the disadvantaged group in working life because of their gender. Changing roles today also affect the position of women in working life. Today, women are more involved in working life and are getting stronger. Successful women, who are in a leading position to take an example here, will be a guide for them (Gül, Yalçınoğlu & Atlı, 2014, p. 170). In this context, it has been concluded that the impression management tactics applied by successful female managers who have overcome the glass ceiling syndrome are successful. It is also seen that successful women share the points they care about in their lives on social media. The impression management tactics applied by successful female managers are seen as a key that leads them to success in line with their career goals. In this context, it is considered to be a guide for women in working life to learn impression management tactics that will help them achieve their career goals and to overcome the glass ceiling syndrome.

Conceptual Framework

Concept of Impression Management

Recognition of the concept of impression management defined for the first time by sociologist Goffman (1959) as a theory is based on the work titled “The Presentation of Self in Everyday Life (Goffman, 1959, p. 120). The beginning of employing the concept of impression management which is expressed as the behaviors displayed by the individual for the purpose of influencing the impressions about oneself (Bozeman & Kacmar, 1997, p. 9) in organizational-level studies has occurred in 1980s. The first exemplary study of impression management in organizational manner is the book of Giacalone ve Rosenfeld titled “IM in the Organization”. While this concept was considered as a multi-dimensional structure both in individual and organizational levels in 1990s,

it has come into prominence more distinctively along with the factors such as social media in 2000s (Şimşek Evren & Akoğlan Kozak, 2017, p. 444).

While Goffman (1959) describes impression management as a performance occurred in the pre-stage (Dunne, Brennan & Kirwan, 2020, p. 3), Schnieder (1981) considers the impression management as a concept appeared in all aspects of life, and expresses that it takes shape in line with the cultures, beliefs and attitudes of the individuals (Bozkurt Yıldırım & Ergun Özler, 2020, p. 64). Impression management is defined as a process towards which the individual influences the image in the eyes of the target (Provis, 2010, p. 200), and emerges with social interaction (Çetin & Basım, 2010, p. 256). Impression management which is defined as the efforts of an actor to make, maintain, protect or change an image found approval by the target audience (Lee, Cho, Arthurs & Lee 2020, p. 71), is expressed as a process in which the individuals manage the impressions of the others (Wang, Li, Sun, Zhang & Cheng., 2016, p. 3). Impression management is a tactic of influence (Provis, 2010, p. 199) and it can occasionally be interpreted as manipulative or illusory (Bolino, Long & Turnley 2016, p. 380).

Impression Management Tactics

Impression management is a process in which the individuals play various roles in the name of being approved by the other party. Individuals try to please the audience for the purpose of receiving support morally, socially and financially. Because of this, the importance attached to appearance gradually increases, and individuals, namely the social actors present many impression management tactics for avoiding to be seen as bad (Giacalone & Rosenfeld, 1989, p. 2). Although most impression management research focuses on the behaviors of employees in an individual manner, it is seen that institutional managers also make and active participation in impression management (Collewaert, Vanacker, Anseel & Bourgois, 2021, p. 3; Lee, Cho, Arthurs & Lee, 2020, p. 71).

There are many impression management tactics in the literature. However, it was seen that some of these tactics were disappeared and some of them were further come into prominence in (Collewaert et al. 2021, p. 3; Yemenici & Bozkurt, 2020, p. 82; Bolino, Kacmar, Turnley & Gilstrap 2008, p. 1082; Schütz, 1998, p. 611; Bozeman & Kacmar, 1997, p. 17). The commonly used impression management tactics today are subsumed under the titles of aggressive and defensive impression management tactics (Seyedoshohadaei & Hejrat, 2018; Gwal, 2015; Bolino et al. 2008; Zivnuska, Kacmar, Witt, Carlson & Bratton, 2004; Rosenfeld, Giacalone & Riordan, 2002; Crane & Crane, 2002; Mohamed, Gardnern & Paolillo, 1999).

While aggressive tactics which is first of the aggressive and defensive impression management tactics are the tactics which are applied proactively and aims to improve the image of the organization, the defensive tactics are reactive, and are rather used for rectifying a negative image (Şimşek Evren & Akoğlan Kozak, 2017, p. 447; Bolino et al. 2008, p. 1095). The information about aggressive and defensive impression management tactics are given in Table 1.

Table 1
Aggressive and Defensive Impression Management Tactics

Aggressive Impression Management Tactic
Self-promotion: Individual emphasizes that she/he is talented and successful, and highlights her/his competent aspects.
Ingratiation: Individual does favors and approaches gently to the target for the purpose of ingratiating her/himself with the other party.
Exemplification: Individual depicts her/himself to the target as devoted to work and tries to be perceived as such.
Intimidation: Individual wants to be perceived as dangerous by the other side. For this reason, she/he uses the methods of threatening and intimidation.
Supplication: Individual tries to display her/his weak sides for receiving help from the other party.
Defensive Impression Management Tactic
Innocence: The impression which is tried by the individual to make is such as to protect or restore the image, and the unintended impression is to be seen as a cheater.
Pleading: Individual admits her/his interest towards the events. However, this occurs in a way by which the individual tries to abdicate responsibility.
Self-justification: Individual accepts responsibility. However, she/he still tries to justify her/himself and does not want to be seen as incompetent.
Apologizing: Individual takes responsibility and accepts the punishment. It is intended to make an impression of protecting one's own image and covering the mistake, and it is remarked a weak impression.
Source: Seyedoshohadaei, S. A. and Hejrat, S. (2018). "Relationship of Personality Characteristics with Impression Management Components in Employees of Iranian Governmental Organizations." <i>International Journal of Ayurvedic Medicine</i> , 9(3), 172; Demiral, Ö. (2013). "İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Örgütsel Sonuçlara Etkisi Üzerine Bir Araştırma." Çukurova University Social Sciences Institute, PhD Thesis, Adana, 29; Doğan, S. and Kılıç, S. (2009). "Örgütlerde İzlenim Yönetimi Davranışı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme." <i>Atatürk University Üniversitesi Journal of Economics and Administrative Sciences</i> , 23(3), 76; Bolino, M. C., Kacmar, K. M., Turnley, W. H. and Gilstrap, J. B. (2008). "A Multi-Level Review of Impression Management Motives and Behaviors." <i>Journal of Management</i> , 34(6), 1082.

Research Methodology

Research Aim and Sample

Aim of this research is to analyze the Twitter accounts used by the people who were selected as the most powerful businesswomen in *Fortune 500 Turkey* list in terms of impression management tactics. *Fortune Magazine* which has been publishing since the year of 1930 has started to publish in the year of 2007 in Turkey as *Fortuneturkey.com*. *Fortune* which has a reader audience over 5 million in 120 countries worldwide is most consulted, most quoted and most rewarded business world magazine, and it is considered as a reference all over the world for the business, finance and technology world along with being prominent the accuracy, profundity and analytical sides of its news ("Fortune Turkey", 2021). *Fortune Turkey Magazine* specifies the most powerful businesswomen in Turkey for the last 10 years by making evaluations according to various criteria. The list of Most Powerful 50 Businesswomen of 2020 prepared by *Fortune Turkey* includes mostly the technology, informatics and finance sectors. The fact that Fortune 500 list has involved over 120 women managers up to today indicates the importance of woman leaders ("KEV", 2021). Due to the nature of the study, informed consent or ethics committee approval was not required.

In this study, the research sample consisted of the official Twitter accounts of 50 businesswomen among the most powerful 50 businesswomen in Fortune Turkey 2020 list (Dorman, 2021). It was identified that 24 of 50 businesswomen has an account in their own name. 2 of these accounts are closed accounts and 1 of these accounts has no tweet posts, and it was conducted content analysis of 21 Twitter accounts in total. It could not

be reached the Twitter accounts of other 26 businesswomen. In the scope of the research, it was examined the post sent by the businesswomen from their accounts between the dates of March 11, 2020 and January 28, 2021, especially during the period in which Covid-19 pandemics has peaked. It was tried to understand what kind of impression managements tactics displayed by the managers who were selected as the most powerful businesswomen in this period. Besides, examining also the attitudes of businesswomen has importance in terms of management because of that the relevant period is a period during which the institutions face a crisis economically.

Analysis Method of Research

In the study, it was conducted content analysis which is a qualitative method. The data were tabulated and interpreted using the Microsoft Excel program. The posts sent by the Twitter accounts of the businesswomen were interpreted with the help of content analysis. Content analysis is to make interpretations and explications rather than giving definite answers about the subject (Çelik & Ekşi, 2008, p. 109). In content analysis, all kinds of recorded material which formalistically put in writing or texts can be a research subject. These materials can be listed as news feeds, speeches and communiques of institutions such as firms, political parties, organizations etc., academic papers, and all kinds of documents which have a characteristics of social interaction; for example, chats, focus group discussions, individual interviews or media, television programs, advertisements, magazines, novels, stories etc. (Elliot, 1996, p. 65). Accordingly, the posts in the accounts were explicated by interpreting within the frame of impression management tactics.

The following sequence was followed in the analysis method of the research: Columns are opened in excel for each account. Each column represented a business woman. The tweets within the specified date range are entered in each column one by one. Content grouping was made by taking into account the main titles of the tweets that were posted. Content grouping numbers also formed the findings of the research.

Findings

As part of the story, it was examined the information about Twitter accounts owned by the most powerful businesswomen. In the study, the account owners were encoded by using roman numerals without any order. The findings of number of followers, date of opening of account, and number of tweets obtained from the reached Twitter accounts of 24 businesswomen can be seen in Table 2.

Table 2

General Information about Twitter Accounts of the Most Powerful Businesswomen

Businesswoman Code	Number of Followers	Number of Followed	Date of Opening of Account	Number of Tweets
I	4581	854	2011	139
II	13,9 B	1044	2010	4695
III	407,3 B	567	2010	3643
IV	5965	295	2008	395
V	7135	390	2010	1267
VI	653	146	2013	350
VII	2375	863	2009	657
VIII	1945	500	2011	810
IX	758	629	2014	971
X	547	247	2009	743
XI	54,4B	1469	2011	22,6B
XII	55	1	2020	19
XIII	827	302	2016	33
XIV	12,9B	132	2010	876
XV	7981	821	2011	2662
XVI	56	204	2009	56
XVII	540	398	2010	647
XVIII	5	32	2013	0
XIX	2	124	2016	29
XX	108	429	2013	102
XXI	12	185	2016	10
XXII	98,4B	617	2011	5230
XXIII	25,6B	312	2017	937
XXIV	311	153	2015	552

As mentioned in Table 2, only 24 of 50 women has her own Twitter account. According to the table, although the oldest account belongs to IV-numbered businesswomen, it can be said that her numbers of followers and tweets are less active than the other accounts. It is seen that the newest account was opened in 2020. It is also seen that the businesswoman with the highest number of followers is III-numbered businesswoman with 407.3B followers. It is seen that the businesswoman who uses Twitter the most active is XI-numbered businesswoman with 22.6B tweets. It was identified that the businesswomen who are among the most powerful 50 businesswomen own the titles of founder, CEO, board member, board chairwoman, and scientist. When the number of posted tweets are compared, it is seen that XI-numbered businesswoman is the one who posts the maximum number of tweets. However, it is also seen that III-numbered businesswoman who has posted less tweets than XI-numbered businesswoman, has the highest number of followers. In this sense, when the number of followers is considered in terms of impression management, it can be said that III-numbered businesswoman displays “a more influential image”. During examining the message contents of the most powerful 50 businesswomen, it was conducted a general title grouping, and the message contents and impression management tactics specified towards these groups can be seen in Table 3.

Table 3

Matching Table on Message Contents and Impression Management Tactics

Message Contents	Impression Management Tactics	Code
Commemoration, greeting, celebration	ingratiation	ING
Interviews	self-promotion	SP
Woman-themed messages	exemplification	EX
Environment and sustainability issues	exemplification	EX
Social responsibility projects	exemplification	EX
Newspaper news on institution and herself	self-promotion	SP
Comment on actual news	self-promotion	SP
Institutional advertisement and videos	self-promotion	SP
Success, Inspiring messages	ingratiation	ING
Thanking-content messages	ingratiation	ING
Suggestion-content messages	exemplification	EX
Covid-19-content messages	exemplification	EX
Business field-content messages	exemplification	EX

Impression management tactics consist of two main titles of aggressive and defensive. Among impression management tactics, the aggressive tactics were coded as self-promotion “SP”, ingratiation “ING”, exemplification “EX”, intimidation “INT”, supplication “SU”. And the defensive tactics were coded as innocence “I”, pleading “PL”, self-justification “SJ” ve apologizing “AP”. While the messages which were examined one by one on the reached 21 open accounts were grouped as in Table 3, it was seen that all messages are aggressive/interventional messages. In message contents, it was seen that it has generally been used the aggressive impression tactic. At the same time, it was identified that it has not benefited from the “intimidation” and “supplication” tactics among the aggressive impression management tactics. It was seen that the generally used impression management tactics were self-promotion, ingratiation, and exemplification. Besides, it was not specified any defensive impression management tactics as a result of content analysis. In the study, it was included the impression management tactics of the most powerful businesswomen about content analyses on individual basis.

Table 4

Impression Management Tactics of the Most Powerful Businesswomen about Content Analyses on Individual Basis

	Commemoration, greeting, celebration	Interviews	Woman-themed messages	Environment and sustainability	Social responsibility projects	Newspaper news on institution and herself	Comment on actual news	Institutional advertisement	Success, Inspiring messages	Thanking-content messages	Suggestion-content messages (Self-	Covid-19-content messages	Business field-content messages
	ING	SP	EX	EX	EX	SP	SP	SP	ING	ING	EX	EX	EX
I													
II													
III													
IV													
V													
VI													
VII													
VIII													
IX													
X													
XI													
XII													
XIII													
XIV													
XV													
XVI													
XVII													
XVII I													
XIX													
XX													
XXI													
XXII													
XXII I													
XXI V													

It was seen in the content analysis in Table 4 that while I-numbered businesswoman gives place to interview news, the most prominent tweets of II-numbered businesswoman focus on the issue of environment and sustainability. It was seen that III-numbered businesswoman comments on actual news, and posts tweets emphasized the issue of environment and woman more than others. It was found that IV-numbered businesswoman has the main content subject at most as interviews and attended events as well as commemoration and greeting messages. It was seen in V-numbered businesswoman that commemoration and greeting messages become prominent. In VI-numbered businesswoman, the messages on institutional

advertisement and environment and sustainability become prominent. In the most frequently posted messages of VII-numbered businesswoman, it was seen that the focal point is the messages on woman and woman problems. While VIII-numbered businesswoman has messages in various topics it was seen that she centers upon her own interview news, greeting messages and institutional advertisement messages at most. It was seen that IX-numbered businesswoman mostly posts celebration and greeting messages as well as the messages on information of her own interviews. It was seen that X-numbered businesswomen intensely makes book recommendations, and posts messages frequently involving thanking to her work team. XI-numbered businesswoman posts tweets in different areas, while it was seen that her focal point is the posts about woman and pandemic process. It was seen that XII-numbered businesswoman intensely posts informing messages about her interviews and the seminars she attended. It was seen that XIII-numbered businesswoman frequently concentrates on her own working field and the news of her interviews. It was seen that XIV-numbered businesswoman mostly posts greeting and condolence messages. The posts of XV-numbered businesswoman has a content in which she posts news about her institution. XVI-numbered businesswoman posted only two tweets during the relevant period, and these tweets have a content of interviews. XVII- and XVIII-numbered businesswoman has accounts but they could not be analyzed because of that they are secured accounts. XIX-numbered businesswoman has an account but it could not be analyzed because she did not post any tweet. In the account of XX-numbered businesswoman, greeting content messages becomes prominent. In the account of XXI-numbered businesswoman, inspiring phrases and news posts become prominent. XXII-numbered businesswoman intensely posts the news about her business field and the news about her own interviews. It was seen that XXIII-numbered businesswoman mostly posts messages including the news about her business field and personal views. It was seen that XXIV-numbered businesswoman posts about her working field as well as the woman issue and inspiring phrases.

As seen in Table 4, the most frequently posted contents consist of, respectively, greeting-news about her institution and herself-Covid-19 content messages-woman-themed message contents-institution advertising contents-thanking messages-success and inspiration themed contents-environment and sustainability issues-suggestion content messages-news contents on business field-social responsibility projects-contents which reflect personal views on actual news and topics. It was seen that the message contents of III-numbered businesswoman who has the highest number of followers mostly expresses opinions on actual news, and posts tweets emphasized environment and woman issues. However, when the general table is considered, it is seen that the intensity of personal view contented messages is placed at the bottom line. In this respect, it is considered that the approach of III-numbered businesswoman to enunciate her personal views in her impression management is the least used but the most influential method in terms of impression management. When looked at the marked areas in the general table and the sum of impression management tactics, it is seen that the most frequently used impression management tactics are, respectively *Exemplification (EX)*, *Ingratiation (ING)* and *Self-promotion (SP)*.

The most shared, respectively, in the commemoration and congratulation group, April 23 National Sovereignty and Children's Day, 30th of August Victory Day, October 29 Republic Day, 19 May Commemoration of Atatürk, Youth and Sports Day, 10 November Atatürk Commemoration Day, It is seen that there are shares in the form of videos and discourses about mother's day and father's day. Shares about the brands they represent, Covid-19 data, the effects of Covid-19 on employees, and Covid-19 vaccine news have been shared extensively. In addition, it is seen that messages containing events that are on the agenda in the form of #stayathome, #istanbulcontract, #childabusecannotbeforgiven, #kazmountains, messages of support to health workers, messages of savings are shared.

Conclusion

Impression management is a concept we face in all aspects of life. It is a possibility to encounter individuals who display impression management tactics both in daily life and the business life. When the impression management tactics are used properly and effectively, they make positive contributions both to the image of the individual and the reputation of her/his organization. In this respect, it has a great importance for the businesswomen who have a powerful woman image in the business world to establish communication through their social media accounts. Establishment of an interactive communication with the outer world is important with regard to be able to share information accurately and rapidly. Twitter is considered as a social network in which interactive communication is experienced most influential.

In the study, when the Twitter accounts of the most powerful businesswomen are examined, it is seen that not all of them have accounts, and those who have accounts do not use their accounts actively. If these persons who were selected as the most powerful businesswomen use their accounts actively, this can provide them to become more accessible. In doing so, they can display the impression management tactic of exemplification.

In this study in which it was analyzed Twitter accounts of the most powerful 50 businesswomen selected by *Fortune Turkey Magazine*, 24 businesswomen have a Twitter account. It was accessed 21 accounts of businesswomen among 24. In the study, it was seen that it has been generally using impression management tactics such as self-promotion (SP), ingratiation (ING) and exemplification (EX) among the aggressive/interventionist impression management tactics, and it was concluded that the tactics of intimidation (INT) and supplication (SU) and the defensive tactics have not been using. For this reason, it can be said that the businesswomen generally prefer posts towards leaving a good impression and image making.

When the literature is examined, it was seen that it was conducted studies about impression management on individual and organizational levels in recent years (Wilhelmy, Roulin & Wingate 2020; Rigotti, Korek & Otto, 2020; Wang, Li, Sun, Zhang & Cheng, 2016; Harris, Gallagher & Rossi, 2013), that many studies were conducted through methods such as theory, observation and survey (Leary & Allen, 2011; Bolino & Turnley, 1999; Gardner & Martinko, 1988), and that it was also given place to the studies with laboratory experiments (Wang & Hall, 2020) for understanding the impression management recently. Along with the increased interest towards digitalization and social media after 2000s, it was begun to conduct studies through social networks owned by managers, political leaders, local administrators and institutions for the purpose of understanding individual and institutional impression management tactics (Bilgiç & Akyüz 2020; Göçoğlu, 2020; Usta Kara, 2019; Gürbüz, 2018; Keskin & Sönmez, 2015; Terrel & Kwork, 2011). It was seen that there are studies which analyze impression management tactics of the managers through researches, and this study is compatible with these researches, but it was not found any studies which analyze the powerful businesswomen within the context of gender. As said by Mustafa Kemal Atatürk (1925): “*A social community, a nation consists of two types of human called man and woman. Is it possible for the other part to rise to the sky when the half of that community remains chained to the ground?*” (Erdem, 2015, p. 1272) Examining the impression management tactics which lie behind the success achieved by the powerful businesswomen in their fields has seen as important within this scope. It can be said that the studies in this scope have importance in terms of increasing and supporting the participation of women to the business world by indicating the influence of women in the business world.

Social media is a fast and easy means for accessing people. It would be in favor of individuals for their own images and of institutions for their own reputation to display accurate impression management tactics. It is a stubborn fact that women also have an important share in the business world especially in recent years.

Accordingly, it is thought that this study will make an important contribution to the body of literature for both presenting the successes of women and understanding the positive influence which can be created by a good impression management. In future, in the relevant studies about this topic, the impression management tactics can be specified especially by emphasizing the woman power through analyzing the contents posted through social media by institutions, institution managers, local governors, and political leaders.

References

- Açık, Y. [yaseminacik]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/yaseminacik?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- Alaton, L. [AlatonLeyla]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/AlatonLeyla>
- Aldan, B. [bilgenaldan]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/bilgenaldan>
- Alışan, D. [alisan_damla]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/alisan_damla
- Bastekin, S. [SBastekin]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/SBastekin>
- Basaran-Symes, C. [cansenbasaran]. (2021, 28 January). Retrieved from: [https://twitter.com/cansenbasaran#:~:text=Cansen%20Basaran%2DSymes%20\(%40cansenbasaran\)%20%7C%20Twitter](https://twitter.com/cansenbasaran#:~:text=Cansen%20Basaran%2DSymes%20(%40cansenbasaran)%20%7C%20Twitter)
- Bilgiç, A. and Akyüz, S. S. (2020). Türkiye’de Covid-19 pandemisi döneminde sağlık bakanı Fahrettin Koca’nın sosyal medya kullanımı: Twitter paylaşımları içerik analizi [Using social media of health minister Fahrettin Koca during COVID-19 period in Turkey: Content analysis of Twitter shares]. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19 (COVID-19 Special Issue)*, 230-243. doi: 10.21547/jss.774040
- Biröl, D. [Damlabirol]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/Damlabirol>
- Bodur Okyay, Z. [zbodurokyay]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/zbodurokyay?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- Bolino, M., Long, D. and Turnley, W. (2016). Impression management in organizations: critical questions, answers, and areas for future research. *Annual Review Of Organizational Psychology And Organizational Behavior*, 3, 377-406. doi: 10.1146/annurev-orgpsych-041015-062337
- Bolino, M. C., Kacmar, K. M., Turnley, W. H. and Gilstrap, J. B. (2008). A multi-level review of impression management motives and behaviors. *Journal of Management*, 34(6), 1080-1109. doi: 10.1177/0149206308324325
- Bolino, M. C. and Turnley, W. H. (1999). Measuring impression management in organizations: A scale development based on the Jones And Pittman taxonomy. *Organizational Research Methods*, 2(2), 187-206. doi: 10.1177/109442819922005
- Boynér, Ü. N. [umitnazliboyner]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/umitnazliboyner>
- Bozeman, D. P. and Kacmar, K. M. (1997). A cybernetic model of impression management processes in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69(1), 9-30. doi: 10.1006/obhd.1996.2669

- Bozkurt Yıldırım, H. and Ergun Özler, D. (2020) Türk kültürü bağlamında keşfedilen izlenim yönetimi taktiklerinin kavramsal analizi [Conceptual analysis of impression management tactics discovered in the context of Turkish culture]. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(13), 63-77. Retrieved from: http://uysad.com/FileUpload/as907385/File/67-hilal_bozkurt_yildirim-turk_kulturu_baglaminda_kesfedilen_izlenim_yonetimi_.pdf
- Collewaert, V., Vanacker, T., Anseel, F. and Bourgois, D. (2021). The sandwich game: Founder-Ceos and forecasting as impression management. *Journal of Business Venturing*, 36(1), Article Number: 106075, 1-17. doi: 10.1016/j.jbusvent.2020.106075
- Crane, E. and Crane, F. G. (2002). Usage and effectiveness of impression management strategies in organizational settings. *International Journal Of Action Method*, 55, 25-34. Retrieved from: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-77954689705&origin=inward&txGid=0be20a71b47bb0434e174c591e2aa004>
- Çelik, H. and Ekşi, H. (2008). Söylem analizi [Discourse Analysis]. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 27, 99-117. Retrieved from: 10.3200/jgpp.55.1
- Çetin, F. and Basım, H. (2010). İzlenim yönetimi taktiklerinde öz yeterlilik algısının rolü [The role of self efficacy on impression management tactics]. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35, 255-269. Retrieved from: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/66567>
- Dağdeviren, C. [dagdevirencan]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/dagdevirencan>
- Demiral, Ö. (2013). *İzlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sonuçlara etkisi üzerine bir araştırma [The effect of impression management tactics on organizational results: An evaluative study]*. (Yayınlanmamış doktora tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana). Retrieved from: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=oYR7Brh-E_bz38quaZhV-g&no=YLM54ahEOnok3b1384kCPg
- Doğan, S. and Kılıç, S. (2009). Örgütlerde izlenim yönetimi davranışı üzerine kavramsal bir inceleme ["Impression management behavior" in organizations a conceptual examination on]. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 53-83. Retrieved from: <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniiibd/issue/2672/34999>
- Dorman, E. [Ebru_Dorman]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/Ebru_Dorman
- Dorman, E. (2021, 25 January). Türkiye'nin en güçlü kadınları. Fortune en güçlü 50 iş kadını 2020. Retrieved from: <http://www.ebrudorman.com/wp-content/uploads/2020/05/Fortune-En-Güçlü-50-İş-Kadını-2020.pdf>
- Dunne, N. J., Brennan, N. M. and Kirwan, C. E. (2020). Impression management and big four auditors: Scrutiny at a public inquiry. *Accounting, Organizations and Society*, 101170, 1-20. doi: 10.1016/j.aos.2020.101170
- Duru, D. [ZDidem_Duru]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/zdidem_duru
- Elliott, R. (1996). Discourse analysis: Exploring action, function and conflict in social texts. *Marketing Intelligence & Planning*, 14(6), 65-68. doi: 10.1108/02634509610131171
- Erdem, A. R. (2015). Atatürk'ün kadına ve kadın eğitimine verdiği önem [Atatürk's point of view concerning women and women's education]. *Belgi Dergisi*, 9(1), 1266-1277. Retrieved from: <https://dergipark.org.tr/en/pub/belgi/issue/35050/388794>

- Fortune Turkey. (2021, 25 January). Hakkımızda. Retrieved from: <https://www.fortuneturkey.com/hakkimizda>
- Gardner, W. L. and Martinko, M. J. (1988). Impression management in organizations. *Journal of Management*, 14(2), 321-338. doi: 10.1177/014920638801400210
- Gedik, H. [hgedikofficial]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/hgedikofficial>
- Giacalone, R. A. and Rosenfeld, P. (1989). Impression management in organizations: An overview.. R. A. Giacalone ve P. Rosenfeld (Ed.), *Impression Management in the Organization* (p. 1-5) içinde, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. doi: 10.4324/9780203763018
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life, Doubleday & Co., Garden City, New York. [Adobe Acrobat Reader version]. Retrieved from: [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=TIIAzT5uT-IC&oi=fnd&pg=PA120&dq=Goffman,+E.+\(1959\).+The+presentation+of+self+in+everyday+life,&ots=IuGadpItkc&sig=H_ymnRBcSBZBndV9IGGC3YGmeYw&redir_esc=y#v=onepage&q=Goffman%2C%20E.%20\(1959\).%20The%20presenta tion%20of%20self%20in%20everyday%20life%2C&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=TIIAzT5uT-IC&oi=fnd&pg=PA120&dq=Goffman,+E.+(1959).+The+presentation+of+self+in+everyday+life,&ots=IuGadpItkc&sig=H_ymnRBcSBZBndV9IGGC3YGmeYw&redir_esc=y#v=onepage&q=Goffman%2C%20E.%20(1959).%20The%20presenta tion%20of%20self%20in%20everyday%20life%2C&f=false)
- Göçoğlu, İ. D. (2020). *Türkiye’de yerel yönetimlerde sosyal medya kullanımı ve yerel katılım: Büyükşehir belediyelerinin Twitter hesapları üzerinden bir analiz* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gök, N. [nese_gok]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/nese_gok
- Gül, H., Yalçinoğlu, N. and Atlı, Z. C. (2014). Türkiye’de çalışma yaşamında kadının konumu ve sorunları [The status and problems of women in working life in Turkey]. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 13(2), 169-176. doi: 10.5455/pmb 1-1364365029
- Güral Argat, E. [esinguralargat]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/esinguralargat>
- Gürbüz, S. (2018). Kurumsal imaj oluşturmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: İzlenim yönetimi taktiklerinin Youtube videolarında kullanımı [Corporate social responsibility activities on the corporate image formation: Use of impression management tactics on Youtube videos]. *Konya Sanat*, 1, 28-41. Retrieved from: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ks/issue/41836/482801>
- Gwal, R. (2015). Tactics of impression management: Relative success on workplace relationship. *The International Journal of Indian Psychology*, 2(2), 37-44. Retrieved from: <https://ijip.in/wp-content/uploads/2019/02/B00362V2I22015.pdf>
- Harris, K. J., Gallagher, V. C. and Rossi, A. M. (2013). Impression management (IM) behaviors, IM Culture, and Job Outcomes. *Journal of Managerial Issues*, 25(2), Spring, 154-171. Retrieved from: <https://www.jstor.org/stable/43488165>
- Hasdemir, I. [isilhasdemir]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/isilhasdemir>
- Leary, M. R. and Allen, A. B. (2011). Self-presentational persona: Simultaneous management of multiple impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(5), 1033-1049. doi: 10.1037/a0023884
- Lee, G., Cho, S. Y., Arthurs, J. and Lee, E. K. (2020). Celebrity ceo, identity threat, and impression management: Impact of celebrity status on corporate social responsibility. *Journal of Business Research*, 111, 69-84. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.01.015

- Keskin, S. and M. F. Sönmez. (2015). Liderler ve takipçileri: Siyasi parti liderlerinin Twitter performansları ve takip ilişkisi [Leaders and their followers: Twitter performance of political party leaders and follow-up relationship]. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1), 339-362. doi: 10.18094/si.38165
- KEV (Köksal Eğitim Vakfı). (2021, 25 January) Fortune en güçlü 50 kadını. Retrieved from: <https://www.kev.org.tr/assets/imgs/2020basin/FortuneNisan2020.pdf>
- Mohamed, A. A., Gardner, W. L. and Paolillo, J. G. P. (1999). A taxonomy of organizational impression management tactics. *Advances in Competitiveness Research*, 7(1), 108-130. Retrieved from: <https://link.gale.com/apps/doc/A78630790/AONE?u=anon~a62b4b2a&sid=googleScholar&xid=86fa57ee>
- Mutlu, D. M. [demetsmutlu]. (2021, 28, January). Retrieved from: <https://twitter.com/demetsmutlu>
- Özel, F. [feryal_ozel]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/feryal_ozel
- Özsoy, C. [cananmozsoy]. (2021, 28, January). Retrieved from: <https://twitter.com/cananmozsoy>
- Provis, C. (2010). The ethics of impression management. *Business Ethics: A European Review*, 19(2), 199-212. doi: 10.1111/j.1467-8608.2010.01584.x
- Rigotti, T., Korek, S. and Otto, K. (2018). Career-related self-efficacy, its antecedents and relationship to subjective career success in a cross-lagged panel study. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(20), 2645-2672. doi: 10.1080/09585192.2018.1460858
- Rosenfeld, P., Giacalone, R. A. and Riordan, C. A. (2002). Impression management: Building and enhancing reputations at work. London: Thomson Business Press. [Adobe Acrobat Reader version]. Retrieved from: https://scholar.google.com/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&q=Rosenfeld%2C+P.%2C+Giacalone%2C+R.+A.+ve+Riordan%2C+C.+A.+%282002%29.+Impression+management%3A+building+and+enhancing+reputations+at+work.+&btnG=
- Serter, A. [aserter]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/aserter>
- Schütz, A. (1998). Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self-presentation: A taxonomy. *The Journal of Psychology*, 132(6), 611-628. doi: 10.1080/00223989809599293
- Seyedoshohadaei, S. A. and Hejrat, S. (2018). Relationship of personality characteristics with impression management components in employees of Iranian governmental organizations. *International Journal of Ayurvedic Medicine*, 9(3), 172-176. Retrieved from: <https://core.ac.uk/download/pdf/266975453.pdf>
- Şimşek Evren, E. and Akoğlan Kozak, M. (2017). Otel işletmelerinin potansiyel çalışanlara yönelik izlenim yönetimi taktikleri: Web sitelerinin analizi [Impression management tactics of hotels towards potential employees: Analysis of web sites]. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 441-469. doi: 10.16953/deusosbil.280525
- Tepe, S. [SultanTepe4]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/SultanTepe4>

- Terrell, K. H. and Kwok, L. (2011). Organizational impression management behaviors in social media: A perspective of a social networking site. *In 16th Graduate Student Research Conference in Hospitality and Tourism*. Retrieved from: http://works.bepress.com/linchi_kwok/1
- Uluca Özcan, E. [EdaUluca1]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/EdaUluca1>
- Usta Kara, I. (2019). Yöneticilerin sosyal ağlar aracılığıyla izlenim yönetimi davranışları [Impression management behaviors of managers through social networks]. A. M. Alparslan ve diğerleri (Ed.), 7.Örgütsel Davranış Kongresi (s. 799-809) içinde. Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi. Retrieved from: <https://odk.mehmetakif.edu.tr/files/ODKBildiriKitabi.pdf>
- Wang, M. Z. and Hall, J. A. (2020). Lab to life: Impression management effectiveness and behaviors. *Social Influence*, 15(1), 46-63. doi: 10.1080/15534510.2020.1785545
- Wang, W., Li, J., Sun, G., Zhang, X. A. and Cheng, Z. (2016). The costs to life satisfaction of impression management: The sense of control and loneliness as mediators. *Munich Personal RePEc Archive Paper*, 72912, August, 1-21. Retrieved from: https://mpa.ub.uni-muenchen.de/72912/1/MPRA_paper_72912.pdf
- Wilhelmy, A., Roulin, N. and Wingate, T. G. (2020). Does it take two to tango? Examining how applicants and interviewers adapt their impression management to each other. *Journal of Business and Psychology*, 36(6), 1-24. doi: 10.1007/s10869-020-09720-5
- Yemenici, A. D. and Bozkurt, Ö. (2020). Çalışanların politik taktik davranışları ile makyavelizm arasındaki ilişkinin incelenmesi: Düzce ili imalat sanayi örneği [Investigation of the relationship between political tactical behaviors and machiavellianism: Example of Düzce manufacturing industry]. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 83-101. doi: 10.46849/guiibd.726087
- Yılmaz, G. [gulden_ylmaz]. (2021, 28 January). Retrieved from: https://twitter.com/gulden_ylmaz
- Yılmazyığıt, B. [pfbelma]. (2021, 28 January). Retrieved from: <https://twitter.com/pfbelma?lang=tr>
- Zivnuska, S., Kacmar, K. M., Witt, L.A., Carlson, D.S. and Bratton, V. K. (2004). Interactive effects of impression management and organizational politics on job performance. *Journal of Organizational Behavior*, 25(5), 627-640. doi: 10.1002/job.262

Genişletilmiş Özet

Amaç

Bu çalışmada, farklı sektörlerde yönetici olan iş kadınlarının sosyal medyayı kullanarak yapmış oldukları paylaşımların, izlenim yönetimi açısından değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Son yıllarda ön plana çıkan konulardan biri olan izlenim yönetimi, hem bireylerin istedikleri imajı yaratmaları hem de örgütlerin istedikleri itibarı elde edebilmeleri açısından önem arz etmektedir. İzlenim yönetimi taktikleri doğru ve etkin bir şekilde kullanıldıkları zaman bireylere ve örgütlere olumlu katkılar sağlamaktadır. İzlenim yönetimi taktiklerinin anlaşılmasında interaktif iletişimin en etkili şekilde yaşandığı sosyal ağlardan biri olan Twitter'ın ön plana çıktığı görülmektedir. Son dönemlerde birçok sektörde iş kadınlarının sayısında artış olması iş dünyasında kadın liderlerin önemini ve gücünü göstermektedir. Bu nedenle önemli pozisyonlardaki güçlü kadın yöneticilerin hem bireysel hem de örgütsel başarılarının anlaşılmasında izlenim yönetimi taktiklerinin incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmada Fortune Türkiye dergisinde yer alan en güçlü ilk 50 iş kadınının Twitter aracılığı ile yapmış oldukları paylaşımlar izlenim yönetimi taktikleri açısından değerlendirilmiştir.

Tasarım / Metodoloji/ Yaklaşım

Çalışmanın amacı doğrultusunda Fortune Türkiye'nin hazırladığı iş dünyasının en güçlü 50 iş kadını 2020 sıralamasındaki 50 işkadınının resmi Twitter hesapları 11 Mart 2020-28 Ocak 2021 tarihlerini kapsayacak biçimde içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analizde verilerin ayrıştırılması ve kodlanmasında MS Office Excel programı kullanılmıştır. Çalışmada iş kadınlarının Twitter uygulamasına katıldıkları tarih, takipçi ve takip ettikleri hesap sayıları ile ileti sayıları ortaya konulmuştur. İş kadınlarının yapmış oldukları paylaşımlar içeriklerine göre gruplandırılmış ve gruplar izlenim yönetimi taktiklerine göre atanmıştır. Çalışmada nitel bir yöntem olan içerik analizi yapılmıştır. İş kadınlarının Twitter hesaplarından yapmış oldukları paylaşımlar söylem analizi yardımıyla anlamlandırılmıştır. Listede yer alan iş kadınlarının göndermiş oldukları iletilere ilişkin, her türlü haber, firma reklamı ve bilgilendirici paylaşımları, vermiş oldukları demeçler, paylaşımları oldukları haber ve makaleler, sosyal etkileşim niteliği taşıyan tüm iletiler analize dahil edilmiştir. Fortune 500 Türkiye'de en güçlü iş kadını seçilen kişilerin kullandıkları Twitter hesaplarını izlenim yönetimi taktikleri açısından incelemektir. 1930 yılından bu yana hayatını sürdüren Fortune dergisi, Türkiye'de Fortuneturkey.com olarak 2007 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Dünya çapında 120 ülkede 5 milyonun üzerinde okur kitlesine sahip olan Fortune, dünyanın en çok danışılan, en çok alıntı yapılan ve en çok ödül alan iş dünyası dergisi olup yayınladığı haberlerin doğruluğu, derinliği, analitik yönlerinin öne çıkışıyla tüm dünyada iş, finans ve teknoloji dünyası için bir referans olarak kabul edilmektedir (<https://www.fortuneturkey.com/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 25.01.2021). Fortune Türkiye dergisi son 10 yıldır Türkiye'deki en güçlü iş kadınlarını çeşitli kriterlere göre değerlendirmeler yaparak belirlemektedir. Fortune Türkiye'nin hazırladığı İş Dünyasının En Güçlü 50 İş Kadını 2020 sıralamasında özellikle teknoloji, bilişim ve finans sektörleri ağırlıktadır. Bugüne kadar Fortune 500 listesinde 120'nin üzerinde kadın yöneticinin bulunmasını, kadın liderlerin önemini göstermektedir.

Bulgular

Fortune Türkiye dergisinde yer alan en güçlü 50 iş kadınının Twitter hesaplarının incelendiği bu çalışmada 24 iş kadınının Twitter hesabı bulunmaktadır. Bu hesaplardan da 21 iş kadınının hesabına ulaşılmıştır. Çalışmada genel olarak saldırgan /girişimci izlenim yönetimi stratejisinden niteliklerini tanıtmaya (NT), kendini sevdirmeye (KS) ve örnek davranışlarda bulunma (ÖDB) gibi izlenim yönetimi taktikleri kullanıldığı görülmüş, gözdağı verme (GV) ve kendini acındırma (KA) taktikleri ile savunmacı taktiklerin ise kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle iş kadınlarının genel olarak iyi bir izlenim yaratma ve imaj oluşturmaya yönelik paylaşımları tercih ettikleri söylenebilir. Çalışmada en güçlü iş kadınlarının Twitter hesapları araştırıldığında hepsinin hesabı olmadığı, hesabı olan kişilerin bir kısmının da hesaplarını aktif bir şekilde kullanmadığı görülmektedir. En güçlü iş kadını olarak seçilen bu kişilerin hesaplarını aktif olarak kullanmaları kendilerinin

daha ulaşılabilir olmasını sağlayabilir. Bu şekilde örnek olma izlenim yönetimi taktiği sergileyebileceklerdir. en fazla paylaşılan konu içerikleri sırasıyla anma, tebrik-kurum ve kendisi hakkında çıkan gazete haberleri-röportajlar-Covid-19 içerikli mesajlar-kadın konulu mesaj içerikleri-kurumu tanıtıcı içerikler-teşekkür mesajları-başarı ve ilham nitelikli içerikler-çevre ve sürdürülebilirlik konuları-öneri içerikli mesajlar-çalışılan alanda çıkan haber içerikleri- sosyal sorumluluk projeleri-güncel haber ve konular hakkında kişisel görüşleri yansıtan içerikli mesajlardan oluşmaktadır. En yüksek takipçisi olan iş kadınının mesaj içeriklerinin çoğunlukla güncel haberler hakkında görüş bildirdiği, çevre ve kadın konusuna ağırlık veren tweetleri daha fazla attığı görülmektedir. Ancak genel tabloya bakıldığında kişisel görüş içerikli mesaj yoğunluğunun en alt sıralamada yer aldığı görülmektedir. Bu açıdan bu işkadınının izlenim yönetiminde kişisel görüşlerini açıkça dile getirmesi izlenim yönetimi açısından en az kullanılan ancak en etkili yöntem olduğunu göstermektedir. Genel tabloda işaretli alanlar ve izlenim yönetimi taktikleri toplamına bakıldığında en fazla kullanılan izlenim yönetimi taktiklerinin sırasıyla *Örnek Davranışlarda Bulunma (ÖDB)*, *Kendini Sevdirme (KS)* ve *Niteliklerini Tanıtma (NT)* şeklinde olduğu görülmektedir.

Sınırlılıklar

Hesaplarda 50 iş kadınından 24'ünün kendi adına hesabı olduğu tespit edilmiştir. Bu hesaplardan 2 tanesi kapalı hesap ve bir tanesinde de hiç tweet bulunmakla birlikte toplamda 21 Twitter hesabının içerik analizi yapılmıştır. İlgili sınırlılık tüm iş kadınlarının, incelenmesini engel teşkil etmiştir. Ayrıca atılan tweet sayısının fazla olması sadece belirli bir dönemin incelenmesini mümkün kılmıştır.

Öneriler (Teorik, Uygulama ve Sosyal)

Literatür incelendiğinde izlenim yönetimi ile ilgili bireysel ve örgütsel düzeyde çalışmaların yapıldığı (Wilhelmy vd. 2020; Rigotti vd., 2020; Wang vd., 2016; Harris vd., 2013) ve birçok çalışmanın teori, gözlem, anket gibi yöntemler vasıtasıyla gerçekleştirildiği (Leary ve Allen, 2011; Bolino ve Turnley, 1999; Gardner ve Martinko, 1988) son dönemlerde izlenim yönetimini anlamak adına laboratuvar deneyleri yapılan (Wang ve Hall, 2020) çalışmalara da yer verildiği görülmüştür. Bu açıdan iş dünyasına yönelik daha geniş kapsamlı çalışmalar yapılması ve yurt dışındaki başarılı iş kadınları üzerinde de ayrıca bir çalışma gerçekleşmesi, kültürel farklılık bağlamında ilgili konu incelenebilir.

Özgünlük

2000'li yıllar sonrasında dijitalleşme ve sosyal medyaya artan ilgi ile birlikte bireysel ve kurumsal izlenim yönetimi taktiklerini anlamak adına yöneticilere, siyasi liderlere, yerel yöneticilere ve kurumlara ait sosyal ağlar aracılığıyla çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Araştırmalar neticesinde yöneticilerin izlenim yönetimi taktiklerini inceleyen çalışmalar olduğu görülmekte ve çalışma bu araştırmalar ile örtüşmektedir ancak güçlü iş kadınlarını inceleyen cinsiyet bağlamında bir çalışmaya rastlanmamıştır. Mustafa Kemal Atatürk'ün (1925) de dediği gibi; "*Bir sosyal topluluk, bir millet erkek ve kadın denilen iki tür insandan oluşur. Mümkün müdür ki, bir camianın yarısı topraklara zincirlerle bağlı kaldıkça, diğer kısmı semalara yükselebilir?*". Güçlü iş kadınlarının alanlarında sağladıkları başarılarının ardında yatan izlenim yönetimi taktiklerinin bu kapsamda incelenmesi önemli görülmüştür. Kadınların iş dünyasındaki etkisinin gösterilerek, kadınların iş dünyasına katılımlarının artırılması ve desteklenmesi açısından bu kapsamdaki çalışmaların önem arz ettiği söylenilebilir. Kadınların iş dünyasındaki etkisinin gösterilerek, kadınların iş dünyasına katılımlarının artırılması ve desteklenmesi açısından bu kapsamdaki çalışmaların önem arz ettiği söylenilebilir. Ayrıca Covid-19 döneminin ekonomik açıdan kurumların kriz yaşadığı bir dönem olması dolayısıyla iş kadınlarının tavrının da bu noktada incelenmesi yönetim açısından da önem arz etmektedir.

Araştırmacı Katkısı: Betül BALKAN AKAN (%50), Feyza Çağla ORAN (%50).

Kripto Para Piyasalarının Covid-19 Pandemisinde Asimetrik Volatilite Karakteristiği¹

Berkan ATAŞ²

Başvuru Tarihi: 12.10.2021

Kabul Tarihi: 01.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Teknolojideki gelişim finansal piyasaları da doğrudan etkilemekte ve yeni ürün ve hizmetlerin piyasalara kazandırılmasına katkı sağlamaktadır. Kripto para piyasası da gelişen teknoloji ve dijitalleşme sonucu hayatımıza giren finansal araçlardandır. Yaklaşık 2 Trilyon Dolar değeri bulunan bu piyasalar, yatırımcılar tarafından oldukça büyük ilgi görmesine rağmen hakkındaki bilgi sınırlı seviyededir. Çalışmada kripto para piyasasındaki asimetrik volatilite bulguları Covid-19 pandemisi ve öncesi baz alınarak karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışmadaki veriler piyasa değeri olarak en büyük 4 kripto para birimini kapsamaktadır. Volatilite asimetrisinin tespiti için GJR-GARCH (1,1) modeli uygulanmıştır. Bulunan sonuçlara göre kripto para birimlerinin tamamında kriz öncesi dönemde asimetrik volatilite görülmezken kriz sonrası dönem için asimetrik volatilite özelliği göstermektedir. Tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilite bulgusuna hem kriz öncesi hem de kriz sonrası dönemde rastlanmamıştır. Bununla birlikte kripto para piyasasında hem pandemi öncesi hem de pandemi sonrası dönemlerde büyük dalgalanmalar yaşansa da ertesinde uzun dönemli varyansa yakınsama (mean reversion) etkisinin görüldüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kripto Para Piyasaları, Asimetrik Volatilite, Volatilite Modellemesi, Risk Yönetimi

Atıf: Ataş, B. (2022). Kripto para piyasalarının Covid-19 pandemisinde asimetrik volatilite karakteristiği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 121-136.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Finans bölümü, atasberkan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3049-3195

Asymmetric Volatility Characteristic of Cryptocurrency Markets in Covid-19 Pandemic

Berkan ATAŞ³

Submitted by: 12.10.2021

Accepted by: 01.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

The development in technology directly affects the financial markets and contributes to introducing new products and services. The cryptocurrency market is one of the financial inventions that entered our lives due to developing technology and digitalization. Although these markets, which have a value of approximately 2 Trillion Dollars, attract a great deal of interest from investors, the information about it is at a limited level. The study investigates the asymmetric volatility characteristic in the cryptocurrency market based on the Covid-19 pandemic and before. The data covers the four largest cryptocurrencies by market capitalization. The GJR-GARCH (1,1) model is applied to estimate the volatility asymmetry. According to the results, while all cryptocurrencies do not exhibit asymmetric volatility characteristics in the pre-crisis period, they show it for the post-crisis. However, reversed asymmetric volatility is not encountered in both periods. Nevertheless, despite sizable fluctuations in the market, the mean reversion effect is observed on the conditional volatility in both periods.

Keywords: *Cryptocurrency Markets, Asymmetric Volatility, Volatility Modeling, Risk Management*

³ Istanbul University School of Business Department of Finance, atasberkan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3049-3195

Giriş

Kripto paralar ilk olarak anonim bir hesap olan Nakamoto (2008) tarafından, block-chain sistemine dayanan ve merkezîyetçi olmayan bir ödeme birimi olarak tanıtılmıştır. Diğer ödeme türlerinden farklı olarak bu değer birimi tamamen anonim bir şekilde elektronik ortamda değer aktarımını sağlaması nedeniyle piyasada oldukça rağbet görmektedir. Bu piyasalar fiyat spekülasyonlarıyla çok kısa süreler içerisinde büyük getiriler sağlayarak hem yatırımcıların hem de araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Kripto paralara artan bu rağbet daha sonraları Ethereum (ETH), Cardano (ADA) gibi farklı birimlerin (Altcoin)⁴ ortaya çıkmasını sağlamıştır. Altcoin'lerin son yıllarda piyasa değeri olarak büyük değer kazanmaları bu piyasaların da gün geçtikçe önemini artırmaktadır. Kripto para piyasasının toplam piyasa değerinin yarısından fazlasını Altcoin'ler oluşturmaktadır. Günümüzde kripto paraların bir para birimi mi yoksa finansal bir araç mı olduğu konusunda süregelen tartışmalar devam etmektedir (Kakinaka ve Umeno, 2021, s. 2). Bu piyasaların ilgi çekici olmasının bir diğer nedeni, bu piyasaların hisse senedi, tahvil, emtia gibi konvansiyonel varlıklara karşı gösterdikleri düşük korelasyon nedeniyle iyi bir çeşitlendirme aracı olarak görülmesi olabilir (Bouri, Molnár, Azzi, Roubaud ve Hagfors 2017, s. 193). Bitcoin ve Altcoin'lerin sunduğu bu kendine özgü yapı finans literatüründeki oldukça sıcak konulardan biridir.

Volatilité (oynaklık) varlık fiyatlarında meydana gelen değişimlerden kaynaklanan dalgalanmalar olarak tanımlanabilir. Fiyat değişkenliği varlık riskini belirleyen en büyük parametredir. Bu parametre varlık değerlendirme, yatırım tercihi ve risk yönetimi gibi konularda temel girdilerden biridir. Volatilité sabit bir birim olmayıp zamanla değişen bir risk ölçüsüdür. Bu durum volatilité modellemesinde karşılaşılan en büyük zorluklardandır. Bu sorunun üstesinden gelebilmek için koşullu varyans modelleri geliştirilmiştir. Finansal piyasalarda meydana gelen şoklar benzer şoklar yaratma eğilimi gösterirler buna ARCH etkisi (ARCH effect) denilmektedir. Koşullu varyans modelleri bu etkinin görüldüğü piyasalarda oldukça kullanışlı yöntemlerdir. Asimetrik volatilité olumsuz (negatif) şokların olumlu (pozitif) şoklara göre koşullu varyans üzerinde daha büyük bir etki yaratması olarak tanımlanabilir (Horpestad, Lyócsa, Molnár ve Olsen, 2019, s. 540-541). Tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilitéde ise pozitif şokların koşullu varyans üzerinde daha etkili olduğu görülmektedir. Black (1976) ve Christie (1982) varyansın getiri ile ters orantılı olduğunu ortaya atmıştır. Bu olgunun yapılan öncül çalışmalarda kaldıraçtan (borç/özsermaye yapısı) kaynaklandığı düşünüldüğü için kaldıraç etkisi de denilmektedir. Asimetrik volatilité ayrıca, volatilité geri bildirim efekti (volatility feedback effect) ve davranışsal nedenlerle de açıklanmaktadır (Bentes, 2018, s. 258).

Fiyat volatilité ilişkisi finansal varlıklar içinde en çok dikkat çeken konuların başında gelmektedir. Finansal piyasalarda negatif şokların pozitif şoklara göre koşullu varyans üzerinde daha büyük etkiler göstermesi oldukça sık görülen bir durumdur. Buna asimetrik volatilité etkisi denilmektedir. Diğer taraftan kripto para piyasalarında konvansiyonel piyasaların aksine zıt yönlü (tersine) asimetrik volatilité bulguları gözlemlenmektedir. Baur ve Dimpfl (2018), GJR-GARCH yöntemini kullanarak yapmış oldukları çalışmada kripto paraların büyük oranda tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité özelliği gösterdiklerini gözlemlemişlerdir. Bir başka deyişle kripto paraların koşullu varyansı pozitif şoklardan negatif şoklara göre daha fazla etkilenmekte, pozitif şoklar volatilitéyi daha fazla artırmaktadır. Cheikh, Zaied ve Chevallier (2020) ST-GARCH modelini uyguladıkları çalışmada benzer sonuçlar gözlemlemesi bu piyasaların volatilité karakteristiği bakımından konvansiyonel varlıklardan farklı özellikler gösterdiğine işaret etmektedir. Bu durumun piyasadaki noise trader⁵ (gürültücü yatırımcı)'ların yaygınlığından kaynaklandığı düşünülmektedir. Gürültücü yatırımcıların bir özelliği artış dönemlerinde piyasanın yeterince şiştiğini düşünerek satış gerçekleştirmesidir. Bu rasyonel olmayan yatırım davranışları FOMO⁶ (kaçırma korkusu) kavramı ile açıklanmaktadır. Bilgiye göre alım satım yapan yatırımcı ise gürültücü yatırımcının aksine volatilité

⁴ Altcoin kelimesi İngilizce "alternative coin" kısaltması halinde, uluslararası kullanım şekli olarak dilimize geçmiştir.

⁵ "Noise trader" kavramı bilgiye dayanmadan sürü davranışıyla yatırım yapan yatırımcılar için kullanılmaktadır.

⁶ FOMO İngilizce (fear of missing out) kavramının kısaltılmışı olarak kullanılmıştır.

dönemlerinde daha stabil bir çizgide yatırım yapmaktadır. Pozitif şokların koşullu varyans üzerinde daha yüksek etkiye sahip olması bu piyasaların artış dönemlerinde gürültücü yatırımcılar tarafından domine edildiğinin bir göstergesidir (Baur ve Dimpfl, 2018, s. 148-151). Kripto para piyasalarına atfedilen güvenli liman olma özelliği bu piyasaların tıpkı altın piyasaları gibi tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulguları göstermesinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanında kripto para piyasaları oldukça spekülâtif ve riskli piyasalardır. Bu piyasalarda gözlemlenen asimetrik veya tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulguları dönemsel spekülâtif etkenlerden kaynaklanıyor olabilir. Chi ve Hao (2021) ve Takaishi (2021) gibi çalışmalarda asimetrik etkinin dönemsel olabileceği yönünde bulgular da mevcuttur. Kripto para piyasalarının dönemsel olarak farklı volatilité karakteristiği göstermesi bu piyasalara atfedilen güvenli liman olma hususunun yeniden sorgulanmasına neden olmaktadır. Bu nedenle çalışmada pandemi kaynaklı krizin kripto para piyasalarında volatilité karakteristiği üzerinde meydana getirdiği değişimler kriz öncesi dönemle karşılaştırmalı olarak incelenecek ve krizle birlikte meydana gelen yapısal değişimler gözlemlenecektir.

İlk olarak Uzak Doğu ülkelerinde başlayan sonra tüm dünyaya yayılan pandemiden birçok ülke olumsuz olarak etkilenmiştir. Kriz sağlık kaynaklı olmasına rağmen alınan kapanma tedbirleri başta hizmet sektörü olmak üzere birçok ülkede ekonomik daralmalara neden olmuştur. Bu yönüyle pandemi, uluslararası ekonomik bir krizi de beraberinde getirmiştir. Nitekim Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2021) raporuna göre Covid-19 kaynaklı pandeminin dünya ekonomisine etkisi 2008 küresel krizinden daha büyük boyuttadır. Çalışmada bulunduğumuz yüzyılın en büyük küresel ekonomik krizlerinden biri olarak gösterilen pandemi kaynaklı krizin kripto para piyasalarının volatilité karakteristiği üzerinde herhangi bir yapısal değişime neden olup olmadığı gözlemlenecek ve bu sayede kripto para piyasasına atfedilen güvenli liman olma özelliğinin kriz dönemlerindeki kararlılığı da test edilmiş olacaktır. Çalışma bu yönüyle literatürdeki boşluğu da doldurarak kripto para piyasaların artan risk dönemlerinde göstermiş olduğu yapısal değişimler hakkında bulgular elde etmeyi öngörmektedir.

Literatür Taraması

Negatif şokların koşullu varyans üzerinde daha büyük etki yaratması finansal varlıkların yapısal bir özelliğidir. Bu durum ilk olarak Black (1976) ve Christie (1982)'nin yaptıkları gözlemler neticesinde ortaya atılmıştır. İlk olarak hisse senedi piyasasında gözlemlenen bu duruma öncül çalışmalarda dayanak varlıkların kaldıraç oranları (borç/özsermaye) ile açıklandığı için kaldıraç etkisi de denilmektedir. Literatürde asimetrik volatilitenin kaldıraçtan mı kaynaklandığı konusunda farklı görüşler söz konusudur. Figlewski ve Wang (2010) yaptıkları çalışmada asimetrik volatilitenin firmaların kaldıraç seviyeleriyle ilgili olmadığını savunmaktadır. Kaldıraç etkisinin yanında, asimetrik volatilitenin, volatilité geri beslemesi teoremi ile açıklayan çalışmalar da oldukça yaygındır. Volatilité geri beslemesi nedeniyle fiyatları düşen varlıkların beklenen getirisi artmaktadır ve bu durum piyasada tekrar bir denge oluşturarak yeni şokların oluşmasına neden olmaktadır. Bekaert ve Wu (2000), Figlewski ve Wang (2010), volatilité geri beslemesi efektini asimetrik volatilitéyi açıklama konusunda oldukça tatmin edici bulmuşlardır. Bunların dışında kriz dönemlerinde asimetrik volatilitenin arttığı yönünde bulgular da mevcuttur. Christensen, Nielsen ve Zhu (2015), Leves (2007), Liao ve Yang (2008) kriz dönemlerinde asimetrik volatilitenin daha da baskın hale geldiğini gösteren bulgulara rastlamışlardır.

Kripto paraların volatilité karakteristiği konusunda da son yıllarda çalışmalar yapılmıştır. Baur, Dimpfl ve Kuck (2018), Bouri, Molnár, Azzi, Roubaud ve Hagfors (2017), Dyhrberg (2016a), Klein, Thu ve Walther (2018) kripto paraların farklı volatilité karakteristiği nedeniyle konvansiyonel piyasalara faydalı bir çeşitlendirme avantajı sağlayabileceğini öne sürmektedir. Bu varlıklarda görülen pozitif getiri ve volatilité ilişkisi (tersine asimetrik volatilité), özellikle resesyon dönemlerinde, güvenli liman olarak kullanılacak bir araç olarak kabul edilmesini sağlayabilir. Cheikh ve diğerleri (2020), ST-GARCH modelini kullandığı

çalışmasında farklı kripto paralar üzerindeki tersine asimetric volatilite bulgularını teyit ederek kripto paraların kriz dönemlerinde güvenli liman olarak kullanılabilceği sonucuna varmıştır. Baur ve Dimpfl (2018), 20 farklı kripto para üzerinde asimetric volatiliteyi GJR-GARCH modelini kullanarak incelemiş ve kripto paraların, diğcr varlıkların aksine çoğunlukla tersine (zıt yönlü) asimetric volatilite özelliği gösterdiğini gözlemlemiştir. Bu durumu kripto para yatırımcılarının büyük çoğunluğunun gürültücü yatırımcılardan (noise trader) oluşmasından kaynaklandığı sonucuna varmıştır. Baur ve diğcrleri (2018) Bitcoin, dolar ve altın gibi varlıkların bariz farklı karakteristik özellikleri olduğunu Bitcoin'in beklenmeyen pozitif şoklar sonrası volatilitesinin oldukça yükseldiğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Bouri, Molnár, Azzi, Roubaud ve Hagfors (2017) Bitcoin'deki 2013 yılında yaşanan çalkantılı dönemde tersine asimetric volatilitenin oldukça baskın olduğunu gözlemlemiştir. Cheikh ve diğcrleri (2020), kripto para piyasasında görülen bu tersine asimetric volatilite etkisinin altın piyasasındakine oldukça benzer yapısal özellikler gösterdiğini ortaya atmıştır. Bu nedenle kripto paralar çalkantılı piyasa dönemlerinde altına iyi bir alternatif oluşturabilirler. Kripto paralar ve altın arasındaki bu benzerlik Bouri, Azzi ve Dyhrberg (2017) ve Dyhrberg (2016b) çalışmalarında da ele alınmıştır. Takaishi (2021) yapmış olduğu çalışmada kripto paralarda tersine asimetric volatilite gözlemlenmekle birlikte bu özellik zamanla değişebilmektedir. Kakinaka ve Umeno (2021) kripto paraların yükseliş ve düşüş dönemlerindeki volatilite karakteristiğini araştırmıştır. Farklı kripto para türlerinin yükseliş ve düşüş dönemlerinde farklı volatilite karakteristiği gösterdiği gözlemlenmiştir. Eroğlu ve Yüce (2021), EGARCH yöntemini uygulayarak yaptıkları çalışmada Bitcoin getirilerinin 2013-2020 arası dönemde asimetric volatilite özelliği gösterdiğini tespit etmişlerdir.

Konuyla ilgili kripto varlık piyasalarındaki güncel bulgulara bakıldığında Wajdi, Nadia ve Ines (2020), kriptovarlık piyasalarının pozitif şoklardan negatif şoklara göre saha fazla etkilendiğini (ters yönlü asimetric volatilite) ve farklı varlık birimleri arasında volatilite geçişkenliği (spillover) bulunduğunu saptamıştır. Bu nedenle farklı birimler arasında iyi derecede çeşitlendirilmiş portföylerin yatırımcılarına büyük fayda sağlayacağı söylenebilir. Palamai, Kumar ve Waiti (2021) kripto para piyasalarının zayıf formda etkinliği sağlayamadığını ve bu durumun asimetric volatiliteden kaynaklanabileceğini öngörmektedir. Fakhfekh ve Jeribi (2020), TGARCH modelinin farklı kripto para türleri için en AIC⁷ ve BIC⁸ bilgi kriterleri açısından en uygun model olduğunu bu durumun kripto varlık piyasasında görülen asimetric veya tersine (zıt yönlü) asimetric volatilite karakteristiği ile ilişkilendirilebileceği öngörüsünde bulunmaktadır. Jeribi ve Fakhfekh (2021) çalışmalarında ham petrol (WTI) ve hisse senedi endeksleri gibi konvansiyonel varlıkların yapısal olarak asimetric volatilite karakteristiği göstermesine rağmen kripto paraların tersine (zıt yönlü) asimetric volatilite gösterdiğini tespit etmişlerdir. Diğcr taraftan Chi ve Hao (2021) GJR-GARCH modelinin kripto paralar için düşük modelleme performansı göstermesinin nedenini bu piyasaların gösterdiği düşük asimetric etkiye bağlamışlardır. Kripto para piyasalarındaki volatilite bulgularının farklı özellikler göstermesi oldukça spekülative olan bu piyasalarda elde edilen gözlemlerin dönemsel özellikler göstermesinden kaynaklanıyor olabilir. Son birkaç yılda hayatımıza giren bu piyasaların volatilite yapısı hakkında oldukça sınırlı düzeyde bilgiye sahibiz. Bu nedenle kripto para piyasalarının artan risk dönemlerinde gösterdiği yapısal özellikleri gözlemleyerek bunları modellemek piyasa katılımcıları ve araştırmacılar açısından oldukça faydalı bulgular sağlayacağı öngörülmektedir.

Çalışmamızda Covid-19 pandemisinden kaynaklanan krizin kripto paralarda görülen asimetric volatilite üzerine etkileri araştırılacaktır. Asimetric volatilite özellikle kriz dönemlerinde daha belirginleşen bir olgudur. Bunu kripto para piyasalarına olan yansımaları yapılan ampirik araştırma ile gözlemlenecektir. Bu yönüyle araştırmanın kripto para piyasalarının kriz dönemlerindeki volatilite karakteristiği hakkındaki literatüre zenginlik kazandırması ve bu noktadaki eksikliği tamamlaması hedeflenmektedir.

⁷ Akaike information criterion

⁸ Bayesian information criterion

Yöntem

Metodoloji

ARCH tipi koşullu varyans modellerinde varyansı modellemek için ϵ_t hata terimlerini göstermek üzere, serinin varyansı σ_t^2 ;

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 \epsilon_{t-1}^2 \dots + \alpha_q \epsilon_{t-q}^2 = \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \alpha_i \epsilon_{t-i}^2 \quad (1)$$

Olacaktır. Engle (1982) ARCH(q) modelinde parametreler en küçük kareler (EKK) tahminleyicisiyle hesaplanmaktadır. Engle (1982) gecikme uzunluğu için Lagrange Multiplier Test' ini önermiştir. ARCH tipi modellerde koşullu varyans geçmiş şoklara ve bu şoklara verilen katsayılarla göre modellenmektedir. Bu durum finansal serilerde görülen zamanla ortalamaya yakınsama özelliğini (mean reversion) gözardı etmektedir. Bollerslev (1986), bu sorunun üstesinden gelebilmek için GARCH modelini geliştirmiştir. σ_t^2 koşullu varyansı gösterirken GARCH modelleri;

$$\sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^p \alpha_i \epsilon_{t-i}^2 + \sum_{i=1}^q \beta_i \sigma_{t-i}^2 \quad (2)$$

ile koşullu varyansı modellemektedir. GARCH (p,q) modellerinde geçmiş şokların yanında uzun dönemli ortalama varyans da koşullu varyans üzerinde etkilidir. Fakat bu model volatilité asimetrisi hakkında herhangi bir öngörüye sahip değildir. Bu nedenle daha sonra asimetrik modeller geliştirilmiştir (Bentes, 2018, s. 259).

Asimetrik etkinin modellenmesi için Glosten, Jagannathan ve Runkle (1993), GJR-GARCH yöntemini literatüre kazandırmıştır. Bu model basitçe Bollerslev (1986) modeline asimetrik faktörün eklenmesiyle elde edilmektedir. Böylece negatif şokların koşullu varyans üzerindeki asimetrik etkisi de tahmin edilebilmektedir. σ_t^2 koşullu varyansı göstermek üzere;

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 u_{t-1}^2 + \beta \sigma_{t-1}^2 + \gamma u_{t-1}^2 I_{t-1} \quad (3)$$

buradaki I_{t-1} kukla değişken olup;

$$I_t = \begin{cases} 1, & u_t < 0 \\ 0, & u_t \geq 0 \end{cases}$$

$\gamma > 0$ ve $\gamma \neq 0$ olması durumunda asimetri etkisi söz konusu olacaktır (Brooks, 2008, s. 406).

Veri seti

Çalışmada piyasa değeri bakımından dünyanın en değerli⁹ 4 kripto para varlığının, fiyat getiri¹⁰ serileri kullanılmıştır. Bitcoin dışında farklı kripto paralar da çalışmaya dahil edilerek sonuçların farklı birimler açısından farklılık gösterip göstermediği karşılaştırmalı olarak gözlemlenecektir. Tablo: 1'de çalışmada kullanılan varlıklar ve bunlarla ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışmada veriler kriz öncesi ve kriz dönemi olmak üzere iki alt döneme ayrılmıştır. Kriz öncesi dönem 01/07/2018-31/12/2019 ve kriz sonrası dönem 01/01/2020-30/06/2021 tarihlerini kapsamaktadır. Aşağıdaki tabloda serilerin tanımlayıcı istatistik değeri verilmiştir. Serilerin tamamının sağa çarpık ve basık olduğu görülmektedir. Tablo 3'de yer alan ARCH-LM test sonuçları serilerin tamamında ARCH etkisinin görüldüğünü göstermektedir ve bu haliyle seriler ARCH tipi modelleme açısından uygundur. Şekil 1'de serilerin ve getirilerinin grafikleri paylaşılmıştır. Şekilde görüldüğü üzere kripto paralarda volatilité kümelenmesi gözlemlenmektedir. Fakat pandemi kaynaklı uluslararası krizde serilerin pozitif bir şekilde ayrıştığı, 2020'nin son çeyreğinde kriz etkilerinin nispeten hafiflemesiyle, kripto paraların düşüşe geçtiği görülmektedir.

⁹ 26.07.2021 itibariyle piyasa değeri açısından en değerli 4 kriptopara birimi kullanılmıştır.

¹⁰ Getiri hesaplanırken logaritmik yöntem tercih edilmiştir.

Tablo 1
Çalışmada Kullanılan Kripto Paralar

<i>KODU</i>	<i>KRİPTOPARA İSMİ</i>	<i>PİYASA DEĞERİ (milyar \$)¹¹</i>
BTC	BITCOIN	716,1
ETH	ETHEREUM	273,4
BNB	BINANCE COIN	53,5
ADA	CARDANO	42,9

Tablo 2
Varlıkların Tanımlayıcı İstatistik Değerleri

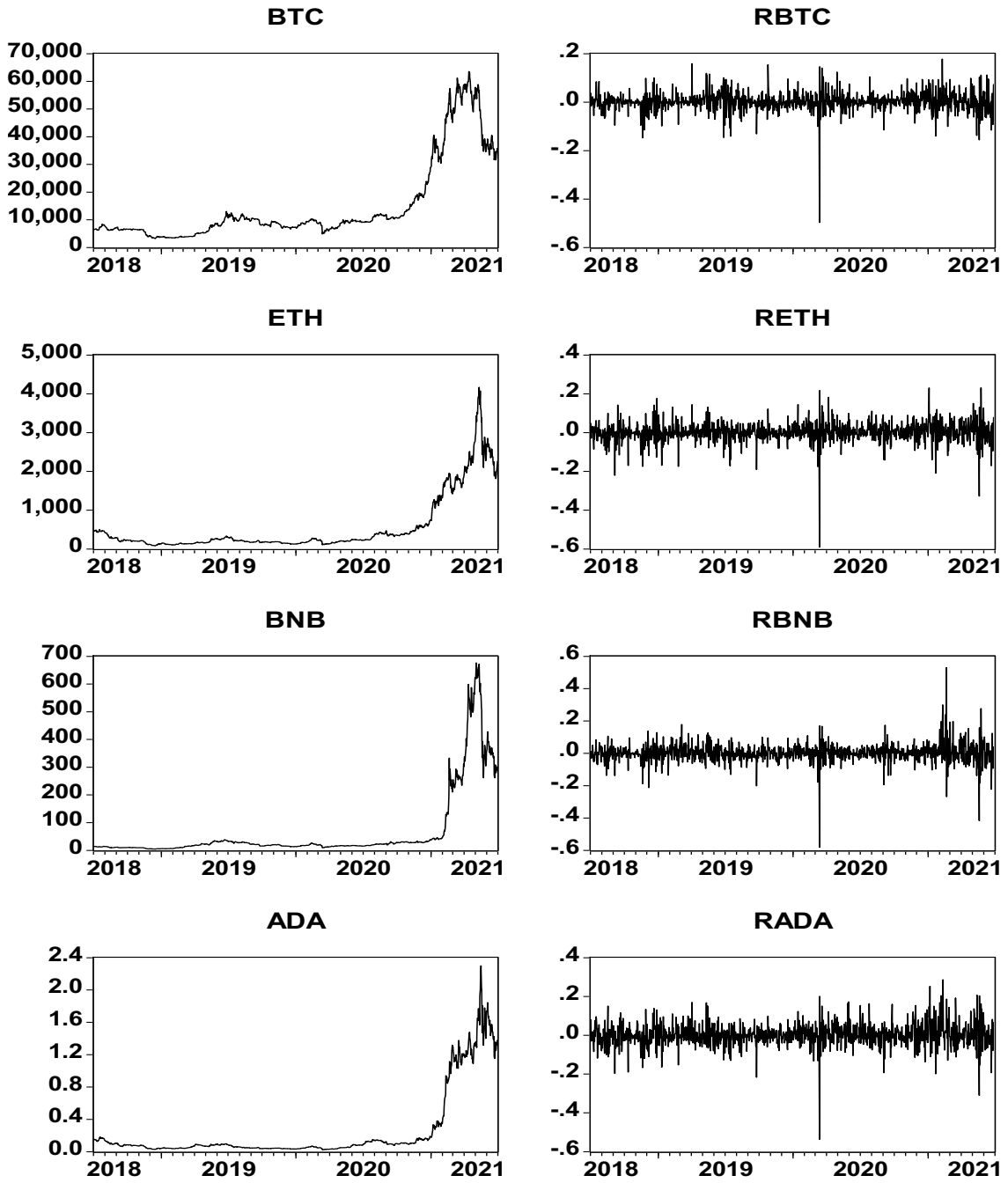
	BTC	ETH	BNB	ADA
Ort.	0,002	0,001	0,003	0,002
Maks.	0,177	0,231	0,531	0,287
Min.	-0,497	-0,590	-0,581	-0,536
Std. Sap.	0,040	0,054	0,059	0,061
Çarpıklık	-1,661	-1,473	-0,407	-0,468
Basıklık	26,14	19,23	21,24	10,59
Jarque-Bera	24942,5	12421,7	15206,3	2667,2
Prob.	0,00	0,00	0,00	0,00

Tablo 3
ARCH-LM Test İstatistiği Sonuçları*

	LM Test İst.	Olasılık
BTC	5,751013	0,0165
ETH	12,09344	0,0005
BNB	32,55975	0,0000
ADA	18,07487	0,0000

* Ho: ARCH etkisi yoktur.

¹¹ 26.07.2021 itibarıyla.



Şekil 1. Kripto Para Birimlerinin Tarihsel Fiyat Ve Getirileri

Bulgular ve Tartışma

Tablo 4
Kriz Öncesi Dönem İçin Tahmin Edilen Model Parametreleri

Endeksler	α_0	α_1	γ	β	AIC	SIC
BTC	0,000225	0,122348	0,036411	0,683955	-3,913346	-3,874055
	0,0000	0,0001	0,3696	0,0000		
ETH	0,000297	0,060746	-0,008745	0,806982	-3,307287	-3,267996
	0,0075	0,0154	0,7416	0,0000		
BNB	0,000498	0,086641	-0,003327	0,681579	-3,327681	-3,288391
	0,0476	0,0266	0,9386	0,0000		
ADA	0,000558	0,081945	-0,000928	0,703246	-3,124548	-3,085257
	0,0522	0,0751	0,9834	0,0000		

Not: Yukarıda GJR-GARCH (1,1) kriz öncesi modeli çıktıları verilmiştir. γ asimetri katsayısıdır. (*), (**) sırasıyla asimetrik volatilitenin %1 ve %5 seviyesinde anlamlı olduğu serileri göstermektedir. Her bir endeks için verilen ilk değer parametrenin katsayısı ve ikinci değer Z istatistiğinin model için anlamlılığını gösteren olasılık değeridir. Ayrıca AIC (Akaike Information Criterion) ve SIC (Schwarz Information Criterion) bilgi kriterlerini vermektedir.

Tablo 5
Kriz Sonrası Dönem İçin Tahmin Edilen Model Parametreleri

Endeksler	α_0	α_1	γ	β	AIC	SIC
BTC	0,000581	-0,049905	0,332063	0,615253	-3,478606	-3,439205
	0,0000	0,0000	0,0045	0,0000*		
ETH	0,000182	0,067923	0,142401	0,829668	-2,956465	-2,917064
	0,0002	0,0252	0,0000	0,0000*		
BNB	7,67E-05	0,200303	0,071667	0,809503	-2,866528	-2,827127
	0,0069	0,0000	0,0098	0,0000*		
ADA	0,000408	0,095074	0,098084	0,789442	-2,587594	-2,548192
	0,0030	0,0010	0,0002	0,0000*		

Not: Yukarıda GJR-GARCH (1,1) kriz sonrası modeli çıktıları verilmiştir. γ asimetri katsayısıdır. (*), (**) sırasıyla asimetrik volatilitenin %1 ve %5 seviyesinde anlamlı olduğu serileri göstermektedir. Her bir endeks için verilen ilk değer parametrenin katsayısı ve ikinci değer Z istatistiğinin model için anlamlılığını gösteren olasılık değeridir. Ayrıca AIC (Akaike Information Criterion) ve SIC (Schwarz Information Criterion) bilgi kriterlerini vermektedir.

Çalışmada 4 büyük kripto paranın volatilitate karakteristiğini gözlemek adına hem kriz öncesi hem de kriz dönemi için GJR-GARCH modeli tahmini yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 4 ve Tablo 5'de paylaşılmıştır. Tablo 4'de yer alan sonuçlara göre kriz öncesi dönemde asimetrik volatilitate veya tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilitate gözlemlenmemiştir. Bununla birlikte modelde uzun dönemli varyansı gösteren GARCH terimin katsayısı olan β teriminin model içinde oldukça baskın ve anlamlı olduğu görülmektedir. Bu durum serilerin kısa dönemde volatilitede artışlar görülse de uzun dönemde ortalamaya yakınsayarak dengeye geldiğini göstermektedir. α terimi ise gerçekleşen şokların koşullu varyans üzerinde etkili olduğunu ve koşullu varyansın meydana gelen şoklardan etkilendiğini göstermektedir.

Tablo 5’de kriz sonrası dönem için volatilité bulguları paylaşılmıştır. Asimetrik volatilitenin katsayısı olan γ teriminin tüm seriler için %1 seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle, asimetrik volatilité 4 büyük kriptopara için kriz öncesi dönemde gözlemlenmezken kriz sonrası dönemde model içerisinde yüksek derecede anlamlıdır. Bununla birlikte kriz döneminde de β katsayılarının tüm seriler için anlamlı olması volatilitéde uzun dönemde ortalamaya yakınsamanın (mean reversion) gerçekleştiğini ve kriz öncesi dönemle benzeştiğini göstermektedir.

Bulunan sonuçlara göre finansal varlıklarda karakteristik olarak görülen asimetrik volatilitenin, kriptopara piyasasında kriz öncesi dönemde gözlemlenmediği, kriz dönemlerinde ise oldukça belirgin olduğu görülmüştür. Bu haliyle asimetrik volatilitenin kripto paraların temel bir karakteristiği olmadığı sadece artan risk dönemlerinde görüldüğü söylenebilir. Diğer taraftan bu piyasalarda, kriz döneminde asimetrik volatilitenin yükselmesinin nedenlerinin bu piyasa özelinde irdelenmesi gerekmektedir.

Baur ve Dimpfl (2018), Baur ve diğerleri. (2018), Cheikh ve diğerleri. (2020), çalışmaları kripto paraların tıpkı altın piyasası gibi karakteristik şekilde tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulgularını desteklemektedir. Diğer taraftan Takaishi (2021), kripto para piyasasında tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité gözlemlenmesine rağmen bu durumun zamanla değişebildiğini tespit etmiştir. Aynı şekilde Kakinaka ve Umeno (2021), bu piyasaların volatilitelerinde yükseliş ve düşüş dönemlerinde farklı yapısal özellikler gösterdiğini savunmaktadır. Bu çalışmada ise kripto paraların kriz öncesi dönem ve kriz döneminde hiçbir durumda tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité özelliği göstermediği görülmüştür. Bu yönüyle çalışma, tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilitenin kripto para piyasasının temel bir karakteristiği olmamakla birlikte bazı dönemlerde ortaya çıktığı görüşünü desteklemektedir. Bu nedenle kripto para piyasalarına atfedilen güvenli liman olma özelliği sadece dönemsel spekülâtif dalgalanmalardan kaynaklanmış olabilir. Bununla birlikte kripto paraların sadece kriz dönemlerinde asimetrik volatilité özelliği göstermesi de ayrıca önemlidir. Bu dönemdeki asimetrik volatilitenin varlığı kriz dönemlerindeki negatif şokların, pozitif şoklara nazaran koşullu varyans üzerinde daha etkili olduğuna işaret etmektedir. Bu durum kriz dönemlerinde doyuma ulaşan piyasanın yatırımcılar üzerinde olumsuz dalgalanmalar sonrası yoğun satış baskısı oluşturmamasından kaynaklanıyor olabilir.

Sonuç

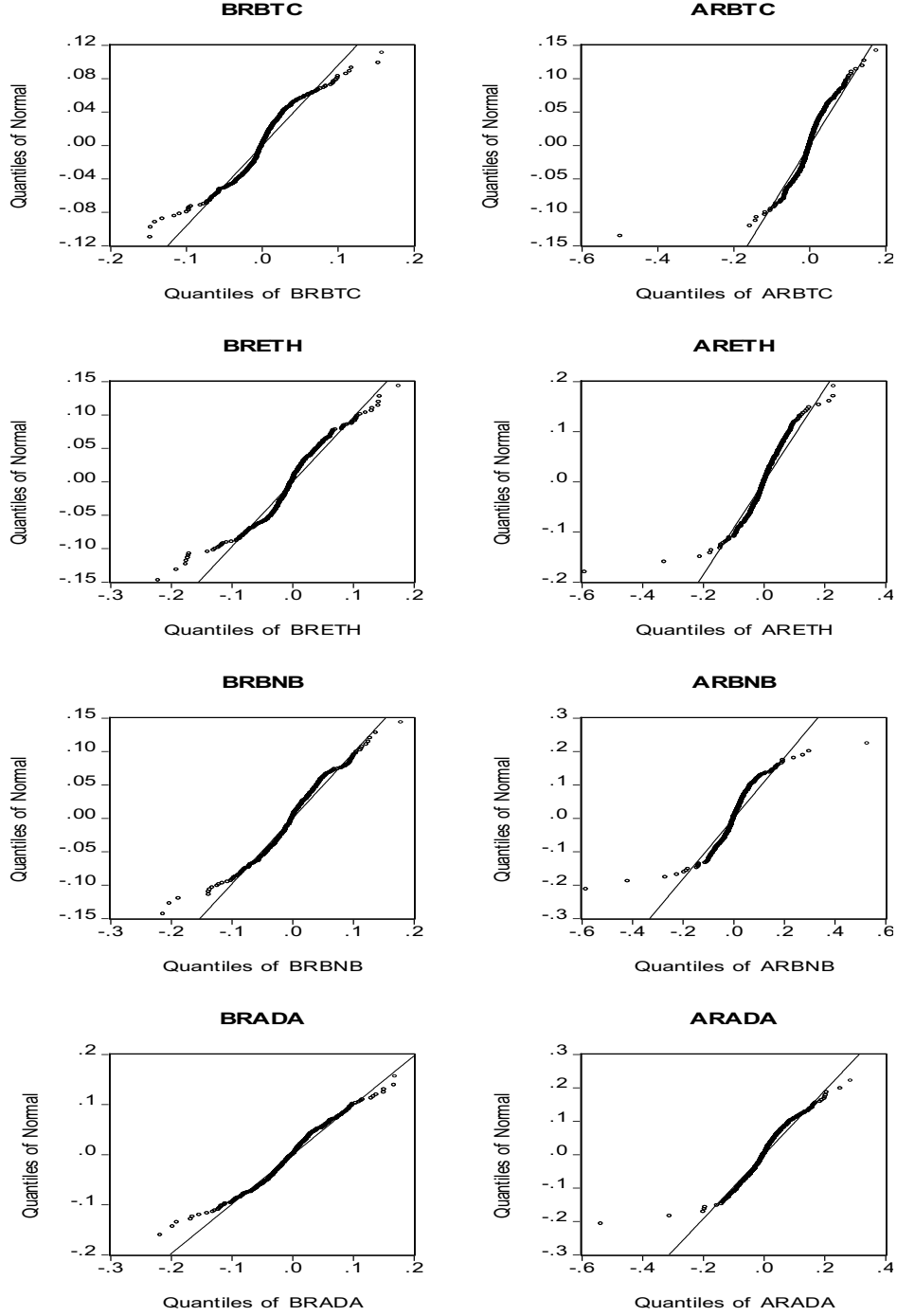
Çalışmada piyasa değeri bakımından en büyük 4 farklı kripto para biriminin Covid-19 kaynaklı pandemi sürecinde göstermiş olduğu asimetrik ve tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulguları kriz öncesi dönemle karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bulunan sonuçlara göre kripto para piyasalarının kriz öncesi dönemde asimetrik volatilité özelliği göstermezken kriz döneminde baskın derecede bu vasfı taşıdığı tespit edilmiştir. Bu durumun, kriz dönemlerinde doğunluğa ulaşan piyasanın negatif dalgalanmalarının yatırımcılar üzerinde satış baskısı yaratmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Diğer taraftan tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulgusuna her iki alt dönemde de rastlanılamamıştır. Literatürde Baur ve diğerleri (2018), Cheikh ve diğerleri (2020) gibi çalışmalarda kripto para piyasalarında tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulgularına sıklıkla rastlanmaktadır. Bu bulgular, altın piyasasında olduğu gibi kripto para piyasasının da güvenli liman olarak değerlendirilebileceği yönünde yorumlara neden olmaktadır. Yapılan amprik incelemeler kripto para piyasalarına atfedilen güvenli liman özelliğinin genelleştirilemeyeceği görüşünü desteklemektedir. Kripto para piyasasında geçmiş çalışmalarda görülen tersine (zıt yönlü) asimetrik volatilité bulguları piyasanın spekülâtif yapısından veya dönemsellikten kaynaklanmış olabilir. Diğer taraftan bu piyasaların varyanslarının kısa dönemli şoklardan büyük ölçüde etkilenmesine rağmen uzun dönemde ortalamaya yakınsama (mean reversion) özelliği gösterdiği tespit edilmiştir.

Bulunan sonuçlar kripto para piyasası hakkında temel bir öngörü sağlasa da çalışmanın sadece 4 büyük kripto para birimini kapsadığı göz ardı edilmemelidir. Altcoin’lerdeki değişimlerin büyük oranda Bitcoin’deki değişimlerden kaynaklandığını bilinmekle beraber bulunan sonuçların tüm piyasa açısından genellenmesinin

doğru bir çıkarsama olmayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte bulunan sonuçların endeks veya portföyler bazında yapılan çalışmalarla desteklenmesi literatür açısından faydalı bulgular sağlayabilir. Gelecek çalışmaların bu bağlamda dizaynı hem bu çalışmadaki bulguların desteklenmesine hem de piyasadaki katılımcılar açısından yararlı sonuçlar elde edilmesine olanak sağlayabilir.

Ekler

Ek 1. Kriz öncesi ve sonrası için serilerin Q-Q grafikleri



Kaynakça

- Baur D.G. ve Dimpfl, T. (2018). Asymmetric volatility in cryptocurrencies. *Economics Letters*, 173, 148-151, <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2018.10.008>
- Baur, D.G., Dimpfl, T. ve Kuck, K. (2018). Bitcoin, gold and the US Dollar–A replication and extension. *Finance Research Letters*, 25, 103–110, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2017.10.012>
- Bekaert, G. ve Wu, G. (2000). Asymmetric volatility and risk in equity markets. *Review of Financial Studies*, 2000, 13(1), 1-42. doi:10.3386/w6022.
- Bentes, R.S. (2018). Is stock market volatility asymmetric? A multi-period analysis for five countries *Physica A*, 499, 258–265. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2018.02.031>
- Black, F. (1976). *Studies of stock market volatility changes*. Business and Economic Statistics Section (ed.) Proceedings of the American Statistical Association. (s. 177-181) Washington, WA: American Statistical Association Press.
- Bollerslev, T. (1986). Generalized autoregressive conditional heteroskedasticity, *Journal of Econometrics*, 31(3), 307-327. [https://doi.org/10.1016/0304-4076\(86\)90063-1](https://doi.org/10.1016/0304-4076(86)90063-1)
- Bouri, E., Azzi, G. ve Dyhrberg, A.H. (2017). On the return-volatility relationship in the Bitcoin market around the price crash of 2013. *Economics E-Journal*, 11(2), 1–16. <http://dx.doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2017-2>
- Bouri, E., Molnár, P., Azzi, G., Roubaud, D. ve Hagfors, L.I., (2017). On the hedge and safe haven properties of Bitcoin: is it really more than a diversifier. *Finance Research Letters*, 20, 192–198. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2016.09.025>
- Brooks, C. (2008). *Introductory econometrics for finance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Cheikh, N. B., Zaied, B. Z. ve Chevallier, J. (2020). Asymmetric volatility in cryptocurrency markets: New evidence from smooth transition GARCH models, *Finance Research Letters*, 35(1), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.09.008>
- Chi, Y. ve Hao, W. (2021). Volatility models for cryptocurrencies and applications in the options market, *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 75(1), 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101421>
- Christensen, B. J., Nielsen, M.Ø. ve Zhu, J. (2015). The impact of financial crises on the risk–return tradeoff and the leverage effect. *Economic Modelling*, 49, 407–418. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.03.006>
- Christie, A. (1982). The stochastic behaviour of common stock variances: Value, leverage and interest rate effects. *Journal of Financial Economics*, 10(4), 407–432. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(82\)90018-6](https://doi.org/10.1016/0304-405X(82)90018-6)
- Dyhrberg, A.H. (2016a). Bitcoin, gold, and the dollar - a GARCH volatility analysis. *Finance Research Letters*, 16, 85–92. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2015.10.008>

- Dyhrberg, A.H. (2016b). Hedging capabilities of Bitcoin. Is it virtual gold. *Finance Research Letters*, 16, 139–144. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2015.10.025>
- Engle, R. F. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of variance of United Kingdom inflation. *Econometrica*, 50 (4), 987–1008. doi:10.2307/1912773
- Eroğlu, S. D. ve Yüce, A. G. (2021). Modeling the volatility of Bitcoin returns using EGARCH method. *Journal of Yasar University*, 16(62), 787-800. <https://doi.org/10.19168/jyasar.861308>
- Fakhfekh, M. ve Jeribi, A. (2020). Volatility dynamics of crypto-currencies' returns: Evidence from asymmetric and long memory GARCH models, *Research in International Business and Finance*, 51(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.101075>
- Figlewski, S. ve Wang, X. (2010). Is the "Leverage Effect" a Leverage Effect? *SSRN Electronic Journal*, 1-40. doi:10.2139/ssrn.256109
- Glosten, L. R., Jagannathan, R. ve Runkle, D. (1993). On the relation between the expected values and the volatility of the nominal excess return on stocks. *The Journal of Finance*, 48(5), 1779–1801. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1993.tb05128.x>
- Horpestad J. B., Lyócsa S., Molnár P. ve Olsen T.B. (2019). Asymmetric volatility in equity markets around the World. *The North American Journal of Economics and Finance*, 48, 540-554. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2018.07.011>
- Jeribi, A. ve Fakhfekh, M. (2021). Portfolio management and dependence structure between cryptocurrencies and traditional assets: evidence from FIEGARCH-EVT-Copula. *Journal of Asset Management* 22(3), 224–239 (2021). <https://doi.org/10.1057/s41260-021-00211-7>
- Kakinaka, S. ve Umeno, K. (2021). Cryptocurrency market efficiency in short- and long-term horizons during COVID-19: An asymmetric multifractal analysis approach. *Finance Research Letters*, 2021, 102319. Çevrimiçi ön yayın: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102319>
- Klein, T., Thu, H.P. ve Walther, T. (2018). Bitcoin is not the New Gold – A comparison of volatility, correlation, and portfolio performance. *International Review of Financial Analysis*, 59, 105–116. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.07.010>
- Leeves, G. (2007). Asymmetric volatility of stock returns during the Asian crisis: Evidence from Indonesia. *International Review of Economics & Finance*, 16(2), 272-286, <https://doi.org/10.1016/j.iref.2005.04.001>
- Liau, Y. ve Yang, J. J. W., (2008). The mean/volatility asymmetry in Asian stock markets. *Applied Financial Economics*. 18(5). 411-419. doi:10.1080/09603100600959878.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. Erişim adresi: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2010). *Tax and fiscal policies after the COVID-19 crisis*. Erişim adresi: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tax-and-fiscal-policies-after-the-covid-19-crisis-5a8f24c3/>

- Palamalai, S., Kumar, K. K. ve Maity, B. (2021). Testing the random walk hypothesis for leading cryptocurrencies, *Borsa Istanbul Review*, 21(3), 256-268. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2020.10.006>
- Takaishi, T. (2021). Time-varying properties of asymmetric volatility and multifractality in Bitcoin. *Plos One*, 16(2), 1-27. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246209>
- Wajdi, M., Nadia, B. ve Ines, G. (2020). Asymmetric effect and dynamic relationships over the cryptocurrencies market, *Computers & Security*, 96(1), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2020.101860>

Extended Abstract

Purpose

The study investigates the asymmetric volatility characteristic in the cryptocurrency market based on the Covid-19 pandemic and before. Asymmetric volatility is a phenomenon that becomes more evident, especially during crisis periods. The reflections of this on the cryptocurrency markets will be observed with empirical research. In this respect, it is aimed to enrich the literature on the volatility characteristics of cryptocurrency markets in times of crisis.

Design and Methodology

The price volatility relationship is one of the most prominent issues among financial assets. It is quite common in financial markets that negative shocks have greater effects on conditional variance than positive shocks. This is called the asymmetric volatility effect. On the other hand, some studies have observed reversed asymmetric volatility in cryptocurrency markets. Using the GJR-GARCH method Baur and Dimpfl (2018) observed that cryptocurrencies show largely reversed asymmetric volatility. In other words, the conditional variance of cryptocurrencies is affected more by positive shocks than negative shocks. Cheikh et al. (2020) observed similar results in their study in which they applied the ST-GARCH model, indicating that these markets have different characteristics from conventional assets in terms of volatility. This is thought to be due to the prevalence of noise traders in the market. A peculiarity of noise investors is that they sell thinking that the market swells enough when it rises. These irrational investment behaviors are explained by the concept of FOMO (fear of missing out). Rational investors, on the other hand, make decisions in a more stable line during volatility periods. The fact that positive shocks have a higher effect on the conditional variance indicates that these markets are dominated by noise traders during periods of increased volatility (Baur and Dimpfl, 2018).

The data covers the most valuable cryptocurrency in the world in terms of market value. Those are Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Cardano (ADA), and Binance Coin (BNB). In this way, the differences between different currencies will be monitored comparatively. The data is divided into two sub-periods, pre-crisis and crisis periods. The pre-crisis period covers 01/07/2018-31/12/2019 and the crisis period 01/01/2020-30/06/2021.

The most famous among the conditional variance models is Engle's (1982) ARCH(q) models. The current period conditional variance is a function of the previous period error size in this model. However, the long-term mean reversion is ignored. For this reason, GARCH models have developed later by Bollerslev (1986). In GARCH type models, conditional variance is assumed as a function of both past shocks and long-run mean

variance. With the inclusion of the asymmetric effect in GARCH-type models, Glosten et al. (1993) introduced the GJR-GARCH to the literature. GJR-GARCH model is deemed appropriate for this study since its success in modeling asymmetrical effect.

Findings

To observe the characteristics of the volatility of 4 large cryptocurrencies, the GJR-GARCH model is estimated for both the pre-crisis and crisis periods, and the findings is shared in Table 4 and Table 5. According to the results in Table 4, no asymmetric volatility or reversed asymmetric volatility is observed in the pre-crisis period. However, it supports the β term, which is the coefficient of the GARCH term and shows the long-term variance in the model, is dominant and significant. Evidence shows that, although there is an increase in volatility in the short term, the series converges to the average and reaches equilibrium in the long run. The α term indicates that the short-term shocks are also effective on the conditional variance.

Table 5 presents the estimations for the crisis period. It is seen that the term γ , which is the coefficient of asymmetric volatility, is significant at the 1% level for all series. In other words, while the asymmetric effect is not observed in the pre-crisis period for the four major cryptocurrencies, it is highly significant in the crisis period. Nonetheless, the fact that the β coefficients are significant for all series in the crisis period shows that volatility converges to the mean (mean reversion) in the long run and is similar to the pre-crisis period results in this respect.

According to the results, it has been observed that asymmetric volatility, which is characteristic of financial assets, is not observed in the pre-crisis period in the cryptocurrency market but is quite pronounced in crisis periods. As such, it can be said that asymmetric volatility is not a fundamental characteristic of cryptocurrencies but only occurs during periods of increased risk. On the other hand, the reasons for the increase in asymmetric volatility during the crisis period in these markets should be examined specifically for this market.

Baur and Dimpfl (2018), Baur et al. (2018), Cheikh et al. (2020) support the findings of characteristically reversed asymmetric volatility of cryptocurrencies just like the gold market. Takaishi (2021), on the other hand, observed reversed asymmetric volatility in the cryptocurrency market, but also stated that this can change over time. Likewise, Kakinaka and Umeno (2021) argue that these markets show different structural characteristics in their volatility during rising and falling periods. This study finds no reversed asymmetrical volatility evidence in both pre-crisis and crisis periods. In this respect, the study supports the view that reversed asymmetric volatility is not a fundamental characteristic of the cryptocurrency market, but it occurs in some periods. For this reason, the safe haven feature attributed to the cryptocurrency markets may only have resulted from periodic speculative fluctuations. However, it is also important that cryptocurrencies show asymmetric volatility only during crisis periods. The presence of asymmetric volatility suggests that negative shocks in crisis periods are more effective on conditional volatility than positive shocks. This may be due to the fact that the market, which reaches saturation during crisis periods, creates intense selling pressure on investors after negative fluctuations.

Research Limitations

The study covers four major cryptocurrencies. These cryptocurrencies account for approximately 80% of the market value. Altcoins, on the other hand, are known to exhibit pricing behaviors that are largely similar to Bitcoin.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

The concept of volatility is one of the most important parameters in basic financial decision processes such as valuation, portfolio management and optimization. For this reason, it is of great importance to accurately define and model volatility in the cryptocurrency market.

Originality/Value

To our best knowledge, this is the first study to explore crisis-period asymmetric volatility characteristic of cryptocurrency markets.

Araştırmacı Katkısı: Berkan ATAŞ (%100).

Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Yeşil Ekonomiye Geçiş: Enerji Senaryoları Üzerinden Bir Değerlendirme ^{1 2}

Gülay KÜÇÜK ³ - Betül YÜCE DURAL ⁴

Başvuru Tarihi: 30.09.2021

Kabul Tarihi: 01.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada, yeşil ekonomi anlayışının Avrupa Birliği tarafından nasıl uygulandığı ve bu uygulamaların AB'nin 2050'de iklim hedeflerine ulaşmada ne derece etki edebileceği incelenmektedir. Çalışma, bu soruya geçerli bir yanıt bulmak amacıyla, Avrupa Birliği Komisyonu'nun 2019 yılında duyurduğu Avrupa Yeşil Mutabakatı ve bu doğrultuda 2050 yılına kadar dünyanın ilk iklim nötr kıtası olma hedefi üzerinden oluşturduğu Avrupa Birliği'nin enerji kurumları ve uluslararası enerji kuruluşlarının gelecekteki enerji senaryolarına odaklanmaktadır. Araştırma sürecinde 15 farklı enerji raporunun gelecek enerji senaryoları incelenmiştir. Gelecek enerji senaryoları Avrupa Birliği, Uluslararası Enerji Ajansı ve Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı gibi uluslararası kuruluşların yayınladıkları raporlardan elde edilmiştir. Araştırma süreci sonucunda elde edilen bilgiler yorumlanarak bulgular oluşturulmuştur. Araştırmanın sonucuna göre; Avrupa Birliği, Avrupa Yeşil Mutabakatı doğrultusunda planladığı eylem alanlarıyla birlikte Paris İklim Anlaşması ile uyumlu politikaları uygulamaya devam ettiği takdirde 2050 hedeflerine yaklaşması mümkün olabilecektir. Ancak mevcut politika uygulamaları ve hedefler ile hiçbir senaryo Avrupa Birliği'nin iklim nötr kıta olması için %100 yeterli olmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil ekonomi, Avrupa Birliği, Avrupa Yeşil Mutabakatı, Enerji Senaryoları, Döngüsel Ekonomi, İklim Değişikliği

Atıf: Küçük, G. ve Yüce Dural, B. (2022). Avrupa yeşil mutabakatı ve yeşil ekonomiye geçiş: Enerji senaryoları üzerinden bir değerlendirme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 137-156.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bu çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü tarafından 1-3 Eylül 2021 tarihlerinde düzenlenen 4. Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Kongresi'nde bildiri özeti olarak "İklim Krizi ile Mücadelede Yeşil Yeni Düzen ve Avrupa Birliği" başlığı ile sunulmuştur. Bildiri tam metin olarak yayımlanmamıştır.

³ Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İşletmecilik Bölümü Yüksek Lisans, gulaykucuk@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9020-2762

⁴ Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, byuce@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2016-7110

The European Green Deal and the Transition to a Green Economy: An Evaluation of Energy Scenarios

Gülay KÜÇÜK⁵ - Betül YÜCE DURAL⁶

Submitted by: 30.09.2021

Accepted by: 01.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

In this study, it is examined how the green economy approach is implemented by the European Union and how these practices can affect the EU's climate goals in 2050. In order to find a valid answer to this question, the study focuses on the future energy scenarios of the European Union's energy institutions and international energy organizations, which the European Union Commission announced in 2019 with the European Green Deal and in this direction, the goal of being the world's first climate neutral continent by 2050. During the research process, the future energy scenarios of 15 different energy reports were examined. Future energy scenarios have been obtained from the reports published by international organizations such as the European Union, the International Energy Agency and the International Renewable Energy Agency. Findings were created by interpreting the information obtained as a result of the research process. According to the results of the research; If the European Union continues to implement policies in line with the Paris Climate Agreement along with the action areas it has planned in line with the European Green Deal, it will be possible to approach the 2050 targets. However, with current policy practices and targets, no scenario is 100% sufficient for the European Union to be a climate neutral continent.

Keywords: *Green Economy, European Union, European Green Deal, Energy Scenarios Circular Economy, Climate Change*

⁵ Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İşletmecilik Bölümü Yüksek Lisans, gulaykucuk@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9020-2762

⁶ Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, byuce@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2016-7110

Giriş

Bu çalışmanın amacı, yeşil ekonomi anlayışının Avrupa Birliği (AB) tarafından nasıl uygulandığını ve bu uygulamaların AB'nin 2050'de iklim hedeflerine ulaşmada ne derece etki edebileceğini belirlemektir. AB, 1972 yılından bu yana iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında, çevre ve enerji politikaları geliştirmektedir. 2000'li yıllara kadar bu politikalar, daha çok sürdürülebilir kalkınma anlayışı doğrultusunda oluşturulmuştur. 2010'dan itibaren AB, çevre ve enerji politikalarında, yeşil ekonomi modelini benimsemeye başlamıştır (European Commission, 2014). Paris İklim Anlaşması'nın 2015 yılında kabulüyle birlikte AB, iki hedef belirlemiştir: Küresel sıcaklık artışını 1,5° C'nin altında tutma ve iklim değişikliğinin yarattığı etkilere uyum sağlama.

AB, 2019 yılında Avrupa Yeşil Mutabakatı'nı duyurarak iklim krizi ile mücadelede yeşil ekonomiye geçiş için kapsamlı bir dönüşüm başlatmıştır. Bu kapsamda 2050 yılına kadar dünyanın ilk iklim nötr kıtası olmayı, dögüsel ekonomiye geçişin sağlanmasını, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir finansın sağlanmasını, ekonomik büyümenin kaynak kullanımından ayrılmasını ve tüm bu süreçlerde hiçbir topluluğun ve bölgenin geride kalmamasını hedeflemiştir (European Commission, 2019a). Avrupa Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen'e göre "Avrupa Yeşil Mutabakatı, bir yandan emisyonları azaltmak, diğer yandan ise istihdam ve inovasyonu artırmakla ilgilidir" (European Commission, 2019b). Avrupa Komisyonu'nun Başkanı'nın bu açıklaması, AB'nin iklim krizi ile mücadelesinde yeni bir ekonomik anlayışı benimsediğinin göstergesidir. Bu yeni ekonomik anlayış, çevrenin doğal dengesini bozmadan sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı sağlayan yeşil ekonomi anlayışdır.

Yeşil ekonomi, düşük karbon salımı ile kalkınmayı hedefleyen, kaynak verimliliği sağlarken çevresel sistemi koruyan ve herkes için refah yaratmayı amaçlayan bir ekonomik modeldir. Yeşil ekonomi kapsamında AB; enerji ve altyapı sistemlerinde, ulaşımda, endüstride, tarımda ve daha birçok alanda politikalar geliştirmiştir. Örneğin; enerji politikalarında, enerji sistemini güçlendirmek ve temiz enerjiye geçişi sağlayarak çevreyi korumak için "Tüm Avrupalılar için Temiz Enerji" paketini güncellemiştir (European Commission, 2019c). Yeşil ekonominin gerekliliklerinden ve Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın en önemli unsurlarından olan dögüsel ekonomi eylem planı kabul edilmiştir (European Commission. (2020a).

Birçok çalışma, AB'nin iklim hedeflerini farklı perspektiften değerlendirmiştir. AB'nin yeşil ekonomi politikalarını değerlendiren çalışmalar genellikle konuyu üye ve aday ülkelere etkileri üzerinden değerlendirmiştir. Bu kapsamda daha çok sürdürülebilir kalkınma ve dögüsel ekonomi konuları öne çıkmıştır. AB'nin iklim politikaları ise genellikle AB kurumları ya da uluslararası enerji kuruluşları tarafından hazırlanan senaryolar üzerinden çalışılmıştır.

Literatürde, AB'nin enerji geçiş senaryolarını inceleyerek yeni senaryo modelleri oluşturan başka çalışmalar da bulunmaktadır. Jonsson ve diğerleri (2015), AB Enerji Yol Haritası senaryoları üzerinden enerji güvenliğine odaklanmıştır. Capros ve diğerleri, (2018) çalışmasında, AB'nin 2050'ye kadarki enerji görünümünü Avrupa Komisyonu'nun "Tüm Avrupalılar için Temiz Enerji" paketi üzerinden değerlendirerek senaryo oluşturmuştur. Mikova, Eichhamme ve Pfluger (2019), Avrupa için düşük karbon senaryoları üzerinden Kuzey Batı Avrupa ülkeleri için bir yaklaşım önermiştir. Hainsch ve diğerleri (2021) çalışmalarında, enerji senaryolarını değerlendirerek AB Yeşil Mutabakatı'nın hangi politik, teknolojik ve toplumsal tutumları değiştireceğini belirlemiştir. Yerli literatürde ise yeşil ekonomi ve AB'nin iklim politikalarını beraber ele alan çalışmalar kısıtlı sayıdadır.

Bu çalışmada, yeşil ekonomi kapsamında Avrupa Yeşil Mutabakatı ve iklim hedefleri incelenmiş ve uluslararası enerji kuruluşlarının gelecek enerji senaryolarından yararlanılarak AB'nin 2050'de iklim hedeflerine ulaşma ihtimali belirlenmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada kullanılan veriler, Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan gelecek enerji senaryolarından, Avrupa İklim Vakfı, Eurelectric, Öko Enstitüsü, Climate Analytics, Uluslararası Enerji Ajansı ve Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı gibi uluslararası enerji kuruluşlarının, AB'nin 2050 iklim hedeflerini içeren gelecek enerji senaryolarından elde edilmiştir. Analize 2010-2020 yılları arasında yayınlanmış senaryolar dahil edilmiştir.

Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ile on beş gelecek enerji senaryosu içeren rapor incelenmiştir. İnceleme sürecinde senaryolar; senaryo hedefi, 2050 hedefine yönelik politika varsayımları ve 2050 iklim hedefine ulaşma başlıklarında üç grup altında toplanmıştır. 2050 iklim hedefine ulaşma durumu belirlenirken senaryoların, AB enerji sistemindeki CO2 emisyon varsayımları, enerji verimliliği oranı varsayımı, elektrifikasyon oranları ve yenilenebilir enerji oranı varsayımları incelenmiştir. Senaryolardan elde edilen bilgiler yorumlanarak AB'nin iklim politikalarının iklim değişikliğine etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. "Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir."

Yeşil Ekonomi Kavramı

Yeşil ekonomi, düşük karbon ekonomisine geçişin ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasının bir aracıdır. Yeşil ekonomi kavramının temeli, çevre konulu ilk küresel konferans olan 1972 Stockholm Konferansı'na dayanmaktadır. Stockholm Konferansı'nda ekonomik büyüme ve çevrenin korunması arasındaki bağ oluşturulmuştur. 1987 yılında Birleşmiş Milletler'in Brundtland Raporu'nda sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez kullanılmasıyla, yeşil ekonomi anlayışı daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır. Sürdürülebilir kalkınma, "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma" olarak tanımlanmaktadır (World Commission on Environment and Development (WCED), 1987). Yeşil ekonomi anlayışı da sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesi için bir araç olarak sunulmuştur (Pearce, Marka Barbier, 1989).

Yeşil ekonomi kavramının akademik anlamda ilk kullanımı Yeşil Ekonomi Planı (Pearce ve diğerleri, 1989) adlı raporda gerçekleşmiştir. Bu raporda yeşil ekonomi, ilk kez modern ekonomilere yönelik sürdürülebilir kalkınma planı olarak sunulmuştur. Aslında, yeşil ekonomi kavramı raporda tam olarak açıklanmamış sadece başlıkta kullanılmıştır (Allen ve Clouth, 2012, s.7).

Yeşil Ekonomi kavramının küresel anlamda tanıtılması 2012 Rio+20 konferansında gerçekleşmiştir. Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından Rio+20 konferansında yayınlanan Küresel Yeşil Yeni Uzlaşma adlı raporda, çevresel ve ekonomik açıdan sürdürülebilir bir dünya olabileceğini savunulmuş ve iklim krizi ile mücadele edebilmek için Küresel Yeşil Yeni Uzlaşma politikaları önerilmiştir. (Barbier, 2009).

Yeşil ekonomi kavramı esasen içinde birçok unsur ve iddiayı barındıran bir kavramdır. Bu yüzden yeşil ekonominin tanımı hakkında ortak bir görüş bulunmamaktadır. Yeşil ekonominin açıklamasında en çok başvurulan tanımlardan birisi Birleşmiş Milletler Çevre Programına ait tanımlamadır. Yeşil ekonomi, "çevresel riskleri ve ekolojik kısıtları önemli ölçüde azaltırken, insan refahını ve sosyal eşitliği iyileştiren bir ekonomi" (United Nations Environment Programme (UNEP), 2011) modelidir.

AB ise yeşil ekonomiyi, doğal çevre ile uyumlu ekonomik büyümenin sağlanması için insana yakışır işler sağlayan, doğal sermayeyi koruyan ve yoksulluk ile mücadele ederek insan refahını iyileştirmeyi hedefleyen bir anlayış olarak tanımlamaktadır (European Commission, 2011). Uluslararası Ticaret Odası, yeşil ekonomiyi "ekonomik büyüme ve çevresel sorumluluğun, sosyal kalkınmadaki ilerlemeyi desteklerken, karşılıklı olarak güçlendirici bir şekilde birlikte çalıştığı bir ekonomi" modeli olarak tanımlamıştır (International Chamber of Commerce, 2012, s.10).

Yeşil Ekonomi Koalisyonuna göre yeşil ekonomi beş ilkedен oluşmaktadır (Green Economy Coalition, 2020). Bunlar:

Refah İlkesi: Yeşil ekonomi, yeşil ve insana yakışan işler üreterek beşerî, sosyal, fiziksel ve doğal sermayelerin korunmasına ve büyümesine katkıda bulunur.

Adalet İlkesi: Kimseyi geri bırakmadan insanlar arasındaki eşitliği azaltır. Fırsatların adil dağıtılmasını sağlar.

Gezegen Sınırları İlkesi: Yeşil ekonomi, doğal sermayeyi korumak ve ekolojik sınırları ihlal etmemek için doğayı korur ve doğaya yatırım yapar.

Verimlilik ve Yeterlilik İlkesi: düşük karbonlu, döngüsel bir ekonomi modeli ile sürdürülebilir üretim ve tüketimi destekler.

İyi Yönetim İlkesi: Refah ve sürdürülebilirlik sağlamak için hesap verebilir, şeffaf kurumlar yaratır.

Yeşil ekonominin üç temel hedefi bulunmaktadır: insan açgözlülüğünü kısıtlama, sürdürülebilirlik ve ekonomik büyümeyi doğal kaynakların tüketiminden ayırma (Pearce, 1992, s.4).

Yeşil ekonomi, bazı uzmanlar tarafından ekonomik krizlerden çıkış ve iyileşme yolu olarak görülmüştür (Pearce, 1992; Stern, 2007; Barbier, 2009). Özellikle 2008 ekonomik krizinin etkilerinden kurtulmak için çevresel yatırımların ekonomik iyileşmeye katkı sağlayacağı düşünülerek Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından yeşil teşvik paketleri önerilmiştir (Allen ve Clouth, 2012, s. 7).

Rio+20 Konferansından sonra düzenlenen iklim konferansları ve 2015 Paris İklim Zirvesi, küresel çevre politikaları belirleyerek iklim kriziyle mücadelede, yeşil ekonomi anlayışının küresel anlamda uygulanması için yol haritası sunmuşlardır.

AB'de Sürdürülebilir Çevre ve Enerji Politikalarının Gelişimi

AB'de sürdürülebilir çevre ve enerji politikalarının gelişimi, 1972 Birleşmiş Milletler iklim zirvesinden sonra Paris'te gerçekleşen Avrupa Konseyi toplantısı ile başlamıştır. AB daha sonra, dünyayla paralel olarak, iklim değişikliğiyle mücadele doğrultusunda çevre ve enerji politikaları oluşturmaya başlamıştır.

Tablo 1
AB’de Sürdürülebilir Çevre ve Enerji Politikalarının Gelişimi

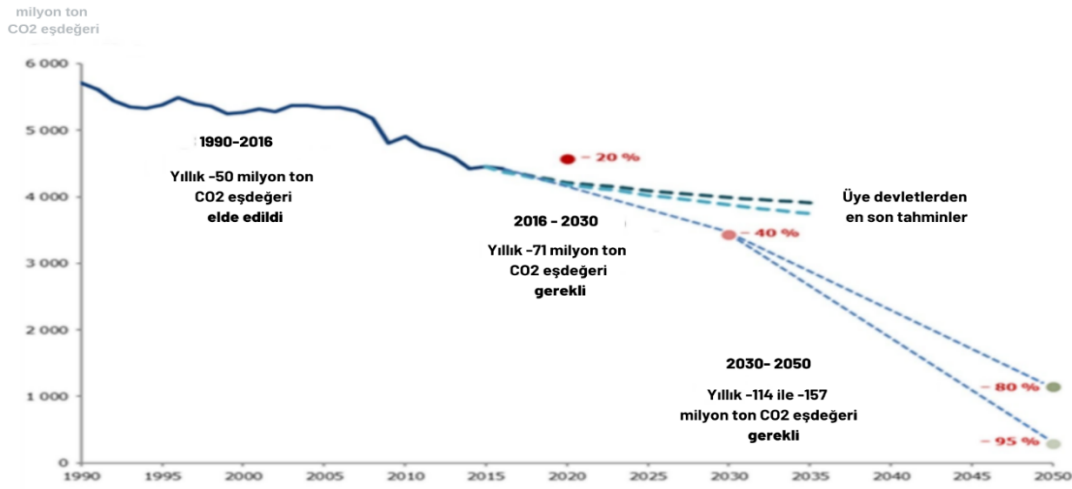
Olay	Önemi
1972 Avrupa Konseyi Toplantısı	1972 yılında Birleşmiş Milletler İklim Zirvesi’nden sonra Paris’te gerçekleşen toplantıda ekonomik gelişmeyi kapsayan bir çevre politikasına ihtiyaç duyulduğu belirtilmiş ve eylem programı çağrısında bulunulmuştur.
1987 Avrupa Tek Senedi kabulü	Çevre politikaları için yasal temel sağlanmıştır.
1993 Maastricht Antlaşması	Çevre politikaları AB’nin resmi politika alanına dönüşmüştür.
1999 Amsterdam Anlaşması	Sürdürülebilir kalkınma anlayışının AB’nin tüm sektörel politikalarına entegre edilmesine karar verilmiştir.
2005 AB Emisyon Ticaret Sistemi kurulması	Dünyanın ilk ve en büyük emisyon ticaret sistemi kurulmuştur.
2009 Lizbon Antlaşması	İklim değişikliğiyle mücadele özel bir hedef haline gelmiştir.
2015 Paris İklim Anlaşması’nın imzalanması 2016 Paris İklim Anlaşması’nın yürürlüğe girmesi	Paris İklim Anlaşması’nın hedefleri ile uyumlu iklim, çevre ve enerji politikaları belirlenmiştir.
2019 Avrupa Yeşil Mutabakatı Kabulü	2050 yılında karbon nötr iklim hedefi belirlenmiş ve bu hedeflere ulaşmak için kapsamlı politikalar geliştirilmiştir.
2020 İklim Hedefleri-2030	2030 yılına kadar karbon emisyonlarının %55 azaltılması hedefi konulmuştur.
2020 Avrupa İklim Yasası	Avrupa Yeşil Mutabakatı’nda belirlenen hedefler yasal hale gelmiştir.
2021 Sürdürülebilir Mavi Ekonomi	Okyanusların ve denizlerin korunarak Avrupa Yeşil Mutabakatı’nın hedeflerine ulaşılmasını kolaylaştırmak.

Kaynak: Kurrer (2020) ve European Commission. (2021). https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en yararlanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Avrupa Yeşil Mutabakatı

Avrupa Yeşil Mutabakatı, “2050 yılında net sera gazı emisyonlarının olmadığı ve ekonomik büyümenin kaynak kullanımından ayrıştırıldığı, modern, kaynak verimli ve rekabetçi bir ekonomiye sahip, AB’yi adil ve müreffeh bir topluma dönüştürmeyi amaçlayan yeni bir büyüme stratejisidir” (European Commission, 2019a). Mutabakatın temel amacı, Paris İklim anlaşması hedeflerine ulaşmak ve ekonomik ve sosyal anlamda büyük çaplı bir dönüşümün başlatılmasıdır (İktisadi Kalkınma Vakfı, 2021).

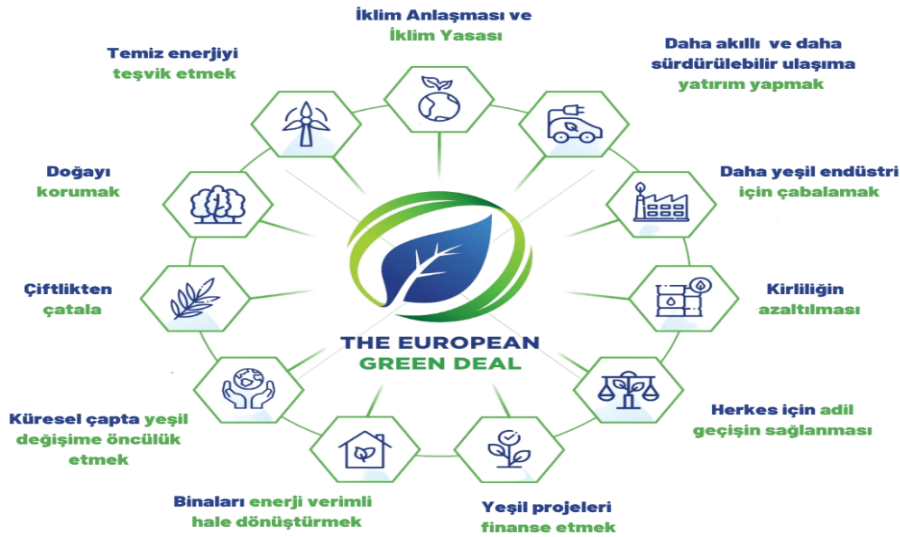
Paris İklim Anlaşması, küresel iklim değişikliği ile mücadele için 2015’te oluşturulan ve yasal anlamda bağlayıcı olan en önemli iklim eylem planıdır. Paris İklim Anlaşması, küresel ortalama sıcaklık artışının sanayileşme döneminin öncesine göre 2°C ‘i geçmemesini ve 1,5°C’nin altında tutulmasını hedeflemektedir (United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), 2015). AB, 2016 yılında Paris İklim Anlaşması’nı imzalayarak yürürlüğe sokmuş ve Paris Anlaşması’nın küresel anlamda kabul görmesi için önyayak olmuştur. (Official Journal of European Union, 2016). AB, Paris İklim Anlaşmasının hedefleri ile paralel şekilde 2030 yılına kadar sera gazı emisyonlarını, 1990 yılı seviyesine göre en az %40 oranında azaltmayı hedeflemiştir (European Commission, 2016a). Bu oran daha sonra Avrupa İklim Yasası’nda güncellenerek, 2030’da 1990’a kıyasla en az %55’lik emisyon azalımı hedefi olarak belirlenmiştir. Aynı zamanda, 2030’a kadar AB enerjisinin %33,1-%33,7’ sini yenilenebilir enerjiden sağlama ve enerji verimliliğini %32,5 artırma hedefi belirlenmiştir (European Commission, 2020b).



Kaynak: European Environment Agency. (2020). Greenhouse gas emissions across EU drop slightly in 2016. <https://www.eea.europa.eu/highlights/greenhouse-gas-emissions-across-eu>. Yazarlar tarafından grafik Türkçeye çevrilmiştir.

Şekil 1. AB'de sera gazı emisyon eğilimleri, projeksiyonları ve hedefleri, 1990-2050.

AB, iklim kriziyle mücadele ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini gerçekleştirmede küresel bir rol model olmayı amaçlamaktadır (European Commission, 2019a). Bu doğrultuda Komisyon, 2050 yılına kadar iklim hedeflerine ulaşmak için birtakım eylem alanları belirlemiştir (European Commission, 2019a). Bu alanlar: iklim yasası, biyoçeşitlilik, çiftlikten çatala, sürdürülebilir tarım, temiz enerji, sürdürülebilir endüstri, kirliliği azaltılması, doğayı koruma, yeşil projeleri finanse etme, binaları enerji verimli hale dönüştürme, herkes için adil geçişin sağlanması ve küresel çapta yeşil değişime öncülük etmektir.



Kaynak: EU-ASEAN Strategic Partners. (2021). The European Green Deal. <https://euinasean.eu/eu-green-deal/>. Yazarlar tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

Şekil 2. Avrupa Yeşil Mutabakatı

Avrupa Döngüsel Ekonomi Eylem Planı

Döngüsel ekonomie geçiş, AB'nin 2050 iklim hedefine ulaşmasında bir ön koşul kabul edilmektedir. AB, döngüsel ekonomiyi gerçekleştirerek hem iklim açısından nötr kıta oluşturmayı hem de rekabet gücünü güvence altına almayı hedeflemektedir (European Commission, 2020a).

Döngüsel ekonomi, "iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı, atık ve kirlilik gibi küresel zorlukların üstesinden gelen bir sistem çözümü çerçevesidir" (Ellen MacArthur Foundation (EMF), 2021a). "Ekosistem işleyişini ve insan refahını en üst düzeye çıkarmak için hem süreç hem de çıktı olarak planlama, kaynak sağlama, tedarik, üretim ve yeniden işlemenin tasarlandığı ve yönetildiği bir ekonomik modeldir" (Murray, Skene ve Haynes, 2017). Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı temeline dayanan döngüsel ekonomi, atık ve kirlilik yönetimini tasarlamak, ürünleri ve malzemeleri kullanımda tutmak, doğal sistemleri yeniden oluşturmaktır (EMF, 2021b).

Döngüsel ekonomiye geçiş, atık oluşumunu en aza indirerek kaynak verimli, sürdürülebilir ekonomi ve çevre oluşmasına katkıda bulunur. Döngüsel ekonomi, teknolojik ve dijital gelişmeye katkıda bulunarak istihdamın artmasına da katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda ekonomide rekabet gücünü de artırmaktadır (The Centre for European Policy Studies (CEPS), 2018).

Yeni Döngüsel Ekonomi Eylem Planı çerçevesinde AB, birtakım politika alanları belirlemiştir (European Commission, 2020a). Bu politikalar: sürdürülebilir ürün politikası, anahtar ürün değer zincirleri, daha az atık üretme, döngüsel ekonominin istihdam yaratması ve döngüsel ekonomiye geçişi yönlendirmektir.

Döngüsel Ekonomi Eylem planı, ekonomik büyümeyi kaynak kullanımından ayırma ve rekabetçi ekonomi oluşturma planıdır. Bu planla, döngüsel ekonominin AB'de ve ötesinde yeni ekonomik fırsatlar yaratması beklenmektedir. 2030'a kadar döngüsel ekonominin uygulanması AB GSYİH'sini %0,5 oranında artırması ve yaklaşık 700.000 yeni iş yaratması beklenmektedir (European Commission, 2020a).

Avrupa Birliği Emisyon Ticaret Sistemi (AB ETS)

AB Emisyon Ticaret Sistemi (ETS), AB'nin 2030 ve 2050 yılları arasında sera gazı hedeflerine ulaşabilmesi için geliştirdiği politikaların temel aracıdır. Emisyon Ticaret Sistemi, dünyanın ilk büyük karbon pazarını oluşturmaktadır. Bu sistem "sınır ve ticaret" sistemine dayanmaktadır. Sistem, sera gazı emisyonlarının %50'sinden sorumlu olan tesisleri ve havacılık sektöründen kaynaklanan emisyon hacmini sınırlar ve düşük maliyet ile önlem alabilmeleri için emisyon ticareti yapmalarına izin verir (European Commission, 2015). Bu ticaretin gerçekleşebilmesi için toplam emisyonların üst sınırdaki kalması gerekmektedir. Üst sınır, tesislerden üretilen toplam sera gazının satılabileceği miktara göre belirlenmektedir (European Commission, 2015).

Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması

Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması, AB Emisyon Ticaret Sistemi ile uygulanmaktadır. Bu düzenleme AB'nde rekabetçiliğin korunması ve emisyon azaltılması hedeflerinin ticaret ortaklarına aktararak karbon emisyonu hedefleri düşük olan ülkelere sanayinin yer değiştirmesini engellemek için oluşturulmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020). Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması'nın aşamalı olarak uygulanması ve başlangıçta yüksek karbon kaçağı riski taşıyan mallar için geçerli olması planlanmıştır. Bu mallar: demir, çelik, çimento, gübre ve alüminyumdur (European Commission, 2021b).

Sistemin işlemesi şu şekilde düzenlenmiştir: Birlik ithalatçıları, ithal ettikleri malları emisyon ticaret sistemi şartları altında üretilmiş gibi kabul ederek, ödenecek karbon fiyatına denk gelen sertifikaları satın alacaklardır. Bu sertifikaların fiyatı, salınan €/ton CO₂ olarak ifade edilen ETS tahsisatlarının haftalık ortalama ihale

fiyatlarına göre belirlenmektedir (European Commission, 2021). Birlik üyesi olmayan bir ülkedeki üretici ise, ithal edilen malların üretiminde karbon emisyonu için üçüncü bir ülkede fiyat ödediğini belgelendirmesi gerekmektedir. Bu durumda AB ithalatçısı için karşılık gelen maliyet düşürülmektedir (European Commission, 2021b).

Komisyon'un, Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması hakkında açıkladığı son bilgiye göre, sistemin üçüncü ülkelerle işleyişini kolaylaştırmak ve AB üyesi olmayan ülkelerde üretimi yeşillendirmeyi teşvik etmek amacıyla, 2023 yılından itibaren bir raporlama sistemi uygulanması ve ithalatçıların ulusal makamlara başvurarak Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması sistemine kayıt yaptırmaları zorunlu hale getirilecektir (European Commission, 2021b).

Adil Geçiş Mekanizması

Adil Geçiş Mekanizması (Just Transition Mechanism), AB'nin yeşil ekonomi politikalarının gerçekleşmesi için yatırım planlarının ve finansmanının bir parçasıdır. AB, yeşil düzene geçişte hiçbir AB bölgesinin geri kalmaması ve geçişin sosyo-ekonomik etkilerini azaltmak için 2021-2027 yılları arasında uygulanmak üzere en az 150 milyar Euro destek paketi hazırlamıştır (European Commission, 2020c). JTM, olarak adlandırılan bu paket özellikle endüstrisi kömüre dayanan ve geçişten en çok etkilenecek bölgelere destek olmak için çıkarılmıştır. Amaç, geçiş sürecinde iş olanaklarının kolaylaştırılması ve karbon yoğun endüstrilerin geçişinin hızlandırılmasıdır (European Commission, 2020c).

Uluslararası Kuruluşları Gelecek Enerji Senaryolarına Göre AB'nin 2050 İklim Nötr Kıta Hedeflerine

Ulaşma Potansiyeli

Bu bölümde AB'nin 2050 iklim nötr kıta hedeflerine ulaşma potansiyeli belirlemek için Avrupa'nın gelecek enerji görünümüne odaklanan ve analiz eden senaryolar incelenmiştir. İnceleme sonucunda senaryolardan elde edilen bilgiler; senaryo adı, emisyon azalım oranı, enerji verimliliği, elektrifikasyon oranı ve yenilenebilir enerji oranı olarak dört sınıfa ayrılarak değerlendirilmiştir.

İlk olarak Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanmış beş adet senaryo incelenmiştir. Komisyon'a ait senaryolardan ilki, "Energy Roadmap 2050" (European Commission, 2012) adlı senaryodur. Bu senaryoda AB'nin enerji sisteminin karbondan arındırılması için yollar önerilmektedir. Hazırlanan dekarbonizasyon senaryosu, enerji verimliliği, enerji tedarik teknolojilerinin gelişimi, yenilenebilir enerji oranları ve nükleer enerji kullanım oranına göre oluşturulmuştur. Senaryoya göre, 2050'de enerji sistemlerinde karbonsuzlaşma mümkündür. Ancak bunun gerçekleşmesi için enerji sisteminde gerçekçi dönüşümlerin sağlanması gerekmektedir.

Komisyon'a ait ikinci senaryo "EU Reference Scenario 2016" (European Commission, 2016b) senaryosudur. Bu senaryo, AB'nin 2016 yılındaki enerji politikalarını referans olarak AB enerji sistemi, ulaşım ve sera gazı emisyonları üzerinden 2050 yılı için analiz yapmaktadır. AB Referans Senaryosu, politika yapıcılara 2030 ve 2050 hedefleri doğrultusunda yeni politika önerileri oluşturabilecek kapsamlı analizler sunmaktadır.

İncelenen üçüncü senaryo "A Clean Planet for all" (European Commission, 2018) adlı senaryodur. Bu senaryoda, AB'nin 2030 enerji ve iklim hedefleri ve politikaları sekiz farklı olasılık üzerinden analiz edilmiştir. Bu çalışmada, ulusal sera gazı azaltma hedefleri, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji hedefleri farklı teknolojik gelişmeler, döngüsel ekonomiye geçiş ve eylemler üzerinden değerlendirilmiştir.

Komisyon tarafından hazırlanan dördüncü senaryo POTEnCIA Central Scenario'dur (Mantzou, Wiesenthal, Neuwahl, ve Rozsai, 2019). Bu senaryoda, 2017 yılında alınan enerji ve iklim politikaları kararları dışında 2050'ye kadar hiçbir yeni politika uygulanmadığı varsayımına dayanarak, 2050 yılındaki AB'nin olası enerji sistemini göstermektedir. Çalışmada, 2030 yılına kadar yeni önlemlerin alınmaması durumunda karbon emisyonu azaltma oranınının 1990'a kıyasla %40 azalım oranını yakalayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Komisyon'a ait incelenen son senaryo "EU Reference Scenario 2020" (European Commission, 2021c) dir. Bu senaryoda, 2019 yılında kabul edilen "Tüm Avrupalılar için Temiz Enerji Paketi" hedefleri ve 2050 yılına kadar ki ulusal düzeyde ve Birlik düzeyindeki hedeflere ulaşma süreci değerlendirilmektedir. Çalışmadaki tahminler, Covid-19 pandemisinin etkileri, ekonomik ve endüstriyel faaliyetler, nüfusun evrimi, dünya yakıt fiyatlarındaki değişimler ve teknolojik gelişmeler ile piyasa eğilimleri dikkate alınarak oluşturulmuştur.

Avrupa Komisyonu'nun hazırladığı senaryolara ek olarak çalışmada incelenen diğer senaryolar AB'nin 2050 iklim hedeflerine ulaşma potansiyelini analiz etmektedir. McKinsey Danışmanlık Şirketi tarafından hazırlanan Transforming of Europe's power system until 2050 (Feldhaus, ve Vahlenkamp, 2010) senaryosunda, AB'nin 2050 yılına kadarki enerji dönüşümü ve düşük karbonlu enerji üretimi, "temiz" senaryo, "yeşil" senaryo ve "zayıf" senaryo olarak adlandırılan üç durumda analiz edilmiştir. Temiz senaryoda, karbondan arındırılmış enerjiye odaklanılmış ve 2050'de %95 emisyon azalımı belirlemiştir. Temiz senaryo, yenilenebilir enerji teknolojilerinin geleneksel enerji sistemleri ile maliyet açısından rekabet edebilir olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Yeşil senaryo, temiz enerji senaryosu ile aynı oranda 2050'de %95 emisyon azalımı belirlemiştir. Yeşil senaryo, 2050'de AB'nin enerji karışımında yenilenebilir kaynakların payını %80 olarak belirlemiştir. Zayıf senaryo ise 2050 yılı için karbon azalımı ve yenilenebilir enerji hedefi belirlememiş, daha çok optimize edilmiş maliyetler üzerinde durmuştur (Feldhaus ve Vahlenkamp, 2010).

AB'nin desteği ile hazırlan Baseline Scenario of the Total Energy System up to 2050 (Nijs, Castelló, González, ve Stiff, 2017) senaryosunda, 2050 yılına kadar enerji sistemindeki değişimin temel senaryosu oluşturularak, AB'nin gelecek enerji talebi, yenilebilir enerji oranı ve CO2 emisyon oranları belirlenmiştir.

Avrupa İklim Vakfı tarafından hazırlanan Net Zero by 2050: From Whether to How senaryosunda, 2050 yılına kadar AB'nin net sıfır hedefine ulaşması için iklim ve enerji politikalarının geliştirilmesinin gerekli olduğu vurgulanmıştır (European Climate Foundation, 2018).

Decarbonisation Pathways (Eurelectric, 2018) senaryosunda, AB'nin elektrifikasyonunun karbondan arındırılmasına odaklanan bir senaryo hazırlamıştır. Senaryoda elektrifikasyonun ve enerji verimliliğinin artması ile AB'nin 2050 yılında CO2 emisyonlarını %95 azaltabileceği belirlenmiştir.

Matthes, Hermann ve Zimmer, (2018) tarafından hazırlanan The Vision Scenario for the European Union senaryosunda, uzun vadede sera gazı emisyon azaltma hedefi değerlendirilmiş ve Paris İklim Anlaşması'nın 2°C sıcaklık artışı sınırına uygun olan senaryo belirlenmiştir.

Wind Europe tarafından hazırlanan Breaking new ground: wind energy and the electrification of Europe's energy system (Pineda, Fraile ve Tardieu, 2018) senaryosunda, AB'nin Paris iklim Anlaşması ile uyumlu politikaları uyguladığını varsayarak bir analizde bulunulmuştur.

Paris iklim Anlaşması ile uyumlu politikaların uygulandığı varsayımına dayan diğer bir senaryo da Paris Agreement Compatible (PAC) senaryosudur. Bu senaryoda odaklanılan temel unsurlar şunlar olmuştur: enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kullanımının artırılması, ısıtmanın ve ulaşımın elektrifikasyonu, fosil yakıtların kullanımının ortadan kalkması, endüstri ve havacılığın karbondan arındırılması (Mühlenhoff, ve Bonadio ,2020). PAC, 2050 yılında %100 yenilenebilir enerji üretimi öngören tek çalışmadır.

Climate Analytics'in hazırladığı Decarbonisation pathways for the EU power sector senaryosunda, Avrupa enerji sektörünün karbondan arındırılması için temel itici güçleri açıklamaktadır. İtici güçlerin açıklanmasında, enerji sektöründe sıfıra yakın karbon salımı gerçekleştirildiği ve Paris Anlaşması'na uyumluluğun sağlandığı senaryolar değerlendirilmiştir (Climate Analytics, 2020).

Uluslararası Enerji Ajansı tarafından hazırlanan "Dünya Enerji Görünümü 2020" adlı rapordaki senaryoda Covid-19 pandemisinin enerji sektörü üzerindeki etkileri, 2030 yılı için değerlendirilmiştir (International

Energy Agency, 2020). Önümüzdeki on yıl için farklı potansiyel yollar değerlendirilerek hazırlanan raporda, 2050 hedefleri Sürdürülebilir Kalkınma Senaryosu üzerinden değerlendirilmiştir.

Gelecek enerji senaryoları hakkında incelenen son senaryo, Global Renewables Outlook, Energy Transformation European Union senaryosudur (IRENA, 2020). Raporun AB ile ilgili bölümde 2030, 2040 ve 2050 yılları için planlanan enerji ve enerji dönüşümü senaryosu olmak üzere iki model oluşturularak gelecek enerji görünümü oluşturulmuştur.

Tablo 2

Uluslararası Kuruluşları Gelecek Enerji Senaryolarına Göre AB'nin 2050 İklim Nötr Kıta Hedeflerine Ulaşma Potansiyeli

Senaryo	Senaryo hedefi	2050 Hedefine yönelik politika varsayımları	2050 İklim Hedefine Ulaşma
Transforming of Europe's power system until 2050 (Feldhaus, P. Ve Vahlenkamp, T., 2010)	Avrupa'nın 2050'ye kadar %95 CO2 emisyon azalımı hedefi için gerçekçi temel sağlamak.	AB'nin 2050'de CO2 emisyonunu %95 azaltması için daha fazla enerji sektörüne odaklanması gerekecektir.	2050'de 1990 seviyelerine kıyasla %95 emisyon azalımı öngörülmektedir. Elektrifikasyon oranı 2050'de %100'e ulaşacaktır. Yenilenebilir enerji oranı temiz enerji senaryosunda %90-%92, yeşil senaryoda ise %80 olacaktır.
Energy Roadmap 2050 (European Commission, 2012)	2050'ye kadar %85-%90 emisyon azalımı hedefi doğrultusunda enerji sistemini dönüştürmedeki zorluklar ve fırsatları belirlemek.	Yüksek enerji tasarruflarına yönelik politika taahhütlerinin getirilmesi bekleniliyor. Kamuda enerji tasarrufunun artması için yükümlülükler belirlenmesi ve karbon fiyatlandırma sisteminin etkili kullanılması öngörülmüyor.	Nihai enerji talebinde elektriğin oranı %36-39'a çıkması beklenmektedir. Enerji tüketiminde yenilenebilir enerjinin payı %75 ve elektrik tüketiminde payı %97'ye ulaşabilir. Elektrik sisteminin karbondan arındırılması, %80 CO2 azalımı sağlayabilir.
EU Reference Scenario 2016 (European Commission, 2016b)	AB'nin mevcut iklim ve enerji politikalarını referans alarak, 2050'ye kadar AB'nin enerji sistemi, ulaşım ve sera gazı emisyonlarındaki politika etkilerini belirlemek.	AB'nin 2020 yılına kadar uygulamayı planladığı enerji verimliliği politikalarının eksiksiz uygulandığını varsaymaktadır.	Termik santralde üretilen elektriğin karbon yoğunluğu %68 azalmaktadır. Sanayi sektöründen kaynaklanan emisyonlar %51 azalmaktadır. Birincil enerji üretiminde yenilenebilir kaynakların oranı baskın hale gelmeye başlayarak %28 olacaktır.
Baseline scenario of the total energy system up to 2050. (Nijs ve diğerleri, 2017)	AB'nin iklim ve enerji politikalarını temel alarak 2050'ye kadar enerji sistemindeki gelişmeleri teknolojik performans, politikalar, çevresel etkiler ve maliyetler üzerinden değerlendirmek.	Hibrit enerjinin kullanılmasının artması için teknolojik seviyelere göre indirim uygulandığını varsaymaktadır. Nükleer enerji santrallerinin ulusal düzeyde farklı politikalarla kullanım sürelerinin uzatılmadığı varsayılmıştır.	Toplam birincil enerji üretiminde yenilenebilir enerji oranı 2050'de %22 olacaktır. 2040 yılına kadar elektriğin %46 yenilenebilir enerjiden üretilecek ve geri kalan %54 ise fosil yakıt ve nükleer enerjiden sağlanacaktır.

Tablo 2

Uluslararası Kuruluşları Gelecek Enerji Senaryolarına Göre AB'nin 2050 İklim Nötr Kıta Hedeflerine Ulaşma Potansiyeli (Devamı)

Senaryo	Senaryo hedefi	2050 Hedefine yönelik politika varsayımları	2050 İklim Hedefine Ulaşma
Net Zero by 2050: From Whether to How (European Climate Foundation, 2018)	Avrupa'nın 2050 yılında net sıfır emisyon hedefi doğrultusunda %100 emisyon azalımı ve karbonsuz bir topluma geçiş için bir vizyon oluşturmak.	AB'de sektörler arasında hedeflerin herhangi bir özel azaltma çabası bulunmadan uygulandığı varsayılmıştır. AB'de enerjiye, ürünlere ve ete olan talebin azaltılması için, AB tarafından talep yönlü kaldıraçlar uyguladığını varsayılmıştır.	Enerji talebinde %41-%64 azalma yaşanabilir. Rüzgâr ve güneş, 2030'da elektrik üretiminin en az %50'sini, 2050'de ise %60'ını oluşturacaktır.
Decarbonisation Pathways (Eurelectric, 2018)	2050'de %85-95 CO2 azalımı için elektrifikasyonun önemini ortaya çıkartmak.	Tüm sektörlerde karbonsuzlaşmanın sağlanması için politik taahhütlerin getirilmesi. Temiz enerji için elektrikteki vergilerin düzenlenmesi. Elektrifikasyonu arttırmak için sisteme entegrasyonun kolaylaştırılmasının sağlanması.	CO2 emisyonları %85-%95 oranında azalabilir. Yenilenebilir enerji kaynakları enerji arzının %80'den fazlasını oluşturacaktır. Ulaşımında nihai enerji tüketiminde elektrik enerjisi %63 olacaktır.
A Clean Planet for all (European Commission, 2018)	Avrupa Komisyon'unun uzun vadeli hedefi üzerinden 2050'de karbon sıfır vizyonu oluşturmak.	Enerji verimliliği için AB standartlarının geliştirilmesi. Elektrifikasyonun artması için 2050'ye kadar gerekli altyapının oluşturulması. Döngüsel ekonomiye geçişin sağlanması.	1990 seviyesine göre AB'nin emisyon oranı yaklaşık %85 azaltılabilir. Elektrik enerjisinin %80 den fazlası yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanacaktır.
The Vision Scenario for the European Union. (Matthes ve diğerleri, 2018)	2°C sıcaklık artışı sınırının aşılmaması için %95 CO2 emisyonu azalımı sağlamak.	AB, ETS'yi ve üst sınırını sıkı bir şekilde uygulamalıdır. Yenilenebilir enerji için uygun ücretlendirme sağlamalıdır. Enerji ve teknolojik hizmetler için alt yapı hazırlanmalıdır.	%93 CO2 emisyonu azalımı sağlanabilir. Bu oran arazi kullanımının iyileştirilmesi ile %95'i bulabilir. Birincil enerji arzındaki yenilenebilir enerji oranı %97 olabilir. Yenilenebilir enerjiden elektrik üretimi oranı %100'ü bulabilir.
Breaking new ground: wind energy and the electrification of Europe's energy system. (Pineda ve diğerleri, 2018)	Paris İklim Anlaşması'nın 2°C sıcaklık artışı sınırının sağlanması ve 2050'ye kadar %90 CO2 emisyon azalımı için mevcut politikaların etkilerini belirlemek.	AB, 2030 emisyon azalım hedeflerini attırmalıdır. Fosil yakıtlardan elektrik üretiminin 2050 yılına kadar aşamalı olarak kaldırılması gerekecektir. Avrupa'da ETS uygulanması artacağı için karbon fiyatlarında artış meydana gelecektir.	Paris Anlaşması uyumlu politikaların uygulanması CO2 emisyonunu %92 azaltabilir, elektriğin enerjideki payı %63 olabilir ve yenilenebilir enerji kaynakları toplam nihai enerji talebinin %78'ini oluşturabilir. Mevcut politikaların eksik uygulandığı durumda CO2 oranı en fazla %74 olacaktır.

Tablo 2

Uluslararası Kuruluşları Gelecek Enerji Senaryolarına Göre AB'nin 2050 İklim Nötr Kıta Hedeflerine Ulaşma Potansiyeli (Devamı)

Senaryo	Senaryo hedefi	2050 Hedefine yönelik politika varsayımları	2050 İklim Hedefine Ulaşma
The POTEnCIA Central scenario: an EU energy outlook to 2050 (Mantzos ve diğerleri, 2019)	2050'ye kadar net sıfır CO2 salımı için, AB'nin enerji sisteminin evrimini açıklamak.	AB Emisyon Ticareti Sistemi kapsamında karbon fiyatların artış yaşanması beklenmektedir. 2030 hedefleri ve 2050 hedeflerine ulaşmak için ek politikalar geliştirilmesi gerekli olacaktır.	CO2 emisyonları 1990 seviyelerine göre %53 azalacaktır. Elektrik üretiminde yenilenebilir enerjinin payı %72 olacaktır.
Decarbonisation pathways for the EU power sector (Climate Analytics, 2020)	AB'nin enerji sektöründen kaynaklanan CO2 emisyonlarını 2050'ye kadar sıfıra indirmek için yollar önermek.	Politika sürekliliği ve öngörülebilirlik sağlanmalıdır.	Enerji talebindeki elektrik enerjisinin payı %52-%61 oranında olacaktır. Elektrik enerjisi talebi %36 oranında artacaktır.
EU Reference Scenario 2020 (European Commission, 2021c)	Avrupa Yeşil Mutabakatı doğrultusunda AB'nin 2050'de net sıfır kıta hedefi için politika seçeneklerini değerlendirmek.	AB'nin karbon satışlarını 2050'ye kadar %81 azaltması beklenmektedir.	Enerji sektöründe %75 emisyon azalımı gerçekleşecektir. Nihai enerji talebinde toplam elektrik talebi %33'e ulaşacaktır. Elektrik üretiminde yenilenebilir enerjinin payı %75'e ulaşacaktır.
Building a Paris Agreement Compatible (PAC) energy scenario (Mühlenhoff, J., & Bonadio, J., 2020)	AB'nin Paris Anlaşması ile uyumlu iklim politikalarının 2030 yılına kadar gerçekleştirilmesi için, %65 CO2 emisyon azalımı için yol göstermek.	Fosil yakıtların 2040'a kadar kullanımdan kaldırılmasını ve 2040 yılına kadar nükleer enerji santrallerinin kapatılmasını ön görmektedir.	Yenilenebilir enerji oranı 2030'da nihai enerji tüketiminin %50'sini ve 2040'ta %100'ünü oluşturacaktır. AB'nin birincil ve nihai enerji tüketiminde %45 enerji verimliliği sağlanabilir.
World Energy Outlook 2020. (International Energy Agency, 2020)	Küresel enerji sisteminin Covid-19 etkisiyle önümüzdeki 10 yıl içinde nasıl gelişeceğini ve AB'nin 2050 karbon sıfır hedefine ulaşma potansiyelini analiz etmek.	AB'nin ETS karbon fiyatını desteklemesi, enerji vergilendirme sisteminin düzenlenmesi ve enerji sistemi elektrifikasyonunda esnekliğin sağlanması beklenilmektedir.	2030'a kadar elektrik talebi %100'ün üzerinde artacaktır. 2050'de AB'nin elektrik üretiminin %80'den fazlası yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanacaktır. %92 emisyon azalımı gerçekleştirilebilir
Global Renewables Outlook, Energy Transformation European Union. (IRENA 2020)	2050'ye kadar %100 CO2 azalımı için sürdürülebilir enerji sistemi yaratmadaki engelleri ve fırsatları belirlemek.	AB'nin mevcut enerji politikalarını yenileyerek 2050 yılına kadar yeşil dönüşümü sağlayacağı varsayılmıştır.	Yeşil dönüşümün sağlanması CO2 oranında %82 azalma gerçekleştirilebilir. Mevcut politikalarda geliştirme olmazsa, 2050 yılında CO2 emisyon azalım oranı %42 olacaktır. Enerji tüketiminin %70'i yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanabilir.

Sonuç

Bu çalışmada, AB'nin Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde uyguladığı yeşil ekonomi politikalarının iklim krizi ile mücadelede ne ölçüde etkili olabileceği sorusuna çeşitli gelecek enerji senaryoları üzerinden geçerli bir yanıt aranmıştır. Bu bağlamda çalışmada, AB'nin 2050 yılına kadar iklim nötr kıta olma hedefi ile geliştirdiği yeşil ekonomi politikalarının etkinliği hem AB'nin hem de uluslararası kuruluşların gelecek enerji senaryoları üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın iki sınırlılığı bulunmaktadır. Birincisi, Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın yeni ve güncel bir konu olması, çalışmada daha çok AB resmî belgelerinden yararlanılmasını gerekli kılmıştır. İkincisi, Avrupa Yeşil Anlaşması doğrultusunda, AB'nin 2050 iklim hedeflerini içeren güncel gelecek enerji senaryoları sınırlıdır. Bu durum da çalışmada incelenen gelecek enerji senaryo sayısını sınırlamıştır. Araştırma sonuçları da bu raporların bulguları çerçevesinde geçerli olmaktadır.

İncelenen 15 farklı senaryodan elde edilen bulgulara göre, AB'nin 2030 ve 2050 hedeflerine, Avrupa Yeşil Mutabakatı doğrultusunda planladığı eylem alanları ile Paris İklim Anlaşmasıyla uyumlu politikalar uygulanmaya devam ettiği takdirde yaklaşabilir. Enerji sektörlerinin elektrifikasyon oranındaki artış 2050'de enerji sisteminin karbondan arındırılması için önemli katkı sağlamaktadır. Elektrifikasyon oranlarındaki artış, başta rüzgâr ve güneş enerjisi olmak üzere yenilenebilir enerji üretiminde artışı da desteklemektedir. Aynı zamanda bu artış, enerji verimliliğinde de bir artış oluşturmaktadır. Ancak bu mevcut politika uygulamaları ve hedefler AB'nin iklim nötr kıta olması için %100 yeterli olmamaktadır. 15 farklı senaryonun karşılaştırılması, Avrupa'da yeşil ekonomiye geçişin ve enerji dönüşümünün hızının yetersiz olduğu sonucunu ortaya çıkmaktadır.

Emisyon Ticaret sisteminin etkili kullanılması, yenilenebilir enerji oranlarındaki ve elektrifikasyon oranlarında yaşanan artışlar, hedefleri karşılayamamaktadır. Küresel taahhütler ve AB'nin artan iklim eylemlerine rağmen 2050 yılında belirlenen hedeflerin gerçekleştirilemeyeceği öngörülmektedir. Mevcut politikalar ve yetersiz temiz enerji kullanım oranları, Paris İklim Anlaşmasının 1,5°C'lik sıcaklık artışı hedefine ulaşmak için yeterli olmamaktadır. En iyimser senaryolarda bile, 2050 yılında kadar CO2 emisyon oranında en fazla %95 azalma öngörülmektedir. AB'nin 2050 hedeflerine ulaşması için yeni ek politika ve taahhütler gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Her şeye rağmen, yeşil ekonomi anlayışı gelecekte daha yeşil ve temiz bir dünyada yaşanması için önemli katkılarda bulunmaktadır. AB'nin 2050 yılında ilk iklim nötr kıta olması dünyanın iklim kriziyle mücadelesinde büyük bir fırsat yaratabilir. AB gibi büyük bir ticari ve siyasi entegrasyonun bu düzenlemeleri, diğer ülkelerin politika kararlarını da mutlaka etkileyecektir. Özellikle AB'ye aday ülkelerin ve AB ile ticaret yapan ülkelerin bu düzenlemeleri kendi ulusal politikalarında uygulamaları gerekecektir. Bu da dünyada yeşil ekonomi anlayışının küresel anlamda benimsenmesine katkıda bulunarak, büyük çaplı bir dönüşüm silsilesine yol açabilir. Gelecekteki çalışmalar bu doğrultuda daha fazla dikkate alınarak araştırılmalıdır.

Kaynakça

- Allen, C. ve Clouth, S. (2012). Issue 1: green economy, green growth, and low-carbon development – history, definitions and a guide to recent publications. UN Division for Sustainable Development. Erişim adresi: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/GE%20Guidebook.pdf>
- Barbier, E. B. (2009). Global green new deal: Rethinking the economic recovery. UNEP. Erişim adresi: <https://www.cbd.int/development/doc/UNEP-global-green-new-deal.pdf>
- Capros, P., Kannavou, M., Evangelopoulou, S., Petropoulos, A., Siskos, P., Tasios, N ve DeVita, A. (2018). Outlook of the EU energy system up to 2050: The case of scenarios prepared for European Commission's "clean energy for all Europeans" package using the PRIMES model. *Energy Strategy Reviews*, 22, 255-263. doi: 10.1016/j.esr.2018.06.009
- Climate Analytics. (2020). *Decarbonisation pathways for the EU power sector policy framework, main drivers, case studies, and scenerio analysis: lessons learned for alingment with the Paris Agreement*. Erişim adresi: https://climateanalytics.org/media/sgccc_ca_report_eu_power_sector-2020-11-30.pdf
- Ellen MacArthur Foundation (EMF). (2021a). *Circular economy glossary*. Erişim adresi: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/glossary>
- Ellen MacArthur Foundation. (EMF). (2021b). *Circular economy products*. Erişim adresi: <https://ellenmacarthurfoundation.org/articles/circular-economy-products>
- EU-ASEAN Strategic Partners. (2021). *The European green deal*. Erişim adresi: <https://euinasean.eu/eu-green-deal/>
- Eurelectric. (2018). *Decarbonisation pathways*. Erişim adresi: <https://cdn.eurelectric.org/media/3457/decarbonisation-pathways-h-5A25D8D1.pdf>
- European Climate Foundation. (2018). *Net zero by 2050 from whether to how*. Climact. Erişim adresi: <https://europeanclimate.org/wp-content/uploads/2019/11/09-18-net-zero-by-2050-from-whether-to-how.pdf>
- European Commission (2011). Rio+20: towards the green economy and better governance, communication, COM (2011) 363 final. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0363:FIN:EN:PDF>
- European Commission. (2012). *Energy roadmap 2050*. Technical report. Luxembourg: Publications Office
- European Commission. (2014). Living well, within the limits of our planet. 7th EAP- The new general union environment action programme to 2020. Erişim adresi: <https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/en.pdf>
- European Commission. (2015). *EU ETS handbook*. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/clima/sites/clima/files/docs/ets_handbook_en.pdf
- European Commission. (2016a). The Road from Paris: assessing the implications of the Paris Agreement and accompanying the proposal for a Council decision on the signing, on behalf of the European Union, of the Paris agreement adopted under the United Nations Framework Convention on Climate Change. COM (2016) 110 final. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:110:FIN>

- European Commission. (2016b). EU reference scenario 2016 energy, transport and GHG emissions trends to 2050. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/20160713%20draft_publication_REF2016_v13.pdf
- European Commission. (2018). A clean planet for all a European strategic long-term vision for a prosperous, modern, competitive and climate neutral economy. COM (2018) 773 final. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0773>
- European Commission. (2019a). The European green deal. COM (2019) 640 final. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>
- European Commission. (2019b, 11 Aralık). Press remarks by President Von der Leyen on the occasion of the adoption of the European Green Deal communication. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_19_6749
- European Commission. (2019c). Clean energy for all Europeans. Erişim adresi: <https://op.europa.eu/s/vdHz>
- European Commission. (2020a). A new circular economy action plan. COM (2020) 98 final. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2020%3A98%3AFIN>
- European Commission. (2020b). An EU-wide assessment of national energy and climate plans. COM (2020) 564 final. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1600339518571&uri=COM:2020:564:FIN>
- European Commission. (2020c) Financing the green transition: The European green deal investment plan and just transition mechanism. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_17
- European Commission. (2021a). A European green deal. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- European Commission. (2021b, Temmuz 14). *Carbon border adjustment mechanism: questions and answers*. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_21_3661
- European Commission. (2021c). *EU reference scenario 2020. Energy, transport and GHG emissions- Trends to 2050*. Erişim adresi: http://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/13656/1/REF2016_report_FINAL-web.pdf
- European Environment Agency. (2020). Greenhouse gas emissions across EU drop slightly in 2016. Erişim adresi: <https://www.eea.europa.eu/highlights/greenhouse-gas-emissions-across-eu>
- Feldhaus, P. ve Vahlenkamp, T. (2010). Transformation of Europe's power system until 2050 including specific considerations for Germany electric power and natural gas practice. McKinsey. Erişim adresi: [transformation_of_europes_power_system.ashx \(mckinsey.com\)](http://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Power%20and%20Natural%20Gas/Transformation_of_europes_power_system.ashx)
- Green Economy Coalition. (2020). The 5 principles of green economy. Erişim adresi: <https://www.greeneconomycoalition.org/news-and-resources/the-5-principles-of-green-economy>

- Hainsch, K., Löffler, K., Burandt, T., Auer, H., del Granado, P. C., Pisciella, P. ve Zwickl-Bernhard, S. (2022). Energy transition scenarios: What policies, societal attitudes, and technology developments will realize the EU Green Deal? *Energy*, 239(Bölüm C), 1-17. doi: 10.1016/j.energy.2021.122067
- International Chamber of Commerce. (2012). Green economy roadmap a guide for business policy makers and society. Erişim adresi: https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2012/08/Green-Economy-Roadmap-a-guide-for-business_-policy-makers-and-society.pdf
- International Energy Agency (IEA). (2020). *World Energy Outlook 2020*, Paris: IEA. Erişim adresi: <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2020>
- IRENA (2020). *The global renewables outlook: energy transformation 2050*. Abu Dhabi, UAE: IRENA.
- İktisadi Kalkınma Vakfı. (2020). AB Yeşil Mutabakatı temel unsurları ve yol haritası. Erişim adresi: https://www.ikv.org.tr/images/files/AB_Yesil_Mutabakati_Temel_Unsurlari_ve_Yol_Haritasi.pdf
- Jonsson, D. K., Johansson, B., Månsson, A., Nilsson, L. J., Nilsson, M. ve Sonnsjö, H. (2015). Energy security matters in the EU energy roadmap. *Energy Strategy Reviews*, 6, 48-56. doi: 10.1016/j.esr.2015.03.002
- Kurrer, C. (2020, 11). Environment policy: General principles and basic framework. *Fact sheets on the European Union- 2020*. Erişim adresi: www.europarl.europa.eu/factsheets/en
- Mantzou, L., Wiesenthal, T., Neuwahl, F. ve Rozsai, M. (2019). *The POTEnCIA central scenario: an EU energy outlook to 2050*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi:10.2760/78212.
- Matthes, F. C., Hermann, H. ve Zimmer, W. (2018). *The vision scenario for the European Union 2011 update for the EU-27*. Öko-Institut. Erişim adresi: <https://www.oeko.de/publikationen/p-details/the-vision-scenario-for-the-european-union-2011-update-for-the-eu-27>
- Mikova, N., Eichhammer, W. ve Pfluger, B. (2019). Low-carbon energy scenarios 2050 in north-west European countries: Towards a more harmonised approach to achieve the EU targets. *Energy policy*, 130, 448-460. doi: 10.1016/j.enpol.2019.03.047
- Murray, A., Skene, K. ve Haynes, K. (2017). The circular economy: an interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 369-380. doi: 10.1007/s10551-015-2693-2
- Mühlenhoff, J. ve Bonadio, J. (2020). Building a Paris Agreement compatible (PAC) energy scenario can Europe/eeb technical summary of key elements. Climate Action Network ve The European Environmental Bureau. Erişim adresi: <https://caneurope.org/building-a-paris-agreement-compatible-pac-energy-scenario/>
- Nijs, W., Castelló, P. R., González, I. H. ve Stiff, G. (2017). Baseline scenario of the total energy system up to 2050. Heat Roadmap Europe. Erişim adresi: https://heatroadmap.eu/wp-content/uploads/2018/11/HRE4_D5.2.pdf
- Official Journal of European Union. (2016). On The Conclusion, On Behalf Of The European Union, Of The Paris Agreement Adopted Under The United Nations Framework Convention On Climate Change. Erişim adresi: <http://data.europa.eu/eli/dec/2016/1841/oj>

- Pearce D, Markandya A, Barbier ED (1989). *Blueprint of a green economy*. Earthscan Publications, London.
- Pearce, D. (1992). Green economics. *Environmental Values*, 1(1), 3–13. doi:10.3197/096327192776680179
- Pineda, I., Fraile, D. ve Tardieu, P. (2018). Breaking new ground: wind energy and the electrification of Europe's energy system. Wind Europe. Erişim adresi: <https://windeurope.org/wp-content/uploads/files/about-wind/reports/WindEurope-breaking-new-ground.pdf>
- Stern, N. (2007). *Implications of climate change for development*. In *Stern review: The Economics of Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511817434.010
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2020, Ekim 21). *Sınırdaki karbon düzenleme mekanizması*. Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/sinirda-karbon-duzenleme-mekanizmasi>
- The Centre for European Policy Studies (CEPS). (2018). *The Role of Business in the Circular Economy: Markets, Processes and Enabling Policies, CEPS Task Force Reports*. Erişim adresi: <https://www.ceps.eu/download/publication/?id=10508&pdf=RoleBusinessCircularEconomyTFR.pdf>
- United Nations Environment Programme (UNEP). (2011), *Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication – full report*. Nairobi: UNEP.
- United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). (2015). Paris Agreement. Erişim adresi: https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Report of the world commission on environment and development: our common future*. Erişim adresi: <https://digitallibrary.un.org/record/139811?ln=en>

Extended Abstract

Purpose

The aim of this study is to determine how effective the EU's green economy practices can be for the 2050 climate targets in the fight against the climate crisis. In this context, the EU's climate policies are examined through future energy scenarios. The study seeks answers to the following questions: Will the EU be able to achieve its climate goals in line with the Paris Climate Agreement? What are the opportunities and obstacles for the EU's 2050 goals?

Design and Methodology

This study is a research article. This study was carried out through content analysis method, which is qualitative research methods. In the article, Within the scope of the green economy, in order to answer these questions, 15 different future energy scenarios were analyzed. Scenarios used in the study were taken from the current reports of energy organizations such as the European Union, the International Energy Agency and the International Renewable Energy Agency. Scenarios published between 2010 and 2020 were included in the analysis. Scenarios in the review process; scenario target, policy assumptions for the 2050 target and reaching the 2050 climate target are gathered under three groups.

In order to determine the state of achieving the 2050 climate target, the CO₂ emission assumptions in the EU energy system, the energy efficiency rate assumption, electrification rates and renewable energy rate assumptions were examined.

In the study, first, the definition of green economy and its development process are explained. In the following section, the Development of Sustainable Environment and Energy Policies in the EU and the milestones and importance of the environmental policies implemented by the EU since 1972 are explained. The next section describes the European Green Deal and its key elements. Then, in the future energy scenarios prepared by international energy organizations and the EU, carbon reduction and renewable energy data were examined and the potential of the EU to reach 2050 targets was evaluated.

Findings

The findings show that the EU, 2030, and 2050 targets can approach if the areas of action planned in line with the European Green Deal and policies in line with the Paris Climate Agreement continue to be implemented. Conversely, current policy practices and targets are not 100% sufficient for the EU to be a climate-neutral continent. In addition, The 1,5°C temperature increase target of the Paris Climate Agreement is expected to be exceeded. Comparing 15 different scenarios reveals that the pace of green economy transition and energy transformation in Europe is insufficient.

On the other hand, In the future, the use of electrical energy and the use of renewable energy is expected to be higher than today. The increase in electrification rates also supports the increase in renewable energy production, especially wind and solar energy. At the same time, this increase creates an increase in energy efficiency.

The article argues that the Green Economy is an effective tool for fighting the Climate Crisis. The understanding of the green economy makes important contributions to living in a greener and cleaner world in the future. Similarly, the European Green Deal accelerates the green transformation both in Europe and

internationally. Also, if the EU is the first climate-neutral continent in 2050 it will create a great opportunity for the world to fight the climate crisis. This situation can create major global changes from economy to social life. The article overall argues that the green economy and the European Green Deal can be effective in tackling the climate crisis, but existing targets should be increased.

Research Limitations

The limitation of this study is that since the European Green Deal is an emerging situation, the official documents of the EU are mostly used in the study. In addition, in the study, future energy scenarios including the EU's 2050 climate targets in line with the European Green Deal were evaluated. The research results are valid within the framework of the findings of these reports.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

In the context of research results, the understanding of the green economy should not remain only as a concept or an action name. The fight against the climate crisis must be implemented quickly to take real steps. The green economy concept should be applied comprehensively in all areas and supported by politics and business.

Originality/Value

There are theoretical and empirical studies on the impact of the Green Economy and the European Green Deal. However, these studies focus on sustainable development, green deal impact on member and candidate countries, circular economy, and green growth. This study aims to contribute to the academic literature by addressing the green economy and the practices of the European Green Deal together in combating the climate crisis.

Araştırmacı Katkısı: Gülay KÜÇÜK (%50), Betül YÜCE DURAL (%50).

Çağrı Merkezlerinde Duygusal Emek Süreçlerinin Analizi: Sosyolojik Bir Saha Araştırmasının Sonuçları^{1 2}

Hande KÖSE³ - Fuat GÜLLÜPİNAR⁴

Başvuru Tarihi: 31.08.2021

Kabul Tarihi: 04.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırmanın amacı, duygusal emek kavramını merkeze alarak çağrı merkezi çalışanlarının çalışma koşullarını ve bu çalışma koşullarındaki dönüşümleri irdelemektir. Bu amaç doğrultusunda araştırma kapsamında özel ve kamu sektörlerinde telekomünikasyon, e-ticaret ve bankacılık gibi farklı iş kollarında çalışan toplam 24 çağrı merkezi çalışanı ve 2 sendika çalışanıyla yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler ve odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Saha araştırmasına dayalı olarak gerçekleştirilen çalışmada, çağrı merkezi çalışanlarının yoğun biçimde duygusal emek sarf etmesinin, duygusal uyumsuzluk, stres, gerginlik, uykusuzluk ve depresyon gibi olumsuz sonuçlara sebep olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda, çağrı merkezlerinde çalışanların yalnızca şirket yetkilileri tarafından değil, müşteriler üzerinden de denetleme mekanizmalarına tabi tutulduğu görülmüştür. Doğrudan insan iletişimine dayanan çağrı merkezi sektöründe müşteriler çalışanlara çeşitli biçimlerde hakaret edebilmekte ve tacizde bulunabilmektedir. Hizmet içi eğitimler ve bilgisayarlı denetim yoluyla bu tür olumsuz durumlar karşısında çalışanlardan duygularını saklaması ya da şirket tarafından belirlenen standartlaştırılmış tepkileri sergilemesi beklenmektedir. Bu durum ise hem çalışanları güvensiz bir çalışma ortamında çalışmak zorunda bırakmakta hem de çalışanların hissettiği psikolojik baskıyı derinleştirmektedir. Ayrıca araştırmada çağrı merkezi çalışanlarının standartlaştırılmış ve mekanikleştirilmiş iletişim biçimleriyle hizmet üretimi gerçekleştirmeleri çalışanların hem işlerine hem emeklerine hem de insan iletişimlerine yabancılaşmalarına ve duygusuz robotlara dönüşmelerine sebep olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen hizmet üretiminin duygusal/zihinsel emeğe dayalı olmasının, çalışanların çalışma koşullarının ağırlaşmasına, bedenlen, sosyal olarak ve zihnen tükenmişlik yaşamalarına engel olmadığını söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Emek, Hizmet Sektörü, Çağrı Merkezi, Neoliberalizm, Esnek Çalışma*

Atf: Köse, H. ve Güllüpinar, F. (2022). Çağrı merkezlerinde duygusal emek süreçlerinin analizi: Sosyolojik bir saha araştırmasının sonuçları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 157-180.

¹ Bu çalışma için etik kurul izni Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun onayı ile 27.04.2021 tarihinde 59533 protokol numaralı kararıyla alınmıştır.

² Çağrı Merkezi Operatörlerinin Çalışma Koşulları Üzerine Sosyolojik Bir Analiz: Hizmet Sektöründe Duygusal Emek ve Sonuçları" başlıklı yüksek lisans tezinden derlenerek üretilmiştir.

³ Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, handekosse@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3784-5731

⁴ Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, fgullupinar@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3661-7232

Analysis of Emotional Labor Processes in Call Centers: Results of a Sociological Field Study

Hande KÖSE⁵ - Fuat GÜLLÜPİNAR⁶

Submitted by: 31.08.2021

Accepted by: 04.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

This study aims at questioning the working conditions of call center employees and the transformations in these working conditions by focusing on the concept of emotional labor. For this purpose, semi-structured in-depth interviews and focus group interviews were conducted with a total of 24 call center employees and 2 union employees working in different business lines such as telecommunications, e-commerce and banking in the private and public sectors. In the study, which was carried out based on field research, it was determined that the intense emotional and affective labor processes of call center employees cause negative results such as emotional incompatibility, stress, tension, insomnia and depression in employees. In the call center industry, which relies on direct human communication, customers can insult and harass employees in various ways. Employees are expected to hide their emotions or to display standardized reactions determined by the company in the face of such situations through in-service training and computerized control. This situation both forces employees to work in an insecure working environment and deepens the psychological pressure felt by the employees. In addition, in the research, it was determined that the service production of call center employees with standardized and mechanized communication forms caused the employees to become alienated from both their work, their labor and human communication, and to turn into emotionless robots. For this reason, it is possible to say that the fact that service production in call centers is based on mental labor does not prevent employees from worsening working conditions and experiencing physical, social and mental exhaustion.

Keywords: Emotional Labor, Service Sector, Call Center, Neoliberalism, Flexible Working

⁵ Anadolu University Faculty of Humanities Department of Sociology, PhD Student, handekosse@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3784-5731

⁶ Anadolu University, Faculty of Humanities, Department of Sociology, fgullupinar@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3661-7232

Giriş

Emek, tarihsel süreçte insanın ve insan birikiminin mevcut olduğu her toplumsal düzende farklı biçimlerde ele alınmıştır. Sermayenin birikim süreçleri ve bu süreçlerin uğradığı dönüşümler emek olgusunun da ele alınma biçimini dönüştürmüştür. Bu dönüşüm en sade tanımıyla öncelikle köleci toplumda yalnızca emekleri değil doğrudan bedenleri ve zihinleri de metalaştırılan kölelerin, sonraki safhada da feodal düzende emeğine el koyulan serflerin kapitalist toplumda ücretli işçi ve emekçilere dönüştürülmeleri şeklinde gerçekleşmiştir. Bu dönüşümün temel koşulu da özel mülkiyetin ortaya çıkışıdır. Öyle ki feodal toplumda toprağın özel mülkiyet halini aldığı mülkiyet biçimi, kapitalist toplumda doğrudan ücretli emeğin sömürülmesi ve bu emekten elde edilen artı değerın kapitalistlerin özel mülkiyetlerini pekiştirmesi şeklini almaktadır (Marx, 2017, s. 728-730). Buradan hareketle Marx'ın emek kavramında maddi üretim vurgusunun ağırlık kazandığını söylemek mümkündür. Maddi üretim vurgusunun önemi ise özellikle maddi olmayan emek tartışmaları açısından bakıldığında kültür ve hizmet sektöründe üretilen tüm ürünlerin toplumsal ilişkileri dönüştürdüğünden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle bu ürünler maddi nitelik taşımaktadır. Ayrıca “maddi olmayan” ürünler üretilirken de fiziksel bir karşılığı olan bedensel ve zihinsel emek ortaya konmaktadır. Böylece “maddi olmayan ürün” denen ürün hem üretim süreci hem de etkileri açısından maddi bir karakter arz etmektedir (Senem, 2019, s. 59). Buradan hareketle çağrı merkezi çalışanlarının emek güçleri açısından bu çalışmada ürünün maddi olup olmadığı üretilen ürünün ne olduğuyla değil doğrudan üretim ilişkileriyle ele alınmaktadır. Bu nedenle maddi olmayan emek tartışmalarında vurgulanması gereken ilk nokta emeği üretimle değil emek çıktısıyla ele almaları biçimindeki yaklaşımdır. Bu açıdan çalışmada çağrı merkezi çalışanlarının yoğun çalışma sürecinde sarf ettikleri duygusal emeğin çalışanları ne ölçüde etkilediğinin araştırılması amaçlanmaktadır.

Çağrı merkezleri üzerine gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında özellikle çağrı merkezlerinde sarf edilen duygusal emeğin çalışanlara olan etkisinin araştırıldığı görülmektedir. Gülden Özkan (2013), çağrı merkezlerinde öne çıkan duygusal emeğin içinde barındırdıkları özellikleri ile bu özelliklerin örgütsel iletişime ve iş doyumuna olan etkisini araştırmak amacıyla bir çalışma yürütmüştür. 383 çağrı merkezi çalışanıyla gerçekleştirilen çalışmada tüm çağrı merkezi çalışanlarının duygusal emeğin getirileri olan yüzeysel, derinlemesine ve doğal davranış kalıpları geliştirdiği bulunmuştur. Ancak yüzeysel ve derinlemesine davranış sıklığı arttıkça duygusal uyumsuzluğun arttığı, doğal davranış sıklığı arttıkça duygusal uyumsuzluğun azaldığı vurgulanmıştır (Özkan, 2013, s. 74-77). Bu araştırmadan yola çıkarak çağrı merkezi çalışanlarının duygusal emek süreçlerinin sarfiyatının sıklığının, çalışanların çalışma yaşamlarına uyum sağlama süreçlerini de etkilediği söylenebilmektedir. Duygusal emeğin iş memnuniyetine olan etkisini araştıran bir başka çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. İlişkisel olarak gerçekleştirilen çalışmada çağrı merkezi çalışanlarının duygusal uyumsuzlukları arttıkça iş memnuniyetlerinin azaldığı sonucuna varılmıştır (Başbuğ, Ballı ve Oktuğ, 2010, s. 265). Çağrı merkezi çalışanlarının iş doyumları, tükenmişlikleri ve duygusal emek süreçlerine odaklanan bir başka çalışma Aşkın Keser (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada çağrı merkezi çalışanlarının iş yükü düzeyleri ve tükenmişlikleri arasındaki ilişkiye odaklanılmış, bu ilişkiler neticesinde duygusal emek sarfiyatlarının etkisi araştırılmıştır. Toplam 101 katılımcıyla gerçekleştirilen araştırmada katılımcıların büyük çoğunluğu kadın ve 30 yaşın altındadır ve katılımcıların genelinde iş doyumları düzeylerinin düşük, iş yükü düzeylerinin ise yüksek olduğu bulunmuştur (Keser, 2006, s. 115). Buradan hareketle çağrı merkezi sektörünün kadın emeği yoğun bir sektör olduğunu ve genellikle genç yaşta bireyleri istihdam ettiğini söylemek mümkün olmaktadır. Ayrıca bu araştırmanın sonuçları da diğer araştırmaları destekleyerek çalışanların duygusal emek süreçlerinin yoğunluğunun iş doyumlarını ve iş memnuniyetlerini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Çağrı merkezi çalışanlarına yönelik yapılan kapsamlı bir araştırma da Game Yücesan – Özdemir (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yücesan – Özdemir, İstanbul, Ankara, Erzurum, Malatya, Samsun, Gümüşhane, Uşak ve Erzincan'da yer alan çağrı merkezlerinde ve yaklaşık 150 çağrı merkezi çalışanıyla gerçekleştirdiği araştırmada çağrı merkezlerindeki gençlik, sınıf ve direniş olgularına odaklanmıştır. Çağrı merkezi çalışanlarını 21. yüzyılın proletaryası olarak adlandırmış ve çağrı

merkezi çalışanlarının direniş pratikleri neticesinde 21. yüzyılın ilerletici gücü olabileceklerini belirtmiştir. Buradan hareketle araştırmasında çağrı merkezi çalışanlarının fiziksel ve psikolojik sağlıklarına odaklanırken sınıfsal ortaklıklarına da vurgu yapmaktadır (Yücesan - Özdemir, 2014, s. 177). Bu çalışmada çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen üretimin niteliğine ve bu üretim sürecinin getirdiği duygusal emek koşullarının çalışanların çalışma koşullarını bedenen, sosyal ve psikolojik açılardan ne ölçüde etkilediğine odaklanılmaktadır.

Maddi Olmayan Emek

Maddi olmayan emek günümüzün çalışma koşulları açısından hemen hemen tüm sınıfsal analizlerde değinilmesi gereken bir kavram olarak önemli bir noktada durmaktadır. Bunun en temel sebebi ise üretim araçlarındaki teknolojik değişimler ve hizmet sektörünün giderek genişlemesi biçiminde açıklanabilmektedir. Fakat maddi olmayan emeğin bu denli önem kazanması yalnızca üretim araçlarının teknolojik gelişmesiyle ilişkili değildir. Maddi olmayan emek, doğrudan ölçülebilir ve somut bir üretim gücünü tanımlamadığı için bu emeğin sömürsünün de görünmezlik kazanması, maddi olmayan emek tartışmalarının önemini arttırmaktadır. “Geleneksel endüstriyel üretimin, bilişsel emek kullanan daha yeni biçimler ile kombinasyonu, sermayenin tahakkümünü ve emek sömürsünü genişleterek işçi sınıfının aşırı derecede tabi kılınmasını sağlamıştır (Koşar, 2018, s. 94).” Çünkü hem maddi olmayan emeğin üretim süreci hem de bu üretim sürecinin denetlenmesi fiziksel kol gücüyle üretimin yanında oldukça görünmezdir ve bu görünmezlik sermayedarlar tarafından giderek devamlı ve sürekli kılınmak istenmektedir. Maddi olmayan emeğin yalnızca zihinsel emeği kapsamaması, duygusal emek süreçlerinin de maddi olmayan emek içinde tanımlanması bu sürecin ne denli tehlikeli olabileceğinin yalnızca bir yüzüdür.

Hardt ve Negri, enformasyon toplumunda itici güç olarak gördükleri hizmet sektöründe kendisini göstermekte olan maddi olmayan emeği 3 yönde açıklamaktadır. “Onlara göre bu emek biçiminin ilk yönü, bilgiye dayanan ve bu bilgi doğrultusunda iletişim teknolojilerini içerisinde barındıran bir üretim sürecini dönüştürecek karakteridir. Maddi olmayan emeğin bu karakteri, doğrudan imalat ile ilişkilenebilir. İkinci yönü ise yaratıcılıkla ilgilidir ve maddi olmayan emek bir yanda yaratıcı zeka ve bu zekanın ürününde diğer yanda simgesel manipülasyonların üretiminde kendini göstermektedir. Hardt ve Negri, maddi olmayan emeğin üçüncü yönünü ise bu ikisinden farklı bir boyutta duygulanımın üretimi ve manipülasyonu olarak açıklamaktadır. Hardt ve Negri için maddi olmayan emeğin genel olarak bu üç yönü, bu emek biçiminin küresel ekonominin postmodernleştiğini kanıtlaması açısından önemlidir (Hardt ve Negri, 2003, s. 306).” Ancak maddi olmayan emeğin bu tanımı, öncelikle bu emeklerin üretim sürecini dışarıda bırakmaktadır. Çünkü üretilen ürünler elle tutulur, “maddi” ürünler olmasalar da üretim süreçlerinde fiziksel ve zihinsel emek rol oynamaktadır. Aynı zamanda bu ürünler toplumsal ilişkilerin üretimini sağlamaktadır. Marx’ın bu konudaki vurgusu şudur:

“Meta, her şeyden önce, taşıdığı özelliklerle şu ya da bu türden insan ihtiyaçlarını gideren dışsal bir nesne, bir şeydir. Bu ihtiyaçların doğası, söz gelişi mideden mi yoksa hayallerden mi kaynaklandıkları, hiçbir değişikliğe yol açmaz (Marx, 2017, s. 49).”

Bu nedenle Negri ve Hardt’ın maddi olmayan emek teorisine dair açıklamaları, sınıfsal ilişkileri ve kapitalist üretimin özü olan artı değeri göz ardı etmektedir. Buradan hareketle Negri ve Hardt’ın maddi olmayan emek tanımındaki kapitalizm tarifinin sınıfsal ilişkilere değil iktidar ve devlet ilişkilerine dayandığını söylemek mümkündür (Koşar, 2017, s. 80). Hardt ve Negri, “İmparatorluk” adlı eserinde emeğin ve devrimin öznesinin tamamen değiştiği ön kabulüyle yola çıkmaktadır. Günümüz kapitalist üretim koşullarında, sanayi işçilerinin varlığının tamamen yok olmadığını ancak sınıfsal açıdan ayrıcalıklı ve hegemonik konumunu yitirdiğini ileri sürmektedir (Hardt ve Negri, 2003, s. 77). Negri ve Hardt’a göre zihinsel ve duygusal emek gerektiren işler giderek kol gücü gerektiren işlerden daha önem arz eden bir konuma yerleşmektedir. Bu durum da doğrudan

eylemci ve devrimci olan emek gücünün çokluğun sömürüye karşı ayaklanmasına dönüşmesinin önünü açmaktadır (Hardt ve Negri, 2003, s. 78). Böylece Negri ve Hardt, toplumsal dönüşümü sağlayabilecek olan yegâne sınıf olan işçi sınıfının -yok olmasa dahi- bu devrimci gücünü çokluk adını verdikleri toplumsal gruba devrettiklerini savunmaktadır. Günümüz çağdaş toplumlarında Hardt ve Negri'nin açıkladığı biçimiyle maddi olmayan ürünler fazlasıyla mevcuttur ve üretimleri gün geçtikçe artmaktadır. Ancak kuramlarında sınıfsal ilişkilere değil iktidar ilişkilerine odaklanmaları gibi, maddi olmayan emek kavramsallaştırmalarında da emeğin üretim biçimine ve toplumsal ilişkilerdeki konumuna değil ürünün kendisine odaklanmaları başka bir soruna yol açmaktadır (Koşar, 2017, s. 87). Bu nedenle Marx'ın meta fetişizmi⁷ kavramından ödünçle, Hardt ve Negri'nin de ürün fetişizmine kapıldıklarını söylemek mümkün olmaktadır.

Güven Savul da maddi olmayan emek kavramının kendi içinde çelişkiler barındırdığının başka bir boyutuna odaklanmaktadır. Ona göre bu çelişkilerin başında, maddi olmayan üretim süreçlerinin, maddi üretim süreçleri karşısında egemenlik kazandığı ve kapitalist üretim tarzının, kendisini yeniden üretmede her geçen gün daha yoğun bir şekilde, maddi olmayan üretim etkinliklerinden yararlandığı savı bulunmaktadır. Diğer bir çelişki ise boş zaman-çalışma zamanı ayrımının kalktığına yönelik değerlendirmelerle bağlantılıdır (Savul, 2015, s. 304). Buradaki temel argüman, günümüzün kapitalist üretim biçimlerinde boş zaman ile çalışma zamanı ayrımının ortadan kalktığı ve kapitalistlerin boş zamanı da tamamen çalışmanın boyunduruğu altına almak istedikleridir. Maddi olmayan emeğin sömürüsünün ve denetiminin görünmez karakteri, kapitalistlerin bu boş zaman denetimini de mümkün kılmaktadır.

İş yerlerine kurulan oyun konsolları, mola verdikleri salonlardaki müzik sistemleri, şirket piknikleri gibi sosyal alana hizmet eden şirket içi aktiviteler aslında çalışanları mutlu olmaya ve boş zaman aktivitelerinde bulunmaya davet etmektedir. Fakat işverenlerin bu etkinliklerinin ana sebebi hem boş zaman ve çalışma zamanı arasındaki ayrımın ortadan kalkmasını sağlamak hem de çalışanların şirkete olan bağlılıklarını arttırmaktır. Bu nedenle maddi olmayan emek üreticilerinin üretken bir emek sarf etmediğini, özel alan – kamusal alan ile boş zaman – çalışma zamanı ayrımının geldiği konumu göz ardı etmemek gerekmektedir.

Duygusal ve Duygulanımsal Emek

Duygusal emek kavramı öncelikli olarak maddi emek – maddi olmayan emek tartışmalarında ortaya çıkmış ve sonrasında maddi olmayan emeğin alt kategorilerinden biri olarak kavramsallaştırılmıştır. Kavram ilk defa Arlie Hochschild tarafından 1983 yılında sosyal aktörlerin günlük yaşamlarında sergiledikleri eylemliliklere atıfla kullanılmıştır. Hochschild'e göre duygusal emek şirketin çalışanlardan beklediği yüz, ses, vücut tepkilerinin bir değişim değeriyle dolaşıma sokulması sonucunda ortaya çıkmaktadır (Hochschild, 1983, s. 7). Bu noktada Hochschild'in herkes tarafından gözlemlenebilen mimiksel ve bedensel gösterimler yaratabilmek için hislerin yönetilmesi olarak tanımladığı sürece duygu yönetimi, duygu yönetimi bir ücret karşılığı yapıldığında ise bu sürece duygusal emek dendiğini söylemek mümkündür. Duygusal emek sürecinin çıktısı da telefonun ucundaki müşteride belirli bir duygunun meydana getirilmesi olarak ele alınmaktadır (Seçer, 2005, s. 826). Hochschild aynı zamanda duygusal emek sürecini bir tiyatro oyununa benzeterek çalışanların çalışma yaşamında bir tiyatro oyuncusu gibi tüm rolleri bir gösteri olarak sergilediklerini belirtmektedir. Ona göre hizmet sektörü çalışanları etkileşim içinde buldukları hizmet alanlara karşı sürekli olarak bir performans içinde bulunmaktadır (Hochschild, 1983, s. 33). Duygusal emek, Hardt ve Negri tarafından genişletilerek bedensel sarfiyata da dayandırılmış ve üst yapısal bir alana dahil gibi gözükse de alt yapısal

⁷ Marx, Kapital'in ilk cildinde meta fetişizmini şöyle açıklamaktadır: "Demek ki, meta biçiminin esrarlı bir şey oluşunun nedeni, basitçe, insanlara, kendi emeklerinin toplumsal niteliğini, emek ürünlerinin nesnel nitelikleri olarak, bu şeylerin toplumsal doğal özellikleri olarak yansıtması ve dolayısıyla, üreticilerle toplam emek arasındaki toplumsal ilişkiyi de şeyler arasındaki, üreticilerin dışında var olan bir toplumsal ilişki olarak göstermesidir. Emek ürünlerinin metalar, yani duygusal olarak algılanamaz ya da toplumsal şeyler haline gelmesinin nedeni budur. ... Emek ürünleri metalar olarak üretilmeye başlar başlamaz onlara yapışan ve dolayısıyla da meta üretiminden ayrılmaz olan bu şeye fetişizm adını veriyorum. (Marx, 2017, s. 82-83)."

ilişkilerle analiz edilmesinin gerekliliği ileri sürülmüştür. Böylece duygusal emekten belirli ölçülerde farklılaşan *duygulanımsal emek* kavramını açıklama çabasına girişmişlerdir. Duygusal emek Hardt'a göre, maddi olmayan emeğin öteki yüzü, insani ilişki ve etkileşimdeki emek olarak tanımlanmaktadır. Maddi olmayan emeğin bir alt kategorisi olarak nitelendirilebilecek olan duygulanımsal emeğin özü ise, "duygunun yaratılması ve manipülasyonudur (Emirgil, 2010, s. 229)."

Duygusal emek, işyerinde duyguların ücret karşılığı alınıp satılan birer metaya dönüşmesini vurgularken; *duygulanımsal emek*, duyguların metalaşmasını işyerini aşan ve tüm yaşama yayılan bir bütünlük içerisinde anlamlandırmaktadır. Hayatın her alanının sermayenin tahakkümü altında olduğunu iddia eden Negri ve Hardt, duygulanımsal emek kavramı ile emeğin gerçek özünü vurgulamak istemektedir. Sonuç olarak duygusal emek ve duygulanımsal emek kavramları, emeğin ilişkiselliği ve bedensel denetime vurgu noktasında benzeşmekle birlikte belirli bir çalışma mekânı ve çalışma süresi gerektirme noktasında ayrılmaktadır (Karaman, 2017, s. 50-51). Buradan hareketle duygusal emek ve duygulanımsal emek arasındaki farkı duygulanımsal emeğin bireylerin tüm iletişim ve etkileşim becerilerine sirayet etmesi şeklinde açıklamak mümkündür.

Duygusal emeğin bireylerin çalışma yaşamında ve özel hayatlarında sarf ettikleri davranış kalıplarına olan etkisinin kilit bir önem taşıdığı göz önünde bulundurulduğunda duygusal emeğin boyutlarının incelenmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Genel anlamda duygusal emek kavramının 4 boyutu bulunmaktadır: Duygusal gösterim sıklığı, gösterim kuralları için sarf edilen dikkat, sergilenmesi talep edilen duyguların çeşitliliği ve duygusal uyumsuzluk (Güngör, 2009, s. 171). Duygusal emeğin bu boyutlarının çalışanlarda farklı düzeylerde ortaya çıkması, çalışanların olumsuz çalışma koşullarıyla baş etme stratejileri geliştirmelerini de etkilemektedir. Duygusal gösterim sıklığı, çalışanların çalışma esnasında işin yapısının çalışanlardan beklediği duyguları ne sıklıkta gösterdiğine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle duygusal gösterim sıklığı, yoğun biçimde duygusal emek gerektiren sektörlerde farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Örnek olarak çağrı merkezi çalışanları günde 200 kişiyle iletişim kurarken bir turizm çalışanı günde 100 kişiyle iletişim kurabilmektedir. Bu durum da iki sektördeki çalışanların duygusal gösterim sıklıklarının değişkenlik göstermesine sebep olmaktadır. Duygusal emeğin bir diğer boyutu olarak gösterim kuralları için sarf edilen dikkat, çalışanların sergilemek zorunda bırakıldıkları duyguları sergilemek için sarf ettikleri çabayla ilişkilendirilmektedir. Çalışanların en ufak hatasının ciddi problemlere yol açabileceği sektörlerde bu dikkat için daha yoğun bir çaba harcanmaktadır. Bu durum da çalışanların hem zihinsel hem duygusal açıdan daha fazla yıpranmasına sebep olmaktadır. Çalışma esnasında sergilenmesi talep edilen duyguların çeşitliliği ise duygusal emek sarfiyatı açısından çalışanları oldukça zorlamaktadır. Çalışanlar ne kadar az çeşitlilikte duygu sarf ederse o kadar az düzeyde duygusal olarak yıpranmaktadır. Fakat çalışanlardan sarf etmeleri beklenen duygu farklılıkları arttıkça çalışanlar hem duygusal olarak çelişkiler yaşamakta hem de daha yüksek oranda yabancılaşma süreçleri deneyimlemektedir. Son olarak duygusal uyumsuzluğun çalışanların sergiledikleri duygularla hissettikleri duyguların uyuşmaması olarak tanımlanmaktadır. Duygu uyumsuzluğu çalışanların işlerine bağlanamamasına, günü kurtarma odaklı çalışmalarına, çalışma esnasında ve sonrasında süreklilik arz eden bir huzursuzluk durumuna kapılmalarına sebep olmaktadır (Güngör, 2009, s. 171-174). Duygusal emeğin bu 4 boyutu, çalışanların çalışma yaşamlarında güvende ve mutlu hissetmeleri için önem arz etmektedir. Bu boyutların olumsuzluklarını derinden yaşayan çalışanlar hem yabancılaşma süreçlerinin tüm aşamalarını derinden hissetmekte hem de çalışma yaşamlarında başarısız olmaktadır.

Uzun yıllar geleneksel örgüt teorilerinde varlığını sürdüren rasyonalite ilkesinin duygusallığın olmayışı değil, tersine aslında rasyonalitenin de bir dereceye kadar duygular aracılığıyla işlevini yerine getirdiği görüşüyle birlikte örgütlerin beşeri boyutu keşfetmeleri, duyguların ticari bir araç olarak kullanılmasını da gündeme getirmiştir (Karaman, 2017, s. 35). Böylece işçilerin fiziksel ve zihinsel emekleri metalaşmakla kalmamış, duyguları da meta olarak ticarileşmiştir. Ayrıca hizmet sektörü içerisinde yer alan tüm faaliyetler, yaratıcılık

gerekmemektedir. Reklamcılık, sinema-televizyon ve genel olarak kültür-sanat üretimleri belirli bir düzeyde yaratıcı faaliyete gereksinim duysa da hizmet sektörü içerisinde yer alan birçok farklı iş kolunda aynı durumun söz konusu olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Özellikle hizmet sektöründeki işlerin standardize edilmesi, çalışanlardan belli davranış kalıpları içerisinde üretim gerçekleştirmelerini beklenmesi bu durumun örnekleri arasında sayılmaktadır. Bu nedenle günümüzde hizmet sektöründeki üretim biçimlerinde ortaya çıkan değişimlerin, bilgi donanımlı ve vasıflı çalışanların bu vasıflarının gerçeği yansıtmadığı ve yine bu vasıfların ortaya “yeni bir işçi prototipi” koymadığı belirtilmektedir (Parlak, 2004, s. 121). Çalışma yaşamındaki yabancılaşma biçimlerinin tüm çalışan kesimleri kapsamı bu durumu açıklamaktadır.

Günümüzde giderek artan bir biçimde özellikle hizmet sektörüne mensup çalışanların tecrübe etmekte olduğu duygusal ve duygulanımsal emek süreçleri, hizmet sektöründe artan teknolojik gelişmelerle de doğrudan ilişkilenebilir. Bilgisayarların gelişimi, son teknolojiye sahip yazılım sistemleri gibi birçok yenilik öncelikli olarak hizmet sektörünün kullanım alanına girmektedir ve çalışanlar bu araçları kullanarak üretim yapmaktadır. Fakat çalışanların kullandığı bu üretim araçları aynı zamanda çalışanların işveren tarafından denetlenmesine ve gözetlenmesine de olanak tanımaktadır. Örneğin bilgisayar teknolojileri açısından kamera ve mikrofona bağlı çalışan çağrı merkezi çalışanları açısından kurumun belirlediği duygusal davranış kurallarının diğer hizmet sektörü çalışanları ile kıyaslandığında daha katı olduğu görülmektedir. Çünkü çağrı merkezlerinde gerçekleşen görüşmeler sürekli kayıt altına alınmaktadır. Elektronik performans izleme sistemleri duygusal davranış kurallarının uygulama alanını tüm çalışma süresine genişletmekte, çalışan için gizli bir göz olarak baskı unsuru oluşturmaktadır (Özkan, 2013, s. 56). Ayrıca bu baskı unsurları, çalışanların çağrıları dinlendiğinde “çağrı kalitesi” adı altında kalite birimleri tarafından puan sistemine tabi tutulmakta, bu puanlamalar neticesinde çağrıları kalitesiz bulunan çalışanların ücretlerinde kesintiler yaşanabilmekte ve hatta çalışanlar bu sebeple işten çıkarılabilmektedir. Günümüzün hizmet sektörü performans odaklı bir rekabet sahasına dönüşmüştür.

Ayrı bir kategori olarak ele alındığında duygulanımsal emek kavramı da maddi olmayan emeğin içerdiği belirsizliklerden ve çelişkilerden azade değildir. Özellikle duygulanımsal emeğin tamamen hizmet sektörüyle ilişki içinde ele alınması, tanım gereği diğer sektörlerde meydana gelen duygulanımsal emek süreçlerini dışarıda bırakmamaktadır. Çünkü örneğin sanayi sektöründe çalışan bir işçinin fabrikada çalışma arkadaşlarıyla ya da işverenle iletişim kurarken sergilediği davranış kalıpları da belli duygusal emek süreçlerini içermektedir. Ayrıca bu işçiler gündelik yaşam pratikleri açısından genişletmek gerekirse sosyal ilişkilerinde de iş yerinde sergilemek zorunda kaldığı duygusal emek biçimlerini yansıtabilmektedir. Öyleyse tüm işlerde değişik yoğunluklarda duygulanımsal emeğin sarf edildiğini kabul etmek gerekmektedir. Buradan hareketle fiziksel ve zihinsel emek kavramsallaştırmalarının yanında duygusal ve duygulanımsal emek boyutlarına neden ihtiyaç duyulmaktadır? Eğer duygulanımsal emek kavramsallaştırması sadece hizmet sektörü çalışanlarını kapsayacak şekilde açıklanacaksa bu durum da kavramın genelleştirilebilirliğini sorgulatmaktadır (Koşar, 2017, s. 93). Bu nedenle kavram, maddi olmayan emeğin bir alt kategorisine ait olmasından da kaynaklı olarak benzer noktalarda belirsizlikler taşımaktadır.

Çağrı Merkezi Çalışanlarının Duygusal Emek Süreçleri

Çağrı merkezleri, hizmet sektöründe özellikle 21. yüzyılın başlarından itibaren gerek nicel anlamda çalışan istihdamının artması gerekse nitel anlamda çalışma politikalarının değişen teknolojik gelişmelerle birlikte ilerletilmesiyle son yılların en hızlı ivme kazanan sektörlerinden biri haline gelmektedir. Bu bağlamda çağrı merkezleri son otuz yılın giderek bağımsızlaşan, özerkleşen, hiyerarşik yapıları kıran ve zaman – mekân bağımlılığından azade olan mekanlar olarak ele alınmış ve bu nedenle emek üzerine yürütülen çalışmaların yetersizliğine kanaat getirilmiştir (Yücesan - Özdemir, 2014, s. 17).

Mekansal olarak bakıldığında çağrı merkezleri genellikle plazalarda, ofislerde, alışveriş merkezlerinin üst katlarında yer almaktadır ve oldukça kalabalık iş yerleri olarak düzenlenmektedir. Dışarıdaki gürültü kirliliğinin önlenmesi için camların açılmadığı, bu nedenle gün boyu florasan lambayla aydınlanmanın sağlandığı ve havalandırma işlevinin de klimalarla yerine getirildiği çağrı merkezlerinde çalışanların çalışma mekanları bir nevi “bacasız fabrika”, bir nevi “terhane” biçiminde örgütlenmektedir. Terhane terimi iş yerleri için kullanıldığında genellikle zor ve tehlikeli işlerde çalışmak anlamına gelmektedir (Man ve Selek Öz, 2009, s. 81). Bu bağlamda düşünüldüğünde çağrı merkezlerinin bacasız fabrika özelliği ya da günümüzün tersaneleri benzetmesi, çalışanların herhangi bir fabrikadaki gibi bir montaj hattı üzerinde, yan yana, tek tip üretime benzer bir hizmet üretiminde bulunmalarında yatmaktadır. Çünkü çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen hizmet üretimi, bilgisayarlar üzerinden belirli ve genellikle doğaçlamaya yer verilmeyen metinlerin söylemleri şeklinde gerçekleşmektedir. Çağrı merkezlerinde fiziksel güce dayalı bir montaj hattı bulunmasa dahi “çalışanların zihinlerine montaj hattı kurulmaktadır (Yücesan - Özdemir, 2014, s. 112).” Çağrı merkezlerinin mekânsal olarak büyük fabrikalara benzemesinin temel sebebi ise düşünülenin aksine çalışanların özerk bir biçimde çalışmaması, aksine oturup oturmayacaklarının dahi kulaklık kablosuyla belirlenmesi, hizmet üretimi gerçekleştirirken kullanacakları ve kullanamayacakları kelimelerin belirli olması, özetle tüm üretim sürecinin işveren tarafından belirlenen koşullar altında gerçekleştirilmesi olarak açıklanabilmektedir. Aynı zamanda bu standardize etme pratikleri, çalışanların çalışma yaşamındaki zorluklar karşısında duygularını belli edememelerine sebep olmaktadır (Başçı, 2018, s. 175). Böylece çalışanlar hem duygusal uyumsuzluk yaşamakta hem de gergin ve stresli bir çalışma yaşamı sürdürmek durumunda kalmaktadır.

Çağrı merkezlerindeki bu çalışma koşullarının yanında hizmet sektörünün giderek genişlemesiyle sanayi işçisinin geleneksel anlamdaki kol gücünün yerini, hizmet sektöründe zihinsel emeğin gücü aldığı ve buradan hareketle maddi olmayan emek tartışmalarına referansla, sanayi işçilerinin önemini giderek yitirdiği, artık vasıfsız kol gücüne değil vasıflı bilgi işçilerine ihtiyacın arttığı savunulmuştur. Ancak hizmet sektöründeki vasıfsızlaşma / vasıfsızlaştırma süreçleri gözden kaçırılmaktadır. Çünkü çağrı merkezlerinde yaklaşık 9 saatlik mesai boyunca sürekli aynı ekrana bakıp aynı kelimeleri tekrar etmek de zihinsel emeğin vasıfsızlaşması anlamına gelmektedir. Bu vasıfsızlaşma, genellikle çağrı merkezinde çalışmanın geçici bir iş olarak görülmesine sebep olmakta ve çağrı merkezlerindeki çalışanların sirkülasyonunun oldukça yüksek olmasına yol açmaktadır (Çil ve Baysal, 2020, s. 193). Bu nedenle hizmet sektörü çalışanları da devamlı olarak işlerini kaybetme korkusu yaşamaktadır ve bu korku, çalışma koşullarından kaynaklı olarak çalışanlara doğrudan veya dolaylı olarak çalışma hayatları boyunca hatırlatılmaktadır. Aynı zamanda bu durum, işi basitleştirmekte ve toplumsal düzlemde değersizleşmesine sebep olmaktadır. Çünkü yoğun biçimde bedensel gücün sarf edilmediği çağrı merkezleri masa başı bir iş olmasından ve işe özgü yetenekler gerektirmemesinden kaynaklı olarak herkes tarafından çalışılabilir gözükmektedir.

Çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen üretimin diğer hizmet sektörlerini de kapsayacak şekilde standardize edildiğini, giderek mekanikleştirildiğini ve çalışanlar açısından bu durumun “robotikleşmeye” yol açtığını söylemek mümkündür. Fakat çağrı merkezi koşullarının bu standart ve değişime kapalı olan yapısı, çalışanları esnek çalışma biçimlerinden azade kılmamaktadır. Çalışanlar her ne kadar sanayi tipi fabrikalara benzer mekanlarda hizmet üretimi gerçekleştirirler de ürettikleri ürün elle tutulur olmadığı için çalışma mekanları ve zamanları kayganlaşmaktadır. Mekân ve zamanın bu kaygan hali, işverenler tarafından çalışanlara esnek çalışma ve güvencesizlik olarak yansıtılmaktadır. Esnek çalışmanın getirileri olarak çalışanlardan mesaiye kalmaları istenebilmekte, molalarını tam haliyle kullanmaları engellenebilmekte, iş tanımları dışında işler beklenebilmektedir. Tüm hizmet sektöründe mevcut olan bu olumsuzluklar, çağrı merkezleri söz konusu olduğunda şiddetlenebilmektedir. Çünkü çağrı merkezi çalışanları 9 saatlik mesailerini boyunca telefonla konuşmaktadır ve yalnızca molalarında sessiz kalabilmektedir. Ancak mola haklarının gaspı ya da gün içindeki fazla mesailerini çalışanların yalnızca iş yüklerini arttırmakla kalmamakta, aynı zamanda onların bedensel yorgunluklarını da şiddetlendirmektedir. Bu noktada çağrı merkezleri de 2013 yılında tehlikeli meslek

kategorisine alınmıştır (Sakarya, 2016, s. 7). Ses telleri ve gırtlak ile ilgili fiziksel problemler, sürekli oturmaktan kaynaklanan bel, sırt ve omurga problemleri meslek hastalığı kapsamında değerlendirilmektedir. Ancak çağrı merkezlerindeki devlet denetiminde ortaya çıkan sorunlar, çağrı merkezi çalışanlarının meslek hastalığına yakalanıp yakalanmadığının araştırılması kapsamında yetersizliklere de sebep olmaktadır. Üzerinde durulması gereken bir başka nokta çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen üretimin insan iletişimine dayanmasına rağmen çalışanlardan insani duygularını bir kenara bırakmalarının beklenmesi ve iletişimi standardize etmelerinin istenmesidir. Bu nedenle sağlıklı bir iletişim kurulamamaktadır. Çalışanlar müşterilere karşı olumsuz bir tutum takınabilmekte, müşteriler de telefonun ucundaki insanı yüz yüze görmedikleri için daha saldırgan ve daha cüretkar olabilmektedir. Ancak bu durum, piyasanın koşullarından kaynaklanmaktadır. Piyasa içerisindeki hizmet üretimi çalışanlara robotikleşmeyi dayatmaktadır.

Çağrı merkezlerinin karakterini oluşturan bu üretim süreçleri, çalışanların sınıfsal konumlarını ve kendilerini hangi sınıfsal konuma ait hissettiklerini de etkilemektedir. Sennett'e göre kapitalizm çalışanları yeni birtakım zorluklarla baş etmeye mecbur bırakmaktadır (Sennett, 2017, s. 11). Kapitalizmin çalışanları başa çıkmak zorunda bıraktığı bu zorlukların temelinde esnek çalışma biçimleri yatmaktadır. Esnek çalışma çalışanların mesai saati kavramlarının içinin boşaltılmasına, yeteneklerinin akışkanlaşmasına ve duygusal yönetim süreçleri açısından geçmişini düşünmeyerek geleceğe yönelik de plan yapamamasına neden olmaktadır. Çünkü çalışanların zamanları esnek piyasa koşullarında kendilerine ait değildir. Piyasanın kaosu içerisinde zamanları, doğrudan kapitaliste devredilmiştir. Ayrıca bilgi ve beceriyle donanımlı olsalar dahi sürekli yedek iş gücü ordusunun varlığından haberdar olmaları, kendilerini bilgisiz ve beceriksiz hissetmelerine yol açmaktadır. Halbuki akademik olarak elde edilen bilginin bireylerin kariyer olanaklarını arttırması ve toplumsal saygı ve statülerini pekiştirmesi beklenmektedir. Bu nedenle çalışanlar akademik anlamdaki donanımlarının özgürlüklerine giden yolda bir araç olduğunu düşünmektedir. Fakat bu bilgi, çalışanların hiçbiri için haysiyetlerini kazanabilecekleri bir yol anlamına gelmemektedir. Çünkü günümüz kapitalizmi, "özgürlüğün araçlarını haysiyetsizliğin kaynakları haline getirmek amacıyla örgütlenmektedir (Sennett ve Cobb, 2018, s. 44)." Bu nedenle eğitim bireylere her koşulda emeğini özgürce satma ya da özgürlüğünü kazanma olanağı tanımamaktadır. Eğitimsiz bir kişi kendi hesabına çalışırken oldukça özgür hissedebilirken iki üniversite diplomasına sahip bir hizmet sektörü çalışanı kendisini şirketin sınırları içine sıkışmış hissedebilmektedir.

Çağrı merkezi çalışanlarının deneyimlediği bu olumsuz çalışma koşullarının derin etkisi, çalışanlarda varoluşsal bir yara açmaktadır. Bu varoluşsal yaraları da onların toplumsal konumlarını diğerleriyle karşılaştırmalarının bir yolunu sağlamaktadır (Sennett ve Cobb, 2018, s. 103). Bu karşılaştırmalar genellikle çağrı merkezi çalışanlarına değersiz hissetme ve kendilerini tüm sınıfsal konumlar içerisinde alt sınıfa ait hissetme şeklinde yansımaktadır. İşçilerin çalışırken hissettikleri sıkılmışlık, yetersizlik, değersizlik gibi hisler, büyük ölçüde çalışma hayatındaki engellemelerden kaynaklanmaktadır. "İnsan haysiyetinden şüphe duymak, bir sınıflı toplumun eski sınıflar ortadan kalktığına sınırlı bir özgürlüğe sahip yeni sınıflar yaratabilmesinin bir aracıdır (Sennett ve Cobb, 2018, s. 181)." Sınıf atlamak tüm sektörlerde özgürlüğe açılan bir kapı, insan haysiyetini kazanmanın bir aracı olarak sunulmaktadır. Bu sebeple yukarıya doğru sınıfsal hareketlilik bir başarı olarak görülmektedir. Ancak bu vaatler ile çalışanların bu vaatleri elde etmeye giden yoldaki ödül kazanma yolları çalışanlar açısından oldukça kısıtlayıcı bir boşluğa işaret etmektedir. Çünkü ödülleri nasıl kazanacaklarının belli olmadığı, kazansalar dahi sınıf atlamalarının gerçekleşip gerçekleşmeyeceği hakkında net bir öngörüye sahip değildir. Böylece çalışma hayatında ve toplumsal düzeyde değerlerini kazanmak için verdikleri mücadeleler, çalışanların daha değersiz hissetmelerine sebep olmaktadır. Bu yüzden çağrı merkezi çalışanlarının diğer birçok hizmet sektörü çalışanı gibi bilgi donanımlarından da kaynaklı olarak "özerk" işçiler olduklarının ilanı, sınıf mücadelelerine ket vurmak için işverenler tarafından kullanılan bir araç haline gelmektedir. Çünkü sınıf atlayabileceklerine dair verilen vaatler ve çalışanların özerk iş hayalleri, sınıf sistemine karşı bir başkaldırıyı içinde barındırmamaktadır. Bu nedenle "beyaz yakalı" işi olarak görülen ya da öyle lanse edilmek istenen çağrı merkezlerindeki örgütlenme ve direniş pratikleri sektöre uğrayabilmektedir.

Çağrı merkezlerinin rekabet yoğun bir çalışma hayatının olması, çalışanların kitlesel örgütlenmelere soğuk yaklaşmasının başat sebeplerinden biri olarak açıklanmaktadır (Baştürk, Tartanoğlu ve Emirgil, 2011, s. 153). Bu yüzden çağrı merkezi çalışanlarının çalışma hayatlarındaki talepleri bir sanayi işçisinin taleplerinden ayrı bir nitelik taşıyabilmekte, bu durum da mavi yakalı – beyaz yakalı örgütlenmesi biçiminde çeşitli farklılıklara sebep olabilmektedir. “Yaşam standardı alışkanlık tabiatındadır. Belli bir uyarıya cevap verme metodu ve alışkanlık ölçütüdür. Alışılan bir standarttan vazgeçmedeki zorluk evvelce oluşmuş bir alışkanlığı kırma zorluğu ile aynıdır (Veblen, 2019, s. 77-78).” Bu nokta işçilerin ve çoğunlukla beyaz yakalıların örgütlenmelerindeki güçlüğü anlaşılır kılmaktadır. Belli bir refah seviyesine ulaşmış çalışanların, çalışma koşullarını kaybetme pahasına mücadeleye katılmaları, yaşam standartlarının değişmesini beraberinde getireceğinden işçilerin örgütlenmeye soğuk bakmaları özellikle neoliberalizmin bireylere dayattığı “bireyselci” yaşam tarzı sebebiyle doğal bir süreç olarak açıklanabilmektedir.

Bu örgütlenme pratikleri yalnızca sanayi işçisi – hizmet sektörü çalışanları gibi ikili bir bağlamda farklılık arz etmemektedir. Günümüz kapitalizmde her sektörün ve bu sektörler içerisinde faaliyet gösteren her iş yerinin kendi özgül karakterlerinden kaynaklı olarak farklı örgütlenme deneyimlerine sahne olması doğal bir süreçtir. Ancak çağrı merkezleri gibi iletişim odaklı bir sektörde, çalışanların gerek çalışma koşulları gerekse fiziksel, zihinsel, duygulanımsal emekleri açısından orta sınıfa dahil edilemeyeceklerini vurgulamak önem arz etmektedir. Çünkü orta sınıfın gerek mavi gerek beyaz yakalı çalışanlar açısından ayırıcı özelliği, “sermaye politikaları üzerinde söz sahibi olabilmelerinden kaynaklanmaktadır. Orta sınıf kendisiyle aynı üretim yeteneklerine sahip beyaz yakalı çalışan üzerinde de söz sahibi olmaktadır (Uca, 2015, s. 21).” Bir başka deyişle orta sınıfın öne çıkan bir özelliği, denetleme yetkisine sahip olmasıdır ancak çağrı merkezi çalışanlarının herhangi bir denetleme yetkisi bulunmamaktadır ve bunun yanı sıra kendisi üzerinde dahi herhangi bir açıdan kontrol sağlayamamaktadır. Buradan hareketle bu çalışma çağrı merkezi çalışanlarının duygusal ve duygulanımsal emek süreçleri kapsamında kendilerini hangi sınıfa ait hissettiklerine ve bu emek sarfiyatlarının sınıfsal konumlarını ne ölçüde etkilediğine odaklanmaktadır.

Yöntem

Araştırmanın konusunun çağrı merkezi çalışanlarının duygulanımsal emek süreçleri ve bu süreçler doğrultusunda gelişen sınıfsal konumlarının incelenmesi şeklinde belirlenmesi, araştırma yönteminin nitel paradigma ile oluşturulmasını gerekli kılmıştır. Araştırmada farklı yaşlara, cinsiyetlere, etnik kökenlere vs. sahip katılımcıların yer alması nitel araştırmanın kullanılmasını kolaylaştırmıştır. Ayrıca araştırmanın yönteminin nitel araştırma modeli olarak seçilmesi, araştırmacının çağrı merkezi çalışanlarının çalışma koşullarını, sınıfsal konumlarını ve gündelik yaşam pratiklerini açıklaması açısından önemli yer tutmaktadır.

Araştırma kapsamında araştırmanın çalışma grubu, günümüzdeki emek çalışmalarının sınıf analizlerinin kapsamı ve geleneksel işçi sınıfının yerini giderek yeni toplumsal grupların aldığı tezlerinin hızla önem kazanması sebebiyle hizmet sektöründeki emek koşulları gözetilerek belirlenmiştir. Bu kapsamda araştırmanın çalışma grubunun örnekleme hizmet sektörü içerisinde yer alan çağrı merkezi çalışanları olarak seçilmiştir. Ayrıca bu örneklemin yanı sıra araştırma kapsamında Ankara ve İstanbul’da faaliyet gösteren 2 sendika çalışanıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin gerçekleştirilmesinin sebebi, çağrı merkezi çalışanlarının örgütlenme pratiklerinin anlaşılması biçiminde açıklanabilmektedir. Örneklem seçimi, kartopu örnekleme tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 24 çağrı merkezi çalışanı ve 2 sendika çalışanı olmak üzere toplam 26 katılımcıyla görüşme sağlanmıştır. Araştırma kapsamında görüşülen çağrı merkezi çalışanları 3 sektörde faaliyet gösteren iş yerlerinde çalışmaktadır. Bu sektörler telekomünikasyon, e-ticaret ve bankacılık sektörleridir. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1
Katılımcıların Demografik Özellikleri

Rumuz	Yaş	Şehir	Eğitim Durumu	Gelir Düzeyi
Yasin	30	Batman	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Duygu	24	Edirne	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Sevgi	27	Ankara	Üniversite Mezunu	3000 TL
Hacer	23	Balıkesir	Üniversite Öğrencisi	2825 TL + prim
Hale	25	Ankara	Üniversite Mezunu	3300 TL
Ayça	25	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL
Bilge	25	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Güzide	26	İzmir	Üniversite Mezunu	3500 TL
Önder Efe	32	Ankara	Doktora Öğrencisi	3000 – 3500 TL
Uraz	24	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Emre	26	İstanbul	Üniversite Mezunu	5000 – 5500 TL
Zuhal	24	Batman	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Selma	39	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL
Gamze	27	Ankara	Üniversite Mezunu	3500 TL
Behçet	34	Düzce	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Murat	37	Eskişehir	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Ufuk	31	Ankara	Lise Mezunu	3000 TL
Elif	24	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Zafer	23	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Koray	24	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Burak	24	Ankara	Üniversite Mezunu	2825 TL + prim
Burçin	31	Düzce	Lise Mezunu	2825 TL + prim
Arif	29	Van	Önlisans Mezunu	2825 TL
Tülay	28	İzmir	Üniversite Mezunu	2825 TL ⁸

Araştırmacının elde ettiği veriler, nitel araştırma yönteminin sunduğu veri analiz teknikleriyle çözümlenmiştir. Bunun için alandan elde edilen bilgiler kodlama ve not alma yöntemiyle kategorize edilerek sınıflandırılmış ve etiketlenmiştir. Böylece araştırma süresince verilerin sistematik ve düzenli olarak kayıt altına alınması sağlanmıştır. Araştırmacının deşifresi sonucunda 32 sayfalık bir metin oluşturulmuştur. Veriler, yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşme ve yarı-yapılandırılmamış odak grup görüşmesi teknikleriyle toplanmıştır. Araştırma esnasında tüm görüşmeler pandemi koşulları nedeniyle Zoom platformu, Instagram ve WhatsApp üzerinden online olarak görüntülü biçimde gerçekleştirilmiştir. Zoom platformu aracılığıyla gerçekleştirilen görüşmelerde katılımcıların onayı doğrultusunda görüntü ve ses kaydından yararlanılmıştır. Bu sayede araştırmacı araştırma süresince ihtiyaç duydukça görüşme kayıtlarına başvurabilmiştir. Verilerin analizi bazı duygusal emek, çalışma koşulları ve sınıfsal ilişkiler gibi ana temalar kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu analiz doğrultusunda duygulanım tezahürleri üst temasının alt temaları olarak robotikleşme, stres ve hakaret; çağrı merkezlerinde çalışma koşulları ve sınıfsal ilişkiler üst temasının alt temaları olarak ise bodrum katlar, yakaların renkleri ve tahammülsüzlük seçilmiştir.

Bu çalışma için etik kurul izni Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun onayı ile 27.04.2021 tarihinde 59533 protokol numaralı kararıyla alınmıştır

⁸ Bu tabloda görüülen 2 sendika çalışanına yer verilmemesinin sebebi sendika çalışanlarının demografik özelliklerinin araştırma bulgularına ve sonuçlarına etki etmemesinden kaynaklanmaktadır. Sendika çalışanlarıyla gerçekleştirilen görüşmeler yalnızca çağrı merkezlerindeki örgütlenme pratiklerinin anlaşılması amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular kodlama tekniğiyle analiz edilmiş, çalışmada da bu yöntem doğrultusunda oluşturulan üst ve alt temalar ile değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamındaki üst temalar duygulanım tezahürleri ve çağrı merkezlerinde sınıf konumları, online hayat zorunluluğu ve çağrı merkezlerinin pandemisi şeklinde seçilmiştir.

Duygulanım Tezahürleri

“Duygulanım tezahürleri” üst teması, genel anlamda çağrı merkezi çalışanlarının duygusal ve duygulanımsal emek süreçlerine odaklanmaktadır. Duygulanım tezahürlerinin anlaşılması için araştırma kapsamında çalışanlara çalışma hayatınızda duygularını kontrol altında tutmalarının ya da aşırı derecede tepki vermelerinin beklenip beklenmediği sorulmuştur. Aynı zamanda çalışanlara duygusal emek süreçleriyle ilgili olarak işlerinin kendilerinin duygusal olarak zorlayıp zorlamadığı sorulmuş ve bu doğrultuda duygulanım tezahürlerinin açık bir biçimde ortaya konabilmesi için örnekler vermeleri istenmiştir. Buradan hareketle çalışanların sergilemek durumunda kaldıkları duyguların hem çalışma yaşamlarına hem de özel hayatlarına olan etkilerine bu üst tema içerisinde yer verilmektedir.

Robotikleşme, stres, hakaret

Robotikleşme, çağrı merkezi çalışanlarının duygulanım tezahürleri açısından yabancılaşma deneyimlerini içeren bir alt tema olarak kavramsallaştırılmıştır. Çalışanlara çalıştığınız işin duygusal emek gerektirdiği konusunda ne düşündükleri sorulduğunda, robotikleşmeye dair verdikleri bilgilerin sıklığı bu kavramsallaştırma için önemli görülmüştür.

Katılımcıların araştırma sorularına verdikleri kimi yanıtlar bu sürecin somut koşulları hakkında güçlü fikirler vermektedir:

“Bizim bir robotmuş gibi sürekli gülerек konuşmamızı istiyorlar. Tamamen çalışanın sorumluluğunda. O gün babamız ölmüş olsa çalışıyoruz. (Evde)⁹ Işığı kapatırken onaylıyor musunuz diye soruyordum. Sonradan komik geldi ama ilk an dehşet vericiydi” (Uraz, Derinlemesine Görüşme, 2021).

“Duygusalım ama insanı makine yapıyorlar. Sadece çalış, mesaini doldur. İnsanlar çaresiz ama size yardım ettirmiyorlar. Bu kadar paraya bu değer mi?” (Zafer, Odak Grup Görüşmesi, 2021).

“Ne zaman tuvalete gideceğiniz saat belli. Parayı sevsem burada ne işim var?” (Burak, Odak Grup Görüşmesi, 2021).

Çalışanların tuvalete gidecekleri saatin ve tuvalette geçirecekleri dakikaların bile hesaplarının tutulması, çalışanlar açısından hem fiziksel rahatsızlıklara hem de psikolojik gerginliklere yol açmaktadır¹⁰. Çağrı merkezi çalışanlarına esnek üretim biçimlerinin dayattığı bu standardize olmuş iletişim biçimleri doğrudan yabancılaşma biçiminde yansımaktadır. Bu standardize iletişimler çalışanların gündelik yaşamlarına da sirayet etmekte ve hem işlerine hem de çevrelerine karşı kayıtsız hale gelmelerine sebep olmaktadır. Ayrıca Uraz'ın aktardığı gibi tüm duygusal yönetim süreçlerinin çalışanın sorumluluğuna bırakılması, işverenin herhangi bir hatadan kaynaklanabilecek olumsuz durumlardaki sorumluluğu üzerinden atmasını sağlamaktadır. Böylece çalışanların kendi kendilerinin ve aynı zamanda müşterilerin “psikologları” olmaları beklenebilmektedir:

“Müşteriler için bizim psikologluk görevi üstlendiğimizi düşünüyorum artık.” (Sevgi, Derinlemesine Görüşme, 2021).

Bu yanıt da işveren tarafından müşterilerin müşteri temsilcilerine karşı geliştirdikleri olumsuz tutumları da kendilerinin idare etmesinin beklenmesinin, kendilerine neredeyse bir psikolog misyonu biçildiğini kanıtlar

⁹ Katılımcıların görüşlerine yer verilirken parantez içinde verilen ifadeler, anlatımın akıcı olması için araştırmacı tarafından eklenen ifadelerdir. Ayrıca kullanılan isimler katılımcıların gerçek isimleri değil araştırma kapsamında araştırmacı tarafından atanan rumuzlardır.

¹⁰ Bu konuya dair çağrı merkezi çalışanlarıyla gerçekleştirilmiş bir röportaj için bkz.: <https://t24.com.tr/haber/onlar-sistit-olup-depresyona-giren-robotlar,75563>

niteliktedir. Buradan hareketle çağrı merkezlerinde duygu yönetimi süreçlerinin müşteri temsilcilerinin omzuna yüklenmekte olduğunu ve çalışma süresince maruz kalabilecekleri tüm olumsuz duygularla tek başlarına mücadele etmelerinin beklendiğini söylemek mümkündür. Bu durum da çalışanların yabancılaşma süreçlerini derinleştirmekte, çalışanların işe bağlılıklarını azaltmaktadır.

Stres ise çağrı merkezlerinin her gününü anlatan bir kavram olduğu için duygulanım tezahürlerinin öne çıkan boyutlarından biri olarak ele alınmaktadır. Stres kavramı içerisinde mutsuzluk, uykusuzluk, gerginlik, hoşnutsuzluk, kaygı, korku, hem işten hem de genel anlamda yaşamdan memnuniyetsizlik hali gibi tüm olumsuz duyguları barındırmaktadır. Bu kapsamda çağrı merkezi çalışanlarının hayatlarında kritik önem taşımaktadır. Özellikle günümüzün üretim biçimlerinin dayattığı esnek ve güvencesiz çalışma biçimleri, hizmet sektörü ve çağrı merkezi çalışanları açısından strese dayalı ruh hallerinin keskinleşmesine sebep olmaktadır.

Güvencesiz bir çalışma yaşamı içerisinde ne zaman ne yaşayacaklarını bilemeyen çalışanların sürekli olarak meydana gelen değişimlere ayak uydurmaları, yeni gelişmeleri hızlı öğrenmeleri ve kısa vadeli planlara odaklanmaları beklenmektedir. Bu durum da çalışanların değersizlik, yetersizlik, becerisizlik gibi hisleri daha yüksek oranlarda yaşamalarına sebep olmaktadır. Katılımcılardan Ayça'nın, aşağıda belirttiği gibi çalışanlardan ne olursa olsun alttan almalarının beklenmesi "ezik ve değersiz" hissetmelerine yol açmakta, bu durum da çalışanlara değersizlik olarak yansımaktadır:

"Kovulmasam da onu hissettiriyorlar. Ezik gibi davranmak zorundasın. Ne olursa olsun alttan alın. Ses tonuna dikkat et. Hep aynı ses tonu." (Derinlemesine Görüşme, 2021).

"Eğitimliyim ama ucuz iş gücüyüm. Dışarıdan gelen bir patronun kölesi gibi hissediyorum. Kulaklığı taktığım anda kulübeye bağlanmış köpek gibi hissediyorum." (Murat, Odak Grup Görüşmesi, 2021).

"Bütün duygumuzu çağrıya veriyoruz. Duygu karmaşası hali. Sıkıntılarını ve duygularını şirketin kapısında bırakmanız gerekiyor diyorlar. Biz de duyguları şirkete getirmiyoruz. Rüyalarımda sayıklıyorum." (Zuhal, Derinlemesine Görüşme, 2021).

"5 aylık deneme süresi var, çıktım mı çıkıcam mı korkusu, sen bir makineymişsin gibi. Ama aralardaki duygusal boşlukları senin doldurman gerekiyor. Duygunu iyi yönet değil, sabret istiyorlar. Asla takdir yok. Senin bir uzmanlığın yok gibi bakılıyor. Ya maaşın var ya maaşın yok. Oraya bağımlısın. Gülümseyerek telefonu aç. Süreyi az tut. Ne yaptığını teker teker yaz." (Gamze, Derinlemesine Görüşme, 2021).

"Bana göre saçma ürün, boş yere paraları gitsin diyor şirket. Satacağın ürüne inanmıyorsun ki. Satış koçu ürünü bile kullanmıyor ama başkasına satın diyor. Anlam veremiyorsun." (Zafer, Odak Grup Görüşmesi, 2021).

"Benimsemiyorum. Israr etmem isteniyor. Dilencilik gibi hissediyorsun." (Koray, Derinlemesine Görüşme, 2021).

Katılımcıların yukarıdaki yanıtları hem çalışma koşullarının çalışanlarda uyandırdığı hisleri hem de çalışanların mesleklerine yönelik geliştirdikleri sadakat duygusunu açıklamaktadır. Çalışanların çağrı merkezinde çalışmayı yalnızca aldıkları ücretle var etmeleri, şirkete yalnızca bu noktadan bağlanmaları, çağrı merkezi çalışanlarının mesleklerine yönelik düşük bir sadakat duygusu taşıdıklarını göstermektedir. Ayrıca çağrı merkezlerinde oldukça sık uygulanan deneme süresi pratikleri de bu duruma sebep olmaktadır. Çünkü çalışanlar her an işlerini kaybetme tehlikesiyle yüz yüze getirilmektedir Bir başka katılımcının aşağıdaki yanıtı şirketin müşteri temsilcilerine verdikleri değerın çalışanlardaki yansımalarını göstermesi açısından oldukça önemli bir noktada durmaktadır:

"Telefonu kapatınca etkisinden çıkamıyorum. Hem hiçbir şey hem her şeyiz biz." (Selma, Derinlemesine Görüşme, 2021).

Şirket için "hem hiçbir şey hem her şey" niteliği taşıyan çalışanlar, kendilerini değerli hissetmek istemekte ancak şirketin bu değerli hissettirme mantığının altında yatanı günün sonunda "hiçbir şey" olmak biçiminde deneyimlemektedir.

Katılımcıların araştırma sorularına verdikleri yanıtlar doğrultusunda duygulanım tezahürlerinin bu yoğunluğunun kendini gösterdiği bir diğer alanın çağrı alma sıklıkları olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğu, telefonu kapattıktan bir saniye sonra yeni çağrı geldiğini ve bu durumun kendilerini hem fiziksel olarak hem duygusal olarak oldukça fazla yıprattığını vurgulamıştır:

“7-8 saat konuşup sadece 1 saat susabiliyorsunuz. Telefonu kapatmadan telefon geliyor. 10 saniyeden önce gelmemesi lazım.” (Gamze, Derinlemesine Görüşme, 2021).

“Yasal olarak her çağrı arasında 1 dakika olmak zorunda ama şirket bunu 30 saniyeyle sınırlandırıyor. Pandemi döneminde de 10 saniyeye indi. Çok hızlı konuş ama kaliteli konuş, 180 saniyede çağrıyı bitir ama müşterinin sorununu da çöz diyorlar. Artık patlıyorsun bir yerden sonra.” (Tülay, Derinlemesine Görüşme, 2021).

“Nitelikli köle, nitelikli ucuz işgücü. Ülkenin bakış açısı yüzünden de bu böyle. Fabrika işçiyse tuvalete giderken izin almazsınız. Moladan da sayılmaz. Ama burada her şey dakika hesabı.” (Murat, Odak Grup Görüşmesi, 2021).

Katılımcıların aktardıkları biçimdeki yıpranmaları aynı zamanda yoğun bir strese maruz kalmalarında ve gerek müşterilerden gerekse takım liderlerinden işittikleri hakaretlerde somutlanmaktadır. Müşteriler, çalışanlara küfür ve hakaret edebilmekte ya da sözlü taciz boyutuna varan davranışlarda bulunabilmektedir:

“Bazen nefret edebiliyorsun. Küfre, hakarete karşılık verememek çok can sıkıcı. Sen orada müşteri temsilcisisin ve sen benim işimi yapmak zorundasın diyorlar, karşısındakinin insan olduğunu düşünmüyorlar. Genellikle üstenci bakış açısına sahipler. Sen de dışı vuramadığın sesleri içinden söylüyorsun. Sistem seni buna sokuyor. Biz arada kalanlarız. Herkesi mutlu etmek zorundasın.” (Ufuk, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Görüntün yok. Telefonun arkasındasın. Bir müşteri uğraşırsa seni işten çıkarabilir. Herkes senin patronun. Arayanın elinde yetki olması korkunç. Bir müşterinin ölmesini istedim. Ben çocuğu yaşıdayım ama benim fermanımı yazıyor. Alevden bir top geliyor. Ellerinde raket var. Raketle vurdukça o top büyüyor. Kimde patlarsa...” (Gamze, Derinlemesine Görüşme, 2021)

Çağrı merkezlerinde “herkesin çalışanların patronu olması” durumu, şirketlerin kâr odaklı hizmet anlayışını somutlaştırmaktadır. Çalışanlar yalnızca işveren veya şirketin diğer yetkilileri tarafından denetlenmemekte, diğer sektörlerden farklı olarak müşteriler de çalışanlar açısından bir denetleme mekanizması rolü oynamaktadır. Müşterilerin her zaman haklı olması, çağrı merkezlerinde müşteri temsilcilerinin aleyhine işlemektedir. Çünkü doğrudan insan iletişimine dayanan bu hizmet üretiminde müşteriler yanlış beyanda bulunabilmekte, müşteri temsilcisine tüm bilgileri doğru vermek istemeyebilmektedir. Bu durumda müşteri temsilcisi yanlış bir işlem yapmak durumunda kaldığında ise bu sorun yalnızca müşteri temsilcisinin sorunu olarak görülmektedir. Ayrıca “patron müşteriler” müşteri temsilcilerine hakarete varan düzeyde cümleler sarf etseler dahi müşteri temsilcilerinin karşılık vermeleri bir yana telefonu kapatma hakları bile bulunmamaktadır. Çoğu çağrı merkezinde böyle durumlarda 3 kez uyarı yapabilecekleri ve bu uyarılardan sonra müşteri olumsuz tavrına devam ederse telefonu kapatabilecekleri söylenmektedir. Ancak bu uyarılar gerçekleştirilene kadar çalışanlar devamlı hakarete, küfre, sözlü tacize maruz kalmakta ve bu durum çalışanların duygusal emek sarfiyatlarının olumsuz biçimde hem çalışma yaşamına hem gündelik hayatlarına yansımaya yol açmaktadır.

Aynı zamanda çağrı merkezlerinde hakaretin sözlü taciz boyutuna ulaştığı durumlara katılımcıların yanıtlarında sıklıkla rastlanmaktadır. Çağrı merkezlerinde müşteriler tarafından kadın çalışanlara erkek çalışanlara nazaran daha fazla sözlü tacizde bulunmaktadır. Çalışanlar bu durumu seslerinin erkeklere göre daha etkileyici bulunması, erkeklerin yüzünü görmedikleri kadınlara karşı daha cüretkar olabilmeleri şeklinde açıklamaktadır:

“Müşteriler kadını cinsel obje olarak görüyor. Bana aşkım, sevgilim diyenler oluyordu. Bütün kadınlar yaşamıştır bunu. Sapık, tacizci müşteriyle sürekli karşılaşılıyor.” (Zuhal, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“İşveren kadınların sesinin daha etkileyici olduğunu söylüyor. 1 saat kadını bekletip sesinden tahrik olan müşteriler olduğunu duyuyoruz. Soy ismini, instagram adresini öğrenmek isteyenler... Cinsel ve duygusal sömürü bunlar.” (Cengiz, Sendika Çalışanı, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Kadınlarda taciz çok sık görülüyor. Seks teklifi bile yapılmış bir kadın arkadaşımıza. Beni de bir kadın müşteri devamlı arıyordu, en son engelledim. Sadece ilk uyarıda kapatın diyorlar böyle durumlarda.” (Ufuk, Derinlemesine Görüşme, 2021)

Çağrı merkezlerinde yaşanan tacizlerin başlıca sebebi, katılımcıların aktardıklarından hareketle müşterilerin telefonun ucundaki insanı görmemesinden ve böylece daha cesur hareket edebilmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu gibi olumsuz davranışlar için şirketin müşteriye herhangi bir yaptırım uygulamaması da bu davranışların önüne geçilememesine neden olmaktadır. Bu nedenle çalışanlar takım liderinden, işverenden veya müşteriden kaynaklanabilecek herhangi bir olumsuz tutuma karşı korunmamakta, güvensiz bir çalışma ortamında çalışmak zorunda bırakılmaktadır.

Bodrum katlar, yakaların renkleri, rekabet

Bodrum katlar, çağrı merkezlerinin mekânsal düzenlenişi hakkında oldukça net bir fikir ortaya koymaktadır. Çağrı merkezleri her ne kadar plazalarda, alışveriş merkezlerinin üst katlarında, “gökdelenlerde” faaliyet gösterse de çağrı merkezi çalışanları bu gösterişli mekanların en görünmeyen ve gösterilmeyen yerlerinde çalışmaktadır. Çağrı merkezi çalışanları, sürekli gözden uzakta tutulmaktadır:

“Görünüşte plaza çalışanıydık ama en alttaydık. Ücretten bağımsız olarak çaycının çalışma koşulları daha iyiydi. Keşke çaycı olsaydım dedim. İşçiler arası hiyerarşiyi desteklemiyorum. Vücudumu metalaştırıyordum. Bizi kiralyorlardı, bir zincirim eksikti. Fabrikada da çalıştım. Ben arasında fark göremiyorum.” (Uraz, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Bence işin statüsü önemli değil. -2. kattayız. Özel hayatımdaki statüm daha önemli. İşin statüsü kandırmaca. Herkesin hayali olan uzun binalar, takımlar boş.” (Burak, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Limon satayım ama bankaya girmeyeyim derdim eskiden. Çöpün yan tarafında çalışıyoruz.” (Elif, Odak Grup Görüşmesi 2021)

“Beyaz yakalı olarak anılıyor ama en adisi. Tarlada da çalıştım, bu kadar yorulduğumu hatırlamıyorum ama o kadar muhteşem bir yerde çalışıyormuşsunuz gibi lanse ediyor ki.” (Tülay, Derinlemesine Görüşme, 2021)

Çalışanların çalışma mekânlarıyla ilişkili olarak araştırma sorularına verdikleri yanıtlar, çalışma yaşamlarındaki sınıfsal aidiyetlerinin orta sınıfla bütünleşmediğini göstermektedir. Çünkü çalışma yaşamlarında gerek takım liderlerinden gerek müşterilerden olumsuz tavırlara maruz kalan, yasal çalışma hakları gasp edilen, minimum zamanda maksimum verim sergilemesi beklenen, “bodrum katlarında” çalışmaya devam eden çalışanlar kendilerine dair olumlu hisler besleyememektedir ve bu durum çalışanların kendilerini alt sınıfa mensup bir çalışandan ayrı bir yerde konumlandıramamalarına sebep olmaktadır.

“İşçi sınıfıyız, orta olmuyoruz. Ait hissetmiyorum, işveren var, senin olmayan bir iş var, para karşılığı yapıyoruz.” (Duygu, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Masa başı herhangi bir işten, sekreter, muhasebe, ofis boy... Herhangi bir fark yok. Altında yönettiğin biri yok.” (Ayça, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Kendi işimi yaparken bu kadar yorulduğumu hissetmiyordum. Havalimanında çalışıyordum. Yetki vardı. Saygı duyuyorlardı. 10 saat havalimanını 5 saat çağrı merkezine tercih ederim. En azından vida bana bağırmıyor.” (Koray, Odak Grup Görüşmesi, 2021).

Katılımcıların kendilerini hangi toplumsal sınıfa ait hissettikleri sorusuna verdikleri bu yanıtlar, sınıfsal açıdan bakıldığında çağrı merkezi çalışanlarının hem çalışma koşulları hem aldıkları ücretler hem de duygusal emek süreçleri açısından kendilerini alt sınıfa ait hissettiklerini kanıtlamaktadır. Alt sınıf olarak tanımlamalarının sebebi, toplumsal ve ekonomik açıdan herhangi bir değerlerinin olmadığını, herhangi bir statülerinin bulunmadığını ve herhangi bir çalışan olarak ortalamanın altında bir yaşam kalitesine sahip olduklarını düşünmeleri olarak belirtilebilmektedir. Bu nedenle yakaların renkleri, çağrı merkezi çalışanları açısından koşullara göre değişkenlik gösterebilmektedir. Duygusal ve duygulanımsal emek süreçleri açısından sömürüyü

derinden hisseden çalışanlar kendilerini alt sınıfa ait hissedebilmekte, çalışma koşullarının standardize edilmiş biçimlerinden ve çalışma süresi boyunca uğradıkları hak gasplarından kaynaklı olarak işçi sınıfına dair aidiyet hissedebilmekte fakat aynı zamanda masa başında çalıştıkları ve doğrudan kol gücüne dayanmayan bir üretim gerçekleştirdikleri için kendilerini mavi yakalı bir sanayi işçisinden ayırabilmektedir.

Ancak bu ayırım çalışanların olumsuz çalışma koşullarına karşı gösterdikleri tepkiler ve direniş pratikleri açısından geçerli bir nitelik taşımamaktadır. Katılımcılar, çalışma koşullarının zorlukları karşısında çalışma arkadaşlarıyla çeşitli dayanışma stratejileri geliştirerek kolektif bir iş bölümüne önem verdiklerini aktarmaktadır. Bu durum çalışanların sınıf bilinçleriyle hareket ettiklerini göstermekte, aynı zamanda bu doğrultuda sendikal örgütlenmeye dair bakış açılarının olumlu yönde gelişmesini sağlamaktadır:

“Alt sınıfız. Ama müşteriler bize böyle hissettiriyor. Acıyorlar bize, bu çok saçma. Parya gibiyiz, oradan da çıkamayız. Bizim işten çıkarıldığımız zaman diğer arkadaşlar bilgisayarları kapatmıştı. Çağrı merkezlerinde örgütlenirsen o kadar güçlüsün.” (Gamze, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Hiç tatil yapmadığımız günler oluyor. Sendikalı olsak maaşlar tam gününde yatar.” (Zuhal, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Minimum ücret, minimum mola. Beklenen performans maksimum. 75 dakika toplam molamız var. Yemeğe çıkamadığımız oldu. Sendika bekliyoruz bunların çözümü için.” (Burçin, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Takım liderleri sendika faaliyetleri için ‘senin yaptığını biliyoruz ama kanıtlayamıyoruz’ dediler. Sonra ‘bizden ne istiyorsun’ diye sordular. Ben de ‘bugüne kadar ne verdiniz ki, ben buraya sendikayı sokacağım’ dedim. Bir sınıfa ait hissedelim diye bu çabamız.” (Behçet, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Adam (şirketin CEO’su) şirketin yolunu bilmez, sendikalaşma sürecinde 3 kere geldi. Alkışlattı bizi, siz her şeyimizsiniz dedi gitti. Haklara gelince yok ama lafa gelince biz her şeyiz.” (Burçin, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

Çalışanların çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve olumsuz çalışma koşullarına dair çözümün sendika aracılığıyla getirileceğine dair inançları çalışanların mücadele pratiklerine de yansımaktadır. Yukarıda yanıtı verilen Gamze’nin işten çıkarıldığında diğer arkadaşlarının bilgisayarlarını kapatarak iş bırakma eyleminde bulunması, bu durumu örneklemektedir. Ancak çağrı merkezlerinde sendikal örgütlenmenin önünde birtakım engeller bulunmaktadır:

“Bir işyerinde sendikanın faaliyet yürütebilmesi için içeriden talep olması lazım. Bizim bir kişi için kalkıp İzmir’e gittiğimiz oldu. İşyerlerinde yüzde elliyi geçince, işletmelerde de yüzde kırk oranını yakalayınca yetki sürecini başlatıyoruz. Ancak işverenler ya da aynı işkoluna bağlı diğer sendikalar dava açabiliyor. Şu ana kadar 3 farklı çağrı merkezinde örgütlendik ama hepsinin sonuç deneyimi aynı oldu. Şu an ilk örgütlendiğimiz işyerinde 2 senedir devam eden bir dava süreci var.” (Cengiz, Sendika Çalışanı, Derinlemesine Görüşme, 2021)

Bu nedenle çağrı merkezlerinde sendikalaşmanın önündeki engellerin kaldırılması ve çalışanların çalışma koşullarının iyileştirilmesi ancak gerekli mevzuatların hayata geçirilmesiyle mümkün olacaktır. Çağrı merkezi çalışanları her ne kadar çalışma yaşamında kolektif bir iş bölümüne önem verseler ve birbirleriyle dayanışma gösterebilirler de bu durum geçici bir karakter taşımaktadır. İşverenin ya da takım liderinin sorumluluğunda olan bu görevler, çalışanların sorumluluğuna bırakılmaktadır. Bu durum da uzun vadede çalışanlar açısından ayrı bir yük haline gelebilmektedir.

Online Hayatın Zorunluluğu ve Zorlukları Üzerine

Online hayat zorunluluğu, çağrı merkezlerinde çalışanlardan kendilerini sürekli olarak ulaşılabilir kılmalarının istenmesini anlatmaktadır. Bu beklenti de çalışanlara çalışma yaşamlarında bir mobing biçimi olarak yansımaktadır. Çünkü çağrı merkezlerinde uygulanan mobing, günümüzde bilgisayarlar ve cep telefonları gibi “mobil” aygıtlara dahi sirayet etmektedir. Bu aygıtların aynı zamanda çağrı merkezi çalışanlarının üretim araçları olması, bu durumu daha da karmaşıklaştırmaktadır. Buradan hareketle çağrı

merkezlerinde mobingin çalışma koşulları açısından mola haklarında ve işveren tarafından gerçekleştirilen denetleme pratiklerinde gerçekleştiği ileri sürülebilmektedir.

Çağrı merkezlerinde çalışanlar işveren ya da diğer şirket yetkilileri tarafından gerek çalışma esnasında gerek çalışma süresinin bitiminde özellikle cep telefonlarıyla sürekli ulaşılabilir kılınmak istenmektedir. Çağrı merkezlerindeki üretim aracı olan bilgisayarlarla ilgili bir sorun olduğunda bu sorunlar mesaiden sayılmamakta ve bu sorunun çözümünü de çalışanın bulması beklenmektedir. Aynı zamanda esnek çalışma biçimlerinden kaynaklı olarak işin yoğunluğuna bağlı olarak mesaisi biten çalışandan çağrı alması istenebilmekte, WhatsApp gruplarından 7 gün 24 saat yazışmalar gerçekleştirilmekte, bu yazışmaları okumayan çalışanların gerçekleşen değişiklikleri kabul ettiği varsayıp bu varsayıma göre hareket edilmektedir. Böylece çalışanların esnek çalışmaya ve sürekli değişime açık olmaları, ayak uydurmaları beklenmektedir. Bu doğrultuda katılımcılara meslekleri ile ilgili herhangi bir eğitimin verilip verilmediği sorulduğunda verilen eğitimlerin niteliği hakkında da önemli görüşlere ulaşılmıştır:

“Süreç değişikliklerine alışamıyoruz. Mesai dışında vakit harcıyoruz.” (Burçin, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Operasyonumuz değişti ve 30 günlük eğitimi 2,5 günde verdiler. Çünkü maliyet şirket için.” (Murat, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Çalışma saatleri her an değişebiliyor, verimlilik gözetiliyor çünkü.” (Sevgi, Derinlemesine Görüşme, 2021)

Katılımcıların yukarıdaki yanıtları, çağrı merkezlerindeki iş yapısının ve işin içeriğinin sürekli değişkenlik gösterebilmesini ve çalışanların bu değişikliklerden haberdar olup olmamasının, bu değişikliklere uyum sağlayıp sağlamamasının da kendi sorumluluklarına bırakıldığını vurgulamaktadır. Ancak “online hayat zorunluluğu” bu durumdan daha geniş bir perspektifi yansıtmaktadır. Çalışanların her an iş yeri ile ilgili bir haber almaları, her an takım liderleri tarafından aranabilmeleri ve haber almasalar ya da aranmasalar bile bu ihtimalin varlığını bilmeleri çalışanlar açısından duygusal yıpranmanın önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Bu durumlar çalışanların mesai saati kavramının silikleşmesine, çalışma zamanı ile boş zaman arasındaki ayrımlarının muğlaklaşmasına sebep olmaktadır. Katılımcılara çalışma koşullarıyla ilgili neler söyleyebilecekleri sorulduğunda kendilerini sürekli işte hissettikleri şeklinde yanıtlar verdikleri görülmektedir:

“Mobil mobing devrindeyiz. Telefonun 24 saat yanımızda gezmesini istiyorlar. Yapabiliyorsanız siz yapın evden çağrı. Eskiden mesai saatinde baskı vardı, şimdi 24 saat baskı var.” (Behçet, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“WhatsApp grubundan direkt nerede kaldın diye yazıyorlar.” (Elif, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Çalışma saati diye de bir şey yok. Gece bildirimleri oluyor. Mesai biterse bitsin, herhangi bir saatte mesaj atılabiliyor.” (Murat, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

Çalışanların çalışma yaşamında deneyimlediği bu gibi olumsuzluklar pandemi koşullarında da derinleşerek kendini göstermektedir. Pandeminin arz – talep ilişkisi bakımından olumlu yönde etkilediği sektörlerden biri olan çağrı merkezi sektörlerinde iş yükü artmış, hak gasplarında artış yaşanmış, çalışanların çalışma koşulları da aynı oranda zorlaşmıştır. Bu nedenle bu konudaki bulgular “Çağrı Merkezlerinin Pandemisi” üst teması içerisinde açıklanmıştır.

Çağrı Merkezlerinin Pandemisi

Covid-19 pandemisi hem Türkiye’de hem dünyada birçok sektörü etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir. Virüsün ilk defa görülmeye başladığı dönemde uluslararası ticaret ülkelerin sınırlarını kapatması sebebiyle sektöre uğramış, sonrasında salgının kontrol altına alınma süreciyle birlikte ticari aktiviteler her zamanki akışına dönmeye başlamıştır. Ancak bu süreçte sinema salonları, kafeler, restoranlar, barlar gibi bireylerin kalabalık biçimde bir araya gelebilecekleri işletmelerin kapatılması, birçok işletmenin iflas etmesine sebep olmuştur (Öztürk, 2020). Bu anlamda pandemi, ekonomik alanda oldukça olumsuz etkiler yaratmıştır.

Ancak hizmet sektörünün yeme-içme kategorisi dışındaki kamu hizmeti, e-ticaret, telekomünikasyon gibi alanlarında faaliyet gösteren şirketler, pandemiyi kendi lehinde kullanarak şirket kârlarını arttırmıştır. Bu büyümeyi sağlayan en önemli etken, evden (uzaktan) çalışma pratikleri olarak gösterilebilmektedir. Ofislerde, plazalarda, masa başlarında ve bilgisayarlar aracılığıyla üretilen hizmetlerin eve taşınabilirliğinin kolaylığı, bu sektörlerin pandemiden minimum hasarla etkilenmesini sağlamıştır. Ayrıca evden çalışma, şirketleri belirli bir çalışma mekanı organize etmekten kurtarmıştır ve çalışanlar için harcaması gereken yol ve yemek gibi maliyetlerini en aza indirmesini sağlamıştır. Bu gibi pratikler çalışma yaşamında çalışanlar tarafından hak gaspı olarak görülmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında çalışanlara evden çalışmaya geçilmesini nasıl değerlendirdikleri sorulduğunda evden çalışma pratiklerinin çalışanların duygusal emek süreçlerini de etkilediği görülmüştür. Özellikle çalışma arkadaşlarını görememek ve yaşadıklarını paylaşmamak çalışanları duygusal açıdan yıpratmaktadır.

“Şirkette sohbet edebiliyorduk. (Evde) müşteri ve sen oluyorsun.” (Hale, Derinlemesine Görüşme, 2021)

“Hücredeymişsin gibi 8 saat odada tek başına konuşuyorsun.” (Burak, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Biz şanslıydık çünkü arkadaş grubu olduk. Mesaiden önce kahve içebiliyorduk. Ama bir ara sadece iş konuşuyor olduk. Molaları denk getirelim diyorduk. Ama evde duvara bakarak yemek yiyoruz.” (Koray, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

Ayrıca evden çalışma, çalışanların şirketteki koşullara erişememesi sebebiyle de çeşitli olumsuzluklar yaşamasına neden olmaktadır. Bir çalışma mekânında çalışmak elektrik, internet, yemek gibi masrafların şirket tarafından karşılanması anlamına gelmektedir. Ancak evden çalışmada birçok çalışan çalışma vaktinde kullandığı elektrik ve internetin faturalarını dahi düşünmek zorunda kalmaktadır. Katılımcılara evden çalışma sürecinde şirket tarafından herhangi bir destek alıp almadıkları sorulduğunda destek almadıkları ya da var olan destekleri yetersiz buldukları görülmektedir.

“31 marttan itibaren evden çalışmaya geçtik. Yine kendilerini düşündüler. Sürekli değişim oluyor. Hata yapma opsiyonumuz yok. Şirketteyken yarım saat kenara çeker anlatırlardı. Şimdi evde olmuyor, mesajı okudun okudun okumadın... 10 kişinin işini 1 kişiye yaptırıyorlar. Ben Allaha emanet çağrı alıyorum artık. En iyi yanı yolda kaybettiğin vakit. Ama evde sürekli 24 saat çalışıyor gibi hissediyorum. Mesela arkadaşların bazılarının elektrikleri kesiliyor. Sürekli o 5-10 dakikayı telafi ettirme derdindeler. Ama ben o 5 dakika fazla çalışmamın hakkını almak istiyorum. Elektrik faturam da ödenmeli, doğalgaz faturası için mücadele eden arkadaşlar da var.” (Burçin, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

“Maddi kaybımız çok, destek ise sıfır. İş yasasına göre aynı konforu sağlamalılar ama sıfır. Psikolojik açıdan da sorun oluyor.” (Behçet, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

Aynı zamanda kadın emeğinin yoğun olduğu bir sektör olan çağrı merkezlerinde¹¹ pandemi süreci toplumsal cinsiyet açısından da farklı etkiler yaratmaktadır. Kadınların ev içi emeklerinin görünmezliği, evden çalışmayla oldukça görünür bir karaktere bürünmüştür. Ayrıca okulların internet üzerinden eğitime geçmesi, çocuğu olan ve çalışan kadınların ev içindeki yüklerini arttırmıştır. Katılımcılara pandemi sürecindeki ev içi iş bölümlerini ve çalışma koşullarının bu duruma etkisi sorulduğunda katılımcıların ev içi bakım yüklerinin arttırdığı sonucuna varılmaktadır.

“Aynı anda 3 yere bölünüyorum: Ev, iş, çocuk. Eşim evdeyim diye her işi tam bekliyor. Çocuk EBA’ya (Eğitim Bilişim Ağı: Türkiye’de zorunlu eğitimin çevrimiçi olarak verildiği sistem) giriyor, bazen aksaklık çıkıyor, onu ayarlamam gerekiyor, molam uzayabiliyor. Bazen hoş görülebiliyor iş yeri tarafından ama sık olunca uyarılar başlıyor. Bu uyarılar da diğerlerinin haklarına giriyorsunuz şeklinde oluyor. Duygu sömürsüyle yani, yoksa başka şekillerde dediklerini yaptırılmazlar.” (Burçin, Odak Grup Görüşmesi, 2021)

¹¹ BBC’nin 2018 yılı verilerine göre dünya çapında çağrı merkezi çalışanlarının oranı %71’dir. Bkz.: <https://www.bbc.com/turkce/vert-cap-43060282> Ayrıca yalnızca bankacılık sektöründe faaliyet gösteren çağrı merkezlerinde dahi 2020 yılı itibarıyla kadın çalışan sayısı 6.470 iken erkek çalışan sayısı 2.809’dur. Bkz.: <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59> TBB / İstatistiki Raporlar / Çağrı Merkezi İstatistikleri / Mart 2021

“Yarım saat yemek molası hakkım var, ben o yarım saatte ne ara yemek hazırlayacağım da o yemeği yiyeceğim?”
(Tülay, Derinlemesine Görüşme, 2021)

Kadınların ev içi bakım yüklerinin pandemi sürecinde tüm kadınlar açısından artması, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini derinleştirmektedir. Hijyenik temizlik, ev içi düzenin sağlanması, çocuk ve yaşlı bakımı gibi ev içi bakım yüklerinin kadınların sorumluluğu olarak görülmesinin yanında çalışma yaşamında da kadınların maruz kaldıkları sözlü ve psikolojik tacizler pandemi sürecinde kadınların yaşamlarını zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda pandemide kadın yoksulluğunun ve kadına yönelik ev içi şiddetin arttığı da bilinmektedir. Dünya genelinde karantina sürecinde kadına yönelik ev içi şiddetin %27,8 düzeyinde artış gösterdiği (Aygüneş ve Ok, 2020, s. 24), Türkiye’de ise salgın sonrasındaki iki buçuk aylık süreçte yaklaşık her kadının eşi ya da partneri tarafından en az bir şiddet türüne maruz bırakıldığı saptanmıştır (Eroğlu ve Gençay, 2020, s. 118). Bu durum kadına yönelik şiddetin sistematik bir problem arz ettiğini kanıtlamaktadır.

Pandemi sürecinin tüm dünyada toplumsal eşitsizlikleri belirginleştirdiği sınıfsal ve ekonomik açıdan çağrı merkezi çalışanlarının araştırma sorularına verdiği yanıtlarda da görülmektedir. Pandeminin evde kalabilenler – evde kalamayanlar ayrımı yaptığı ve evde kalıp çalışmak zorunda bırakılanların da çalışma koşullarını olumsuz yönde etkilediği düşünüldüğünde pandemi sürecinin ekonomik alanda yalnızca işverenler açısından olumlu bir etkide bulunduğu belirtilebilmektedir. Bu nedenle pandemi sürecini hem sınıfsal hem de toplumsal cinsiyet açısından bu bağlamlar gözetilerek düşünmek önem arz etmektedir.

Sonuç

Tarihsel açıdan üretim ilişkilerinin geçirdiği dönüşüme bakıldığında özellikle 1970’li yıllardan itibaren sınıf analizlerinin yalnızca Marx’ın ortaya koyduğu sınıfsal perspektifle açıklanamayacağını, bu teorilerin günümüzün sınıf analizlerinde yetersiz kaldığını savunan tezler ivme kazanmıştır. Bu tezler, postkapitalist toplum tezleri olarak anılmakta ve günümüz kapitalizminin ketum ve sabit yapısının değiştiğini iddia etmektedir. Buradan hareketle postkapitalist toplum tezlerinde bu değişim bağlamında, sabit ve ortak ilkelere sahip bir işçi yapısının giderek ortadan kalktığı savunulmaktadır. Postkapitalist toplum tezlerinin savları genellikle üretimdeki makineleşmeye ve sonraki safhalarda gelişen teknolojiye, vasıfsız kol gücüne dayalı emekten vasıflı ve zihinsel emeğe dayalı emeğin önemine vurgu yapmaktadır. Böylece günümüzün çalışanlarının gerek sarf ettikleri emek gücü gerekse çalışma koşulları açısından geleneksel işçi sınıfından oldukça farklı bir karakter izledikleri iddiaları güçlenmiştir ve bu açıdan zihinsel emek, duygusal emek ve duygulanımsal emek sarf eden çalışanların toplumun ilerletici gücü olacağı, toplumun ilerletici güçlerinin bu kapsamda salt bir toplumsal gruba indirgenemeyeceği savunulmaktadır.

Araştırma kapsamında maddi olmayan emek ve duygusal – duygulanımsal emek kavramsallaştırmalarında tartışmaya açılan bu tezlerin hizmet sektörü çalışanları açısından tam olarak karşılık bulduğu söylenememektedir. Çünkü çalışanlar hizmet üretimi gerçekleştirirken hem bedensel hem zihinsel hem de duygusal bir emek sürecinde bulduklarını aktarmış ve kendilerini çeşitli kimliklerle değil doğrudan ücretli emeklerinden kaynaklı olarak çalışma ilişkileriyle tanımlamıştır. Buradan hareketle araştırma kapsamında tartışılan maddi olmayan emek ve duygusal–duygulanımsal emek kavramsallaştırmalarında duygusal emeğin boyutlarına ve özellikle hizmet sektöründe çalışanların duygusal emek süreçlerine odaklanılmıştır. Çağrı merkezi çalışanları çalışma süresi boyunca gerek duygusal gerekse duygulanımsal emeği yoğun biçimde sarf eden bir iş görmektedir. Çünkü oldukça kalabalık bir biçimde, standardize edilmiş üretim biçimleri ekseninde çalışma hayatlarını sürdürmektedir. Bu nedenle çağrı merkezi çalışanlarının otonom bir yapıya sahip olmadıklarını, zihin emekleri açısından da entelektüel ya da yaratıcı bir faaliyette bulunmadıklarını söylemek mümkündür. Araştırma sonucunda katılımcıların yanıtları da bu durumu doğrular gözükmektedir. Bu kapsamda katılımcılar çalıştıkları işin duygu yoğun olduğunu ancak kendi duygularına hiçbir zaman yer

veremediklerini belirtmiş, şirket tarafından gerek çalışanların gerek müşterilerin duygularının araç olarak kullanıldığını aktarmıştır.

Duyguların araç olarak kullanımı sömürü ilişkilerinden de bağımsız ele alınamamaktadır. Duygusal emek kavramı, kendi içinde üretken emekten bağımsız ya da doğrudan somut bir ürün çıktısının olmaması sebebiyle maddi olmayan emeğin bir alt kategorisi olarak ifade edilse de çağrı merkezi çalışanlarının yaşamlarında oldukça somut bir yer işgal etmektedir. Aynı zamanda zihinsel bir faaliyet ürünü olmalarından ve çağrı merkezi sektörü özelinde çeşitli bedensel aktiviteleri de kapsayacak bir biçimde üretildiğinden oldukça maddi bir karakter taşımaktadır. Araştırmanın amacı çağrı merkezi çalışanlarının çalışma koşulları bağlamında duygusal emek süreçlerinin analiz edilmesidir. Bu nedenle çağrı merkezi çalışanlarının gerçekleştirdiği emek üretiminin maddi olup olmadığı konusunda birçok etmen öne sürülebilecek olsa da araştırma kapsamında önemli olan nokta, çağrı merkezi çalışanlarının gerek üretim süreçleri gerekse bu süreçler içerisindeki duygusal emek koşullarının onların çalışma ilişkilerine fiziken, sosyal olarak ve psikolojik etkilerini açığa çıkarabilmektedir.

Tüm bu olgular birlikte değerlendirildiğinde çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen denetim ve gözetim pratiklerinin sonucunda çalışanların yaşadıkları tüm olumsuzlukların hizmet sektöründeki çalışma süreçlerinin bir parçası haline geldiği anlaşılmaktadır. Arttırılmış hizmet içi eğitimler ve denetimler yoluyla hizmet sektörünün çalışanlarının duygularını bile kontrol altında tutan ve duygusal emeklerini sömüren ağır çalışma biçimlerinin yaygınlaşması ve yoğunlaşması, neoliberal ekonomi politikalarının özellikle hizmet sektöründe yarattığı esnek, güvencesiz, taşeron, kuralsız ve örgütsüz çalışma koşullarının zorunlu sonuçları olarak görülebilir. Kapitalizmin günümüzde aldığı biçimler ve hizmet sektörünün çalışma koşulları düşünüldüğünde çağrı merkezlerinin de neoliberal ekonomi politikalarından ve bu politikaların getirisi olarak esnek çalışma biçimlerinin tüm olumsuz koşullarından oldukça güçlü bir biçimde etkilendiğini söylemek mümkündür.

Araştırmanın gerçekleştirildiği koşullardan kaynaklı birtakım sınırlılıkları mevcuttur. Öncelikle araştırmacının pandemi süreci nedeniyle çalışanlarla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilememesi ve pandemi sürecine bağlı olarak evden çalışma sistemi nedeniyle bizzat çağrı merkezlerine giderek çalışma koşullarını yerinde gözlemlememesi başlıca sınırlılık olarak görülebilmektedir. Bu durum aynı zamanda araştırmacının daha az katılımcıya ulaşmasına sebep olmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin sonuçları doğrultusunda bu konuda gerçekleştirilecek diğer çalışmalar için çeşitli önerilerde bulunmak mümkündür. Çağrı merkezi çalışanlarının duygulanımsal emek süreçleri göz önünde bulundurularak ailelerini ve sosyal ilişkilerini konu alan çalışmalar, çağrı merkezi çalışanlarının gündelik yaşam pratiklerinin keşfedilmesi için önemli görünmektedir. Çağrı merkezlerindeki çalışma koşullarının ve bu çalışma koşullarının düzenlenme biçimini etkileyen politikaların daha detaylı anlaşılması için çağrı merkezlerinde takım lideri veya şirket yöneticisi gibi üst düzey yetkililerle gerçekleştirilecek çalışmalar çağrı merkezlerinin derinlemesine ele alınması için önemli bir rol üstlenecektir.

Bir diğer yandan çağrı merkezlerindeki cinsiyetçi iş bölümü göz önünde bulundurulduğunda çağrı merkezlerindeki duygusal emek süreçlerine dair yalnızca sınıfsal değil tüm eşitsizlikler (etnik köken, toplumsal cinsiyet, engellilik) kapsamında çalışmaların gerçekleştirilmesi, hem çağrı merkezlerindeki çalışma yaşamı hem de çalışanların birbirleriyle olan iletişimlerinin anlaşılması açısından önemli olacaktır. Aynı zamanda bu doğrultuda çalışma yaşamında kadın istihdamı ve kadın emeğinin çağrı merkezindeki yansımalarını sınıfsal bir bakış açısıyla ele almak için çağrı merkezlerindeki üst düzey pozisyonlarda çalışan kadınları odağına alan araştırmaların gerçekleştirilmesi hem toplumsal cinsiyet literatürüne katkı sağlayacak hem de hizmet sektöründeki kadın çalışanların çalışma koşullarının anlaşılmasını kolaylaştıracaktır.

Kaynakça

- Aygüneş, A. ve Ok, O. C. (2020). *Covid - 19 pandemisi sürecinde toplumsal cinsiyet çalışmaları izleme raporu*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Mükemmeliyet Merkezi.
- Başbuğ, G., Ballı, E. ve Oktuğ, Z. (2010). Duygusal emeğin iş memnuniyetine etkisi: Çağrı merkezi çalışanlarına yönelik bir çalışma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 0(58),253-274. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/887/9873>
- Başçı, E. (2018). *AVM'lerdeki satış görevlilerinin çalışma koşulları ve deneyimleri: İzmir'de sosyolojik bir saha araştırması*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Emirgil, B. F. (2010). Yeni kapitalizmde emeği sorunsallaştırmak: Emeğin maddi olmayan görünümüleri. *Çalışma ve Toplum*, 24(1), 221-238. Erişim Adresi: <https://www.calismatoplum.org/Content/pdf/calisma-toplum-4675-6b7fdde2.pdf>
- Güngör, M. (2009). Duygusal emek kavramı: Süreci ve sonuçları. *Kamu-İş Dergisi*, 11(1), 167-184. Erişim Adresi: <https://www.tuhis.org.tr/pdf/1117.pdf>
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Karaman, N. (2017). Çalışma yaşamında duygusal emek. *İş ve Hayat*, 3(5), 30-56. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isvehayat/issue/52096/680384>
- Keser, A. (2006). Çağrı merkezi çalışanlarında iş yükü düzeyi ile iş doyumunu ilişkisinin araştırılması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 100-119. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kosbed/issue/25709/271282>
- Koşar, A. (2017). *Negri, sınıf ve çokluk - Postmodern özne arayışının eleştirisi*. İstanbul: Kor Kitap.
- Koşar, A. (2018). *Maddi olmayan emek teorisi- kuramsal bir eleştiri*. İstanbul: Kor Kitap.
- Marx, K. (2017). *Kapital I* (Cilt 1). İstanbul: Yordam Kitap.
- Özkan, G. (2013). Çağrı merkezlerinde duygusal emek ve örgütsel iletişim. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(4), 64-80. Erişim Adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19027/200549#article_cite
- Öztürk, F. (2020, 10 Aralık). *Pandemi sürecinde binlerce işletme kepenk indirdi: '48 yıllık esnafım ama yolun sonuna geldik'*. BBC News | Türkçe. Erişim Adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55258396/>
- Parlak, Z. (2004). Sanayi ötesi toplum teorilerinin eleştirel bir değerlendirmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 95-125. Erişim Adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423907866.pdf>

- Sakarya, A. (2016). Çağrı merkezlerinde çalışanların fiziksel maruziyetlerinin belirlenmesi ve alınabilecek önlemler. (Yayımlanmamış İş Sağlığı ve Güvenliği Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü, Ankara. Erişim Adresi: <https://www.csgb.gov.tr/media/1349/alevsakarya.pdf>
- Savul, G. (2015). Gayrimaddi emeğin üretkenleşmesi: Talihsizliğin görünümleri. *Çalışma ve Toplum*, 1(44), 293-322. Erişim Adresi: <https://www.calismatoplum.org/makale/gayri-maddi-emegin-uretkenlesmesi-talihsizligin-gorunumleri>
- Seçer, Ş. H. (2005). Çalışma yaşamında duygular ve duygusal emek: sosyoloji psikoloji ve örgüt teorisi açısından bir değerlendirme. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 0(50), 813-834. Erişim Adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/891/9938#article_cite
- Senem, Y. (2019). Bir kavram kargaşası: Maddi olmayan emek. *Teori ve Eylem*, (26), 56-63. Erişim Adresi: <https://teoriveeylem.net/tr/2019/01/bir-kavram-kargasasi-maddi-olmayan-emek/>
- Sennett, R. (2017). *Yeni kapitalizmin kültürü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. ve Cobb, J. (2018). *Sınıfın gizli yaraları*. Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Uca, O. (2015). *Kitlesel işçiden toplumsal işçiye: Maddi olmayan emek ve beyaz yakalılar*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Veblen, T. (2019). *Aylak sınıfın kuramı*. İstanbul: Urzeni Yayıncılık.
- Yücesan Özdemir, G. (2014). *İnatçı köstebek - Çağrı merkezlerinde gençlik, sınıf ve direniş*. İstanbul: Yordam Kitap.

Extended Abstract

Purpose

The purpose of this study is to take the working conditions of service sector and call center employees into question by focusing on the concept of emotional labor and to examine the changes in these working conditions in terms of the results of the neoliberal policies of the period. Thus it is aimed to shed light on how working in the service sector affects the emotional labor processes of employees within the scope of neoliberal policies. The main problems of working along with these purposes can be explained as revealing to the extent of call centers, which is a branch of the service sector, affects the emotional labor processes of the employees in terms of working conditions and showing how the employees experience the emotional labor practices they exert.

Design and Methodology

The type of the study is an applied study and its design is descriptive. Qualitative research method was used in the method of the study and the findings of the study were obtained from field research. In this context, the sample of the study group of the study was chosen as call center employees in the service sector. In addition to this sample, interviews were held with 2 union workers operating in Ankara and Istanbul within the scope of the study. The reason for these interviews can be explained by understanding the organizational practices of call center employees. Sample selection was carried out by snowball sampling technique. A total of 26 participants, including 24 call center employees and 2 union workers, were interviewed. Considering the demographic characteristics of the participants interviewed in the study, 13 were female and 11 were male. In addition, 22 of them were of 30 years old or younger. Taking their level of education into status, 22 of them had or were having higher education. Call center employees interviewed within the scope of the study work in workplaces operating in 3 sectors. These sectors are telecommunication, e-commerce and banking. The data obtained by the researcher were analyzed with the data analysis techniques of the qualitative research method. The information obtained from the field was categorized, classified and labeled by coding and note-taking method. Thus it was ensured that the data were recorded systematically and regularly throughout the study. As a result of the researcher's deciphering, a 32-pages long text was created. The data were collected using semi-structured in-depth interviews and semi-structured focus group interviews. During the study, all interviews were held online via the platforms Zoom, Instagram and WhatsApp due to the conditions of the pandemic period. In the interviews conducted through the Zoom platform, video and audio recordings were used in line with the consent of the participants. Thus the researcher was able to refer to the interview records as needed during the study. Data analysis was carried out within the context of some main themes such as emotional labor, working conditions and class relations. In line with this analysis, roboticization, stress and insults are the sub-themes of the upper theme of affective manifestations; the sub-themes of working conditions and class relations in call centers appeared as basement, the colors of the collars and intolerance.

Findings

In the study, when the participants were asked what they thought about the emotional labor required for their work, the frequency of the information they give about roboticization is considered important enough for it to be conceptualized. In line with what the participants conveyed, the standardized forms of communication that flexible production styles that form the characteristics of call centers, are reflected in the form of direct alienation to employees. These standardized communications also affect the daily lives of employees and cause them to become indifferent to both their work and their environment. At the same time, insults, mobbing, and customer-based negativity have a common place among the answers given by the participants to this question. The answers given to the questions asked about working conditions show that the class affiliation of the participants is not integrated with the white collar middle class. The answers given by the participants to the

question of which social class they feel they belong to, prove that call center employees feel they belong to the sub class in terms of working conditions, wages and emotional labor processes. The reason why they define themselves as sub class can be explained as they think that they have no social value or status and that they have a below-average quality of life as an employee. The answers they have given to the question of what they think about working at home during the pandemic show that they have experienced various problems because they could not access the conditions of the company. Working in a company means that expenses such as electricity, internet and food are covered by the company. However, many employees working from home have to think about the electricity and internet bills they use during working time. When the participants were asked whether they received any support from the company in the process of working from home, it was seen that they did not receive any support or that they found the existing support insufficient. Also, in order to find out if whether this situation makes a difference in terms of gender, when female participants were asked about the effects of domestic work divisions and working conditions during the pandemic, it was concluded that the domestic care burden of the participants increased. In addition to the fact that hygienic cleaning, maintaining the house, taking care of children and the elderly are seen as the responsibilities of women, verbal and psychological abuses that women experience in working life make their lives more difficult during the pandemic period.

Research Limitations

There are some limitations of the study, especially due to the fact that it was carried out during the pandemic period. The inability of the researcher to go directly to the call centers and conduct interviews and to observe the call center employees directly in the place where they work can be seen as the limitations of the study. This situation also caused the researcher to reach fewer participants. Another limitation was due to technical problems arising from the internet or computers in online interviews.

Implications

In terms of the results obtained within the scope of the study, it is possible to make various suggestions for some future studies on the subject. In particular, studies that focus on the families and private lives of call center employees are lacking. Thus, carrying out the studies planned with this in mind, will be an eye-opener in terms of both understanding the gender patterns among employees and revealing the effect of emotional labor processes on their private lives. At the same time, studies to be made on people who work in higher positions than call center employees, such as team leaders but who are not in the position of their boss or employer, seem to be important in terms of understanding the working conditions.

Originality

The original value of the study primarily emerges from the effect of emotional labor practices exerted in service industry on call center employees working conditions. Although there are existing research in literature, it has been observed that especially the research on call centers examined specific aspects such as job satisfaction or productivity, which resulted in deficiencies to explain the effect of emotional labor on employees' both working and private lives. On the other hand, having been conducted during the pandemic added extra specialty to the research in terms of showing to what extent distance working system affects employees' working conditions, as well as demonstrating what sort of differences it has created as to gender.

Araştırmacı Katkısı: Hande KÖSE (%60), Fuat GÜLLÜPİNAR (%40).

Uluslararası Girişimsel Yönelim Üzerine Eleştirel Bir Literatür İncelemesi ¹

Ayşe Merve URFA ² - Cem Cüneyt ARSLANTAŞ ³

Başvuru Tarihi: 07.05.2021

Kabul Tarihi: 07.02.2022

Makale Türü: Derleme

Öz

Uluslararası girişimsel yönelim, işletmelerin uluslararasılaşma fırsatlarını belirlemesini ve kullanmasını sağlayan, uluslararası girişimcilik alanında en çok odaklanılan kavramlardan bir tanesidir. Bu çalışmanın amacı, uluslararası girişimsel yönelim kavramının incelenmesidir. Bu doğrultuda uluslararası girişimsel yönelim ile ilgili yapılmış olan mevcut akademik araştırmalar eleştirel literatür taraması ile incelenmiş, kavrama genel bir bakış sağlanmış ve ileride yapılacak çalışmalara yol haritası oluşturulmuştur. Bu kapsamda ilk olarak uluslararası girişimsel yönelim kavramsal olarak açıklanmış, ardından uluslararası girişimsel yönelim konusuyla ilgili 51 çalışma literatür taraması aracılığıyla incelenmiştir. Çalışmalar öncelikle yayımlandıkları dergiler ve dergi türlerine göre sınıflandırılmıştır. Yıllara göre yayın sayılarının dağılımı gösterildikten sonra, yayınların araştırma yöntemlerine göre sınıflandırması yapılmıştır. Uluslararası girişimsel yönelim ile ilişkilendirilen kavramlar bağımlı değişkenler, mediatör/moderatör değişkenler ve bağımsız değişkenler olarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların çoğunlukla nicel yöntemlerden yararlandığı görülmüş; nicel çalışmalarda uluslararası girişimsel yönelim ölçümleme türleri ve ampirik çalışmaların örnekleme üzerine bilgiler verilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda konuyla ilgili bulgular tartışılmış ve gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Girişimsel Yönelim, Uluslararası Girişimcilik, Girişimcilik, Eleştirel Literatür İncelemesi

Atıf: Urfa, A. M. ve Arslantaş, C. C. (2022). Uluslararası girişimsel yönelim üzerine eleştirel bir literatür incelemesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 181-208.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi, aysemerveurfa@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5485-2845

³ İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, cuneyta@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9113-8731

A Critical Literature Review on International Entrepreneurial Orientation

Ayşe Merve URFA⁴ - Cem Cüneyt ARSLANTAŞ⁵

Submitted by: 07.05.2021

Accepted by: 07.02.2022

Article Type: Review

Abstract

International entrepreneurial orientation is one of the most focused concepts in the field of international entrepreneurship, enabling businesses to identify and exploit internationalization opportunities. The aim of this study is to examine the concept of international entrepreneurial orientation. Therefore, the current academic research on international entrepreneurial orientation has been examined through a critical literature review. An overview of the concept is provided and a roadmap is created for future studies. In this context, first, international entrepreneurial orientation was explained conceptually, and then 51 studies were examined through a literature review. Studies are primarily classified according to the journals. After that, the publications were classified according to the research methods. Concepts associated with international entrepreneurial orientation were examined as dependent variables, mediator/moderator variables, and independent variables. It was observed that the studies examined within the scope of the study mostly used quantitative methods. Quantitative studies were examined, and information was provided on the types of international entrepreneurial orientation measurements and the sample of empirical studies. As a result of the examinations, the findings related to the subject were discussed, and suggestions were made for future studies.

Keywords: *International Entrepreneurial Orientation, International Entrepreneurship, Entrepreneurship, Critical Literature Review*

⁴ İstanbul University School of Business Department of Business Administration-Department of Management Organization-PhD Candidate, aysemerveurfa@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5485-2845

⁵ İstanbul University School of Business Department of Business Administration Department of Management Organization, cuneyta@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9113-8731

Giriş

Küreselleşme ve teknolojik ilerlemeler, küresel pazardaki rakip sayısını arttırarak firmaların uluslararası faaliyetlerinin incelenmesi konusunu gündeme getirmiştir. Bu bağlamda uluslararası girişimcilik, araştırmacılar tarafından önem verilen, yeni çalışma alanlarından bir tanesi olmuştur. Uluslararası girişimcilik “finansal, sosyal ve çevresel dahil olmak üzere değer yaratmaya yönelik yeni işler, modeller ve çözümler yaratmak için ulusal sınırların ötesindeki fırsatların tanımlanması, oluşturulması, değerlendirilmesi ve kullanılması” olarak tanımlanmıştır (Zahra, Newey ve Li, 2014, s. 141). Bu konu, uluslararası işletmecilik, girişimcilik (McDougall-Covin, Jones ve Serapio, 2014, s. 2) ve stratejik yönetim olmak üzere üç temel çalışma alanıyla bağlantılı olarak incelenmektedir (Wach, 2015, s. 12). Uluslararası girişimcilik çalışmaları genellikle uluslararası yeni girişimlere/küresel doğan işletmelere ve yerel firmaların uluslararasılaşma faaliyetlerine odaklanmakta (Dimitratos ve Jones, 2005, s. 119); özellikle KOBİ’ler olmak üzere firmanın uluslararasılaşma sürecinde kilit faktör olarak girişimcinin rolünü araştırmaktadır (Wach, 2015, s. 12).

Uluslararası girişimcilik alanında odaklanılan konulardan bir tanesi, başarılı uluslararası pazar girişi ile sonuçlanan “uluslararası girişimsel yönelim” kavramıdır (Covin ve Miller, 2014, s. 15). Küreselleşme ve dünya çapında girişimciliğe artan ilgi, araştırmacıları, farklı sosyo-kültürel bağlamlarda işletmenin girişimci yaklaşımının etkisini incelemeye yöneltmiştir. İşletmeler, fırsatlardan yararlanarak yeni uluslararası pazarlara başarılı bir şekilde girmek için güçlü girişimci davranış sergilemek zorunda kalmıştır. Uluslararası girişimsel yönelim, işletmelerin denizaşırı pazarlara yeni ürün ve hizmetler geliştirmesine, pazar payı ve performansı arttırmak için fırsatları tespit etmesine yardımcı olan girişimci davranış ve süreçler olarak tanımlanmıştır (Dai, Maksimov, Gilbert ve Fernhaber, 2014, s. 512). Uluslararası girişimsel yönelim araştırmalarında genellikle uluslararasılaşma eylemi ve yeni pazara giriş (dış pazarlara ihracat, yabancı ülkelerdeki yenilikçi eylemler, uluslararası ticari büyümeyi teşvik etme vb.) açısından girişimsel yönelime odaklanılmaktadır (Covin ve Miller, 2014, s. 14). Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim üzerine yapılan çalışmaların sayısı her geçen gün artsa da, konuyla ilgili kavramı detaylı bir şekilde tartışarak, çalışmaları inceleyen bir literatür taraması mevcut değildir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, uluslararası girişimsel yönelim kavramını eleştirel literatür taraması yöntemiyle sistematik bir şekilde incelemektir. Eleştirel literatür taramasında öncelikle konuyla ilgili yapılmış çalışmalar hakkında bir ön araştırma yapılmış, çalışmalar metodolojik ve teorik olarak tablolar aracılığıyla ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Makale incelemeleri sonucunda çalışmalara dair tartışmalar yapılmış ve konuyla ilgili eksik kalan noktalara değinilmiştir. Gelecek çalışmalara yönelik metodolojik, bağlamsal, değişkenler ve teorik çerçeve kapsamında önerilerde bulunulmuştur. Bu araştırma ile mevcut literatürün kapsamlı bir şekilde anlaşılması sağlanmış ve ileride yapılacak araştırmalar için sağlam tanımlar ve temeller oluşturma imkanı sunulmuştur.

Kavramsal Çerçeve

Firmaların ulusal sınırları aşan ve uluslararası ticari büyümeyle sonuçlanan yeni pazarlara giriş yapmak için sergiledikleri girişimci davranış, uluslararası girişimsel yönelim olarak adlandırılmaktadır (Gupta, Pandey ve Sebastian, 2021, s. 75). Uluslararası girişimsel yönelim, uluslararası pazarlar kapsamında firmanın genel yenilikçiliğini ve proaktifliğini yansıtır. Yenilikçilik, yönetsel vizyon ve proaktiflik rekabetçi duruş ile ilişkilidir (Freeman ve Cavusgil, 2007, s. 3). Sundqvist ve diğerleri, (2012, s. 205), uluslararası girişimsel yönelimi “değer yaratmak için proaktif ve yenilikçi yöntemler kullanmak, risk almak, özerk eylemlerde bulunmak” olarak ifade etmektedir. Uluslararası girişimsel yönelim ile ulusal sınırların ötesinde fırsatları keşfetmek, hayata geçirmek, değerlendirmek ve kullanmak amaçlanmakta ve çeşitli şekillerde rakiplerden daha iyi performans göstermeye vurgu yapılmaktadır. Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim “firmanın uluslararası pazar arayışındaki genel proaktifliğini ve saldırganlığını yansıtan (Knight, 2001, s. 159), uluslararasılaşma sürecindeki engellerin üstesinden gelmesine yardımcı olan bir dizi özelliktir (Jones ve

Covielloya, 2005, s. 285). Yapılan tanımlamalar incelendiğinde kavrama iki bakış açısıyla yaklaşıldığı görülmektedir. Bu bakış açılarından ilkinde göre uluslararası girişimsel yönelim, girişimsel yönelim kavramından farklı bir yapı olarak ele alınmamaktadır. Aksine, "uluslararası", girişimsel yönelim fenomeninin araştırıldığı bir bağlam olarak incelenmektedir (Covin ve Miller, 2013, s. 14). Uluslararası girişimsel yönelim kavramına bir diğer bakış açısı ise uluslararası girişimcilik alanında yapılan çalışmalar sonucunda, bu kavramın tamamen farklı bir kavram olarak ele alınabileceği olmasıdır. Glavas ve Mathews (2014, s. 243), uluslararası girişimsel yönelimin, "işletmelerin sınır ötesi açılımlarını ve uluslararasılaşmasını incelemenin ve açıklamanın bir yolu olarak, uluslararası girişimcilik alanına genişletilebileceğini ifade etmiştir. Böylece uluslararası girişimsel yönelim yapısını oluşturan boyutların, girişimsel yönelimin yapısından farklı olma ihtimalinin oldukça yüksek olduğu vurgulanmıştır.

Uluslararası girişimsel yönelimle ilgili bakış açılarının farklılaşması, konunun derinlemesine incelenmesine sebep olmuştur. Bu bağlamda, Covin ve Miller (2014)'ın konuyla ilgili yaptıkları kavramsal çalışma sonucunda, uluslararası girişimsel yönelim konusunun girişimsel yönelim ve uluslararası girişimcilik ile ilişkisi kapsamında tartışılması gerektiği belirtilmiştir. Sonuç olarak, uluslararası girişimsel yönelim, girişimsel yönelim yapısıyla ortak bazı temel unsurlara sahip olan ve bu yapının bir alt kategorisi olarak ele alınan bir kavramdır. Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, özerklik ve rekabetçi saldırganlık olmak üzere beş boyutlu bir yapı göstermektedir. Fakat kavramdaki, "uluslararası" vurgusu nedeniyle boyutlarda birkaç ayırt edici özellik bulunmaktadır (Wach, 2015, s. 20). Örneğin, uluslararası girişimsel yönelimde yenilikçilik boyutunun daha farklı bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Girişimsel yönelim boyutu olarak yenilikçilik, yeni ürün-hizmet inovasyonuna odaklanırken, uluslararası girişimsel yönelimde bu kavram genişleyerek yeni pazara girişe odaklanmaktadır (Covin ve Miller, 2014, s. 16). Proaktiflik ve büyüyen pazar beklentisiyle hareket etme, uluslararası fırsatların bulunduğu yerlere yönelik bir yönelmeyi içerdiğinden, uluslararası girişimsel yönelimin temel unsurlarından biridir (Wales, Gupta, Marino ve Shirokova, 2019, s. 99). Uluslararası girişimsel yönelim, uluslararası pazar tekliflerinden yararlanmayı ve uluslararası ortamlarda risk almayı içerir (Jantunen, Puumalainen, Saarenketo ve Kyläheiko, 2005, s. 226). Bu klasik boyutlar dışında özerklik ve rekabetçi saldırganlık gibi ek boyutlar, uluslararası girişimsel yönelimi açıklamada kullanılabilir (Wales ve diğerleri, 2019, s. 99). Özerklik, yeni pazara giriş teşvik eden ve girişimsel yönelimi uluslararasılaşma ve dış pazara giriş açısından tanımlayan bir boyut olarak ele alınmaktadır. Organizasyonel politikalar, prosedürler ve uygulamalar bu boyut bağlamında incelenmektedir. Rekabetçi saldırganlık ise bazı kültürlerde girişimciliğin bir boyutu olarak ele alınırken, bazı kültürlerde daha önemsiz bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok kültürel bağlamda, rekabetçi saldırganlık girişimcilik çabaları dışında tutulmuştur. Daha çok işbirliği, ağ oluşturma ve yakın paydaş entegrasyonu gibi faktörler girişimcilik çabaları olarak değerlendirilmektedir (Covin ve Miller, 2014, s. 20; Wales ve diğerleri, 2019, s. 99). Bu faktörün kültürel bağlamda farklılaşması yine uluslararası girişimsel yönelim kavramının üzerinde durduğu konulardan bir tanesidir.

Genel olarak, uluslararası girişimsel yönelim, yeni bir şirket kurmak veya yeni bir işe başlamak isteyen girişimcinin kişisel özelliklerine bağlı olma eğilimindedir. Bununla birlikte, bu kavram kişisel yeteneklerle sınırlı olmayıp, tüm organizasyonun doğasında bulunan bir özelliktir. Bu nedenle, uluslararası girişimsel yönelimin etkisi, örgütsel kaynak ve operasyonel beceriler birleşimi sonucu oluşur (Yoon, Kim ve Dedahanov, 2018, s. 3). Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim hem bireysel hem de firma düzeyinde bir yapı olarak düşünülebilir (Covin ve Slevin, 2014, s. 17). Uluslararası girişimsel yönelim üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, araştırmaların girişimci üzerinden bireysel düzeyde ele alındığı görülmektedir (Weerawardena, Mort, Liesch ve Knight, 2007, s. 299). Covin ve Slevin'e göre girişimci ya da kilit yönetici, organizasyonun girişimci davranmasının nedenidir. Bu sebeple bireysel düzeyde yapılan araştırmaların aynı zamanda firma seviyesinde ele alınabilecek bir kavram olarak da değerlendirilebileceği önerilmektedir (Covin

ve Slevin, 2014, s. 18). Konuyla ilgili yapılan bazı çalışmalar ise bireysel düzeydeki uluslararası girişimsel yönelimin, firma düzeyindeki girişimsel yönelim için bir öncül olduğunu ileri sürmektedir (Rialp, Rialp ve Knight, 2014, s. 21).

Uluslararası girişimsel yönelim işletmelere süreç ve uygulama kapsamında çeşitli faydalar sağlamaktadır. Raats ve Krakauer (2020, s. 55)'e göre uluslararası girişimsel yönelim ile işletmeler, yeni fırsatları belirlemek için çeşitli iş birlikleri oluşturmak, uluslararası ortaklar için kurumsal tazminat sistemleri geliştirmek, yeni ürün ve pazarlar için kaynak tahsisini ve riskleri tanımlamak, yeni uluslararası işleri araştırmak ve geliştirmek için yatırım garantisi sağlamak gibi konulara odaklanarak, uluslararası pazarlarda çeşitli avantajlar sağlamaktadır.

Metodoloji ve Literatür İnceleme Dizaynı

Bu çalışmanın amacı, uluslararası girişimsel yönelimin temelleri ve ilkeleri üzerine bir araştırma yapmaktır. Bu kapsamda literatür taraması yönteminden yararlanılmıştır. Literatür taramaları bir araştırma konusu, soru veya hipotezin belirlenmesini desteklemek; araştırmanın katkıda bulunacağı literatürü belirlemek ve araştırmayı bu literatür içerisindeki bağlama oturtmak; teorik kavramlar ve terminoloji hakkında bir anlayış oluşturmak; bir bibliyografya veya danışılan kaynakların listesinin oluşturulmasını kolaylaştırmak; yararlı olabilecek araştırma yöntemleri önermek; sonuçları analiz etmek ve yorumlamak konusunda önemlidir (Rowley ve Slack, 2004, s. 37). Çalışma kapsamında uygulanan literatür taraması Wach (2015, s. 11)'in kavramsal çalışmasında yararlandığı, Fisher (2010, s. 94) tarafından önerilen eleştirel bir literatür taramasına dayanmaktadır. Beş aşamalı olan model şu adımları kapsamaktadır:

(1)Konuyla ilgili yapılmış olan çalışmalar hakkında ön araştırma: Uluslararası girişimsel yönelim üzerine yapılmış olan çalışmalar Web of Science veri tabanı üzerinden “International Entrepreneurial Orientation” anahtar kelimesi ile aratılmıştır. Araştırma sonucunda 51 adet makaleye ulaşılmıştır. Ulaşılan tüm makaleler değerlendirmeye alınmıştır.

(2)Literatürü haritalama ve açıklama: Çalışmalar, metodolojik ve teorik olarak ayrıntılı bir şekilde incelenmiş, elde edilen bulgular tablolaştırılmıştır.

(3)Literatürün değerlendirilmesi: Tablolaştırılan çalışmalar ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiş ve tartışma yapılmıştır.

(4) Radikal eleştiri: Tartışma sonucunda özellikle konuyla ilgili eksik kalan yönler değerlendirilerek, geleceğe yönelik önerilerde bulunulmuştur.

(5)Özetleme ve yeniden gözden geçirme: Yapılan literatür taramasının en kritik noktaları sonuç kısmında özetlenmiş ve tekrar gözden geçirilmiştir.

Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Literatür Taraması Sonucu Elde Edilen Bulgular

Araştırma kapsamında literatür taraması sonucu incelenen çalışmalar, bibliyometrik bulgular, araştırma yöntemine ilişkin bulgular, uluslararası girişimsel yönelim ile ilişkili değişkenlere ait bulgular, ölçek çalışmalarına ilişkin bulgular ve örneklem bilgilerine ilişkin bulgular başlıkları altında ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Makalelerin Bibliyometrik İncelemesine İlişkin Bulgular

Yapılan araştırmalar sonucunda inceleme kapsamına alınan 51 makalenin bibliyometrik incelemesi Tablo 1’de özetlenmektedir. Uluslararası girişimsel yönelim konusuyla ilgili yapılan çalışmaların 29 ayrı dergide yayımlandığı görülmektedir. Bu dergiler girişimcilik, pazarlama/uluslararası pazarlama, uluslararası işletmecilik, genel yönetim ve diğer alanlar olmak üzere 4 ana alana ayrılmıştır. Girişimcilik alanı %41’lik dergi oranı ile en çok çalışılan alan olarak belirlenmiştir. Çalışmaların bu alanda yapılmış olması uluslararası girişimsel yönelim kavramının doğası gereği girişimcilik başlığı altında inceleniyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bu alanda en çok yayın yapılan dergi beş yayının yapılmış olduğu Journal of International Entrepreneurship dergisidir. Girişimcilik alanını %31’lik oran ile genel yönetim ve diğer alandaki dergiler takip etmektedir. Journal of Business Research dergisi dört yayın ile konuyla ilgili genel yönetim ve diğer alanında en çok yayın yapılan dergidir. Bu iki baskın çalışma alanı dışında, %18 oranında uluslararası işletmecilik alanına ait, %10 oranında pazarlama/uluslararası pazarlama alanına ait dergiler olduğu görülmektedir. Bulgular, Gupta ve diğerlerinin (2021, s. 78) yapmış olduğu bibliyometrik analize göre de tutarlılık göstermektedir.

Yazarlara yönelik bir inceleme yapıldığında, konuyla ilgili en çok çalışma yapmış olan yazarlar üç çalışma ile Dimitratos ve Hernandez olarak belirlenmiştir. Çalışmaların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, araştırmaların 2004 yılında başladığı ve günümüze kadar devam ettiği görülmektedir. Uluslararası girişimsel yönelim konusuna olan ilginin son yıllarda daha çok arttığı gözükmedir. Makalelerin yıllara göre dağılımı Şekil 1’de ayrıntılı bir şekilde gösterilmektedir.

Tablo 1
Makalelerin Bibliyografik İncelemesi

Dergi Adı	Sayı	Yazar
Journal of International Entrepreneurship ^a	5	(Jantunen ve diğerleri, 2005); (Ripollés-Meliá, Menguzzato-Boulard ve Sánchez-Peinado, 2007); (Oyson, 2020); (Ahmed ve Brennan, 2019); (Etemad, 2015)
International Marketing Review ^b	4	(Styles, Kropp, Lindsay ve Shoham, 2006); (Gnizy, 2019); (Li, Qian, Qian ve Lu, 2018); (Sundqvist ve diğerleri, 2016)
Entrepreneurial Business and Economics Review ^a	4	(Raats ve Krakauer, 2020); (Allen, 2016); (Wach, 2015); (Kosala, 2015)
International Business Review ^c	4	(Acosta, Crespo ve Agudo, 2018); (Dimitratos Voudouris, Plakoyiannaki ve Nakos, 2012); (Dai ve Liu, 2009); (Glavas ve Mathews, 2014)
Journal of Business Research ^d	4	(Semrau, Ambos ve Kraus, 2016); (Martin ve Javalgi, 2016); (Hernández-Perlines, Moreno-García ve Yañez-Araque, 2016) (Gupta ve diğerleri, 2021)
Sustainability ^d	3	(Ruzzier, Douglas, Ruzzier ve Hojnik, 2020); (Wach, Głodowska ve Maciejewski, 2018); (Yoon ve diğerleri, 2018)
Entrepreneurship Theory and Practice ^a	2	(Brouthers, Nakos ve Dimitratos, 2015); (Covin ve Miller, 2014)
International Small Business Journal ^a	2	(Wales ve diğerleri, 2019); (Thanos, Dimitratos, ve Sapouna, 2017)

Tablo 1
Makalelerin Bibliyografik İncelemesi (Devamı)

Dergi Adı	Sayı	Yazar
Journal of World Business ^d	2	(Kuivalainen, Sundqvist ve Servais, 2007); (Gerschewski, Rose ve Lindsay, 2015)
Journal of Small Business Management ^a	2	(Swoboda ve Olejnik, 2016); (Birru, Runhaar, Zaalberg, Lans ve Mulder, 2019)
Journal of Business Venturing ^a	1	(Dai ve diğerleri, 2014)
Journal of Business & Industrial Marketing ^b	1	(Jin ve Cho, 2018)
European Management Journal ^d	1	(Calabrò, Campopiano, Basco ve Pukall, 2017)
Entrepreneurship & Regional Development ^a	1	(Lin, Cao ve Cottam, 2020)
International Entrepreneurship and Management Journal ^a	1	(Nummela, Vissak ve Francioni, 2020)
International Journal of Entrepreneurship and Innovation ^a	1	(Freixanet, Braojos, Rialp-Criado ve Rialp-Criado, 2020)
Journal of Korea Trade ^d	1	(Yoo, Kim ve Lee, 2019)
Administrative Sciences ^d	1	(Hernandez, 2019)
International Journal of Human Resource Management ^c	1	(De Mattos ve Salciuviene, 2019)
European Journal of International Management ^c	1	(Zucchella, Strange ve Mascherpa, 2019)
Thunderbird International Business Review ^c	1	(Boso, Annan, Adeleye, Iheanachor ve Narteh, 2018)
Frontiers in Psychology ^d	1	(Hernández-Perlines ve Xu, 2018)
Entrepreneurship & Regional Development ^a	1	(Boso, Oghazi ve Hultman, 2017)
Journal of Small Business and Enterprise Development ^a	1	(Bianchi, Glavas ve Mathews, 2017)
Information Systems Journal ^d	1	(Zhang, Sarker ve Sarker, 2013)
İktisat İşletme ve Finans ^d	1	(Kaya ve Ağca, 2009)
Critical Perspectives on International Business ^c	1	(Alvi, 2020)
Sage Open ^d	1	(Kurtulmuş, Katrinli ve Warner, 2020)
Journal of International Business Studies ^c	1	(Knight ve Cavusgil, 2004)
Toplam Makale Sayısı	51	

a: Girişimcilik Dergisi

b: Pazarlama/Uluslararası Pazarlama Dergisi

c: Uluslararası İşletmecilik Dergisi

d: Genel Yönetim Dergisi ve Diğer Dergiler



Şekil 1. Araştırma Kapsamında İncelenen Makalelerin Yıllara Göre Dağılım

Araştırma Yöntemine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların araştırma yöntemlerine dair bulgular Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2

Makalelerin Araştırma Yöntemi

Araştırma Metodu	Makale	Referanslar
Kavramsal Çalışma	6	(Wales ve diğerleri, 2019); (Ruzzier ve diğerleri, 2020); (Allen, 2016); (Wach, 2015); (Kosala, 2015); (Covin ve Miller, 2014)
Literatür Taraması	1	(Etemad, 2015)
Bibliyometrik Çalışma	1	(Gupta ve diğerleri, 2021)
Ampirik Çalışma	43	(Acosta ve diğerleri, 2018); (Styles ve diğerleri, 2006); (Dai ve diğerleri, 2014); (Semrau ve diğerleri, 2016); (Martin ve Javalgi, 2016); (Jantunen ve diğerleri, 2005); (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007); (Jin ve Cho, 2018); (Kuivalainen ve diğerleri, 2007); (Calabrò ve diğerleri, 2017); (Lin ve diğerleri, 2020); (Swoboda ve Olejnik, 2016); (Brouthers ve diğerleri, 2015); (Thanos ve diğerleri, 2017); (Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016); (Nummela ve diğerleri, 2020); (Oyson, 2020); (Freixanet ve diğerleri, 2020); (Raats ve Krakauer, 2020); (Yoo ve diğerleri, 2019); (Ahmed ve Brennan, 2019); (Hernandez, 2019); (De Mattos ve Salciuviene, 2019); (Birru ve diğerleri, 2019); (Zucchella ve diğerleri, 2019); (Gnizy, 2019); (Wach ve diğerleri, 2018); (Yoon ve diğerleri, 2018); (Boso ve diğerleri, 2018); (Hernández-Perlines ve Xu, 2018); (Li ve diğerleri, 2018); (Boso ve diğerleri, 2017); (Bianchi ve diğerleri, 2017); (Sundqvist ve diğerleri, 2016); (Gerschewski ve diğerleri, 2015); (Zhang ve diğerleri, 2013); (Dimitratos ve diğerleri, 2012); (Dai ve Liu, 2009); (Kaya ve Ağca, 2009); (Alvi, 2020); (Kurtulmuş ve diğerleri, 2020); (Knight ve Cavusgil, 2004); (Glavas ve Mathews, 2014)
Nitel Çalışma	33	(Acosta ve diğerleri, 2018); (Styles ve diğerleri, 2006); (Dai ve diğerleri, 2014); (Semrau ve diğerleri, 2016); (Martin ve Javalgi, 2016); (Jantunen ve diğerleri, 2005); (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007); (Jin ve Cho, 2018); (Kuivalainen ve diğerleri, 2007); (Calabrò ve diğerleri, 2017); (Lin ve diğerleri, 2020); (Swoboda ve Olejnik, 2016); (Brouthers ve diğerleri, 2015); (Thanos ve diğerleri, 2017); (Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016); (Freixanet ve diğerleri, 2020); (Yoo ve diğerleri, 2019); (Ahmed ve Brennan, 2019); (De Mattos ve Salciuviene, 2019); (Birru ve diğerleri, 2019); (Zucchella ve diğerleri, 2019); (Wach ve diğerleri, 2018); (Yoon ve diğerleri, 2018); (Hernández-Perlines ve Xu, 2018); (Li ve diğerleri, 2018); (Boso ve diğerleri, 2017); (Bianchi ve diğerleri, 2017); (Sundqvist ve diğerleri, 2016); (Zhang ve diğerleri, 2013); (Dimitratos ve diğerleri, 2012); (Dai ve Liu, 2009); (Kaya ve Ağca, 2009); (Kurtulmuş ve diğerleri, 2020)
Nitel Çalışma	6	(Nummela ve diğerleri, 2020); (Oyson, 2020); (Raats ve Krakauer, 2020); (Hernandez, 2019); (Alvi, 2020); (Glavas ve Mathews, 2014)
Karma Yöntem Kullanan Çalışma	4	(Gerschewski ve diğerleri, 2015); (Gnizy, 2019); (Boso ve diğerleri, 2018); (Knight ve Cavusgil, 2004)

Tablo 2’de görüldüğü üzere yapılan çalışmaların %84’ü ampirik olarak yapılan çalışmalardan oluşmaktadır. Ampirik çalışmaların %77’si nicel, %14’ü nitel ve kalan çalışmalar karma araştırma yöntemi ile kurgulanmıştır. Araştırma kapsamındaki çalışmaların %12’si uluslararası girişimsel yönelimi kavramsal olarak incelerken, bir çalışma konuyla ilgili literatür taraması, bir çalışma ise bibliyometrik çalışma şeklinde yapılmıştır. Literatür

taraması üzerine yapılmış olan çalışma uluslararası girişimsel yönelimin uluslararası performans üzerindeki etkisini, *Journal of International Entrepreneurship* dergisinde yer alan dört makale bağlamında incelenmiştir. Araştırma kapsamında bir adet bibliyometrik çalışma mevcuttur. Bibliyometrik araştırmalar konuyla ilgili genel bir çerçeve sunarak konuyla ilgili detaylı incelemeler ve tartışmalarda bulunmamaktadır. Bu bağlamda mevcut çalışma hem kapsamı hem de detaylı incelemeler sebebi ile farklılık göstermektedir.

Uluslararası girişimsel yönelim ile ilgili literatür incelendiğinde çalışmaların çoğu nicel çalışmalardan oluşmaktadır. Fakat uluslararası girişimsel yönelim kavramını veya farklı ulusal bağlamlardaki doğasını ortaya çıkarmaya yardımcı olabilecek, nitel araştırma yöntemlerinin daha çok uygulanmasının konuyla ilgili katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Covin ve Miller, 2014, s. 35).

Uluslararası Girişimsel Yönelim ile İlişkili Değişkenlere Ait Bulgular

Literatür taraması kapsamında ele alınan çalışmalarda değişkenlere dair bir haritalandırma yapmanın, iyi kurulmuş çoklu bağlantıları ve ilişkileri (hem doğrudan hem de başkaları tarafından yönetilen), öne çıkan kavramları, yapıları ve daha fazla araştırma ayrıntısına ihtiyaç duyulan konuları ayırt etmeye yardımcı olacağı belirtilmiştir (Etemad, 2015, s. 368). Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların çoğunun nicel araştırma yöntemi ile kurgulanması sebebiyle, bu çalışmaların uluslararası girişimsel yönelim ile birlikte ele aldığı kavramlar Tablo 3'te ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir. Kavramlar bağımsız değişkenler, moderatör/mediatör değişkenler ve bağımlı değişkenler olarak gruplandırılmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde, uluslararası girişimsel yönelimin sonuçları ile ilgili oldukça fazla ilişki kurulduğu görülmektedir. Yapılan çalışmaların %43'ü uluslararası girişimsel yönelimin performans üzerindeki etkilerine odaklanmıştır. Performans değişkeni, uluslararası performans, firma performansı, ihracat performansı ve inovasyon performansı başlıkları altında incelenmiştir. Anahtar kelimenin doğası gereği yapılan performans çalışmalarının çoğu uluslararası performans bağımlı değişken olarak ele almıştır. Uluslararası performans bazı çalışmalarda subjektif (Acosta ve diğerleri, 2018, s. 1131), bazı çalışmalarda objektif (Jantunen ve diğerleri, 2005, s. 231), bazı çalışmalarda ise hem subjektif hem de objektif kriterler (Boso ve diğerleri, 2018, s. 216; Gerschewski ve diğerleri, 2015, s. 565) ile ölçülmüştür. Uluslararası performans ele alan çalışmalar, performans göstergesi olarak en çok ihracat performansına odaklanmıştır (Boso ve diğerleri, 2018, s. 216; Hernández-Perlines ve Xu, 2018, s. 7; Birru ve diğerleri, 2019, s. 1178; Zucchella ve diğerleri, 2019, s. 462). İhracat performansı ihracat derecesi, ihracat kapsamı (Ahmed ve Brennan, 2019, s. 405) gibi faktörler bağlamında incelenmiştir. Bunun dışında odaklanılan uluslararası performans göstergeleri uluslararası sonuçlardan memnuniyet (Thanos ve diğerleri, 2017, s. 501), ana rakiplerle ilgili karşılaştırmalı performans (Acosta ve diğerleri, 2018, s. 1131), en önemli dış pazarın kârlılığı (Calabrò ve diğerleri, 2017, s. 242), uluslararası satış büyüklüğü, ROI, karlılık gibi finansal göstergeler (Swoboda ve Olejnik, 2016, s. 150; Brouthers ve diğerleri, 2015, s. 1171; Thanos ve diğerleri, 2017, s. 501; Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016, s. 5386; Bianchi ve diğerleri, 2017, s. 184), toplam satışların yüzdesi olarak uluslararası satışlar, şirketin faaliyet gösterdiği ülke sayısı (Jantunen ve diğerleri, 2005, s. 231), uluslararası firmaların stratejik sonuçları (Gnizy, 2019, s. 330), uluslararası şube sayısı (Yoon ve diğerleri, 2018, s. 7) gibi faktörler üzerinde durmuştur.

Uluslararası girişimsel yönelimin en çok ilişki kurulduğu kavramlardan bir diğeri genel firma performansı ve uluslararasılaşmadır. Uluslararasılaşma üzerine yapılan çalışmalar uluslararasılaşma hızı, uluslararasılaşma kapsamı, uluslararasılaşma aşaması gibi faktörlere odaklanmıştır. Kuivalainen ve diğerleri (2007, s. 255), uluslararası bağlamda hem ana ülke hem de uluslararası girişimsel yönelimin, firmalardaki büyüme stratejisi ve performans farklılıklarını açıklayan öncüller olarak görülebileceğini ifade etmiştir. Bu bağlamda uluslararası girişimsel yönelimin gerek uluslararası performans, gerekse genel performans kriterlerini ve uluslararasılaşmayı olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Brouthers ve diğerleri, 2015, s. 1176;

Thanos ve diğerleri, 2017, s. 503; Yoo ve diğerleri, 2019, s. 167; Allen, 2016, s. 101). Bu varsayımın aksini iddia eden çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Jantunen ve diğerleri (2005, s. 236), yapmış oldukları çalışmalarında uluslararası girişimsel yönelim-performans arasında ilişki olmadığını ileri sürmüştür.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda uluslararası girişimsel yönelimin öncülleri olarak uluslararasılaşma derecesi, uluslararasılaşma hızı, firmanın uluslararası olup olmaması gibi firma seviyesindeki faktörlerin yanı sıra; küresel zihniyet, eğitim seviyesi, girişimcilik bilgisi gibi bireysel düzeydeki faktörlere de bakılmıştır. Örneğin firmanın uluslararası olup olmaması uluslararası girişimsel yönelimi etkilemektedir. Yeni dış pazarlara girmek, firmalarda yenilikçi ve proaktif bir tutum gerektirir (Knight ve Cavusgil, 2004, s. 129). Moderatör/mediatör değişkenler bazında ise kültür, çevre, rekabet, siyasallık gibi değişkenlere yer verildiği görülmektedir. Değişkenler bazındaki yayınlara göre ayrıntılı bilgiler Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3

Çalışmaların Uluslararası Girişimsel Yönelim ile İlişkisi

Bağımsız Değişken	Moderatör/Mediatör Değişken	Bağımlı Değişken
Uluslararasılaşma (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007)	Performans Tabanlı Kültür/Sosyal Yönden Destekleyici Kültür (Semrau ve diğerleri, 2016)	Uluslararası Performans (Acosta ve diğerleri, 2018) (Jantunen ve diğerleri, 2005) (Calabrò ve diğerleri, 2017) (Swoboda ve Olejnik, 2016) (Brouthers ve diğerleri, 2015) (Thanos ve diğerleri, 2017) (Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016) (Gnizy, 2019) (Yoon ve diğerleri, 2018) (Boso ve diğerleri, 2018) (Hernández-Perlines ve Xu, 2018) (Bianchi ve diğerleri, 2017) (Gerschewski ve diğerleri, 2015) (Ahmed ve Brennan, 2019) (Birru ve diğerleri, 2019) (Zucchella ve diğerleri, 2019)
Uluslararasılaşma Hızı (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007)	Rekabet Yoğunluğu (Martin ve Javalgi, 2016)	Firma Performansı (Styles ve diğerleri, 2006) (Semrau ve diğerleri, 2016) (Martin ve Javalgi, 2016) (Dai ve Liu, 2009) (Kaya ve Ağca, 2009) (Kurtulmuş ve diğerleri, 2020)
Uluslararasılaşma Derecesi (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007)	Uluslararası İşbirlikleri (Brouthers ve diğerleri, 2015)	İnovasyon Performansı (Freixanet ve diğerleri, 2020)
Küresel Doğanlık Derecesi (Kuivalainen ve diğerleri, 2007)	Siyasallık (Thanos ve diğerleri, 2017)	Uluslararasılaşma Kapsamı (Dai ve diğerleri, 2014) (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007) (Wach ve diğerleri, 2018) (Boso ve diğerleri, 2017)
Yönetim Yapısının Açıklık Derecesi (Calabrò ve diğerleri, 2017)	Uluslararası Düşmanlık (Thanos ve diğerleri, 2017)	Uluslararasılaşma Hızı (Calabrò ve diğerleri, 2017)
Küresel Zihniyet (Lin ve diğerleri, 2020)	Rekabet Stratejisi (Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016)	Uluslararasılaşma Derecesi (Wach ve diğerleri, 2018)
Bilgi Toplama ve Görüntüleme (Swoboda ve Olejnik, 2016)	Açık İnovasyon (Freixanet ve diğerleri, 2020)	Uluslararası Ağ Faaliyetleri (Lin ve diğerleri, 2020)
Planlama (Swoboda ve Olejnik, 2016)	Sosyal Medya Kullanımı (Freixanet ve diğerleri, 2020)	Uluslararası Bilgi Edinme Faaliyetleri (Lin ve diğerleri, 2020)
Eğitim Seviyesi (De Mattos ve Salciuvienė, 2019)	İhracat Pazar Yönelimi (Birru ve diğerleri, 2019)	Uluslararası Girişimcilik Fırsatlarının Farkına Varılması (Bianchi ve diğerleri, 2017)
Büyük Veri Kullanımı (Gnizy, 2019)	Bilgi(Pazar bilgisi, Ağ bilgisi, Kültürel Bilgi, Girişimcilik bilgisi) (Wach ve diğerleri, 2018)	Ağ Kurma Yeteneği (Acosta ve diğerleri, 2018) (Yoon ve diğerleri, 2018)
Girişimcilik Bilgisi (Wach ve diğerleri, 2018)	Ağ Yeteneği (Yoon ve diğerleri, 2018)	Pazar Yönelimi (Acosta ve diğerleri, 2018)
İstenen Performans Düzeyi (Li ve diğerleri, 2018)	Kaynak Dönüştürme Yeteneği (Boso ve diğerleri, 2018)	Pazarlama Yetenekleri (Martin ve Javalgi, 2016) (Jin & Cho, 2018)
	Çevre (Hernández-Perlines ve Xu, 2018)	Teknolojik Yetenekler (Jin ve Cho, 2018) (Zhang ve diğerleri, 2013) (Knight ve Cavusgil, 2004)
	Emme Kapasitesi (Hernández-Perlines ve Xu, 2018)	Bilgi Toplama ve Görüntüleme (Swoboda ve Olejnik, 2016)
	Yabancılaşma Eğilimi (Li ve diğerleri, 2018)	Planlama (Swoboda ve Olejnik, 2016)
	Ev Sahibi Ülke Pazar Potansiyeli (Li ve diğerleri, 2018)	Rekabet Stratejisi (Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016)
	Uluslararası Pazarlama Kanalı Yönetimi Yeteneği (Boso ve diğerleri, 2017)	İşbirliği Yapma Çekiciliği (De Mattos ve Salciuvienė, 2019)
	Yurda Geri Dönen Girişimci/ Yerel Girişimci (Dai ve Liu, 2009)	Sosyal Medya Kullanımı (Freixanet ve diğerleri, 2020)
	İnformel Kurumsal Çerçeve (Kurtulmuş ve diğerleri, 2020)	Girişimcilik Faaliyetleri (Yoo ve diğerleri, 2019)
		Benzersiz Ürün Geliştirme (Knight ve Cavusgil, 2004)
		Kaliteye Odaklanma (Knight ve Cavusgil, 2004)
		Yabancı Distribütör Yetkinliklerinden Yararlanmak (Knight ve Cavusgil, 2004)

Ölçek Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Uluslararası girişimsel yönelim üzerine yapılan tartışmalardan bir tanesi de ölçek çalışmaları üzerine olmuştur. Bu bağlamda araştırma kapsamında incelenen nicel çalışmaların uluslararası girişimsel yönelimi nasıl ölçtüğü üzerine yapılan inceleme, Tablo 4’te özetlenmiştir. Ampirik araştırmaların çoğu, araştırmalarında Covin ve Slevin (1989, s. 86) tarafından önerilen girişimsel yönelim ölçeğini kullanmışlardır. Ölçek proaktiflik, yenilikçilik ve risk alma olmak üzere 3 boyuttan ve dokuz maddeden oluşmaktadır. Bu bağlamda uluslararası girişimsel yönelim, girişimsel yönelimden farklı bir şekilde ele alınmamış olup, birçok çalışma uluslararası bağlamı bile ölçeğe eklemeyerek, mevcut girişimsel yönelim ölçeğini kullanmıştır. Covin ve Slevin (1989, s. 86)’in ölçeğinden sonra çalışmalarda en çok kullanılan ölçek Knight ve Çavuşgil’in (2004, s. 139) ölçeği olmuştur. Bu ölçek girişimsel yönelim ölçeğinden farklı olarak, uluslararası girişimsel yönelim başlığı altında tek boyutlu bir yapı olarak ele alınmıştır. Araştırma kapsamında uluslararası girişimsel yönelim ölçeği olarak Zhou ve diğerleri (2010, s. 895), Jambulingam ve diğerleri (2005, s. 39), Boso ve diğerleri (2012, s. 672) ve Gnizy ve Shoham (2014, s. 75) çalışmalarından yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda bazı çalışmalarda birden çok ölçekten uyarlamalar yapılarak yararlanıldığı görülmüştür. Bu çalışmalar nicel araştırmaların %42’lik kısmını oluşturmaktadır. Araştırmalarda kullanılan ölçekler incelendiğinde çoğunun proaktiflik, risk alma ve inovasyon boyutlarını içeren çok boyutlu bir yapı gösterdiği görülmektedir. Çalışmaların ele aldığı boyutların ayrıntısı Tablo 4’te gösterilmektedir.

Örnekleme Bilgilerine İlişkin Bulgular

Çalışma kapsamında ampirik çalışmaların örnekleme bilgileri incelenmiş ve Tablo 5’te özetlenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda ampirik çalışmaların daha çok KOBİ’ler üzerine yapıldığı görülmüştür. KOBİ’ler üzerine yapılmış çalışmalar, ampirik çalışmaların %74’ünü oluşturmaktadır. Bu durum Keupp ve Gassmann (2009, s. 608)’in uluslararası girişimcilik üzerine yaptığı literatür incelemesi ile tutarlılık göstermektedir. Çalışmaya göre uluslararası girişimcilik konusunda yapılan ampirik çalışmaların çoğunun küçük ölçekli yeni girişimlere odaklandığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların odaklandıkları ülkeler incelendiğinde en çok A.B.D. ve Çin üzerine çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Çalışmaların geneli tek bir ülkeye odaklanırken, çok az bir kısmı birden fazla ülkeyi çalışmaya dahil etmiştir. Ampirik araştırmalar sektörel bazda incelendiğinde çalışmaların çoğunun karışık sektörler üzerine odaklandığı görülmektedir. Tek bir sektöre odaklanan çalışmaların çoğunun üretim sektörü üzerinde araştırma yaptığı görülmektedir. Üretim sektörü dışında yüksek teknoloji sektörler, hizmet sektörü, tekstil sektörü, turizm sektörüne odaklanan çalışmalar mevcuttur. Ampirik çalışmaların % 17’sinde sektör belirtilmemiştir.

Tablo 4

Nicel Çalışmalarda Uluslararası Girişimsel Yönelim Ölçümleme Türleri Hakkında Bilgi

Yazar Bilgisi	Makale	İncelenen Boyutlar	Ölçek Bilgisi
(Dai ve diğerleri, 2014) (Semrau ve diğerleri, 2016) (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007) (Lin ve diğerleri, 2020) (Thanos ve diğerleri, 2017) (Hernández-Perlins ve diğerleri, 2016) (Wach ve diğerleri, 2018) (Hernández-Perlins ve Xu, 2018) (Kaya ve Ağca, 2009)	9	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Covin ve Slevin (1989) girişimsel yönelim ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 4

Nicel Çalışmalarda Uluslararası Girişimsel Yönelim Ölçümleme Türleri Hakkında Bilgi (Devamı)

Yazar Bilgisi	Makale	İncelenen Boyutlar	Ölçek Bilgisi
(Calabrò ve diğerleri, 2017) (Bianchi ve diğerleri, 2017) (Zhang ve diğerleri, 2013) (Dai ve Liu, 2009) (Kurtulmuş ve diğerleri, 2020)	5	Girişimsel yönelim, uluslararası girişimsel yönelim olarak ele alınmıştır ve boyutlu bir yapı göstermemektedir	Knight ve Cavusgil'in (2004) uluslararası girişimsel yönelim ölçeği kullanılmıştır.
(Acosta ve diğerleri, 2018); (Jin ve Cho, 2018)	2	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Zhou, Barnes, ve Lu (2010)'un uluslararası girişimsel yönelim ölçeğini kullanılmıştır.
(Freixanet ve diğerleri, 2020) (Birru ve diğerleri, 2019)	2	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Knight ve Cavusgil, (2004); Zhou (2007) ölçekleri kullanılmıştır.
(Styles ve diğerleri, 2006)	1	Yenilikçilik	Covin ve Slevin, (1989); Khandwalla, (1977); Miller ve Friesen, (1982); Lumpkin ve Dess, (1996) ölçeklerinden yararlanılarak ölçek oluşturulmuş ve kullanılmıştır.
(Martin ve Javalgi, 2016)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Yenilikçilik boyutu Hurley ve Hult (1998) ölçeği; risk alma ve proaktiflik Morgan ve Strong (2003) ölçeği kullanılmıştır.
(Jantunen ve diğerleri, 2005)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Naman ve Slevin (1993) ve Wiklund (1998)' un ölçeğinden uyarladıkları ölçeği kullanmışlardır. Bu ölçek ise, Covin ve Slevin (1989) ile Miller ve Friesen (1982) tarafından geliştirilen ölçekten uyarlanmıştır.
(Kuivalainen ve diğerleri, 2007)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Proaktiflik ve risk alma için Jambulingham ve diğerleri (2005) 'ın ölçeği, rekabetçi agresiflik için Narver ve Slater's (1990) ölçeği kullanılmıştır.
(Swoboda ve Olejnik, 2016)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Covin ve Slevin (1989), Miller ve Friesen (1982), Knight ve Cavusgil (2004) ölçekleri kullanılmıştır.
(Brouthers ve diğerleri, 2015)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Girişimsel yönelimi ölçümlemek için Jantunen ve diğerleri (2005)'nın ölçeği kullanılmıştır.
(Yoo ve diğerleri, 2019)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Girişimsel yönelimi ölçümlemek üzere, Anderson ve Eshima'nın (2013) ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek ise Covin ve Slevin (1989) tarafından geliştirilen ölçeğin uyarlamasıdır.
(Ahmed ve Brennan, 2019)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Covin ve Slevin (1989), Miller (1983) ve Miller ve Friesen (1982) ölçekleri kullanılmıştır.
(Zucchella ve diğerleri, 2019)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Girişimsel yönelimi ölçümlemek için Weerawardena ve diğerleri (2007, 2013) ölçekleri kullanılmıştır.
(Gnizy, 2019)	1	Girişimsel yönelim, uluslararası girişimsel yönelim olarak ele alınmıştır ve boyutlu bir yapı göstermemektedir.	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Gnizy ve Shoham (2014)'ün ölçeği kullanılmıştır.
(Yoon ve diğerleri, 2018)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Wright ve Ricks (1994) ve McDougall ve diğerleri (2003)'nün ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 4

Nicel Çalışmalarda Uluslararası Girişimsel Yönelim Ölçümleme Türleri Hakkında Bilgi (Devamı)

Yazar Bilgisi	Makale	İncelenen Boyutlar	Ölçek Bilgisi
(Boso ve diğerleri, 2018)	1	İhracata yönelik ürün yenilikçiliği (iki bileşenle: ürün yenilik yoğunluğu ve ürün yenilikçiliği radikalliği), ihracat riski alma, ihracat ilerlemesi, ihracatta rekabetçi agresiflik ve ihracat özerkliği.	İhracatçı girişimsel yönelimi ölçümlemek için Boso ve diğerleri (2012) ölçeği kullanılmıştır.
(Li ve diğerleri, 2018)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma, Rekabetçi Agresiflik	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Jambulingam ve diğerleri (2005) ölçeği kullanılmıştır.
(Boso ve diğerleri, 2017)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma, Rekabetçi Agresiflik, Otonomi	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Jambulingam ve diğerleri (2005) ve Boso ve diğerleri (2012) ölçekleri kullanılmıştır.
(Kuivalainen ve diğerleri, 2007)	1	Proaktiflik, Yenilikçilik, Risk Alma, Rekabetçi Agresiflik, Otonomi	Uluslararası girişimsel yönelimi boyutlarından otonomi, proaktiflik, risk alma ve yenilikçilik ölçümlemek için Jambulingam ve diğerleri (2005); rekabetçi agresiflik boyutunu ölçümlemek için Narver ve Slater (1990) ve Jaworski ve Kohli (1993) ölçekleri kullanılmıştır.
(Gerschewski ve diğerleri, 2015)	1	Küresel Vizyon Ve Azim, Yenilikçilik Ve Proaktiflik	Uluslararası girişimsel yönelimi ölçümlemek için Knight ve Cavusgil (2004), Hughes ve Morgan (2007) ölçekleri kullanılmıştır.
(Dimitratos ve diğerleri, 2012)	1	Risk Alma, Yenilikçilik	Uluslararası yenilik eğilimini ölçümlemek için Miller ve Friesen'in (1982); Uluslararası risk tutumunu ölçümlemek için Khandwalla'dan (1977) ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 5

Ampirik Çalışmaların Örneklemi Üzerine Bilgiler

Yazar Bilgisi	Çalışılan Ülke	Firma Büyüklüğü/Türü	Çalışılan Endüstri	Örneklem Büyüklüğü
(Acosta ve diğerleri, 2018)	Meksika	KOBİ	Karışık sektörler	161
(Styles ve diğerleri, 2006)	Güney Afrika	%80'i Küresel İşletmeler	Doğan Belirtilmemiş	539
(Dai ve diğerleri, 2014)	Ulusal Bağımsız İşletmeler Federasyonu'nda listelenen ülke şirketleri	KOBİ	Karışık sektörler	500
(Semrau ve diğerleri, 2016)	A.B.D., Hollanda, Çin, Malezya, Hindistan, Almanya, İspanya	KOBİ	Belirtilmemiş	1248
(Martin ve Javalgi, 2016)	Meksika	KOBİ	Yüksek Teknolojili Sektörler	260
(Jantunen ve diğerleri, 2005)	Finlandiya	KOBİ	Karışık sektörler	217
(Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007)	İspanya	Büyük Ölçekli İşletmeler	Karışık sektörler	155

Tablo 5

Ampirik Çalışmaların Örnekleme Üzerine Bilgiler (Devamı)

Yazar Bilgisi	Çalışılan Ülke	Firma Büyüklüğü/Türü	Çalışılan Endüstri	Örneklem Büyüklüğü
(Jin ve Cho, 2018)	Kore	KOBİ	Hizmet sektörü	470
(Kuivalainen ve diğerleri, 2007)	Finlandiya	Küresel Doğan İşletmeler	Belirtilmemiş	185
(Calabrò ve diğerleri, 2017)	Almanya	Aile İşletmesi/Orta ve Büyük Ölçekli İşletmeler	Belirtilmemiş	133
(Lin ve diğerleri, 2020)	Çin	KOBİ	Karışık sektörler	208
(Swoboda ve Olejnik, 2016)	Almanya	KOBİ	Üretim sektörü	604
(Brouthers ve diğerleri, 2015)	İngiltere ve A.B.D.	KOBİ	Karışık sektörler	162
(Thanos ve diğerleri, 2017)	Yunanistan	KOBİ	Karışık sektörler	208
(Hernández-Perlines ve diğerleri, 2016)	İspanya	Aile İşletmesi/İşletme büyüklüğü belirtilmemiş	Belirtilmemiş	174
(Nummela ve diğerleri, 2020)	İtalya	KOBİ	Üretim sektörü	1
(Oyson, 2020)	Yeni Zelanda	KOBİ	Karışık sektörler	12
(Freixanet ve diğerleri, 2020)	İspanya	KOBİ	Karışık sektörler	128
(Raats ve Krakauer, 2020)	Brezilya	KOBİ	Hava sporları sektörü	4
(Yoo ve diğerleri, 2019)	Seul	KOBİ	Belirtilmemiş	316
(Ahmed ve Brennan, 2019)	Bangladeş	Firma büyüklüğü belirtilmemiş	Tekstil Sektörü	159
(Hernandez, 2019)	Portekiz ve İspanya	ve Küçük Ölçekli İşletme	Karışık sektörler	23
(De Mattos ve Salciuviene, 2019)	Brezilya	KOBİ	Biyoteknoloji sektörü	49
(Birru ve diğerleri, 2019)	Etiyopya	Çalışma çoğunlukla KOBİ'lerden oluşuyor fakat büyük ölçekli firmalar da örnekleme dahil edilmiş.	Üretim sektörü	159
(Zucchella ve diğerleri, 2019)	İtalya	KOBİ	Üretim sektörü	214
(Gnizy, 2019)	İsrail	KOBİ, Orta Ölçekli, Büyük Ölçekli İşletmeler	Karışık sektörler	187+9
(Wach ve diğerleri, 2018)	Polonya	KOBİ, Orta Ölçekli, Büyük Ölçekli İşletmeler	Karışık sektörler	355
(Yoon ve diğerleri, 2018)	Güney Kore	KOBİ	Teknoloji odaklı firmalar	334
(Boso ve diğerleri, 2018)	İngiltere ve Nijerya	ve KOBİ	Karışık sektörler	22+375
(Hernández-Perlines ve Xu, 2018)	İspanya	Aile İşletmesi/Firma büyüklüğü belirtilmemiş	Belirtilmemiş	218
(Li ve diğerleri, 2018)	Kanada	KOBİ	Karışık sektörler	237
(Boso ve diğerleri, 2017)	Gana	KOBİ	Karışık sektörler	214
(Bianchi ve diğerleri, 2017)	Şili	KOBİ	Karışık sektörler	233
(Sundqvist ve diğerleri, 2016)	Yeni Zelanda ve Finlandiya	Bilgi verilmemiş.	Belirtilmemiş	594
(Gerszewski ve diğerleri, 2015)	Avustralya ve Yeni Zelanda	ve Küresel Doğan ve Diğer Firmalar/KOBİ	Karışık sektörler	310+8

Tablo 5

Ampirik Çalışmaların Örnekleme Üzerine Bilgiler (Devamı)

Yazar Bilgisi	Çalışılan Ülke	Firma Büyüklüğü/Türü	Çalışılan Endüstri	Orneklem Büyüklüğü
(Zhang ve diğerleri, 2013)	Çin ve A.B.D.	Küresel İşletmeler/KOBİ	Doğan Belirtilmemiş	136
(Dimitratos ve diğerleri, 2012)	İngiltere ve A.B.D.	Orta Ölçekli İşletmeler	Karışık sektörler	162
(Dai ve Liu, 2009)	Çin	KOBİ	Yüksek teknoloji sektörler	711
(Kaya ve Ağca, 2009)	Türkiye	KOBİ, Orta Ölçekli, Büyük Ölçekli İşletmeler	Üretim sektörü	94
(Alvi, 2020)	Çin	Belirtilmemiş	Karışık sektörler	14
(Kurtulmuş ve diğerleri, 2020)	Türkiye	KOBİ	Belirtilmemiş	180
(Knight ve Cavusgil, 2004)	A.B.D.	Küresel Doğan İşletmeler	Karışık sektörler	203
(Glavas ve Mathews, 2014)	Avustralya	KOBİ	Turizm sektörü	8

Tartışma ve Gelecek Çalışmalara Yönelik Öneriler

Uluslararası girişimsel yönelim ile ilgili çalışmalar incelendiğinde öncelikle kavramsal olarak bir karmaşa olduğu görülmektedir. Bazı çalışmalar kavramı girişimsel yönelimden hiçbir şekilde farklı tutmazken, bazı çalışmalar girişimsel yönelimi uluslararası bağlamda ele alarak, klasik girişimsel yönelim boyutlarına "ihracat pazarları", "bu yabancı ülkede" veya "bu yabancı ülkenin pazar yerinde" (Dimitratos ve diğerleri, 2012, s. 718) ifadelerini eklemektedir. Uluslararası girişimsel yönelimde odak noktası uluslararasılaşma ve yeni pazarlara giriş konuları olmaktadır. Raats ve Krakuer (2020, s. 55), uluslararası girişimsel yönelimi, yeni pazarlara ve yeni ürünlerin piyasaya sürülmesine yönelik örgütsel girişimler olarak tanımlayarak, süreç ve uygulama olarak iki kısımda incelemektedir. Süreçler, uluslararası ortaklar için örgütsel ücretlendirme sistemleri geliştirmek; yeni uluslararası işletmelerin araştırılması ve geliştirilmesi için yatırımların garanti altına alınmasını sağlamak; yeni fırsatları ve satışları belirlemek için işbirliklerinin oluşturulması; yenilikler, ürün testleri ve tanıtımlar için gerekli olan kaynak tahsisini ve riskleri tanımlama olarak sıralanmıştır. Uygulamalar ise dağıtım kanallarının oluşturulması ve ticari satışlara, etkinliklere ve ticari ağlara katılım, uluslararası ticareti teşvik etmek için kurumlara katılım, pazar bilgisi olarak belirtilmiştir. Araştırma kapsamında incelen çalışmaların çoğunun uluslararası faaliyetlerle ilgili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim kavramı uluslararası girişimcilik konu başlığı altında ayrı bir kavram olarak incelenebilmektedir. Uluslararası girişimsel yönelim konusu ile ilgili gelecek çalışmaların hangi noktalara odaklanması gerektiği metodolojik öneriler, bağlamsal öneriler, ele alınan değişkenler ve teorik öneriler başlıkları altında incelenecektir.

Metodolojik Öneriler

Özellikle son yıllarda yapılan çalışmalar uluslararası girişimsel yönelimi açıklamaya yönelik boyutları inceleyerek, bu konuda araştırmalar yapmıştır. Ruzzier ve diğerleri (2020, s. 7) yeni girişimcilerin uluslararasılaşması için kavramsal bir model geliştirmiş ve uluslararası girişimsel yönelim kavramı yerine, uluslararası girişimcilik niyeti kavramının kullanılmasını gerektiğini belirtmiştir. Bu bağlamda, uluslararası girişimcilik niyeti, girişimcinin sürdürülebilirlik, öğrenme, risk, işten zevk alma ve iş çabası konusundaki tutumlarından etkilenmektedir. Ayrıca yeni veya mevcut bir girişimin uluslararasılaşmasıyla sonuçlanabilecek firma düzeyinde girişimsel yönelimi etkileyeceğini belirtmiştir (Ruzzier ve diğerleri, 2020, s. 12). Raats ve Krakuer (2020, s. 51) çalışmalarında, yükselen ekonomilerden dış pazarlara ulaşmaya çalışan KOBİ'lerin uluslararası girişimsel yönelimini karakterize eden uygulamaları keşfetmeyi amaçlamışlardır. Bu bağlamda

Dess ve Lumpkin (2005, s. 153)'in boyutlarından yola çıkarak uluslararası girişimsel yönelim boyutlarını proaktiflik, risk alma, yenilikçilik, rekabetçi agresiflik, otonomi olarak sıralamışlardır. Bu boyutlarda odak nokta dış pazarlar, uluslararasılaşma, uluslararası rakipler gibi uluslararası bağlam olmuştur. Konuyla ilgili ölçek çalışmaları genellikle tek bir ülkeye odaklanarak gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda ölçek ile ilgili dikkat edilmesi gereken noktalardan biri bazı boyutların bazı ülkelerde daha farklı etki yaratabileceğidir (Freixanet ve diğerleri, 2020, s. 10; De Mattos ve Salciuviene, 2019, s. 2017; Li ve diğerleri, 2018, s. 1026). Ayrıca bu boyutların birbiri ile olan ilişkisi ayrı bir araştırma sorusunu ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, “bir girişimci, güçlü bir proaktiflik ve yenilikçilik ile yabancı bir pazara girdiğinde, proaktifliği ve yenilikçiliği risk alma tutumunu güçlendirecek mi yoksa zayıflatacak mı?” ya da benzer şekilde, “girişimcinin risk alma tutumu, yenilikçilik ve proaktiflik arasındaki etkileşimi nasıl kontrol edecek?” (Li ve diğerleri, 2018, s. 1026) sorularını araştırmak konuyla ilgili daha derin bilgiler elde edilmesine yardımcı olacaktır.

Uluslararası girişimsel yönelim boyutlarıyla ilgili en büyük sıkıntı Covin ve Slevin (2014, s. 25)'in çalışmasında belirttiği totolojik problemlerdir. Yapılan çalışmaların daha çok uluslararası girişimsel yönelim ve uluslararası performans arasındaki ilişki üzerine olduğu görülmektedir. Bunun üzerine Frishammar ve Andersson, (2009, s. 68) bazı ölçek maddelerinin birbirini tekrarladığını ve aynı faktörü ölçtüğünü belirtmiştir. Bu durum geleneksel girişimsel yönelim ölçeği (örn. Covin ve Slevin, 1989, s. 86) kullanıldığında ortaya çıkmamaktadır. Burada önemli olan nokta bağımlı değişken seçiminde anlamlı ilişkiler kurabilmektir (Covin ve Slevin, 2014, s. 25).

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların çoğu, araştırmalarını kesitsel olarak gerçekleştirmiş ve bu durumu bir kısıt olarak belirtmiştir. Bu bağlamda gelecekte yapılacak araştırmaların boylamsal olarak gerçekleştirilmesinin daha faydalı olacağını ileri sürmüşlerdir (Semrau ve diğerleri, 2016, s. 1931; Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007, s. 80; Brouthers ve diğerleri, 2015, s. 1183; Styles ve diğerleri, 2006, s. 516). Boylamsal çalışmalar incelenen konunun zaman içindeki gelişimini ele alan ve en az iki kere tekrarlanan araştırmalardır. Bu araştırmalar, uzun zaman aralıklarında, bazı durumlarda onlarca yıl boyunca aynı olguyu ölçen araştırmaları içerir. Bu bağlamda daha kesin sonuçların elde edilmesi mümkün olmaktadır. Fakat fazla zaman alması ve maliyet kısıtı nedeniyle birçok araştırmada tercih edilmemektedir.

Gelecek çalışmalarda özellikle nitel araştırma yöntemlerinden vaka analizleri gibi tekniklerden yararlanmak, uluslararası girişimsel yönelimin anlaşılmasında daha faydalı olacaktır. Vaka çalışmaları, firmaların farklı bağlamlarda girişimsel yönelim düzeylerini ayarlayıp ayarlamadıklarını, her boyutun daha sonra uluslararasılaşmayı ne ölçüde teşvik ettiğini ve bu tür stratejik hareketlere karşılık gelen sonuçları keşfetmek için yararlı olabilir.

Metodolojik kısıtlar ile ilgili bir diğer nokta ise özellikle büyük ölçekli işletmelerde araştırma yapanların, tek bir kişiden veri alarak araştırmayı firma düzeyinde gerçekleştirmesidir (Ripollés-Meliá ve diğerleri, 2007, s. 80). Bu bağlamda, özellikle büyük ölçekli firmaları ele alacak araştırmaların üst yönetimde yer alan birden çok kişiden veri toplaması, firma düzeyindeki varsayımların yapılabilmesi için daha doğru sonuçlar ortaya çıkaracaktır.

Bağlamsal Öneriler

Yapılan literatür taraması sonucunda gelecek çalışmalara yönelik bağlamsal önerilerde bulunulmuştur. Özellikle uluslararası girişimsel yönelim boyutlarından hangilerinin dış pazara girişi yönlendirdiğinin, farklı bağlamlarda araştırılmasının gerekli olduğu belirtilmektedir (Wales ve diğerleri, 2019, s. 101). Uluslararası girişimsel yönelim kavramı üzerine yapılan çalışmaların birçoğunun tek bir ülkeye odaklandığı görülmektedir (Jantunen ve diğerleri, 2005, s. 238). Bu bağlamda elde edilen sonuçların her kültüre genellenebilirliği

konusunda sıkıntı yaşanmaktadır (Martin ve Javalgi, 2016, s. 2049). Gelecekte yapılacak çalışmaların kültür sınıflandırması kapsamında ele alınması (örn. GLOBE kümesi gibi), bu kültür gruplarında kritik, kültüre has değerlere hitap eden boyutların oluşmasına yardımcı olacaktır (Covin ve Miller, 2014, s. 24). Farklı kültürlerin incelenmesi adına odaklanılabilecek noktaları Covin ve Miller, (2014, s. 29) kültürel değerler ve ulusal dini değerler; ulusal ekonomik kalkınma; diasporalar ve ırk ayrımı; ulusal ekonomik endüstri ve kurumsal gelişme olarak sıralamıştır. Burada odaklanılabilecek noktalardan bir diğeri çevresel faktörlerdir (Wales ve diğerleri, 2019, s. 101). Örneğin firmaların uluslararasılaşma derecesinin ve performansının itici gücü olarak uluslararası girişimsel yönelim etkisini hangi kültürel, bölgesel ve yerel faktörlerin etkilediği; çatışma, yolsuzluk veya yasadışı ortamların etkisi gelecek çalışmalarda incelenebilecek konulardır.

Gelecek çalışmalarda özellikle ülke karşılaştırmalarına gidilmesinin alana katkı sağlayacağı ileri sürülmektedir. Uluslararası girişimsel yönelim kavramı az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde farklı olarak işlevsellik göstermektedir. Örneğin az gelişmiş ülkelerden ihracat yapan firmalar, önemli gümrük vergisi ve tarife dışı engellerle karşı karşıya kalabilmektedir. Ayrıca az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda karmaşık yasal düzenlemeler, uluslararası operasyonları destekleyen az gelişmiş kurum ve yapılar mevcuttur (Birru ve diğerleri, 2019, s. 1185). Bu bağlamda, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yapılan çalışmaların eş zamanlı olarak gelişmiş ülkelerde de yapılarak karşılaştırılmalarına gidilmesi (Styles ve diğerleri, 2006, s. 516; Jin ve Cho, 2018, s. 595; Birru ve diğerleri, 2019, s. 1185) az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere uluslararası girişimcilik alanında neler yapabilecekleri konusunda yön gösterici olacaktır. Gelişmiş ekonomilerdeki muadillerinin aksine, gelişmekte olan ülkelere faaliyet gösteren ihracatçı firmalar çoğunlukla, kaynak kısıtlaması, uluslararası deneyim eksikliği, pazarlama bilgisi ve bilgi eksikliğine sahip küçük ve orta ölçekli işletmelerdir ve bu işletmeler büyük ölçüde birincil emtia ihracatına bağımlıdır (Birru ve diğerleri, 2019, s. 1185). Bu bağlamda, az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülke sınıflandırmalarına giderek karşılaştırmalar yapmak alana katkı sağlayacaktır.

Gelişmiş bir ülke, gelişmekte olan ülke pazarında faaliyet gösterecekse, bu ülke özelliklerine hakim olması, kaynak ve yeteneklerini bu doğrultuda kurgulaması gerekmektedir. Firmaların odaklanması gereken yetenekler, girmeyi seçtiği belirli uluslararası pazarlarla ilgili olabilir (örneğin, gelişmiş ülkelere karşı gelişmekte olan ülkeler). Bu nedenle, gelecekteki çalışmalar, giriş pazarlarının potansiyel rolünü belirlemeye odaklanabilir (Jin ve Cho, 2018, s. 595). Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların çoğunlukla gelişmiş ülkelere A.B.D., gelişmekte olan ülkelere Çin'e odaklandığı görülmektedir. Bu bağlamda, gelecek çalışmaların bu ülkeler dışındaki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere odaklanmaları genellemeler yapabilmek adına önemlidir. Ayrıca uluslararasılaşma faaliyetinin gerçekleştirileceği ülkelerin yanı sıra, menşe ülkelerin de uluslararasılaşma sırasında uluslararası girişimsel yönelimi nasıl etkilediği de odaklanılması gereken noktalardan bir diğeri (Wales ve diğerleri, 2019, s. 101). Gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke sınıflandırması yapıp karşılaştırılsa da, bu ülke gruplarının kendi içinde de bir takım farklılıklarının olduğu görülmektedir. Bu farklılıklarda en büyük etken kültürel farklılıklar olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, gelecek çalışmalarda ele alınabilecek konulardan bir diğeri kültürdür. Uluslararası girişimsel yönelim ile ilgili özellikle Arap ülkeleri veya Latin Amerika ülkelerinde az sayıda çalışma mevcuttur. Bu ülkeler gibi kültürel olarak farklı ülke gruplarından veri toplayarak karşılaştırmalara gitmek alana katkı sağlayacaktır (Thanos ve diğerleri, 2017, s. 507). Yeni girişe yol açan inançlar, tercihler ve davranışlar incelenerek, farklı kültürel bağlamlarda 'girişimci olma' eylemini ayırt etmeye yönelik araştırmalar yapılabilir. Bu bağlamda, kültür, karar verme ve uluslararası girişimsel yönelim arasındaki etkileşim ortaya konabilir (Allen, 2016, s. 100).

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların bir kısmının coğrafi olarak avantajlı ülkeler üzerinde (örneğin Almanya) gerçekleştirildiği görülmektedir (Calabrò ve diğerleri, 2017, s. 246). Bu bağlamda, coğrafi olarak avantajlı olmayan ülkelerin uluslararası girişimcilik faaliyetlerinden nasıl etkilendiğini incelemek gelecek

çalışmaların konusu olabilmektedir. Burada önemli olan faktörlerden bir diğeri ülkelerin kurumsal ve yasal faktörlerinin uluslararası girişimcilik faaliyetlerini nasıl etkilediğidir (Boso ve diğerleri, 2017, s. 22; Boso ve diğerleri, 2018, s. 224). Çalışmaların politik, ekonomik, sosyokültürel, teknolojik, legal ve doğal çevre faktörlerini göz önünde bulundurarak araştırılması alana katkı sağlayacaktır. Örneğin Kuzey Amerika ve Asya tamamen farklı bir ekonomik ortamda yer aldığından, bu bölgelerin özellikleri ve uluslararası girişimsel yönelimleri aynı örüntüde ilerlemiyor olabilir. İleride yapılacak çalışmalar, uluslararasılaşma yöneliminin firmanın rekabet ettiği bölgeye göre farklılaşp farklılaşmadığını araştırabilir (Calabrò ve diğerleri, 2017, s. 246). Yöneticilerin ihracat eğilimleri de ülkelerin içinde bulunduğu çevresel faktörlerden etkilenebilmektedir (Boso ve diğerleri, 2018, s. 224). Uluslararası girişimsel yönelimin, rekabetin yoğun olduğu, çevrenin sürekli ve hızlı bir şekilde değiştiği ortamlarda daha baskın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda çevresel dinamiklerin farklı olduğu sektörler (örn. hizmet sektörü vs. üretim sektörü Yoo ve diğerleri, 2019, s. 169) incelenerek karşılaştırılabilir (Swoboda ve Olejnik, 2016, s. 157; Dai ve diğerleri, 2014, s. 520).

Araştırmalarda bağlamsal olarak odaklanılabilecek noktalardan birisi, ele alınan firmaların yaşı ve büyüklüğü ile ilgilidir. Uluslararası girişimsel yönelim ile ilgili sonuçların çeşitli yaş ve büyüklükteki firmalar için geçerli olup olmadığının belirlenmesi gelecek çalışmaların odaklanılabileceği konulardan biridir (Dai ve diğerleri, 2014, s. 520; Freixanet ve diğerleri, 2020, s. 10). Firmaların yaşıyla bağlantılı olarak uluslararasılaşma deneyimi araştırılabilecek bir diğer konudur. Yapılan araştırmalarda uluslararasılaşma deneyimi olan ve olmayan firmaların incelenirken farklılaştığı sonucuna varılmıştır. Yeni uluslararasılaşan ya da uluslararasılaşma konusunda deneyimli olan işletmelerin karşılaştırılmalı olarak incelenmesi, uluslararası girişimsel yönelimi açıklamada önemli bir etken olabilmektedir (Brouthers ve diğerleri, 2015, s. 1183; Ahmed ve Brennan, 2019, s. 416). Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelimin, uluslararasılaşma faaliyetleri üzerindeki etkisinin endüstri olgunlaştıkça nasıl değiştiğinin incelenmesi alana katkı sağlayacaktır.

Yapılan literatür taraması sonucunda çalışmaların çoğunlukla KOBİler üzerine yapıldığı görülmektedir. Ele alınan KOBİler aynı zamanda aile işletmesi, küresel doğan işletme gibi kategorilerde de incelenmektedir. Bu bağlamda, özellikle uluslararasılaşma süreci konusunda diğer KOBİlere göre farklı adımları izleyen ve gün geçtikçe önemi artan küresel doğan işletmelere odaklanmak, gelecek çalışmalarda incelenebilecek bir diğer konudur (Kuivalainen ve diğerleri, 2007, s. 265; Gerschewski ve diğerleri, 2015, s. 572). Knight ve Çavuşgil (2005, s. 19), uluslararası girişimsel yönelimin küresel doğan firmalarda önemli bir organizasyon kültürü niteliği olduğunu öne sürmektedir. Ayrıca konuyla ilgili Oyson (2020, s. 23), küresel doğanlar ve bölgesel doğanlar olarak bir ayrıma gitmiş, bu konunun uluslararası girişimsel yönelim bakış açısıyla incelenebileceğini ileri sürmüştür. Aile işletmesi sınıflandırması ile ilgili, Nummela ve diğerleri (2020, s. 25), aile işletmeleri ve diğer işletmelerin uluslararasılaşma sürecinde girişimci davranışlar nasıl farklılık gösteriyor, sorusuna odaklanılabileceğini belirtmiştir. Aile üyeleri ve aile dışı üyelerin uluslararasılaşma sürecinde girişimsel yönelim davranışları, konuyla ilgili incelenebilecek noktalardan bir diğeridir (Calabrò ve diğerleri, 2017, s. 246).

Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda odaklanılması gereken konulardan birinin girişimcilik türleri üzerine olduğu görülmektedir. Günümüzde oldukça önemli bir konu olan göçmen ve mülteci girişimcilik konuları, uluslararası girişimsel yönelim kapsamında incelenebilmektedir. Ulusötesi girişimcilik başlığı altında ayrı bir araştırma alanı olarak ele alınan, göçmen ve mülteci girişimciliği çalışmaları gelecek çalışmalarda odaklanılabilecek noktalardan bir diğeridir (Kosala, 2015, s. 79). Özellikle göçmen ve mülteci girişimcilikte, girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerine başlama motivasyonu, diğer girişimcilerden farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, yapılacak çalışmaların uluslararası girişimcilik boyutlarının kapsamını genişleteceği düşünülmektedir.

Ele Alınan Değişkenler ve Teorik Öneriler

Araştırma kapsamında incelenen nicel çalışmalarda değişkenlere dair ayrıntılı inceleme yapılmış ve ele alınan değişkenler Tablo 3'te özetlenmiştir. Uluslararası girişimsel yönelim birçok değişken ile ilişkilendirilse de gelecek çalışmalarda ele alınabilecek değişkenler mevcuttur. Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim ile değişen pazarlar bağlamında örgütsel öğrenme yetenekleri (Jantunen ve diğerleri, 2005, s. 238), B2B pazarlamadaki önemi için ağ oluşturma yetenekleri (Jin ve Cho, 2018, s. 595) gibi örgütsel yeteneklerin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerektiği görülmektedir. Araştırmalarda yabancı stratejik ittifaklar, ortak girişimler ve kıyı dışı faaliyetlerin uluslararası girişimsel yönelimin ortaya çıkışını veya sonuçlarını etkileyip etkilemediği gibi organizasyonel faktörlerin ele alınması da uluslararası girişimsel yönelimin anlaşılmasına katkı sağlayacaktır (Wales ve diğerleri, 2019, s. 101). Bunun dışında özellikle aracı değişkenlerin etkisi, gelecek çalışmaların odaklanabileceği noktalardan biridir. Birru ve diğerleri (2019, s. 1185) ve Boso ve diğerleri (2017, s. 22), uluslararası girişimsel yönelim-performans ilişkisinde dış faktörlerin (örneğin, pazar dinamizmi ve rekabet yoğunluğu) ve örgütsel yeteneklerin (örneğin ihracat pazarı yenilik yeteneği, öğrenme süreçlerini dışa aktarmak, dönüştürme yeteneği) (Boso ve diğerleri, 2018, s. 224) aracılık etkisinin incelenebileceğini belirtmiştir. Wach ve diğerleri (2018, s. 18), uluslararasılaşma sürecinde girişimsel yönelim ile bilgi arasındaki ilişkiyi belirleyen faktörleri araştırmanın alana katkı sağlayacağını belirtmiştir.

Gelecek çalışmalarda odaklanabilecek noktalardan bir diğeri girişimcilerin özelliklerinin uluslararası girişimsel yönelim üzerindeki etkisi üzerinedir. De Mattos ve Salciuviene (2019, s. 2017), girişimcilerin sahip olduğu kişisel ağların bir girişimcinin proaktifliği ile ilişkili olabileceğini, bu konunun araştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Dai ve Lui (2009, s. 381), yurtdışında çalışıp ülkesine dönen girişimcilerin, uluslararası girişimsel yönelim konusunda farklılık göstereceğini ve özellikle Hindistan, Rusya gibi yükselen piyasalar kapsamında önemli bir rol oynayabileceğini belirtmiştir. Gelecek çalışmalarda expat özelliklerine odaklanmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Günümüzde bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler nedeniyle internet kullanımı birçok çalışmada önemli bir değişken olarak ele alınmaktadır. Bianchi ve diğerleri (2017, s. 189), yapmış oldukları çalışmada Arjantin, Brezilya veya Meksika gibi internetin büyük bir kullanım alanına sahip olduğu Latin Amerika ülkelerinde konunun ayrıntılı bir şekilde araştırılması gerektiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda, internet kullanımının uluslararası girişimcilik faaliyetlerindeki etkisi yeni bir araştırma konusu olabilmektedir. Uluslararası girişimsel yönelim üzerine yapılan bazı çalışmalar model önerisinde bulunmuşlardır (Ruzzier ve diğerleri, 2020, s. 13). Gelecek çalışmaların, ortaya konan modelleri, ampirik olarak test etmesi önerilmektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan çalışmaların teorik altyapısı incelendiğinde çoğunlukla kaynak temelli yaklaşımdan yararlandığı görülmüştür (Acosta ve diğerleri, 2018, s. 1129; Styles ve diğerleri, 2006, s. 506; Jin ve Cho, 2018, s. 586; Swoboda ve Olejnik, 2016, s. 140; Raats ve Krakauer, 2020, s. 64; Zucchella ve diğerleri, 2019, s. 456; Bianchi ve diğerleri, 2017, s. 177). Kaynak temelli yaklaşımdan yararlanarak oluşturulmuş olan bilgi temelli yaklaşım da çalışmaların yararlandığı teorilerden bir diğeridir (Dai ve Liu, 2009, s. 373). Bu yaklaşımlar dışında çalışmaların daha çok uluslararasılaşma üzerine kurgulanması sebebiyle, uluslararasılaşma üzerine teorilere (örn. OLİ Paradigması, Uppsala, İnovasyon ile İlgili Uluslararası Süreç Teorileri, Ağ Yaklaşımı gibi) odaklandığı görülmektedir (Nummela ve diğerleri, 2020, s. 3; Oyson, 2020, s. 6; Ahmed ve Brennan, 2019, s. 394; Gerschewski ve diğerleri, 2015, s. 559) Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların ele aldığı diğer teoriler kaynak bağımlılığı teorisi (Calabrò ve diğerleri, 2017, s. 239; Brouthers ve diğerleri, 2015, s. 1162); stratejik yönetim teorisi (Acosta ve diğerleri, 2018, s. 1129; Birru ve diğerleri, 2019, s. 1175); girişimcilik teorisi (De Mattos ve Salciuviene, 2019, s. 1997; Wach, 2015, s. 12); davranış teorisi (Li ve diğerleri, 2018, s. 1011; Ruzzier ve diğerleri, 2020, s. 2) şeklinde sıralanmıştır. Uluslararası girişimsel yönelimin kurumsal teori kapsamında da incelenmesi önerilmiş (Gerschewski ve diğerleri, 2015, s. 572), Kurtulmuş ve diğerleri (2020, s. 7), çalışmalarını kurumsal teori üzerine kurgulamıştır. Kurumsal teori ile hem iç hem de dış pazarlarda

hükümetin, düzenlemelerin ve gayri resmi kurumların (örneğin kültür) rolleri ile ilgili faktörler incelenmektedir. Bu bağlamda, çeşitli ülkelerde bu araştırmanın yapılmasının uluslararası girişimsel yönelim boyutlarının şekillenmesinde etkili olacağı düşünülmektedir.

Gupta ve diğerleri, (2021, s. 85), yapmış olduğu bibliyometrik incelemesinde teorik olarak ele alınabilecek 3 modelden bahsetmiştir. Bunlardan ilki Paul ve Sanchez-Morcilio, (2019, s. 343), tarafından önerilen CPP Modeli'dir. Model Muhafazakar, Öngörülebilir ve Alanında Lider kelimelerinin baş harflerinin birleşiminden oluşmaktadır. Farklı firma türlerini ve coğrafi pazar seçimleri temelinde seçtikleri uluslararasılaşma yolunu açıklamak için 3 yaklaşım kullanmaktadır. Bu çerçeveye göre, kendilerini yerel pazarlarla sınırlayan firmalar muhafazakar olarak adlandırılır. Çeşitli serbest ticaret anlaşmalarına ve serbest ticaret bölgelerine üye olan ve bu anlaşmalar kapsamında uluslararası faaliyetlerini gerçekleştiren firmalar öngörülebilir sınıflamasında yer almaktadır. Gelirlerinin büyük bir kısmını küresel pazarlardan sağlayan firmalar, alanında lider firmalar olarak adlandırmaktadır. Önerilen bu çerçeve gelecek çalışmalarda, etnosentrik, polisentrik, regiosentrik ve geosentrik yaklaşım ile daha ayrıntılı bir şekilde incelenebilir. Teorik modellerden bir diğeri gelişmekte olan ülke pazarlarında kullanılabilir 7P modelidir (Paul ve Mas, 2019, s. 684). Bu çerçeve, firmaların uluslararası pazarlarda ancak diğer altı boyutu (Potansiyel, Yol, Süreç, Hız, Model ve Sorunlar) iyi anlayıp uyguladıklarında daha iyi performans elde edebileceklerini öne sürmektedir. Son olarak SCOPE çerçevesi, özellikle KOBİ'lerin uluslararasılaşması konusunda yol göstermektedir. Paul (2020, s. 225), ihracatta başarılı olmak için zorlukları, fırsatları ve sorunları analiz etmek için stratejiler olarak adlandırılan beş noktalı bir çerçeve geliştirmiştir (SCOPE). Bu bağlamda gelecekte yapılacak çalışmaların farklı teoriler bağlamında kurgulanması uluslararası girişimsel yönelimi anlamak adına faydalı olacaktır.

Sonuç

Uluslararası girişimsel yönelim kavramı, dış çevreyi izlemek ve rakibin uluslararası ticaretteki eylemlerini tahmin etmekte önemli bir kavramdır (Raats ve Krakauer, 2020, s. 63). Ayrıca bir firmanın gelir ve kazanç yüzdesi açısından ölçeği ve kapsamı, ülke sayısı bakımından coğrafi kapsamı, uluslararası kaynakları, üretim faktörlerini kullanımı ve hatta bir firmanın uluslararası alanda ne kadar hızlı girişimde bulunduğu uluslararası girişimsel yönelimden etkilenebilmektedir (Knight ve Cavusgil, 2005, s. 32). Bu bağlamda, uluslararası girişimsel yönelim kavramıyla ilgili oldukça fazla çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada, uluslararası girişimsel yönelim üzerine yapılmış olan çalışmalar eleştirel literatür taraması aracılığıyla incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda makalelerin çoğunlukla girişimcilik dergilerinde yayınladığı görülmüştür. Araştırma kapsamında incelenen makaleler 2004-2021 yılları arasındaki çalışmalar olup, son yıllarda konuyla ilgili yapılan çalışmalar artmıştır. Araştırmalar daha çok ampirik olarak kurgulanmış, nicel çalışmalardır. Konuyla ilgili yapılmış olan nicel çalışmalar incelendiğinde, uluslararası girişimsel yönelim kavramı ile genellikle uluslararası performans değişkeninin ilişkilendirildiği görülmüştür. Ayrıca çalışmalarda genellikle Covin ve Slevin (1989, s. 86)'ın üç boyutlu girişimsel yönelim ölçeğinden yararlandığı görülmüştür. Uluslararası girişimsel yönelim ölçeği olarak en çok kullanılan ölçek ise Knight ve Çavuşgil (2004, s. 139)'in tek boyutlu ölçeği olmuştur. Yapılan incelemeler ampirik çalışmaların örneklem olarak en çok tek bir ülkedeki KOBİ'lere odaklandığını göstermektedir.

Çalışma uluslararası girişimciliğin araştırma alanlarından biri olan uluslararası girişimsel yönelim araştırmalarının durumuna ilişkin kapsamlı fikir edinmek isteyen akademisyenler için bir referans noktası sağlamaktadır. Yapılan incelemeler doğrultusunda uluslararası girişimsel yönelim alanında, yeni ve yaratıcı katkıların oluşturulması için tartışmalarda bulunmuş ve geleceğe dönük çalışma önerileri yapılmıştır. Bu öneriler metodolojik, bağlamsal, ele alınan değişkenler ve teorilerle ilgili öneriler başlıkları altında incelenmiştir. Metodolojik önerilerden ilki ölçek ile ilgili olmuştur. Ölçek kapsamında odaklanılabilecek konular ölçek boyutları, bu ölçek boyutlarının ülkeden ülkeye farklılık gösterebilecek olması, boyutların birbiri

ile olan ilişkisi, ölçek ile ilgili totolojik problemler olarak sıralanmıştır. İleride yapılacak çalışmaların boylamsal yapılması metodolojik önerilerden bir diğeridir. Bunun dışında araştırma yöntemi olarak nitel araştırmaların kullanılması, derinlemesine bilginin elde edilmesi açısından önerilmektedir. Son olarak çalışmalar genellikle KOBİ'ler üzerinde yapılmış olsa da, büyük ölçekli işletmeleri inceleyen çalışmalar da mevcuttur. Büyük ölçekli işletmeleri inceleyen çalışmaların veri toplarken birden fazla kişiden veri toplamaları, sonuçların güvenilirliği açısından önemlidir. Bağlamsal önerilerden ilki kültür spesifik çalışmaların yapılması üzerine olmuştur. Yapılan incelemeler sonucunda çalışmaların genellikle tek bir ülkeye odaklandığı görülmektedir. Bu bağlamda, kültür grupları çerçevesinde ya da gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülke sınıflandırmalarına gidilerek karşılaştırmalar yapmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca giriş yapılacak pazarın potansiyel rolü önem verilmesi gereken konulardan bir diğeridir. Bu doğrultuda politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, yasal ve çevresel faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir. Çevresel dinamiklerin farklı olduğu sektörleri incelemek ve karşılaştırmalar yapmak gelecek çalışmalar için faydalı olabilecektir. Küresel doğan işletmeler ve aile işletmeleri gibi farklı KOBİ gruplarını ayrıntılı incelemek ele alınabilecek konulardan bir diğeridir. Ayrıca günümüzde çeşitli girişimcilik türlerinin önemli hale geldiği görülmektedir. Örneğin mülteci ve göçmen girişimcilerin incelenmesi konuyla ilgili bilginin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Uluslararası girişimsel yönelim kavramının çeşitli değişkenlerle ilişkilendirildiği görülmektedir. Özellikle örgütsel yetenekler, organizasyonel faktörler, expatların girişimcilik özellikleri gibi konuların gelecekte daha ayrıntılı bir şekilde ele alınması önerilmektedir. Yapılan çalışmaların çoğunlukla kaynak temelli yaklaşım ve uluslararasılaşma üzerine teoriler kapsamında incelendiği görülmüştür. Bu bağlamda farklı teorik çerçevelerde yapılacak çalışmaların alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Konuyla ilgili yapılan çalışmaların günümüzde de artarak devam ettiği düşünüldüğünde, yeni akademik tartışmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Kaynakça

- Acosta, A. S., Crespo, Á. 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(6), 1128-1140. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>
- Ahmed, F. U. ve Brennan, L. (2019). Performance determinants of early internationalizing firms: The role of international entrepreneurial orientation. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 389-424. doi:<https://doi.org/10.1007/s10843-019-00250-7>
- Allen, I. (2016). International entrepreneurship theory: Past, present and way forward. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 93-103. Erişim adresi: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=464248>
- Alvi, F. H. (2020). International entrepreneurial orientation amidst post-colonial upheaval: entrepreneurs during the Hong Kong Umbrella Revolution, *Critical Perspectives on International Business*, 17(4), 572-598. doi:10.1108/cpoib-03-2020-0016
- Bianchi, C., Glavas, C. ve Mathews, S. (2017). SME international performance in Latin America. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 176-195. doi:10.1108/JSBED-09-2016-0142
- Birru, W. T., Runhaar, P., Zaalberg, R., Lans, T. ve Mulder, M. (2019). Explaining organizational export performance by single and combined international business competencies. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 1172-1192. doi:<https://doi.org/10.1111/jsbm.12403>

- Boso, N., Annan, J., Adeleye, I., Iheanachor, N. ve Narteh, B. (2018). Examining the paths from export strategic orientations to export performance: The mediating role of export resource transformation capability. *Thunderbird International Business Review*, 60(2), 207-230. doi:<https://doi.org/10.1002/tie.21878>
- Boso, N., Oghazi, P. ve Hultman, M. (2017). International entrepreneurial orientation and regional expansion. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(1-2), 4-26. doi: <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1255430>
- Boso, N., Cadogan, J. W. ve Story, V. M. (2012). Complementary effect of entrepreneurial and market orientations on export new product success under differing levels of competitive intensity and financial capital. *International Business Review*, 21, 667-681. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.07.009>
- Brouthers, K. D., Nakos, G. ve Dimitratos, P. (2015). SME entrepreneurial orientation, international performance, and the moderating role of strategic alliances. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(5), 1161-1187. doi: <https://doi.org/10.1111/etap.12101>
- Calabrò, A., Campopiano, G., Basco, R. ve Pukall, T. (2017). Governance structure and internationalization of family-controlled firms: The mediating role of international entrepreneurial orientation. *European Management Journal*, 35(2), 238-248. doi: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.04.007>
- Covin, J. G. ve Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11-44. doi: <https://doi.org/10.1111/etap.12027>
- Covin, J. G. ve Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87. doi: <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Covin, J. G. ve Slevin, D. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrep. Theory Pract.*, 16, 7-25. doi: <https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
- Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A. ve Fernhaber, S. A. (2014). Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 511-524. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.004>
- Dai, O. ve Liu, X. (2009). Returnee entrepreneurs and firm performance in Chinese high-technology industries. *International Business Review*, 18(4), 373-386. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.03.004>
- De Mattos, C. ve Salciuviene, L. (2019). The negative influence of the entrepreneur's level of higher education on the attractiveness of European SMEs as alliance partners in Brazil: the role of practical experience and international entrepreneurial orientation. *The International Journal of Human Resource Management*, 30(13), 1997-2025. doi: <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1316758>
- Dess, G. G. ve Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147-156. doi: <https://doi.org/10.5465/ame.2005.15841975>
- Dimitratos, P., Voudouris, I., Plakoyiannaki, E. ve Nakos, G. (2012). International entrepreneurial culture toward a comprehensive opportunity-based operationalization of international entrepreneurship. *International Business Review*, 21(4), 708-721. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.08.001>

- Dimitratos, P. ve Jones, M. V. (2005). Future directions for international entrepreneurship research. *International Business Review*, 14(2), 119-128. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.06.003>
- Etemad, H. (2015). The principal components of the international entrepreneurial orientation-performance relation and its linkages with the key concepts and key constructs in the present issue. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 361-369. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0163-7>
- Fisher, C. (2010). *Researching and Writing a Dissertation*. 3rd edition. Harlow: Prentice Hall.
- Freeman, S. ve Cavusgil, S. (2007). Toward a typology of commitment states among managers of born- global firms: A study of accelerated internationalization. *Journal of International Marketing*, 15(4), 1-40. doi: <https://doi.org/10.1509/jimk.15.4.1>
- Freixanet, J., Braojos, J., Rialp-Criado, A. ve Rialp-Criado, J. (2020). Does international entrepreneurial orientation foster innovation performance? The mediating role of social media and open innovation. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33-44. doi: <https://doi.org/10.1177/1465750320922320>
- Frishammar, J. ve Andersson, S. (2009). The overestimated role of strategic orientations for international performance in smaller firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 7(1), 57-77. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-008-0031-9>
- Gerschewski, S., Rose, E. L. ve Lindsay, V. J. (2015). Understanding the drivers of international performance for born global firms: An integrated perspective. *Journal of World Business*, 50(3), 558-575. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2014.09.001>
- Glavas, C. ve Mathews, S. (2014). How international entrepreneurship characteristics influence Internet capabilities for the international business processes of the firm. *International Business Review*, 23(1), 228-245. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.04.001>
- Gnizy, I. (2019). Big data and its strategic path to value in international firms. *International Marketing Review*, 36(3), 318-341. doi: 10.1108/IMR-09-2018-0249
- Gnizy, I. ve Shoham, A. (2014). Uncovering the influence of the international marketing function in international firms. *International Marketing Review*, 31(1), 51-78. doi: 10.1108/IMR-12-2012-0204
- Gupta, R., Pandey, R. ve Sebastian, V. J. (2021). International Entrepreneurial Orientation (IEO): A bibliometric overview of scholarly research. *Journal of Business Research*, 125, 74-88. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.005>
- Hernández-Perlines, F. ve Xu, W. (2018). Conditional mediation of absorptive capacity and environment in international entrepreneurial orientation of family businesses. *Frontiers in Psychology*, 9(102), 1-14. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00102>
- Hernández-Perlines, F., Moreno-García, J. ve Yañez-Araque, B. (2016). The mediating role of competitive strategy in international entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, 69(11), 5383-5389. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.142>
- Hernandez, M. A. (2019). Unveiling International New Ventures' Success: Employee's Entrepreneurial Behavior. *Administrative Sciences*, 9(56), 1-32. doi: <https://doi.org/10.3390/admsci9030056>

- Jambulingam, T., Kathuria, R. ve Doucette, W.R. (2005). Entrepreneurial orientation as a basis for classification with a service industry: the case of retail pharmacy industry. *Journal of Operations Management*, 31(1), 23-42. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jom.2004.09.003>
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S. ve Kyläheiko, K. (2005). Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 3(3), 223-243. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-005-1133-2>
- Jin, B. ve Cho, H. J. (2018). Examining the role of international entrepreneurial orientation, domestic market competition, and technological and marketing capabilities on SME's export performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(5), 585-598. doi: 10.1108/JBIM-02-2017-0043
- Jones N.V. ve Coviello N. (2005). Internationalisation: conceptualising an entrepreneurial process of behaviour in time. *Journal of International Business Studies*, 36(2), 227-244. doi: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400138>
- Kaya, H. ve Ağca, V. (2009). Entrepreneurial orientation and performance of Turkish manufacturing FDI firms: An empirical study. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 24(275), 1-26. doi: <https://doi.org/10.3848/iif.2009.275.3157>
- Keupp, M. ve Gassmann, O. (2009). The past and future of international entrepreneurship: A review and suggestions for developing the field. *Journal of Management*, 36(1), 40-65. doi: <https://doi.org/10.1177/0149206308330558>
- Knight, G. A. ve Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141. doi: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400071>
- Knight, G. A. ve Cavusgil, S. T. (2005). A taxonomy of born-global firms. *Management International Review*, 45(3), 15-35. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/40836141?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Kosala, M. (2015). Innovation processes as a stimulant of internationalisation process of firms. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(2), 65-84. Erişim adresi: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=288920>
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S. ve Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42(3), 253-267. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.010>
- Kurtulmuş, B. E., Katrinli, A. ve Warner, B. (2020). International Entrepreneurial Orientation and Performance of SMEs: The Mediating Role of Informal Institutional Framework. *SAGE Open*, 10(4), 1-9. doi: <https://doi.org/10.1177/2158244020983294>
- Li, L., Qian, G., Qian, Z. ve Lu, I. (2018). Aspiration, foreignness liability and market potential: How do they relate to small firms' international entrepreneurial orientation. *International Marketing Review*, 35(6), 1009-1032. doi: 10.1108/IMR-03-2017-0062
- Lin, Z., Cao, X. ve Cottam, E. (2020). International networking and knowledge acquisition of Chinese SMEs: the role of global mind-set and international entrepreneurial orientation, *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(5-6), 449-465. doi: <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640459>

- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. doi: <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Martin, S. L. ve Javalgi, R. R. (2016). Entrepreneurial orientation, marketing capabilities and performance: the moderating role of competitive intensity on Latin American International new ventures. *Journal of Business Research*, 69(6), 2040-2051. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.149>
- McDougall-Covin, P., Jones, M. ve Serapio, M. (2014). High-potential concepts, phenomena, and theories for the advancement of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 1-10. doi: <https://doi.org/10.1111/etap.12090>
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791. doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Nummela, N., Vissak, T. ve Francioni, B. (2020). The interplay of entrepreneurial and non-entrepreneurial internationalization: an illustrative case of an Italian SME. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18, 295-325. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00673-y>
- Oyson, M. J. (2020). Compressed internationalisation: New internationalisation behaviour of small New Zealand firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 18, 444-472. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-020-00273-5>
- Paul, J. (2020). SCOPE Framework for SMEs: A New Theoretical Framework for Success and Internationalization. *European Management Journal*, 38(2), 219-230. doi: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.02.001>
- Paul, J. ve Mas, E. (2019). Toward a 7-P framework for international marketing, *Journal of Strategic Marketing*, 28(8), 681-701. doi: <https://doi.org/10.1080/0965254X.2019.1569111>
- Paul, J. ve Sánchez-Morcilio, R. (2019). Toward a new model for firm internationalization: Conservative, predictable, and pacemaker companies and markets. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 36(3), 336-349. doi: <https://doi.org/10.1002/cjas.1512>
- Raats, R. ve Krakauer, P. V. (2020). International Entrepreneurial Orientation: Exploring the Brazilian Context. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(1), 51-69. Erişim adresi: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=976182>
- Rialp, A., Rialp, J. ve Knight, G. (2014). International entrepreneurship: A review and future directions. S. A. Fernhaber, & S. Prashantham, *The Routledge Companion to International Entrepreneurship* (s. 7-28.). London, UK: Routledge.
- Ripollés-Meliá, M., Menguzzato-Boulard, M. ve Sánchez-Peinado, L. (2007). Entrepreneurial orientation and international commitment. *Journal of International Entrepreneurship*, 5(3-4), 65-83. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-007-0016-0>
- Rowley, J. ve Slack, F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News*, 27(6), 31-39. Erişim adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/01409170410784185/full/pdf?title=conducting-a-literature-review>
- Ruzzier, M., Douglas, E. J., Ruzzier, M. K. ve Hojnik, J. (2020). International Entrepreneurial Orientation and the Intention to Internationalize. *Sustainability*, 12(14), 5647, 1-20. doi: <https://doi.org/10.3390/su12145647>

- Semrau, T., Ambos, T. ve Kraus, S. (2016). Entrepreneurial orientation and SME performance across societal cultures: An international study. *Journal of Business Research*, 69(5), 1928-1932. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.082>
- Styles, C., Kropp, F., Lindsay, N. J. ve Shoham, A. (2006). Entrepreneurial, market, and learning orientations and international entrepreneurial business venture performance in South African firms. *International Marketing Review*, 23(5), 504-523. doi: 10.1108/02651330610703427
- Sundqvist, S., Sintonen, S., Kuivalainen, O., Tarkiainen, A., Lee, N. ve Cadogan, J. W. (2016). Cross-country cross-survey design in international marketing research: The role of input data in multiple imputation. *International Marketing Review*, 33(3), 454-482. doi: 10.1108/IMR-11-2014-0348
- Swoboda, B. ve Olejnik, E. (2016). Linking processes and dynamic capabilities of international SMEs: the mediating effect of international entrepreneurial orientation. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 139-161. doi: 10.1111/jsbm.12135
- Thanos, I. C., Dimitratos, P. ve Sapouna, P. (2017). The implications of international entrepreneurial orientation, politicization, and hostility upon SME international performance. *International Small Business Journal*, 35(4), 495-514. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242616641749>
- Wach, K. (2015). Entrepreneurial orientation and business internationalisation process: The theoretical foundations of international entrepreneurship. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(2), 9-24. Erişim adresi: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=288919>
- Wach, K., Głodowska, A. ve Maciejewski, M. (2018). Entrepreneurial orientation, knowledge utilization and internationalization of firms. *Sustainability*, 10(12), 4711, 1-23. doi: <https://doi.org/10.3390/su10124711>
- Wales, W., Gupta, V. K., Marino, L. ve Shirokova, G. (2019). Entrepreneurial orientation: International, global and cross-cultural research. *International Small Business Journal*, 37(2), 95-104. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242618813423>
- Weerawardena, J., Mort, G., Liesch, P. ve Knight, G. (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business*, 42, 294-306. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.004>
- Yoo, S., Kim, H. M. ve Lee, Y. R. (2019). The Effects of International Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Activities on SMEs' Export Performance. *Journal of Korea Trade*, 23(7), 156-172. doi: <https://doi.org/10.35611/jkt.2019.23.7.156>
- Yoon, J., Kim, K. K. ve Dedahanov, A. T. (2018). The role of international entrepreneurial orientation in successful internationalization from the network capability perspective. *Sustainability*, 10(6), 1709. doi: <https://doi.org/10.3390/su10061709>
- Zahra, S. A., Newey, L. R., & Li, Y. (2014). On the frontiers: The implications of social entrepreneurship for international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 137-158. doi: <https://doi.org/10.1111/etap.12061>.
- Zhang, M., Sarker, S. ve Sarker, S. (2013). Drivers and export performance impacts of IT capability in 'born-global' firms: a cross-national study. *Information Systems Journal*, 23(5), 419-443. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2012.00404.x>

Zhou, L., Barnes, B. R. ve Lu, Y. (2010). Entrepreneurial proclivity capability upgrading and performance advantage of newness among international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 41(5), 882–905. doi: <https://doi.org/10.1057/jibs.2009.87>

Zucchella, A., Strange, R. N. ve Mascherpa, S. (2019). Which organisational capabilities matter for SME export performance?. *European Journal of International Management*, 13(4), 454-478. Erişim adresi: <https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/EJIM.2019.100812>

Extended Abstract

Purpose

The aim of this study is to systematically examine the concept of international entrepreneurial orientation with the critical literature review method. Besides, it is aimed to draw a road map for future studies by examining the studies on international entrepreneurial orientation in detail.

Design and Methodology

The aim of this study is to conduct a research on the foundations and principles of international entrepreneurship orientation. In this context, literature review method was used. The literature review applied within the scope of the study is based on a critical literature review suggested by Fisher (2010, p. 94), which Wach (2015, p. 11) used in his conceptual study. In this context, studies on international entrepreneurial orientation were searched on the Web of Science database with the keyword "International Entrepreneurial Orientation". As a result of the research, 51 articles were reached. All the articles reached were evaluated. The studies were examined in detail methodologically and theoretically, and the findings were tabulated. Tabulated studies were evaluated in detail and discussed. As a result of the discussion, suggestions were made for the future, especially by mentioning the missing aspects on the subject.

Findings

As a result of the examinations, it was seen that the articles were mostly published in entrepreneurship journals. The articles examined within the scope of the research are the studies between 2004 and 2021, and the studies on the subject have increased in recent years. Studies are mostly empirically constructed and quantitative studies. When the quantitative studies on the subject are examined, it is seen that the concept of international entrepreneurial orientation is generally associated with the international performance variable. In addition, it was observed that the three-dimensional entrepreneurial orientation scale of Covin and Slevin (1989, p. 86) was generally used in the studies. The one-dimensional scale of Knight and Çavuşgil (2004, p. 139) was the most used scale as the international entrepreneurial orientation scale. Studies show that empirical studies mostly focus on SMEs in a single country.

Research Limitations

Within the scope of the study, the research was made using only the Web of Science database. This situation constitutes the limitation of the research.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

The first of the methodological suggestions was related to the scale. The issues that can be focused on within the scope of the scale are the scale dimensions, the fact that these scale dimensions may differ from country to country, the relationship of the dimensions with each other, and tautological problems related to the scale. It is recommended to make future studies longitudinally and use qualitative research as a research method in order to obtain in-depth knowledge. Studies which examining large-scale enterprises collect data from more than one person for the reliability of the results. The first of the contextual suggestions was on the conduct of culture specific studies. It is thought to be useful to make comparisons within the framework of cultural groups or by using the classifications of developing, emerging and developed countries. In this direction, political, economic, socio-cultural, technological, legal and environmental factors should be taken into consideration. Examining the sectors with different environmental dynamics and making comparisons may be useful for future studies. Another issue that can be addressed is to examine different SME groups such as born globals and family businesses. In addition, it is seen that various types of entrepreneurship have become important today. For example, examining refugee and immigrant entrepreneurs will contribute to the development of knowledge on the subject.

Originality/Value

Considering that the studies on the international entrepreneurial orientation subject continue to increase today, it is seen that there is a need for new academic discussions about this topic. This study provides a starting point for future studies on international entrepreneurial orientation.

Araştırmacı Katkısı: Ayşe Merve URFA (%50), Cem Cüneyt ARSLANTAŞ (%50).

Türkiye’de 1991–2002 Döneminde Yerel Yönetim Reformu Çabalarına Dair Söylemler, Denemeler ve Gelişmeler ¹

Hüseyin ÖZGÜR ² - Niran CANSEVER ³

Başvuru Tarihi: 29.12.2021

Kabul Tarihi: 11.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

1990’lı yıllarla birlikte küreselleşme süreci ile 1980’li yıllarda başlayan ekonomik ve siyasal neoliberal politikaların etkisiyle; hukuk devleti, demokratikleşme, insan hakları gibi kavramların önemi artmıştır. Yaşanan gelişmelerle yerel yönetimler ile merkezi hükümetin ilişkileri yeniden sorgulanmıştır. Merkezin vesayetinin ve karışmasının daha sınırlı, daha katılımcı ve yönetim çerçevesinde şekillenen bir yerel yönetim anlayışının tartışıldığı 1990’lar Türkiye’de yerel yönetim reformu tartışmaları güncelliğini korumuş, özellikle yerel seçimler öncesinde popülerliği artmıştır. Bu nedenle çalışmada, 1991 milletvekili seçimlerinden 2002 milletvekili seçimlerine kadar olan süreçte başka ülkelerdeki yönetim ve katılım temelindeki değişimlere paralel olarak Türkiye’de 1991–2002 dönemindeki yerel yönetim reform çabaları/söylemleri, taslakları, örnekleri ve denemeleri irdelenmektedir. Bu bağlamda, reform çabalarının hukuki arkaplanı, sonuçları ve eksiklikleri, yerel ve metropoliten yönetişime doğru dönüşümü mümkün kılan siyasi, iktisadi, idari, küresel ve uluslararası ilişkiler bağlamındaki öncelikler, siyasi aktörlerin bakış açıları akademik yazın ile hükümet ve siyasi parti belgeleri harmanlanarak tartışılmaktadır. Türkiye’de 1990’lı yıllarda, etnik ve dinsel hareketler güçlenmiş, radikal sağ partiler ortaya çıkmış, siyasal partiler yelpazesi parçalanmıştır. Kısa süreli koalisyon hükümetleriyle yönetilen 1991–2002 dönemi Türkiye’ sine, siyasal ve ekonomik istikrarsızlık ile toplumsal huzursuzluklar hâkim olmuş, tekrarlanan ve zenginleşen içeriklere sahip çoğu söylem ve vaatlerin gerçekleşmesi AK Parti iktidarları dönemine ertelenmiştir. Daha katılımcı, yeterli ve yetkin, günün şartlarına uygun ve demokratik yerel yönetimler doğrultusunda reformlar yapılması ihtiyacı siyasal partilerin 1991–2002 dönemi belgelerine girmiştir. Yerel yönetimler reformuna dair 1991–2002 döneminde yasallaşmayan söylem ve tasarılar, sık değişen ve çoğu kısa ömürlü koalisyon hükümetlerinin 2002’de bitimiyle, AK Parti iktidarları döneminde, -1990’lardaki söylemlere bazı benzerlikler içeren şekilde- 2004’ten itibaren kanunlaşmış ve ikincil mevzuatları oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: 1990’lar, Yerel Yönetim Reformu, Siyasal Hayat ve Kurumlar, Yerel Siyaset

Atıf: Özgür, H. ve Cansever, N. (2022). Türkiye’de 1991–2002 döneminde yerel yönetim reformu çabalarına dair söylemler, denemeler ve gelişmeler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 209-234.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, huseyinozgur@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1219-1273

³ Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, nirancansever@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7067-8779

Discourses, Trials, and Developments in Local Government Reform Efforts in Turkey in the Period of 1991–2002

Hüseyin ÖZGÜR⁴ - Niran CANSEVER⁵

Submitted by: 29.12.2021

Accepted by: 11.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

In the 1990s and the economic and political neoliberal policies that started in the 1980s; the importance of concepts such as the rule of law, democratization and human rights has increased in Turkey. In Turkey, during the 1990s, where the tutelage and involvement of the center were dominant, a more participatory a local government approach shaped within the framework of governance was discussed: The discussions on local government reforms remained up-to-date and their popularity increased before the local elections. In this study, the transformation attempts of local government regulation in terms of governance and participation in line with the Parliamentary elections from 1991 to the 2002 is examined. To this end, the political, legal and economic background of Turkey in the focused era, results and deficiencies of the local government reform efforts, drafts, discourses, and trials in Turkey are analyzed. The legal, political, economic, and administrative concerns and priorities, the perspectives of political actors toward local government reforms are discussed by blending the literature with government and political party documents. Political and economic instability and social unrest prevailed in Turkey, which was ruled by short-term coalition governments in the 1991–2002 period, the realization of many political discourses and promises was postponed to the AK Party ruling period, which started in 2002. The necessity of making reforms for a more participatory, adequate, competent, and democratic local governments entered the documents of the political parties, but it was not realized during the frequently changing coalition governments of the 1990s.

Keywords: 1990s, Local Government Reforms, Political Life and Institutions, Local Politics

⁴ Anadolu University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Political Science and Public Administration, huseyinozgur@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1219-1273

⁵ Süleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Political Science and Public Administration, nirancansever@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7067-8779

Giriş

Kentleşme sürecinin hızlanması ve güçlü yerel yönetimlere yönelik ihtiyaçların artmasına da bağlı olarak Türkiye için 1973 ile 1977 yerel seçimleri, yerel kapasite ve katılım, güçlü ve özerk belediyeçilik, yerel siyaset konularında yeni anlayışların dillendirilmesine ve denenmesine vesile olmuştur (Göymen, 1997; 2000, s. 4-5; Haktankaçmaz, 2004). Birkaçı 1950'lerde çoğunluğu ise 1970'li yıllar boyunca hazırlanan çeşitli mevzuat değişiklikleri ile birkaçı ilk defa gündeme gelen (örneğin 1970'lerdeki metropoliten hizmet birliği taslakları) kanun önerileri yoluyla yerel yönetimler reformu konusunda biraz ilerlenmiştir. Özellikle metropolitenleşme sürecindeki alanların yönetimine dair tasarıların yasalaşmaması nedeniyle somut reformlar gerçekleştirilememişse de, 1970'lerden itibaren söylem bazında ortak bazı ana temalar gelişmiştir.

Türkiye'de 1980'li yıllara kadar yerel yönetimler alanında gerçekleştirilebilen hukuki mevzuat değişiklikleri bazı sınırlı örnekler dışında yapısal ve sistemsel/model tabanlı dönüşüm ve yönetim anlayışının yaygınlaşmasına doğru evrilememiştir. 1980'lerin başlarına kadar, Türkiye'de başta il özel idarelerinin görev alanlarının fiilen ve sonra da 1987 yılında 3360 sayılı sınırlı değişiklik ve dil güncellemesi yapan Kanun'la daralması ve belediyelerde kimi görev alanlarının bakanlıklar ve/veya bağlı ve ilgili kuruluşlara da verilmesiyle, zamanla merkezi-yerel yönetim ilişkileri açısından merkezin gücü artmıştır. Bu bağlamda, mevzuat, kurumsal yapılanma ve uygulamada yerel yönetişime doğru evrim de çok sınırlı kalmış, hatta geriye gidişler gözlemlenmiştir. Bu durumda güçlü ve özerk yerel yönetimler gerçekleşmemiş, yerel yönetimlerde yönetim çeşitleri ve uygulamaları da sınırlı kalmıştır.

Türkiye'de çoğunluğu 1980'lerde başlayan --bazıları nadiren de olsa 1980 öncesinde de gözlemlenebilen-- ve 1990'larda yavaşlayıp pek somut sonuçlar doğurmayan çabalarla sınırlı kalan bir dizi gelişme, kavram, mevzuat, söylem ve uygulama yerel yönetim reformu, yerel yönetişim, güçlü ve özerk yerel yönetimler ile ilişkisi açısından listelenip irdelenebilir. Bu bağlamda, yerel yönetimlerde yönetişim modeline geçiş veya daha doğrusu yönetişim unsurları taşıyan bazı anlayışlar ile sınırlı da olsa uygulama örnekleri Türkiye'de de rastlanmaktadır. Örneğin, demokratikleşme söylem ve çabaları, güçlü yerel yönetimlere dönüş, vatandaş/hemşehri odaklılık, sektörlerarası işbirliği, ortaklıklar (Acar, 2004) ve uygulamaları, üniversite – yerel yönetim işbirliği, yerel katılım örnekleri ve mekanizmaları, kent konseyleri, muhtarların katılımı, şeffaflık çabaları ve mekanizmaları gibi uygulamalar bu süreci açıklayacak örnekler arasındadır.

Bu çalışmada, Türkiye'de yerel yönetimlerin merkezi idarenin temsilcileri veya uzantıları olarak görüldükleri bir modelden, göreceli olarak daha fazla yetki ve görev üstlendikleri, daha esnek ve kendi ihtiyaçlarına uygun teşkilatlanabildikleri, toplumsal aktörlerin katılım mekanizmalarının çeşitlenip kuvvetlendiği bir yerel yönetişim modeline doğru geçiş sürecinin 1991–2002 dönemindeki hukuki ve siyasi arkaplanı, çabaları, eksiklikleri ve sonuçları irdelenmektedir. Bu çalışmada yerel yönetişim modeline doğru değişimi mümkün kılan etkenler, reform çabaları ve taslakları, yeni yerel yönetim modelinin temel özellikleri, yerel yönetişime geçişte hukuki mevzuat, siyasi ve yönetsel kaygılar, uygulamadan kaynaklanan sorunlar sistematik biçimde ortaya konarak literatür ışığında yorumlanmaktadır.

1991 genel seçimiyle birlikte Türkiye'de, 2002 seçimlerine kadar sürecek koalisyonlar dönemi başlamış olup 4 genel seçim (1991, 1995, 1999, 2001), 2 yerel seçimin (1994–1999) yapıldığı 11 yıllık koalisyon döneminde, 11 hükümet kurulmuştur. 1990'lı yıllarda, bu siyasal konjonktürde; yerel seçim kampanyalarına verilen önem artmış, ulusal düzeyde seçimi kazanmanın yolunun, yerelde de başarılı olmaktan geçtiği anlayışı pekişmiştir. Seçimlere katılan siyasal partilerin neredeyse hepsi yerel yönetim reformlarından çokça bahsetse de koalisyon hükümetlerinin yapısı ve kısa süreli oluşu reform fikirlerini söylem bazında bıraktırmıştır. 1991–2002 dönemi yerel yönetim reform çabalarını ve söylemlerini yerel yönetişim modeline doğru geçiş süreci bağlamında sağlıklı biçimde irdelemede siyasi ortamın etkilerine de bakmak faydalı olacaktır.

Çalışmanın amacı Türkiye’de yerel yönetim modeline doğru geçiş sürecinde, hukuki ve siyasi arkaplan gözönüne alınarak 1991–2002 dönemindeki yerel yönetim reform çabaları söylemleri, taslaklarını doküman incelemesi yöntemiyle irdelemektir. Diğer veri toplama teknikleriyle birlikte de kullanılabilen *doküman incelemesi*; araştırılmak istenen olgu/durum hakkında bilgi içeren yazılı belgelerin irdelenmesini kapsar (Mogalakwe, 2006; Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 217-218). Doküman incelemesi yöntemi uygulanırken; dokümanlara ulaşma, orijinalliklerini kontrol etme, anlama ve veriyi kullanma aşamaları (Yıldırım ve Şimşek, 2013) takip edilmiştir. Bu kapsamda 1991–2002 dönemindeki; yerel ve milletvekili seçim sonuçları, iktidar ve muhalefet olarak görev yapan siyasi partilerin parti programları ve seçim beyannameleri, meclis tutanakları, koalisyon hükümetlerinin protokolleri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri birlikte analiz edilmiştir. Böylece 1991–2002 dönemindeki siyasi ortam ışığında yerel yönetim reform çabalarını ve söylemlerini “yerel yönetim modeline doğru geçiş” süreci bağlamında irdeleme fırsatı elde edilmiştir.

1991–2002 Döneminde Türkiye’de Siyasal Konjonktür

1980 askeri darbesinin hemen ardından bütün siyasi partiler ve siyasetçiler yasaklanmış, böyle bir konjonktürde merkez sağda konumlanan Turgut Özal liderliğinde Anavatan Partisi (ANAP) siyaset sahnesine çıkmıştır. 1987’de siyasi yasakların halk oylaması sonucu kalkmasıyla birlikte, Süleyman Demirel Doğru Yol Partisi’nin (DYP) lideri olmuştur. Merkez sağda konumlanan ANAP ve DYP 1987’den 2002 seçimlerine kadar karşılıklı iktidar savaşı vermiştir. 1993 yılından sonra, Özal ve Demirel’in merkez sağda iktidar mücadelesini genel başkan değişikliğiyle Mesut Yılmaz (ANAP) ve Tansu Çiller (DYP) devralmıştır. Böylece merkez sağ geleneği, 1990’lar boyunca, aralarında büyük ideolojik farklar olmayan, ancak uzlaşamayan ve aynı hükümet çatısı altında birleşemeyen DYP ve ANAP’ın ayrı varlıklarıyla ikiye bölünmüştür (Cansever ve Kiriş, 2021, s. 91).

1991 seçimlerinden sonra, partilerin oy oranlarının %10-%20 arasında değiştiği ve hükümetlerin yalnızca koalisyon yoluyla veya azınlık hükümeti formülüyle kurulabildiği bir sistem yerleşmiştir (Sayarı, 2002, s. 9-10). Ayrıca bu dönemde siyasi partiler arası milletvekili transferleri temsil geçişleri ile seçmen tabanının bir partiden kolayca başka partiye kayması oldukça yükselse de bu dönemde halen güçlü bir merkez sağ vardı. (Cansever ve Kiriş, 2021, s. 137-139). Artan küreselleşme sürecinin de etkileriyle milliyetçi, etnik ve İslamcı hareketler güçlenmiş, radikal sağ partiler ortaya çıkmış ve destek görmüştür. Bu gelişmelerin ve başka faktörlerin de etkisiyle, söz konusu dönemde, seçmen tabanının bölünmesine yol açan siyasi partiler yelpazesi parçalı görünüme sahipti. Parti sistemi ideolojik yelpazesinin oldukça genişlediği 1990’lı yıllarda, siyasi parti sisteminde siyasi tercihlerin; *merkez sağ, ortanın solu* ile merkezden uzaklaşan *milliyetçi ve İslamcı sağ* olmak üzere, üç temel blok şekline dönüşmesi dikkat çekmektedir.

1990’lı yıllarda merkez sağı temsil eden ANAP ve DYP; İslamcı sağda olan Refah Partisi (RP) / Fazilet Partisi (FP); milliyetçi sağda Milliyetçi Hareket Partisi (MHP); merkez solu temsil eden SHP, DSP ve CHP ile sivil toplum ve/veya etnik kimlik vurgusu olan partiler de seçimlerde yarışmıştır. Sosyalist solu, Türkiye Birleşik Komünist Partisi (TBKP) temsil etmiştir. 3.7.1992’deki bir Kanun’la kapatılan bütün siyasi partilere yeniden faaliyet izni verilince Deniz Baykal liderliğinde CHP ve Alparslan Türkeş liderliğinde MHP yeniden açılmıştır. MHP, 27 Aralık 1992’de yapılan parti genel kurulunda aldığı kararla Milliyetçi Çalışma Partisi’yle (MÇP) birleşmiştir (Meclis Haber Dergisi, 1992, s. 14). İslamcı/milliyetçi çizgi tartışmasından dolayı Muhsin Yazıcıoğlu MHP’den 29.01.1993’te ayrılarak Büyük Birlik Partisi’ni (BBP) kurmuştur. Merkez solda CHP, SHP ve DSP bölünmüşlüğüne son vermek adına CHP ve SHP 18 Şubat 1995’te birleşmiştir (Meclis Haber Dergisi, 1995, s. 5). Bedrettin Dalan liderliğinde ANAP’tan ayrılanların 1990 yılında kurduğu Demokrat Merkez Partisi (DMP), 1991’de DYP’ye katılma kararı almıştır.

Bu süreçte, tabela partisi niteliğinde yeni partiler de sisteme dâhil olmuştur. Turgut Özal'ın Cumhurbaşkanı olup parti liderliğini bırakması sonrasında Yusuf Bozkurt Özal, Yeni Parti'yi (YP) kurmuştur. Adnan Menderes'in oğlu Aydın Menderes ise Büyük Değişim Partisi'ni (BDP) kurmuştur. Aynı şekilde ANAP'tan ayrılan Hasan Celal Güzel, Yeniden Doğuş Partisi'ni (YDP) kurmuştur (23 Kasım 1992). DYP'nin RP ile koalisyon yapması sonucu partiden ayrılanlar, Demirel'in de desteğiyle, Hüsamettin Cindoruk liderliğinde Demokrat Türkiye Partisi'ni (DTP) kurmuşlardır. Yeni sol bir parti olarak ortaya çıkan Özgürlük ve Dayanışma Partisi (ÖDP); Kürt milliyetçiliğine vurgu yapan Halkın Emek Partisi (HEP) - Demokrasi Partisi (DEP) - Halkın Demokrasi Partisi (HADEP); sivil toplum vurgusu yapan Yeni Demokrasi Hareketi (YDH) 1990'lı yıllarda siyaset sahnesinde olan partilerdendir.

Türkiye'de 1990'lı yıllar; Güneydoğu ve Kıbrıs, terör olayları, yüksek enflasyon ve birçok ekonomik, siyasal ve toplumsal krizlerin yaşandığı bir dönemdir. 1990'lar; Türkiye'de siyasetin çözüm üretme yeteneğini yitirdiği, siyasetin odak ve ağırlık noktasının değiştiği, siyasal partiler yelpazesinin çok genişlediği ve merkezin eriyerek seçmenin daha uç partilere doğru yöneldiği dönemdir. Özellikle 1983-1991 döneminde daha merkezde olan partilere destek veren seçmen, 1991 seçimlerinden sonra dağılmaya başlamıştır. Daha merkezdeki siyasal partilerin oyları düşerken, siyasette ve seçmen tabanında bölünme, parçalanma ve ciddi kutuplaşma (Cansever ve Kiriş, 2021; Başlevent, vd., 2004, s. 309; Sayarı, 2002, s. 20) ortaya çıkmıştır. 1991-2002 döneminde Türkiye'de üç (1991, 1994, 2001) ekonomik kriz yaşanmış, çok parçalı hale gelen siyasetle birlikte, dönemin sonlarına doğru siyasal istikrarsızlık, toplumsal güvensizlik, yolsuzluk ve liyakatsizlik çok yüksek düzeylerde hissedilmiştir (Findley, 2011, s. 362). 1990'larda yerel yönetim reformlarının yapılmaya çalışıldığı bu siyasal ortamda konunun kapsamı ve o dönemdeki toplumsal ve siyasal dönüşümü iyi okumak adına yerel ve milletvekili/genel seçimlerini de kısaca incelemek gerekmektedir.

1990'larda Yerel Seçimler

Türkiye'de bu dönemde; 20 Ekim 1991 ve 24 Aralık 1995'te milletvekili, 27 Mart 1994'te yerel seçimler yapılırken, 18 Nisan 1999'da ise yerel ve milletvekili seçimleri aynı gün birleşik olarak yapılmıştır. Bu süreçte hem siyasal çekişmelerin yoğun yaşanması ve siyasal partiler yelpazesinin bölünmüş olması hem de seçim ittifakları nedeniyle milletvekilleri sürekli parti değiştirmiş ve yoğun şekilde temsil geçişleri yaşanmıştır (Cansever ve Kiriş, 2021, s. 151).

1991 seçimlerinde, seçim barajından dolayı HEP+SHP ve MÇP+IDP+RP (kutsal ittifak) seçim ittifakı yaparak seçime katılmıştır (Sezen, 1994, s. 270). Ancak Seçim Kanunu böyle bir ittifaka izin vermediğinden, MÇP ve IDP'nin milletvekili adayları partilerinden istifa ederek RP listelerinden; HEP milletvekili adayları ise SHP listelerinden seçime girmişlerdir. DYP (%27), ANAP (%24), SHP (%20,8), RP (%16,9), DSP (%10,8) ve Sosyalist Parti (SP) seçime katılmıştır (www.ysk.gov.tr). ANAP'ın ikinci parti konumuna gerilediği ve DYP'nin birinci parti konumuna yükseldiği bu seçimlerde, Parlamentodaki 450 sandalye DYP, ANAP, SHP, RP ve DSP arasında paylaşıldı. Bu seçimlerde DSP barajı sınırda geçerken; RP, seçim ittifakının etkisiyle 4. parti olmuştur.

27 Mart 1994 Yerel Seçimlerinden önce Ardahan ve Iğdır'ın il olmasıyla il sayısı 76'ya yükselmiştir. 1994 yerel seçimlerinde 76 ilde seçmen; 15 büyükşehir belediye başkanı, büyükşehir ilçe, büyükşehir alt kademe, il, ilçe ve belde belediyesi olmak üzere toplam 2.710 belediye başkanlığı, belediye meclisi üyeliği ve il genel meclisi üyeliği için oy kullanmıştır (Tablo 1). Siyasal partiler yelpazesinin solunda 5, sağında 8 olmak üzere 13 partinin⁶ katıldığı seçimlerde yalnızca ANAP, DYP, SHP ve RP ülke barajını geçerek %10'un üzerinde oy aldı. Yerel seçimlerde seçmenin oy kullanırken adayın aksine parti odaklı hareket ettiği il genel meclisi seçimleri siyasal parti tercihlerini daha iyi yansıtır. *İl genel meclisi seçiminde* DSP, CHP ve MHP seçim barajını aşamazken; DYP %21,4, ANAP %21, RP %19,1, SHP %13,6 oranında oy almış; DYP 35, RP 31, ANAP ise sadece 9 ilde birinci olmuştur (Cansever, 2019, s. 261). *Belediye başkanlığı seçimlerinde* ise; ANAP %22,8, DYP, %19, RP %18,9,

⁶ Seçime katılan siyasal partiler: DYP, ANAP, RP, DSP, CHP, MHP, DP, BBP, İP, Sosyalist Birlik Partisi (SBP), Millet Partisi, YDP ve SHP'dir.

SHP ise %16,8 oranında oy almıştır. 1994 yerel seçimlerinin belediye başkanlığı basamağında, siyasal yelpazede sağda konumlanan ANAP, DYP ve RP ilk üçe girmiştir. 2.710 belediye başkanlığı için seçiminde, DYP 886, ANAP 793, SHP 436, RP 329, MHP 118, CHP 64, Bağımsızlar 44, DSP 23, BBP 11 ve DP 6 belediye başkanlığı kazanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1
1994 Yerel Seçim Sonuçları

Partiler	Belediye Başkanlığı Sayısı	Belediye Başkanlığı Seçimi %	Belediye Meclisi Seçimi %	İl Genel Meclisi Seçimi %	Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi %
DYP	886	19,0	19,9	21,4	15,9
ANAP	793	22,8	22,7	21,0	21,8
SHP	436	16,8	16,8	13,6	19,7
RP	329	18,9	19,1	19,1	22,4
MHP	118	7,5	7,5	8,0	4,5
CHP	64	4,4	4,3	4,6	2,9
DSP	23	7,9	8,4	8,8	11,2
BBP	11	0,9	1,1	1,3	0,4
DP	6	0,3	0,3	0,5	0,1
Bağımsız	44	0,8	0,1	0,3	0,1

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için seçime katılan siyasal partilerin hiçbiri seçim ittifakı yapmamıştır. Ancak bu seçimlerde genel olarak partilerin hepsi basın aracılığıyla RP'ye karşı antipropaganda yürütmüşlerdir (Özkök, 1994, s. 27; Dağtaş, 2001, s. 164). Seçmen sayısının fazla olması nedeniyle özel öneme sahip olan İstanbul'da; DYP Bedrettin Dalan'ı, ANAP İlhan Kesici'yi, MHP Ahmet Vefik Alp'i, SHP Zülfi Livaneli'yi ve RP Recep Tayyip Erdoğan'ı aday göstermiş ve seçimi RP kazanmıştır. Büyükşehir belediyelerinde en büyük başarıyı RP ve ANAP gösterdiği bu seçimlerde RP, büyük illerin il merkezi belediyelerinde ve özellikle büyükşehir belediyelerinde gösterdiği başarıyla ülke genelinde oy oranını arttırmıştır. RP, atak yaparak, altı (Ankara, Erzurum, Diyarbakır, İstanbul, Konya, Kayseri); ANAP üç (Bursa, Adana, Mersin), DYP üç (İzmir, Antalya, Eskişehir), SHP iki (Kocaeli, Gaziantep), CHP ise bir (Samsun) büyükşehir belediyesi başkanlığı kazanmıştır. RP, 1994 yerel seçimlerinde, Kürt ve Alevilerin yoğun olduğu bölgelerde ve büyük kentlerde yüksek oy oranları yakalamıştır. Büyükşehir belediyelerindeki 56 merkez ilçenin 16'sını ANAP ve 25'ini RP kazanmıştır (Turan, 2008, s. 273). Belediye başkanlığı, belediye meclisi ve il genel meclisi üyeliği seçimlerinde üçüncü parti olan RP'nin büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde birinci oluşu Partinin ulusal siyasette yükselişini de hızlandırmıştır. MHP özellikle Alevi-Sünni karşıtlığının hissedildiği yerlerde ve kendi geleneksel seçim coğrafyasında yükselişe geçmiştir. İdeolojik yelpazenin sağında konumlanan ANAP, DYP ve RP belediye başkanlığı, belediye meclisi ve il genel meclisi seçimlerinde ilk üç sıradadır.

1994 yerel seçimlerinde seçimin tüm ayaklarında en çok oyu sağ partiler almış, birinci partinin alternatifi yine ideolojik olarak sağda konumlanan siyasal partiler olmuştur. Özellikle de İslamcı ve milliyetçi sağ ideolojide olan siyasal partiler yükselişe geçerken; merkez sağ partilerin oyları gerilemiştir. Mart 1994 seçimleri, sosyolojik göstergelerle dolu 1990'lı yılların, 1980'li yıllardan ekonomik ve toplumsal açıdan ne kadar farklı olduğunu gösteren anlamlı sonuçlar vermiştir (Bayramoğlu, 2001, s. 17).

1995 milletvekili seçimleri 550 milletvekili için, Kilis, Karabük ve Yalova'nın da il olmasıyla 79 ilde 83 seçim çevresinde %10 ulusal baraj uygulanarak yapılmıştır. Seçimlere; RP (%21,4), ANAP (%19,6), DYP (%19,2), DSP (%14,6), CHP (10,7), MHP (%8,2) ve HADEP (%4,2) girmiştir (www.yzk.gov.tr). Partilerin seçim kampanyaları genel olarak "RP ve karşıtları" ve "laik-antilaik" ekseninde olmuştur. 1995 milletvekili genel seçimlerinde ANAP ile BBP seçim ittifakı yapmış, CHP ile SHP ise birleşmiştir (Cansever ve Kiriş, 2021, s. 99). Birleşik Sosyalist Parti (BSP), Demokrasi ve Değişim Partisi (DDP) ve Sosyalist İktidar Partisi (SİB) milletvekilleri ise HADEP listelerinden seçime girmişlerdir. 1991 milletvekili genel seçimleri ve 1994 yerel seçimlerinde yükselişe geçmeye başlayan RP, 1995 seçimlerinde %21,4 oy oranı ile birinci parti olmuştur. Bu seçimlerde merkez sağıdaki çözülme süreci devam etmiştir.

1999 yerel seçimlerinden önce ise, Osmaniye'nin il olmasıyla toplam 80 ilde seçmen; 15 büyükşehir belediye başkanı, büyükşehir ilçe, büyükşehir alt kademe, il merkezi, ilçe ve belde belediyesi olmak üzere toplam 3.215 belediye başkanlığı, belediye meclisi üyeliği, il genel meclisi üyeliği seçimleri için oy kullanmıştır. 21 siyasal parti⁷ ve bağımsızların katıldığı seçimlerde sadece 6 siyasal parti barajı geçebilmiştir. İl genel meclisi seçimlerinde; DSP %18,7, MHP %17,1, FP %16, ANAP %15,1, DYP %13,2, CHP ise %11,1 oranında oy almıştır (Tablo 2). 80 ilde gerçekleşen il genel meclisi seçimlerinde siyasal partilerin il bazında başarı sıralaması incelendiğinde ise, MHP 26, DSP 19, FP 12, HADEP 8, DYP 7, ANAP 5, CHP ise 3 ilde seçimleri kazanmıştır (Cansever, 2019, s. 274).

Tablo 2
1999 Yerel Seçim Sonuçları

Partiler	Belediye Başkanlığı Sayısı	Belediye Başkanlığı Seçimi %	Belediye Meclisi Seçimi %	İl Genel Meclisi Seçimi %	Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi %
ANAP	779	17,4	17,1	15,1	16,9
DYP	736	12,8	12,5	13,2	7,4
MHP	499	15,2	15,7	17,1	10,3
FP	488	18,4	18,2	16,5	23,4
CHP	373	13,8	13,3	11,1	16,5
DSP	189	15,2	16,2	18,7	19,3
HADEP	38	3,4	3,5	3,5	3,8
BBP	25	1,2	1,3	1,7	0,6
DTP	14	0,7	0,7	0,9	0,3
BP	6	0,2	0,2	0,2	0,2
DP	4	0,1	0,1	0,1	0
DBP	1	0	0	0	0
Bağımsız	61	0,6	0,1	0,2	0,1

Kaynak: www.tuik.gov.tr

İl merkezi belediye başkanlığı seçimi yapılan 65 il için yapılan seçimlerde siyasal partilerin oy oranları ve başarı sıralaması il genel meclisi sonuçlarından farklılaşmıştır. Oy oranı en yüksek parti sırasıyla FP (%18,4), ANAP (%17,4), DSP (%15,2), MHP (%15,2), CHP (%13,8) ve DYP (%12,8) olmuştur (Tablo 2). MHP 20, FP 12, ANAP 11, CHP 8, HADEP 6, DSP 5, DYP'nin ise 3 il merkezi belediye başkanlığı seçiminde birinci olmuştur. Toplam

⁷ Seçime katılan siyasal partiler; DYP, ANAP, DSP, CHP, MHP, FP, ÖDP, HADEP, İP, DBP, EMEP, DTP, DEPAR, BBP, YDP, LDP, Sosyalist İktidar Partisi (SİP), DP, Barış Partisi (BP), ve Millet Partisi'dir. DEHAP seçime kısmen katılmıştır.

3215 belediye başkanlığından; ANAP 779, DYP 736, FP 488, MHP 499, CHP 373, DSP 189, Bağımsızlar 61, HADEP 38, DTP 14, BBP 21, BP 6, DP 4, ÖDP 2 ve DBP 1 belediye başkanlığı kazanmıştır (Cansever, 2019, s. 276).

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı 1999 yerel seçimlerinde de özel bir konumdaydı. FP Ali Müfit Görtünay'ı, DYP Yalçın Özer'i, ANAP Ali Talip Özdemir'i, CHP Adnan Polat'ı, DSP Zekeria Temizel'i, MHP yine Ahmet Vefik Alp'i aday göstermişti. 15 *büyükşehir belediyesi için başkanlık* seçimlerinde FP (%23,4) en yüksek oy oranını ve 4 (İstanbul, Ankara, Konya, Kayseri) kazanmıştır. Bu seçimlerde DSP (%19,3) 4 (Bursa, Eskişehir, İzmir, Mersin), ANAP (%16,9) 2 (Samsun, Adana), CHP (%16,5) 3 (Kocaeli, Gaziantep, Antalya), MHP (%10,3) 1 (Erzurum) büyükşehir belediyesi başkanlığını kazanmıştır. DSP, MHP ve HADEP ilk defa büyükşehir belediye başkanlığı kazanırken DYP sıfır çekmiştir. Oy oranı bazında bu seçimlerde FP birinci olurken 1994 seçimlerine göre belediye sayısını arttırmaları bakımından seçimlerin kazananı DSP'dir.

1999 milletvekili genel seçimleri, 550 milletvekili için, 80 ilde 84 seçim çevresinde, %10 ülke barajı uygulanarak yapılmıştır. Hiçbir siyasal partinin %25 oy oranına ulaşamadığı seçime 20 parti⁸ katılmış, 1991 ve 1995 milletvekili genel seçimlerinde olduğu üzere, sadece 5 siyasal parti Meclise girebilmiştir. CHP (%8,7) ve HADEP (%4,7) ülke barajını geçememişken; DSP (%22,2), MHP (%18), FP (%15,4), ANAP (%13,2) ve DYP (%12) barajı geçmişlerdir (www.ysk.gov.tr). Yerel ve milletvekili seçim sonuçları incelendiğinde, 1990'lar boyunca merkez sağın gerilemesine karşın, milliyetçi ve İslamcı sağın (MHP ve RP-FP) oyları yükselmiştir.

Merkezin Çöküşü ve İslamcı Sağın Yükselişi

1990'lı yıllarda artan yolsuzluk haberlerinin (Ortaylı ve Küçükçaya, 2012, s. 235), ANAP ve DYP arasındaki çekişmenin, uzlaşmadan uzak lider tutumlarının beraberinde gelen siyasal istikrarsızlığın, değişen konjonktürde yeni kurulan siyasal partilerin yükselişe geçmesi ve diğer faktörlerin etkisiyle merkez sağın yavaş yavaş eridiğini söylemek mümkündür. 1983 ile başlayan ANAP'ın muhafazakâr, milliyetçi tabanı birleştirici gücü ve seçmen tabanı yavaş yavaş çözülmeye başlamıştır. Böyle bir ortamda 1980'lerin sonuna doğru, siyasetin yerel yönetimlerde artan önemi, 1980'den önce varolan ama 12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonra tekrar kurulan küçük partiler açısından seçmen tabanlarını genişletmek için bir fırsat sağlamıştır. Net şekilde ilk kez 1989 yerel seçimlerinde hissedilen bu durum neticesinde 1990'lar boyunca merkez sağ seçmen tabanı yavaş yavaş erimiştir.

Dini konulara ve muhafazakâr değerlere vurgular yapan ve İslamcı olarak anılan RP bu durumdan en iyi istifade eden partiydi ve Partinin yerel yönetimlerdeki başarısı 1991 ve 1995 genel seçimlerde de önünü açmıştı. 1994 Yerel Seçimlerinde RP, Ankara ve İstanbul gibi büyükşehir belediyeleri başta olmak üzere Türk-Kürt milliyetçilik meselelerinin yoğun olduğu Türkiye'nin doğusundaki kentler dâhil birçok küçük belediyede de yönetime gelmişti (Köker, 1995, s. 60). 2.710 yerleşimde yapılan belediye başkanlığı seçimlerinde, RP 2.585 yerleşimde seçime katılmış ve 329 belediye başkanlığı kazanmıştı (Çiftçi, 2005, s. 364, 377). Partinin bu başarısı şehirlerde tabanda oluşturduğu dayanışma bağları ve geliştirdiği İslamcı ama modern siyasi imajına dayanıyordu (Köker, 1995, s. 61; Özcan ve Turunç, 2008, s. 182). Bu seçimlerde RP'nin başarısı, toplumsal talepler ve gruplar düzeyinde yeniden bir yapılanma süreci olduğunu, artık laik-antilaik şeklindeki yegâne temel çatışma ekseninin değişerek toplumsal, kültürel ve ekonomik taleplerin yeni biçimde dile getirilişini göstermiştir. Yeni siyasal ortam, toplumsal taleplerin bireyler ve ekonomik göstergeler temeline ilaveten toplumsal kimlikler, kültürel ve geleneksel göstergeler bazında da ifade bulacağını ve ekonomik beklentileri kültürel taleplerin taşıyacağını göstermiştir (Bayramoğlu, 2001, s. 17). 1998'de Anayasa Mahkemesi'nin kapattığı RP'nin uzantısı olan Fazilet Partisi (FP) bu başarıyı daha fazla belediye başkanlığı koltuğu kazanarak ileriye taşıdı. Fazilet Partisi'nin veya dine vurgu yapan siyasal hareketlerin yükselişi Anadolu taşrasında

⁸ Seçime katılan partiler: ANAP, DYP, DSP, CHP, FP, BBP, MHP, BP, DP, DBP, DTP, DEPAR, HADEP, EMEP, İP, Millet Partisi, LDP, ÖDP, SİP, YDP.

“Anadolu Kaplanları” olarak adlandırılan firmalar ve kentler öncülüğünde artan sanayileşmenin sonucu olan geleneksel kırsal değerlere sahip yeni kent sınıflarına ivme kazandırdı (Özcan ve Turunç, 2008, s. 179, 183-184).

Özel sektör üzerinde devlet kontrolünü gevşeten ve girişimcileri teşvik eden liberal politikalar kentsel ve özellikle metropoliten alanlarda sosyal sınıf yapısının çeşitlenmesine de katkıda bulunmuştu. Özcan ve Turunç’a (2008) göre, Ankara merkezli laiklik ve elitist devlet bürokrasisiyle ilişkilendirilen yukarıdan-inme modernleşmeye karşı kimi kızgınlıkları, küskünlükleri ve kırılğanlıkları bulunan yeni sınıflardaki insanların bazıları, artan sermayeleri, tercihlerini kararlı şekilde savunmalarının da etkisiyle siyasi İslam’ı desteklediler ve sonra merkezci kuvvetlerden daha fazla özerklik, siyasi tanınma ve güç talep ederek İslami siyaseti şekillendirdiler. Bu dönemde merkez sağda ve sol partilerde meydana gelen fikri ve liderlik krizleri siyasi İslam’ın yükselişine zemin hazırladı (Özcan ve Turunç, 2008, s. 179-184). Yerel yönetimlerin önemi, liderleri ve saflarında barındırdığı önemli şahsiyetlerden birçoğu belediye başkanlığı veya meclis üyeliklerinden gelen, 2002 ve 2007 genel seçimlerini kazanan Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AK Parti) kuruluşu ve başarısıyla iyice gün yüzüne çıktı (Erder ve İncioğlu, 2008, s. xiv). 2002 genel seçimlerindeki açık ara zaferinden sonra, AK Parti, 2004’teki yerel seçimlerde de belediye başkanlığı seçimlerinin neredeyse yarısını kazanarak bu gidişatı sürdürdü (Turan, 2008, s. 352).

Yerel siyasette bir diğer gelişme Kürt kökenli vatandaşların haklarının sözde savunuculuğu üzerine siyaset yapan belediye başkanlarının sayısındaki artıştır. Bu kişiler belediyeleri etnik iddialarını ulusal siyasete ve uluslararası platformlara taşımada hem ulaşılabilir hem de etkili bir güç merkezi olarak gördüler. Bu strateji bu tür siyaset yapan partilerin 1995 genel seçimlerinde %5 oy alması, fakat %10 seçim barajı sebebiyle Parlamentoda temsil edilememesiyle birlikte pratik bir alternatif olmuştu. %10 oy oranı, Kürt siyaseti liderlerine Güneydoğu Anadolu’da ve giderek Türkiye’nin başka bölgelerinde (özellikle Doğu Anadolu’daki kimi illerde) birçok belediye başkanlıklarının kapılarını açma ve siyasi sisteme girebilmelerinde yasal ve güçlü makamlar temin edebilirdi. HADEP 1999 yerel seçimlerinde 38 belediye başkanlığı kazanmıştı; bu sayı, 2004 seçimlerinde, önceki benzer partilerin kapanması sonucu kurulan Demokratik Toplum Partisi’yle (DTP) 50’yi aşmıştı. Bu partilerden seçilen belediye başkanları, çeşitli marjinal etkinlik ve iddialarla seslerini yükselttiler. Bu tür marjinal siyaset yerel siyaseti yükseltirken bazı sebeplerin ortaya çıkarak yerel yönetimlere daha fazla güç ve esneklik transfer edilmesi çabalarının ertelenmesine de sebebiyet vermiştir denebilir.

Türkiye’de 1991–2002 Döneminde Yerel Yönetimler Reform Söylemleri ve Çabaları

1991 seçimlerinden sonra 2002 seçimlerine kadar 11 hükümet (47.–57. arası hükümetler) kurulmuştur. 1991–1995 yılları arasında DYP kurulan hükümetlerin en büyük ortağı olarak başbakanlığı üstlenmiştir. Bu dönemde DYP önce SHP, sonra CHP ile hükümet kurmuştur. 1995 seçimlerinden sonra ANAP ve DYP arasında Mesut Yılmaz başkanlığında ANAYOL adıyla anılan ve 3 ay süren koalisyon hükümeti kurulmuş, sonrasında Necmettin Erbakan başbakanlığındaki DYP-RP (REFAHYOL) hükümeti yaklaşık bir yıl görevde kalmıştır. 1997’deki postmodern darbe sonrasında CHP’nin de dışarıdan desteklediği, Mesut Yılmaz liderliğindeki DSP-DTP (ANASOL-D) hükümeti 18,5 ay görev yapabilmıştır. Bu Hükümet gensoru yoluyla düşürülünce 1999 genel ve yerel seçimlerine kadar görev yapacak olan ANAP ve DYP’nin dışardan desteklediği Ecevit liderliğindeki DSP azınlık hükümeti kurulmuştur. 1999 seçimleriyle Ecevit başkanlığında DSP-MHP-ANAP arasında 2002 seçimlerine kadar görev yapan ANASOL-MHP olarak anılan hükümet kurulmuştur. İdeolojik olarak birbirinden uzak siyasal partiler kısa süreli koalisyon hükümetleri kurunca siyasal istikrarsızlık ve başka faktörler birçok kanun önerisinin yasalaşmasını engellemiştir. ANASOL-MHP hükümetinin koalisyon protokolünde partilerin kendi programlarını aynen uygulama imkânı olmadığı açıkça belirtilmiştir (www.tbmm.gov.tr).

1990'lardaki bütün seçimlere katılan DYP; 1990'daki Parti Programı'nda ve çok detaylı 1991 Seçim Bildirgesi'nde yerel yönetimlere sadece değinmiştir. Bu kapsamda DYP'nin 1991 Seçim Bildirgesi'nde, devletin yeniden yapılandırılma programı içinde mahalli idarelerin de olduğunu, devletin üniter yapısını bozmadan merkez-yerel ayrımında ağırlığın yerele kaydırılacağı (1991, s. 270-271) belirtilmiştir. DYP, 1994 yerel seçim kampanyasında ise, yerele dair yapacaklarından ziyade RP ve ANAP karşıtlığı ile terör konusuna odaklanmıştır (Cansever ve Kiriş, 2021, s. 159). 1998'de *Siyasal Hukukun Demokratikleşmesi ve Adalet Devleti* adında iki ciltlik "İkinci Demokrasi Programı" yayımlayan DYP yerel yönetimlere değinmemiştir. DYP, 1999 genel ve yerel seçimleri arifesinde 1999 Seçim Bildirgesi'nde yerel yönetimlere daha detaylı yer vermiştir. DYP, 1999'da, yerel yönetimlerin üniter yapı içinde mali ve idari yetkileri ile görev ve kaynaklarının arttırılmasını ve bu konuda "koordinasyon bakanlığı" kurulmasını vadedmiştir. Bu çerçevede, etkinlik ölçütü temelinde; köy, belediye, il özel idareleri ve büyükşehir belediye modelini yenileyecekleri vurgulanmıştır (1999, s. 50-51).

SHP, 1991 Seçim Bildirgesi'nde, yönetimin ağırlığının merkezden yerel yönetimlere kaydırılması gerektiğini savunmuş, ilçe yönetimlerinde kaymakamın yanında seçimle gelen bir yöneticinin de olacağını vadedmiştir (1991, s. 17).

CHP'nin, "*Yeni Hedefle Yeni Türkiye*" adıyla yayımlanan 1995 ve 2002 milletvekili seçimleri arifesindeki Seçim Bildirgesi'nde, yerel yönetimlerden hiç söz edilmez. Ancak CHP yerel seçimlere giderken yerel yönetimler ve reformlar konusuna yer vermiştir. 1994 yılındaki Parti Programı'nda CHP yerel yönetimlerin yeniden yapılandırılması ve reform yapılmasına değinmiştir (1994, s. 56-58). 1999 yerel ve milletvekili seçimlerine giderken yayınlanan "*Yerel Çözüm 2000*" adlı 16 sayfalık Seçim Bildirgesi'nde etkin ve üretken, şeffaf ve demokratik belediyeçilik ile sosyal demokrasinin başlayacağı vurgulanan yerel yönetimler reformları üzerinde detaylıca durulmuştur. Bildirgede yerel yönetimlerde; kentli haklarının korunduğu, merkezîyetçilik yerine yerelleşmenin sağlandığı, merkez ve yerel arasındaki yetki-görev bölüşümünün yeniden düzenlendiği, yerel demokrasinin güçlendirildiği, köklü bir yerel yönetimler reformu (katılımcı, çoğulcu, şeffaf, etkin, çağdaş ve demokratik) yapılacağı belirtilmiştir. CHP bütün muhtarlıkların belediye olacağını, "kırsal belediyeler" ve "semt belediyeleri" ile "yerel yönetimler bakanlığı" kurulacağını da vadedmiştir.

1990'lardaki tüm seçimlere katılan ANAP, 1991 Seçim Bildirgesi'nde devlet hizmetlerinin daha iyi ve verimli yapılabilmesi için merkezi idarede yoğunlaşan yetki ve sorumlulukların yerel yönetimlere aktarılması gerektiğini savunmuştur (1991, s. 29). ANAP 1994 yerel seçimlerinde "*Önce Belediyeler... Sonra İktidar...*" başlıklı bir seçim stratejisi hazırlamıştır (Tokgöz, 2010, s. 282). Bu seçimlerde ANAP "*II. Şehircilik Hamlesi*" adlı beyanname yayımlamış, yerel yönetimlere dair yeni atılımlar hedeflemiştir. Beyannamede belediye ve il genel meclisinin; halk temsilcilerinin, muhtarların, meslek kuruluşlarının ve sendikaların katılımını arttıran bir yapının ve nüfustan dolayı İstanbul'da özel yönetim uygulamalarının hayata geçirileceği (ANAP, 1994, s. 48-51) yazılıdır. 1995'teki Parti Programı'na şehirleşme (md. 28) başlığındaki maddede nüfus bağlamında büyük ve orta ölçekteki şehirlerin geliştirilmesinin ve şehirleri kendi kendine yeterli hale getirmenin asıl amaç olduğu ile merkezîyetçiliğin azaltılması vadedilmiştir (1996, s. 32, 37). 1999 yılı seçim kampanyasını 2R+3G (ilk iki yıl restorasyon, diğer üç yılda ise gelişme, kalkınma ve büyüme) formülüyle duyuran ANAP; yerel yönetimler yasasının hemen çıkartılacağını, devlet yönetiminde yapısal reform olacağını, vatandaş-devlet ilişkisinin yeniden tanımlanması ve merkezîyetçiliğin azaltılmasıyla yerel yönetimlerin güçlendirileceğini, şeffaflığın artırılacağını ve katılımcı demokrasinin güçlendirileceğini vadedmiştir (1999, s. 13).

1990'lar boyunca bütün seçimlere katılan bir diğer parti olan DSP parti/seçim programına göre, yerel yönetimler; demokrasiyi güçlendirmenin ve demokratik halk katılımıyla gelişmeyi hızlandırma ve yaygınlaştırmanın aracıdır. Merkezi yönetiminin yerel üzerindeki vesayetinin kaldırılacağını, yerel yönetimlerin yetkilerinin ve kaynak oluşturma olanaklarının ve gelir kaynaklarının oldukça genişleteceğini vadeden DSP (1991, s. 128) 1991 Seçim Bildirgesi'nde yerel yönetimlere geniş yer vermiştir. DSP, yerel yönetimlerde demokratik halk katılımının ve denetiminin daha etkinleştirileceğini, dolaylı ve temsil yoluyla

katılımın ötesine geçilerek doğrudan ve etkin katılımın olabildiğince sağlanacağını vadedmiştir. Bu amaçla belediye başkanları ve meclislerle yakın iletişim ve işbirliği içinde çalışan, mahalle ve köy halkının belirleyecekleri temsilcilerden oluşan “komşu kurulları” oluşturulacaktır. 442 sayılı Köy Kanunu’nun yenileneceği, muhtarların gelir kaynakları-ödenekleri ve sosyal güvenliklerinin iyileştirileceği, her muhtarlığa çalışma yeri sağlanacağı vadedilmiştir (1991, s. 54-56). DSP’nin 1995 ve 1999 seçim bildirgeleri, yerel yönetimlerde açıklık, saydamlık, hesap verebilirlik, katılım ve ortaklık ilkelerine vurgu yapmaktaydı. Bu bildirgelerde, “*yerel yönetimlerin yetki alanlarının genişletilmesi*” ile “*vatandaşların yerel yönetimlerle ilgili demokratik katılımının sağlanması ve denetim gücünü arttırmak*” konuları üzerinde özellikle durularak ilgili yasal düzenlemelerin mutlaka yapılacağı vadedilmiştir (1995, s. 81; 1999, s. 100). 2002 Seçim Bildirgesi’nde ise, DSP (2002, s. 135) yerel yönetimleri güçlendirip çağdaş yönetim yapısına kavuşturmayı ve yerel yönetim reformunu gerçekleştirmeyi temel amaç edinmiştir.

MHP, 1995 seçim beyannamesinde bir maddede mahalli idarelerin yetkilerinin artırılarak demokratik katılımın sağlanacağını ve muhtarların sosyal güvenlik imkânına kavuşacağını vadedmiştir (1995, s. 6). “*Lider Türkiye’ye Doğru*” isimli 1999 Seçim Beyannamesi’nde ise MHP; kamu hizmetlerinin sunumunda ağırlığın yerel yönetimlere kaydıracağını, merkezi idarenin belediyeler üzerindeki hukuki ve idari vesayet denetimini azaltacağını, köy ve mahalle muhtarlarının yetki, kaynak ve sorumluluğunu arttıracığını vadedmiştir (1999, s. 48-49). Ekonomik hedef ve politikalara odaklanılan ve yerel yönetimlerden bahsedilmeyen MHP’nin 2002 Seçim Beyannamesi’nde (2002, s. 100-102) şehirleşme, konut ve gecekondu sorunları, arsa spekülasyonları, kent yönetim bilgi sistemi ve çevre konuları üzerinde durulmuştur.

1990’lı yıllardaki seçimlerde başarı yakalayan RP, 1991 seçimlerine giderken ülkenin idari yapısını yeniden düzenleyerek yerel yönetimlerin yetkilerini artıracığını, muhtarlara geniş yetkiler vereceğini, ülkeyi ekonomik bölgelere ayıracağını, il valilerinin seçimle belirleneceğini; kaymakamları valilerin, bölge yöneticilerini ise merkezi hükümetin seçeceğini (1991, s. 92-93) vadedmiştir. 1995 seçimlerine adil düzen söylemiyle, 1999 seçimlerine ise Fazilet Partisi adıyla katılan RP, yerel yönetimlerin yetki ve imkânlarının artırılması, yerinden yönetimin geliştirilmesi gerektiğini (1995, s. 12; 1999, s. 33) yine savunmuştur.

1991 seçimlerine SHP listelerinden giren HEP, parti programında; yerel yönetimleri merkezin baskısından kurtararak halk katılımının sağlandığı gerçek anlamda demokratik bir yapılanmaya dönüştüreceğini, anti-demokratik yasaları kaldıracağını, vali ve kaymakamların seçimle göreve geleceğini (1990, s. 23-25) vadedmiştir. HADEP 1994 Parti Programında; yerel yönetimler üzerinden merkezi yönetimin vesayetini kaldıracağını, yerel yönetim organlarının demokratik işleyişini engelleyebilecek her türlü müdahaleye son verecek yasal düzenlemelerin yapılacağını, halkın etkin katılım ve denetimini sağlayacak bir yerel yönetim anlayışını egemen kılacağını, merkezi idareyi küçülteceğini; yerel yönetimlerin kendi meclisleri yoluyla yerel parlamentolar statüsüne kavuşturulacağını, buna uygun olarak vali, emniyet müdürleri ve kaymakamların seçimle iş başına getirileceğini, bazı hizmetlerde (eğitim, sağlık, iç güvenlik) yerel yönetimlere yetki verileceğini (1994, s. 10) vadedmiştir.

AK Parti 2002 yılı Parti Programında, demokrasinin temelini, katılım ve işbirliğinin gerçekleşeceği temel birimlerin yerel yönetimler olduğu, bu nedenle de katılımcı ve çoğulcu demokrasinin yaygınlık kazanmasının yerele bağlı olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle Avrupa Yerel Yönetimler Şartı’na uygun olarak yerel yönetimler üzerinde düzenleme yapılması gerektiğini (2002, s. 62-64) vurgulamıştır.

1994 yerel seçimlerinde siyasal partilerin proje temelli vaatleri varken; 1999 yerel seçimlerinde kent yönetimlerine dönük popülist söylemler yoğunlaşmış, projelerden ziyade yönetim tarzı tartışılmıştır (Miş ve Eren, 2014, s. 20). 1999’da eşzamanlı yapılan yerel ve milletvekili seçimlerinde, seçim kampanyalarında siyasal partiler genel olarak milletvekili seçimlerine odaklanırken yerel seçimler milletvekili seçimlerinin gölgesinde kalmıştır. 2002 seçimlerine giderken ise, parti belgelerinde genel olarak ülkenin yaşadığı ekonomik sorunlar ve yolsuzluk gibi temel konular önem kazanırken; yerel yönetimlerin sorunlarının çözümüne yönelik güçlü

adımlar ve yerel yönetim reformu konuları geri planda kalmıştır. 1990'lar boyunca seçimlere katılan siyasal partilerin parti belgelerinde yerel yönetimlerin kaynak ve yetkileri ile yerel demokrasi için katılımın arttırılmasını savundukları söylenebilir. 1990'lı yıllarda, özellikle de 2002 seçimlerine giderken, "yerel yönetim reformunun" artık kapsamlı ve bütünsel bir gündeme sahip olduğu, özellikle ANAP, DSP ve CHP Türkiye'de bir yerel yönetim reformuna duyulan ihtiyaca parti belgelerinde yer vermişlerdir. 1990'larda kısa süreli koalisyon hükümetleri döneminde Meclis'te yerel yönetimlerin güçlendirilmesine dair reform tartışmaları, Anayasa'nın yerel yönetimlerle ilgili maddelerinin değişmesi ve 1580 sayılı Belediye Kanunu'nda önemli bazı değişiklikler yapılması sıklıkla gündeme gelmiştir.⁹ Ancak 1990'ların sonunda söz konusu siyasal partiler ortak bir hükümet kurmalarına rağmen, istikrarlı ve uzun süreli hükümetler kurulamaması nedeniyle reformlar yapılamamıştır.

1991–2002 Döneminde Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Reform Denemeleri ve Deneyimleri

1980'lerde dünya genelinde sonrasında Türkiye'de hâkim olan neoliberal ekonomi ve siyaset anlayışı yerel yönetimlere de yansımıştır. Neoliberalizm ve küreselleşmenin yanında bu süreçte yerel etkinlik ve sorumlulukların yönetim kavramıyla örtüştüğü başka gelişmeler de yaşanmıştır. Avrupa Konseyi tarafından Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın (AYYÖŞ) kabul edilmesi, Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Konferansı (Habitat) I ve II ile Dünya Çevre Günü Rio Zirvesi'nin gerçekleşmesi gibi gelişmeler Türkiye'de de yerel yönetimlerin güçlendirilmesi tartışmalarını, katılımcı mekanizma ve süreçlerini ve nihayet yerel yönetimlerde reform konularını gündeme getirmiştir.

Siyasi İslam'ın yükselişini destekleyen Anadolu'daki yeni kent sınıflarının belirginleşmesi yanında, orta ölçekli ve metropoliten şehirlerde, Türkiye ekonomisinin açılmasının, 1980'lerden sonra ihracat odaklı neoliberal politikaların benimsenmesinin ve 1995'te Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliği'ne girilmesinin sonuçlarından birisi olarak geniş çaplı ve etkili bir girişimci sınıf zuhur etmiştir. Bu gruplar iyi yönetim prensiplerini, daha küçük ama etkili devlet yönetimini, sektörler arasında yeni bir sorumluluk dağılımını, hukukun üstünlüğünü ve genişletilmiş insan haklarını savunmaya başladılar. Sivil toplumun ve devletin geleneksel rol ve konumlarını sorgulayan STK'ların ortaya çıkması buna eşlik etmiştir. Böylece, sivil toplum daha fazla demokratikleşmeyi, yerinden yönetimi ve yetki devrini, geliştirilmiş bireysel ve kolektif hakları ve derinleşen bölgesel ve küresel entegrasyonu savunan etkili bir kuvvet haline gelmiştir (Göymen, 2006, s. 247; Özcan ve Turunç, 2008, s. 180).

1990'larda bazı belediyeler halktan özellikle de akademik çevrelerden yerel sorunların saptanması ve bu sorunlara çözümler aranmasına yönelik yardım istemiştir. Örneğin, 1990'larda bu konuda Ankara Kurultayı uygulaması yapılmış; ancak gereken ilgiyi görmemiştir (İnan, 1998, s. 128). Özellikle Habitat I ve II toplantılarından sonra birçok STK halkın yönetim ve karar süreçlerine etkin katılımı yönünde söylemlerle öne çıkmış ve özellikle İstanbul'da 1999 yılında 70'e yakın semt derneği faaliyete başlamıştır (Polat, 2014, s. 116). Bazı etkili STK'lar ve düşünce kuruluşları tarafından 1990'lar boyunca birçok tesirli çalışma ve rapor düzenlenmiş ve yayımlanmıştır. Örneğin, Türkiye Sosyal Ekonomik Araştırmalar Vakfı'nın (TÜSES) 1989'daki çalışması yerel yönetimlerde yeniden yapılanma çerçevesinde yerel yönetimlerin etkili ve etkin işleyebilmesi için alternatif yapılar öneriyordu. Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) -- demokratik değişim sistemini hızlandırmayı amaçlayan, AB ve Batı dünyasıyla entegrasyon konusunda istekli bir destekçi-- kamu ve yerel yönetim reformları ile ekonomik ve demokratik değişim, insan hakları ve uluslararası ilişkiler üzerine tesirli raporlar yayımlamıştır. Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD)

⁹ Bkz. TBMM Başkanlığı Çalışmaları, 25 Ocak 1996 - 16 Şubat 1999, s. 27; Burhanettin Duran, Türk Parlamento Tarihi: TBMM 19. Dönem, 1991-1995, TBMM Kültür Sanat ve Yayın Kurulu, No 150, Cilt 1 ve Cilt 2, s. 192, 1548; 21. Dönem TBMM Çalışmaları ve 57. Hükümetin Önemli İcraatları, s.79.

--İstanbul temelli büyük şirketleri temsil eden güçlü bir STK ve liberal ekonomi ve AB'ye katılımın etkili bir destekçisi-- yerel yönetimde reformu savunan çalışmalar başlatan ve bu alanda ikna edici raporlar yayınlayan başka bir kaynaktı.

1985'te Avrupa Konseyi'nce kabul edilen Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartını (AYYÖŞ/Şart) Türkiye 1988'de imzaladı; fakat Parlamento 1991'de onayladığı Şart 1993'te yürürlüğe kondu. Bu Şart dolayısıyla Türkiye'de de literatür, mevzuat ve uygulamada önem kazanmaya başlayan yerellik (subsidiarite) ilkesi (Bayramoğlu Alada, 2008; Koçak ve Ekşi, 2010; Keleş, 1995; Koçdemir, 2002; İnaç ve Ünal, 2007) ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinin etkisi (Kösecik, 2007) ile daha özerk ve güçlü yerel yönetim anlayışı siyasal, yönetsel/bürokratik (Çoker, 2003) ve akademik platformlarda ve toplumda yaygınlaştı. Ancak, yerele daha fazla güç devri öngören yerel yönetimlerin kendi yapılarını belirleme hakkı, kendilerini ilgilendiren karar alma ve planlama sürecinde merkezi yönetimin yerel yönetimlere danışması, idari incelemeye sadece beklenen yararlarla orantılıysa müsaade edilmesi, yerel yönetimlere mali kaynak tahsisinde hizmet maliyetlerindeki artışın hesaba katılması, dernek kurmak için izin gereği, uluslararası derneklere üye olunması ve diğer ülkelerdeki yerel yönetimlerle işbirliği kurulması gibi birçok madde reddedilmiştir. Yerel özerklik ve demokrasinin gelişmesi yolunda eksiklikler olarak görülen bu kısıtlamalara (Keleş, 1995, s. 17-18) rağmen, 1990'larda AYYÖŞ'ün ilkeleri yerel yönetimlerin liderleri, belediye dernekleri, ilgili sendikalar ve akademik çevrelerce yaygın şekilde daha fazla mali ve idari yerel özerklik talep etmede esaslı bir vasıta oldu. Ancak, bazı akademik çevrelere göre, yerel özerkliği teşvik etmek amacıyla Dünya Bankası, Avrupa Konseyi ve AB gibi uluslararası güçler tarafından yerel yönetimlerin güçlenmesi için öngörülen düzenlemelerin dayatılması, dağılmış ulus devletin koruması olmaksızın, buraların küresel kuvvetler tarafından idare edilmesine ve sömürülmesine yol açabilir (Güler, 2001, s. 8-9). Şartın hükümleri hem 1990'ların ortaları ve sonlarındaki başarısız yerel yönetimler reform yasa tasarılarının (Aktel ve Memişoğlu, 2005) hem de 2002 genel seçimleri sonrası AK Parti tarafından hazırlanıp 2000'lerin ortalarında Parlamento tarafından yasalaşan yerel yönetim yasalarının gerekçelerinde önemli yer tutmaktaydı.

Yönetim Reformu Çabaları, Habitat I-II ve Diğer Gelişmeler, Yapılamayanlar

1992 yılında Rio de Janeiro'da (Brezilya) BM Dünya Çevre ve Kalkınma Konferansı (Habitat I) gerçekleşmiş ve 21. Yüzyılın asıl hedefi sürdürülebilir kalkınma olarak belirlenmiş ve buna nasıl ulaşılabileceği belgelendirilmiştir. Türkiye'nin de Başbakan düzeyinde temsil edildiği Konferans'ta, "Gündem 21" başlıklı somut bir küresel eylem planı benimsenmiştir. 1992 yılında Rio de Janeiro İnsan Yerleşimleri ve Çevre (Habitat I) konferansına dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel ve beraberinde bir uzman ekibin katılımı sayesinde Habitat II'nin 1996'da İstanbul'da yapılması kararı Türkiye'de çevre, yerleşimler, yaşam kalitesi ve katılım konularına ilginin hızlıca yükselmesi ve derinleşmesine vesile olmuştur. Demirel'in Rio de Janeiro Zirvesi'ne bizzat katılımı, Habitat - II'nin İstanbul'da gerçekleştirilmesi ve Yerel Gündem 21'lerin (YG 21) benimsenip farklı partilerin yönetimdeki bazı belediyelerde (özellikle, Bursa, İstanbul, İzmir ve Adana'da) yaygınlaşmasında etkisi (Toksöz, 2008) iddia edilebilir. Eski Başbakanlık Müsteşarı ve Yeniden Doğuş Partisi (YDP) Genel Başkanı Hasan Celal Güzel başkanlığındaki *Yeni Türkiye* dergisi 1996'daki bir sayısını Habitat II Konferansı'na ayırmıştır.

1990'lı yıllardaki koalisyon hükümetlerinin sonuç alamadıkları yerel yönetimler reform çabaları ve tasarılarının sürekli oluşunda şu gelişme ve faktörler başat roller oynamış olabilir: i) Akademisyenler, STK'lar, meslek kuruluşları ve odalar, düşünce/araştırma kuruluşları, işadamları derneklerinin giderek artan ilgisi, ii) Avrupa Birliği ve Avrupa Konseyi'nin talep ve raporları, iii) AB'ye adaylık süreci, iv) İstanbul'daki Habitat II'nin (1996) hemen ardından gelen Yerel Gündem 21 uygulamaları (Bayraktar, 2006; Doğanay, 2004, Ercan ve Pekküçük, 2004; IULA-EMME, 2003, Torlak ve Önez, 2005; Yirmibeşoğlu ve Yiğiter, 2006; Emrealp, 2005; Toksöz, 2008, Adıgüzel, 2003; Atvur, 2009), v) yerelde uygulama örnekleri artan ve güçlenen katılım mekanizmaları (Aslan, 2005).

1990’larda merkezi yönetimin reform yasa tasarıları devam ederken Türkiye’de belediyeçilik bağlamında yeni tür katılımcı mekanizmalar ortaya çıktı. Belediyeler için, Göymen’in ele aldığı üzere, Yerel Gündem 21 girişimleri ile alternatif yerel katılım yapıları ve mekanizmaları yaygınlaştı (Adıgüzel, 2003; Göymen, 2000). 1990’larda belediye başkanları, valiler merkezi yönetimin taşra teşkilatı bulunan kamu kurum ve kuruluşları, seçilmiş belediye meclis üyeleri ile birlikte belediyelerin önde gelen resmi görevlileri, siyasi partiler, STK temsilcileri ve mesleki ve gönüllü kuruluşlar gibi şehrin diğer ilgili grupları ile yeni iletişim kanalları kurma ihtiyacı içerisinde şehir/kent meclisi (Erten, 2004) kent konseyi gibi adlar altında gayri resmi alternatif yapılar¹⁰ oluşturmuşlardır.

Yerel Gündem 21 girişimleri, 1992 Birleşmiş Milletler Dünya Çevre Günü Rio Zirvesi’nin aksiyon programları olarak, bütün ülkelerdeki yerel yönetim birimlerini kendi hemşehrileriyle danışma içinde bulunmaya ve kendi toplulukları için 21. Yüzyılın yerel gündemi üzerinde bir uzlaşmaya varmaya çağırmıştır. YG 21 sürdürülebilir gelişme ve çevre arasında bir denge kurulmasını amaçlamakta ve üç alandan oluşmaktadır: Sosyo-ekonomik boyutlar, çevre koruması ve kaynak kullanımı ile temel sosyal grupların rollerini geliştirme. Habitat II Konferansı ve 1996 yılında İstanbul’da yapılan Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri (Habitat) II Konferansı ile daha fazla geliştirilme imkânı bulunan YG 21’in temel prensiplerini sürdürülebilirlik, eşitlik, yaşanabilirlik, kentlilik, yapabilir kılma ve yönetim oluşturmaktadır (Adıgüzel, 2003; Bayraktar, 2006; Göymen, 2006, s. 251; Göymen, 2000, s. 8-9; Göymen, 1999, s. 60-62; Torlak ve Önez, 2005, s. 651-652). Konferans kamu sektörü, sivil toplum ve özel sektör arasındaki ortaklığı teşvik ederek YG 21 hareketini zenginleştirmiş; YG 21 projeleri Türkiye ve 85’ten fazla ülkede başlatılmıştır.

Türkiye’de YG 21 projeleri Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği Doğu Akdeniz ve Ortadoğu Bölge Teşkilatı (International Union of Local Authorities, Section for the Eastern Mediterranean and Middle East Region / IULA-EMME) koordinasyonunda gerçekleştirilen ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Program, UNDP) tarafından desteklenen bir projeye 1997 yılında başlamıştır. Bakanlar Konseyi vesilesiyle dokuz şehirle başlatılan Proje, 2003 yılı sonunda on büyükşehir belediyesi, üç il özel idaresi, elliden fazla şehrin ortaklığıyla uzun vadeli bir programa dönüşmüştür (Bayraktar, 2006: 130-150). 2001’de UNDP Türkiye’deki YG 21 uygulamalarını Dünyada en başarılı örneklerden birisi olarak seçmiştir. UNDP ve Türk Hükümeti arasında imzalanan *The Country Cooperation Framework (2001–2005)* YG 21 Programı yerel demokrasinin teşvik edilmesinde iyi yerel yönetimi ana vasıta olarak belirledi (IULA-EMME, 2003, s. 5; Karaman, 1998, s. 348-349). YG 21 eylemlerine artan ilgi ve kuşkular az sayıda belediyeyle sınırlı kaldı. YG 21 girişimleri ile çeşitleri ve sayıları artan belediye meclislerine tamamlayıcı yapıların yürürlükte olan resmi sisteme karşı memnuniyetsizliğin dışavurumudur ve Türkiye’de süregelen yerel yönetim reformu ihtiyacına işaret ederler (Göymen, 2006, s. 253). Yerel temsil kapasitelerinin sınırlılığı, yaptırım gücü ve yetkilerinin olmaması, resmi kararlar alamama eksikliklerine rağmen YG 21’ler yaşanan yerle övünç duymada ve ona sahip çıkmada, sorunları çözmede, kolektif sorumluluk ve ortaklık hissini güçlendirmede ve katılımcı kültür oluşturmada katkılar sağlayabilmektedir (Göymen, 2006, s. 249-250; Göymen, 2000, s. 1-12). 1984–1994 dönemi büyük, orta ve küçük ölçekli projeci ve yatırımcı belediyeçiliğin yerelde etkili olduğu bir dönemdir (Erder ve İncioğlu, 2008, s. 8-9, 39). Küreselleşmenin 1980 sonrası dinamikleri, sermayenin artan hareketliliği ve neoliberal politikalar etkisiyle kamu-özel sektör ortaklıkları ve bu yöndeki projelerin sayısı ve bütçeleri artmıştır. 1990’larda özellikle konut alanlarındaki kentsel dönüşüm kapsamında bu durumu görmek mümkün

¹⁰ Demokratik ideallerin, modern yaşamın içinde, ona uygun şekilde hayata geçirilebileceğini savunan “demokrasiyi demokratikleştirmek yaklaşımı”, bireysel otonominin genişletilerek merkezi etkenlerin gücünü kırmayı amaçlar. Çeşitli kentlerde karar alma süreçlerinde yeni araçların geliştirilmesi ve özellikle yerel düzeyde katılımın artırılması yönündeki çabalar bu süreçteki önemli adımlardır. Belediye Başkanı Fikri Sönmez öncülüğündeki Ekim 1979 - Nisan 1980 Ordu İli Fatsa Belediyesi deneyimi “demokrasinin yeniden düşünülmesi” tartışmaları için teori ve pratik arasındaki bağın kurulma ihtimalini göstermiştir. Halkın yerel yönetimlere doğrudan katılımı yanısıra seçilmişlerin işbirliğiyle yürüyen bu sistemlerde demokratik anlayışın meşruluk temeli yeniden oluşturulmaya çalışılmıştır (Yıldırım, 2008, s. 274, 279). Fatsa deneyimi, Türkiye’de, 1990’lar öncesindeki sıradışı katılım mekanizmalarının nadir örneklerinden birisidir.

olup kamu-özel sektör ortaklıkları, yerel halkı bir araya getirip katılımı arttıran çeşitli modeller denenmiştir. Bu anlamda 1990'larda Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin Dikmen Vadisi ve Portakal Çiçeği Vadisi Projeleri ilk uygulamalardır (Özdemir, 2007, s. 324; Demirci, 2004).

Türkiye'nin Avrupa Birliği (AB) üyelik sürecinin 2000'lerin yerel yönetim reformu üzerinde belirleyici etkileri olmuştur. Türkiye 1999'da aday ülke olarak kabul edildi ve AB önerilen zaman diliminde Türkiye tarafından yerine getirilmesi gereken öncelikleri belirterek 2001 yılında Katılım Ortaklığı Belgesini hazırladı. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti bu belgeye cevaben Ulusal Program 2001'i hazırladı, Katılım Ortaklığında yapılan düzeltmelere paralel şekilde 2003 senesinde değiştirdi ve Program Parlamento tarafından onaylandı. 2001 ve 2003 Ulusal Programları Türkiye'de yerel yönetimlerin ilkeleri ve işleyişi için birçok gereksinime işaret ederek (Köseçik, 2007) AB müktesebatı başlığı altında öncelikler ve ilkeler ortaya koydu. Çevre konusundaki gereksinimler (hava ve su kalitesini arttırma, atık idaresini etkin hale getirme, ses kirliliğini engelleme), bölgesel politikalar (bölgesel politikalarda ve politika uygulamasında yerel yönetimlere artan roller tahsis etme), enerji (şehir ulaşımında enerji verimli yöntemler kullanma), ürünlerin (ambalaj kâğıtlarının transferi) ve bireylerin serbestliği (bir üye ülkede yaşayan AB vatandaşlarına yerel seçimlerde oy verme ve aday olma hakkını verme), sağlık ve müşterilerin korunması, sosyal politika, istihdam, adalet ve iç meseleler (uyum, entegrasyon, mültecilerin ihtiyaç ve istihdamı için destek sağlama), yerel yönetimler üzerine önemli sorumluluklar yükledi (Köseçik, 2007). Ekonomik ölçütler alanında, yerel yönetimleri, kamu hizmetlerinin daha etkili, etkin, şeffaf ve katılımcı şekilde sağlanması için, yasal ve kurumsal ortam hazırlama yönünde, kapsamlı bir kamu yönetimi reformuyla güçlendirmek gerekmektedir. AB'ye entegrasyon süreci, diğer aday ve üye ülkelerden de beklendiği üzere, Türkiye'de yerel yönetim sisteminin işleyişinin etkililik, etkinlik, şeffaflık, katılım, yerindelik, yerellik, yerinden yönetim ilkelerine dayalı olmasını gerektirir. Bu ilkeler Türkiye'nin yerel yönetimlerinin AB Müktesebatına göre yerel hizmetleri sunabilmek için yeterli idari kapasiteye sahip olmaları gereği açısından büyük önem taşımaktadırlar. İyi yönetişimin önemini açıkça vurgulayan bu ilkeler, yerel yönetim birimleri dâhil, devletin etkin ve etkili performansına sahip olmasına önem vermektedirler (Göymen, 2006, s. 248). Mali ve idari etkililik ile yeterli mali kaynaklara sahip yerel yönetimler idari yapı ve süreçlerini yeniden düzenlemekte, kalifiye ve uzman personel istihdam etmekte, güçlü idari kapasite oluşturmakta, kurumsal ve mekânsal planlamaya ile katılım süreçlerinin işleyişine önem vermektedirler.

Avrupa ülkelerindeki kamu ve yerel yönetim ilkeleri ve Avrupa Konseyi'nin AYYÖŞ hükümleri, Türkiye'de hükümetler tarafından teklif edilen yasa tasarılarının haklılığını göstermek için sıklıkla kullanılmıştır. Avrupalı meslektaşlarla artan ilişkiler ve iletişim Türkiye'de yerel yönetimlerin Avrupalılaşması kavramını ortaya çıkarmıştır. AB'ye üyelik sürecinin hızlandırmasına paralel olarak, Avrupa ülkelerinde yerel yönetimlerde görülen ortak ilkeler ve Avrupa şehirlerinin imajı, diğer bir ifadeyle, Avrupa modeli veya standartlarıyla tanışan Türkiye'deki bazı yerel yönetim liderlerinin odak noktası kendi yerel yönetim sistemlerinin kapasite ve ilkelerini Avrupa ülkeleri yerel yönetimlerinin yapıları ve işleyişlerinde görülen ortak değer ve ilkelerle kıyaslamak oldu. Birçok önemli şehrin belediye başkanları ve diğer bazı yerel yönetim birimlerinin liderleri Avrupa yerel yönetim birimleriyle ilişkiler kurup işbirliğini artırarak ve bu yöndeki tecrübelerini ilerleterek, Türkiye'deki belediyeler için Avrupa yerel yönetim ilkeleri uyarınca daha fazla kaynak, sorumluluk ve özerklik talep etmeye başladılar.

Yerel Yönetim Reform Denemeleri ve Yönetişimin Yavaşlama Yılları

1989'da İkinci ANAP Hükümeti kamu yönetiminin işleyiş şeklini geliştirmeye teşebbüs ederek, kamu yönetimi sorunlarını incelemek ve kamu kurumlarının etkili ve etkin işleyişi için öneriler geliştirmek üzere Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü tarafından gerçekleştirilen kapsamlı bir çalışma başlattı. Çalışma yerel yönetimi de içeren yedi çalışma grubunda yapıldı ve rapor 1991 yılında yayımlandı. Rapor mevcut yerel yönetim şartlarını kapsamlı bir şekilde resmediyordu ve rapora göre yerel yönetimin merkezin ağır vesayeti altında olması, yerel yönetimin işleyişinde vatandaş için katılım kanallarının sınırlı olması ve idari şeffaflığın

yetersiz seviyede olması nedenlerinden dolayı yerel yönetim yeterince demokratik değildi. Raporu göre, yerel yönetim birimleri sınırlı sorumluluk alanına sahip olduklarından --planlamaları, personel ve yapılandırma kararları birçok durumda merkezin onayını gerektiriyordu-- yerel yönetimlerin mali kaynakları ve kendi özkaynaklarını üretme güçleri yetersiz ve sınırlı olduğundan, merkezi yönetimin hibelerinin dağıtımı için kapsamlı bir sistem geliştirilemediğinden dolayı yerel yönetimler yüksek kapasiteye sahip olamıyorlardı. Kırsal kesimlerde yeterli kamu hizmeti dağıtan yerel yönetim birimlerinin yapısı alternatif modeller gerektirdiğinden yerel yönetim birimleri, özellikle köyler ve il özel idareleri, vatandaşın beklentilerine uygun etkili ve etkin hizmetler üretememekteydiler. Belediyecilik modeli elverişli bir seçenek olarak görünmesine rağmen, büyükşehir belediyelerinde koordinasyonda, ilişkilerde ve sorumlulukların dağılımında ciddi sorunlar mevcuttu. Son olarak, belediyeler ve il özel idareleri modern yönetim tekniklerinden, özellikle hizmetlerde planlama ve programlamanın yapıldığı tekniklerden --iç yapılanma, liderlik, iletişim, koordinasyon, değerlendirme, performans bütçesi, finansal analiz, istihdam ve eğitim-- yeterince istifade edememişlerdir. Bunlar genel itibarıyla kullanılmıyor veya son zamanlarda sadece bir kısım belediyeler tarafından uygulanıyordu.

1990'lar başlarında İçişleri Bakanlığı yerel yönetimlerin çalışmalarını, yapılarını ve kaynaklarını geliştirmeye yönelik, neredeyse bir düzineye varan çeşitli yasa tasarıları hazırladı. 8 Mayıs 1991'de Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın onaylanmasıyla Türkiye'de yerel yönetimlere yetki devirleri tartışması anayasal boyuta ulaştı ve maddi desteklerin artırılması ile katılımcı politikaların uygulanacağı (3723 sayılı Kanun, 1991, s. 1-4) düzenlendi. 1992'de her bir yerel yönetim türüne yönelik ciddi bazı değişiklikler getirirse de merkezi yönetimin yerel yönetimler üzerindeki gücünü koruyan yasa tasarıları hazırlandı. 1992 yılındaki yerel yönetimler yasa tasarıları "iç taslak dokümanları" olarak İçişleri Bakanlığı'nda kaldı (Keleş, 2006, s. 476).

Merkezi yönetim, yerel yönetimlerle ilgili, Ekim 2001'e kadar sürecek, bir dizi revizyon ve reform taslağı oluşturma sürecini 1996'da başlattı. Bu yasa tasarılarıyla amaçlanan; merkezin yerel yönetimler üzerindeki vesayetini azaltmak, yönetimde açıklık ve demokratik katılım ilkelerini gerçekleştirerek yerel yönetimleri dönüşen dünyaya ve piyasa koşullarına uyumlu hale getirmektir. Köyler hariç, her bir yerel yönetim türü için hazırlanan yasa tasarıları 1996'da kamuoyuna sunuldu. 1997'nin sonlarında yayımlanan idari reform çalışmalarında; merkezi idarenin yetkilerinin daraltılarak, yerel yönetimlerin yetkilerinin genişletilmesi yaklaşımı baskındı. Bu dönemde, "*Merkezi İdare ile Mahalli İdareler Arasında Görev Bölüşümü ile Hizmet İlişkilerinin Esaslarının Düzenlenmesi Hakkında Kanun Taslağı*" ile "*Çeşitli Kanunlarda Mahalli İdarelerle İlgili Değişiklikler Yapılması Hakkında Kanun Taslağı*" hazırlansa (Güler, 1998; İnan, 1998) da; sonuçta, ayrı yasa tasarıları dönemin Hükümeti tarafından tek bir tasarıda toplanarak Mart 1998'de Parlamento'ya sunulabildi. Parlamento yasalaşma sürecini tamamlayamayan 1998 Yılı Tasarısının 2000'de yenilenen haline sorumlulukların merkezi ve yerel yönetimler arasında paylaşılmasına yönelik bazı ilkeler eklendi ve kanun hükmünde kararnameyle (KHK) sürecin tamamlanması hedeflendi.

Hükümetin 24.3.1998 tarihli bir yazıyla TBMM Başkanlığına gönderdiği 1998 Tasarısının İçişleri Komisyonunda yer alan CHP temsilcisi üç milletvekili, Tasarının bazı yönlerine karşı çıkan bir karşı oy yazısı vermişlerdi. Bu milletvekilleri Tasarının yerinden yönetim, verimlilik, açıklık ve demokratik katılım ilkelerine sahip çıkmasını uygun bulsalar da, bunu geçeleştirmeye yönelik yeterli geniş vizyonu ve temel ilkeleri içermediği görüşünü ileri sürmektedir. Onlara göre Tasarı (1) merkezi idarenin belirli yetkilerini il özel idarelerinin hükmü şahsiyetinde, Bakanlıkların illerdeki birimlerine aktarılmasını hedef almıştır. (2) Belediyeleri gözardı etmiş, atanmışların yetkilerini artırarak konumlarını güçlendirmiştir. (3) Atanacak genel sekreterlikler ve mülki amirlere açılan yeni yetki alanları, atanmışların seçilmişler üzerindeki vesayet yetkisini artırmıştır. (4) İçişleri Bakanlığı süper bakanlığa dönüştürülmüştür (Güler, 1998, s. 6).

2002 seçimlerinden önceki son teşebbüs 2001 yılında Parlamento'ya iki defa sunulan ve Parlamento'nun ilgili daimi ihtisas komisyonlarında gerilimlere sebep olan bir diğer tek/toplu yerel yönetimler kapsamlı torba yasa

tasarısıdır. 1996–2001 dönemi arasındaki yerel yönetim reformu adıyla birden fazla yerel yönetim türündeki değişiklikleri tek bir kanun tasarısı altında toplayarak gündeme gelen beş kanun önerisinin hiçbirisi yasalaşmadı.¹¹ Zayıf koalisyon hükümetleri, erken seçimler, 1999 Büyük Marmara ve 2000 Düzce Depremleri, ekonomik krizler, tüm bu unsurlardan da etkilenen siyasi istikrarsızlık gibi nedenler bu tasarıların kanunlaşma sürecini olumsuz etkiledi.

1996–2001 dönemi yerel yönetimler yasa tasarıları prensipte genel yetki gücünü yerel yönetimlere vererek merkezi yönetimden yerel yönetimlere daha fazla sorumluluk transferini öngörmekteydi. Bu bağlamda, kanun önerilerinin hükümleri idari vesayeti azaltıyordu, özelleştirmeyi mümkün kılıyor hatta cesaretlendiriyordu, piyasa koşullarında yerel hizmet sunumu teşvik ediliyordu, Mahalli İdareler Ortak Kurulu kurulmasını önermekte; katılım kanallarını genişletmekte ve daha fazla mali kaynak ayırmaktaydı. Bu kanun önerileri il özel idarelerini personel, yapı ve gelirler yönünden güçlendirilecekti. İl ve ilçe merkezleri dışında belediye kurulabilmesi için gerekli asgari nüfus 5.000'e çıkarılıyordu. Keleş'in (1999: 95) belirttiği üzere, bu tasarılar bir reform yasa tasarısı değil, yerel yönetim sisteminde marjinal değişiklikler getirmeyi amaçlayan sadece bir onarım dokümanıydı. Alada Bayramoğlu'na (2000-2001, s. 45) göre, 2000 yılındaki kanun tasarısı yerel yönetimlerin demokratikleşmesinden ziyade özelleştirme ve hizmet alanlarının genişletilmesini amaçlıyordu. 1999 öncesi ve sonrası koalisyon hükümetlerinin ömürleri ve çabaları tasarıları yasalaştırıp yürürlüğe koymak için yeterli olamadı. Sağ ve soldaki bazı büyük partilerden oluşan bu koalisyon hükümetlerinde yer alan siyasi partilerin genelde kamu yönetimi özelde yerel yönetim sisteminde reform konusundaki istekliliklerini göstermesi açısından önemliydi.

Sonuç

1980'lerde tüm dünyada etkili olan siyaset ve ekonomi alanındaki neoliberal politikalar ve küreselleşme yerel yönetimlerin önemini arttırmıştır. Dünyada daha özerk ve güçlü merkezden bağımsız daha katılımcı bir yerel yönetim anlayışı gelişmiştir. Dünyada yaşanan; 1985 yılında Avrupa Konseyi tarafından Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın (AYYÖŞ) kabul edilmesi, Birleşmiş Milletler tarafından Çevre ve Kalkınma Konferanslarının (Habitat I ve II) düzenlenmesi, YG 21 girişimleri ve Rio Zirvesi gibi gelişmeler Türkiye'yi de etkilemiştir. Özellikle küresel çapta yaşanan ekonomik ve toplumsal gelişmelerin Türkiye'ye tam olarak yansımaları 1990'lı yıllarda olmuştur. AYYÖŞ Türkiye'de 1993'te yürürlüğe girmiş, 1995'te Türkiye Avrupa Birliği'ne üyelik süreci içinde Gümrük Birliği'ne kabul edilmiş, 1996 yılında Habitat II Konferansı İstanbul'da yapılmıştır. Bu sürecin etkisiyle 1990'lar boyunca Türkiye'de bir *yerel yönetim reformuna* ihtiyaç olduğu düşüncesi kapsamlı ve bütünsel bir gündem oluşturmuştur. Akademik çevrelerin, sivil toplum örgütlerinin, meslek kuruluşları ve odaların artan ve güçlenen katılım mekanizmalarının etkisiyle de yerel yönetim reformları sıklıkla tartışılmıştır. Özellikle 1994 ve 1999 yerel seçimlerine giderken siyasal partiler, katılım, mali ve yerel özerklik anlamında yerel yönetim reformuna ihtiyaç olduğuna yönelik popülist bir söylem kullanmışlardır. 1990'lar boyunca özellikle ANAP, DSP ve CHP ülkede kapsamlı bir yerel yönetim reformuna duyulan ihtiyacı vurgulamış ve bunu yapacaklarını vadedmişlerdir. Bu dönemde birçok reform tasarısı hem STK'lar hem de akademik çevrelerde tartışılmış, Mecliste görüşülmüş; ancak yasalaşmamıştır. Bunun en önemli nedeni ülkenin o dönemde içinde bulunduğu siyasal, ekonomik ve toplumsal konjonktüdü. 1991–2002 döneminde Türkiye'de istikrarsız koalisyon hükümetleri kurulmuş ve bu süreç beraberinde ekonomik

¹¹ Bu kanun tasarıları (Bayramoğlu Alada, 2000-2001) şunlardır: Mahalli İdarelerin Yeniden Yapılandırılmasına ve Bu İdarelerle İlgili Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı (1996); Mahalli İdareler Reformu Kanun Tasarıları (1997); Merkezi İdare ile Mahalli İdareler Arasında Görev Bölüşümü ve Hizmet İlişkilerinin Esaslarının Düzenlenmesi ve Çeşitli Kanunlarda Mahalli İdarelerle İlgili Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Tasarısı (1998); Mahalli İdarelerle İlgili Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı (1999); Merkezi İdareyle Mahalli İdareler Arasında Görev Bölüşümü ve Hizmet İlişkilerinin Esasları ile Mahalli İdarelerle İlgili Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair KHK (2001).

(1991, 1994, 2001), siyasi ve toplumsal krizleri getirmiştir. Küreselleşme sürecinin de etkisiyle İslamcı ve milliyetçi hareketlerin gelişmesine bağlı olarak radikal siyasal partiler ortaya çıkmış, merkez seçmen tabanını bölmüş, siyasal partiler yelpazesi parçalı hale gelmiştir. Yeni siyasal ve ekonomik ortam yeni girişimci sınıfları ve çatışmaları doğurmuştur. 11 tane koalisyon hükümeti kurulan bu dönemde, kurulan hükümetlerde ideolojik olarak birbirine uzak siyasal partilerin gruplaşması şeklinde (ANAP-DSP-MHP, DYP-SHP-CHP-RP) olduğu için de hükümetler kısa süreli olmuş, siyasal süreç sağlıklı işleyememiştir. Ayrıca Türkiye’de yerleşmenin tekçi/üniter devlet yapılanmasına zarar vereceği endişesi, her dönem olduğu gibi bu dönemde yerel yönetimler üzerinde reform yapılmasına engel olan bir durum olarak karşımıza çıkmıştır. 1990’lı yıllarda Doğu ve Güneydoğu illerinde doruk noktasına ulaşan terör sorunu da yerel yönetim reform sürecini olumsuz etkilemiş görünmektedir.

1990’lar boyunca Türkiye’de yasama anlamında ilerleme olmasa da yerel yönetimlerde yönetim modeline geçiş veya daha doğrusu yönetim unsurları taşıyan bazı anlayışlar ile sınırlı da olsa uygulama örnekleri Türkiye’de de rastlanmaktadır. Bu bağlamda; demokratikleşme söylem ve çabaları, güçlü yerel yönetimlere dönüş, vatandaş odaklılık, kamu-özel sektör ortaklıkları ve uygulamaları, STK-üniversite-yerel yönetim işbirliği, yerel katılım örneği olan kent konseyleri, halk katılımı, muhtarların katılımı, şeffaflık çabaları ve mekanizmaları gibi uygulamalar, bu süreci açıklayacak örnekler arasındadır. Özellikle YG 21 girişimleri katılımcı bir kültür oluşturmada katkı sağlamıştır. Ancak 1990’lı yıllarda yerel yönetimlere dair hukuki mevzuat değişiklikleri yerel yönetime doğru bir evrilmeye yol açamamış, güçlü bir yönetim anlayışını da barındıran ve başka önemli amaçları da olan yapısal reformlar ancak 2002 sonrasında AK Parti hükümetleri döneminde gerçekleştirilmiştir. 2002 sonrası yapılan reformlarda da asıl belirleyici unsur içsel dinamikler olmamış, küreselleşme ve Avrupa Birliği’ne eklenme çabalarının bir sonucu olarak bir dizi yerel yönetim reformları yapılabilmıştır ve bu dönemdeki mevzuat değişimini reform düzeyinde görmeme yönünde kimi karşı çıkışlar ve eleştiriler o dönemden beri varlık göstermektedir.

Kaynakça

21. Dönem TBMM Çalışmaları ve 57. Hükümetin Önemli İcraatları. (2021, 10 Ekim). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/handle/11543/2035?locale-attribute=tr>
- 3723 Sayılı, 21.05.1991 tarihli Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartının Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun. (2021, 5 Kasım). Erişim adresi: https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc074/kanuntbmmc074/kanuntbmmc07403723.pdf
- Acar, M. (2014). Sektörlerarası İşbirliği ve Ortaklıklar, M. Acar ve H. Özgür (Ed.), *Çağdaş Kamu Yönetimi-I* (s. 390-426) içinde 2. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,
- Adalet ve Kalkınma Partisi Programı, 2002, Kalkınma ve Demokratikleşme Programı. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/handle/11543/926>
- Adıgüzel, Ş. (2003). Yerel düzeyde yönetime katılım ve yerel yönetim sürecindeki işlevleri açısından ‘Yerel Gündem 21’: Malatya Belediyesi Yerel Gündem 21 örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 12(1), 45-63. Erişim adresi: <https://cyy.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Aktel, M. ve Memişoğlu, D. (2005). Yerel Yönetim Reformlarının Başarısızlık Nedenleri, H. Özgür ve M. Kösecik (Ed.), *Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar-I Reform* (s. 21-38), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Anavatan Partisi, 1991, Anavatan Partisi Seçim Beyannamesi. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/675>
- Anavatan Partisi, 1994, 2000’e 5 Kala Türkiye’nin Hedefleri: Ekonomi, Yönetim, Eğitim, Hukuk’ta Yeniden Yapılanma, Abant Toplantısı, 23-25 Eylül 1994, Siyasi İlişkiler Planlama ve Eğitim Başkanlığı, Ankara.
- Anavatan Partisi, 1995, Anavatan Partisi Programı. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/693>
- Anavatan Partisi, 1999, Anavatan Partisi Türkiye Sözleşmesi ve Seçim Beyannamesi. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/2579>
- Atvur, S. (2009). Yerel Gündem 21 ve Çevre: Antalya Kent Konseyi Örneği, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 35(12), 231-241. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Başlevent, C., Kirmanoğlu, H. ve Şenatalar, B. (2004). Voter profiles and fragmentation in the Turkish party system. *Party Politics*, 10(3), 307-324. doi: 10.1177/1354068804042461
- Bayraktar, U. (2006). Local Participatory Democracy: The Local Agenda 21 Project in Turkish Cities, Unpublished Ph.D. Dissertation, Institut d’Etudes Politiques de Paris, Programme Doctorale de CEVIPOF, Doctorat de Sociologie Politique. Erişim adresi: <https://spire.sciencespo.fr/hdl:/2441/5405/resources/bayraktar-scpo-2006.pdf>

- Bayramoğlu Alada, A. (2000-2001). Bir Kanun Hükmünde Kararname Tasarısı Üzerine, *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23-24, 35-46. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/5442>
- Bayramoğlu Alada, A. (2008). Türkiye’de yerel Yönetimleri ‘Özerklik Meselesi’ üzerinden yeniden düşünmek. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 17(4), 5-44. Erişim adresi: <https://cyy.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Bayramoğlu, A. (1995). Türkiye’de siyasi partiler. *Nehir Dergisi*, 22-23-24, 35-44.
- Bayramoğlu, A. (2001). *Türkiye’de islami hareket, sosyolojik bir bakış, 1994-2000*. İstanbul: Patika.
- Cansever, N. (2019). *Türk siyasal hayatında yöneten sağın bölünmesi: 1990’lı yıllarda Anavatan Partisi ve Doğru Yol Partisi karşılaştırmalı analizi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Cansever, N. ve Kiriş, H. M. (2021). *Yöneten sağda rekabet ve dönüşüm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Cumhuriyet Halk Partisi, “Güzel Günler Göreceğiz”, 2002 Seçim Bildirgesi. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/955>
- Cumhuriyet Halk Partisi, “Yeni Hedefler Yeni Türkiye”, 1994 Parti Programı. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/956>
- Cumhuriyet Halk Partisi, “Yerel Çözüm 2000”, 1999 Seçim Bildirgesi. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/2582>
- Çitçi, O. (2005). *Yerel seçimler coğrafyası 1963-1999*. Ankara: TODAİE.
- Çoker, Z. (2003). *Mülki yönetim ve yerel yönetimlerde yeniden yapılanma*. Ankara: Türk İdareciler Derneği.
- Dağtaş, E. (2001). 27 Mart Yerel Seçimleri Öncesinde Yazılı Basının Siyasal Tutumu ve Seçim Sonrasına İlişkin Gecikmiş Bir Değerlendirme, *Kurgu Dergisi*, 18, ss. 157-176. Erişim adresi: <https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/1376/153823.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Demirci, M. (2004). *Kent planlamada uygulama anlayışına eleştirel bir yaklaşım Dikmen Vadisi Projesi örneği*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Demokratik Sol Parti, “Demokratik Sol Parti ile Dürüst Yönetim, Hakça Düzen, Ulusal Birlik”, 1995 Seçim Bildirgesi. (2021, 23 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/764>
- Demokratik Sol Parti, “Gözünaydın Türkiye”, 1991 Seçim Bildirgesi. (2021, 23 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/602>
- Demokratik Sol Parti, “Sessiz Devrim, DSP’nin Ülke Sorunlarına Yaklaşımları ve Çözüm Önerileri”, 2002 Seçim Bildirgesi. (2021, 23 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/927>
- Demokratik Sol Parti, 1991 Programı. (2021, 23 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/537>

- Demokratik Sol Parti, 1999 Seçim Bildirgesi. (2021, 23 Eylül): <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/696>
- Doğanay, Ü. (2004). Rethinking democratic procedures: Democracy and deliberative experiences in Turkey's LA21 process. *Political Studies*, 52, 728-744. doi: 10.1111/j.1467-9248.2004.00505.x
- Doğru Yol Partisi, "1946'dan 21. Yüzyıla II. Demokrasi Programı: Yeter Hak Millet'in", 1998. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/2585>
- Doğru Yol Partisi, "21 Ekim Sabahı Yeni Bir Türkiye", 1991 Seçim Bildirgesi. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/679>
- Doğru Yol Partisi, "Hedef 2000'ler Tek Çözüm Çiller", 1999 Seçim Bildirgesi.
- Duran, B., Türk Parlamento Tarihi: TBMM 19. Dönem, 1991-1995, TBMM Kültür Sanat ve Yayın Kurulu, No: 150, Cilt 1 ve 2, Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/125>
- Emrealp, S. (2005). *Yerel Gündem 21 uygulamalarına yönelik kolaylaştırıcı bilgiler el kitabı*. İstanbul: IULA-EMME.
- Ercan, O. ve Pekküçükşen, Ş. (2004). Yönetim paradigmasındaki değişim: Yönetişim, kentsel yönetişim ve Yerel Gündem 21 uygulamaları. *Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 1-14. Erişim adresi: <http://iibf.erciyes.edu.tr/kutuphane/petas/petas.php?keyword=27510&skip=0&type=2>
- Erder, S. ve İncioğlu, N. (2008). *Türkiye'de yerel politikanın yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Eren, V. (2011). Belediye yöneticilerinin yerel yönetim reformları hakkındaki düşünceleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(8), 89-111. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/182978>
- Erten, M. (2004). *Karşıyaka kent meclisi: Kent yönetimine bir katılım deneyimi*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Fazilet Partisi Programı, "Öncü Türkiye için Elele", 1997. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/698>
- Findley, C. V. (2011). *Modern Türkiye tarihi, 1789-2007*. İstanbul: Timaş.
- Göymen, K. (1997). *Türkiye'de kent yönetimi*. İstanbul: Boyut.
- Göymen, K. (1999). Türk yerel yönetiminde katılımcılığın evrimi: Merkezîyetçi bir devlette yönetim dinamikleri, *Amme İdaresi Dergisi*, 32(4), 67-83. Erişim adresi: <https://ammeidaresi.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Göymen, K. (2000). Tourism and governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1025-1048. doi:10.1016/S0160-7383(99)00127-9
- Göymen, K. (2006). Dynamics of change in Turkish local governance. *Society and Economy*, 28(3), 245-266. doi:10.1556/SocEc.28.2006.3.2

- Güler, B. A. (1998). 1998 reform tasarısı üzerine inceleme. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 7(4), 3-25. Erişim adresi: <https://cyy.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Güler, B. A. (2001). Yerel yönetimlerde reform sorunu. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 10(3), 7-12. Erişim adresi: <https://cyy.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Haktankaçmaz, M. İ. (2004). Türk kamu yönetiminde yönetişimin uygulanabilirliği. *Amme İdaresi Dergisi*, 37(1), 45-62. Erişim adresi: <https://ammeidaresi.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Halkın Demokrasi Partisi Programı, 1994. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/745>
- Halkın Emek Partisi Programı, 1990. (2021, 24 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/661>
- IULA-EMME. (2003). Local Agenda 21 Turkey: Outstanding Examples, İstanbul: IULA-EMME.
- İnaç, H. ve Ünal, F. (2007). Avrupa yerel yönetimler özerklik şartı ve Türkiye’de belediyeler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 1-24. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/dpusbe/issue/4759/65372>
- İnan, A. (1998). Görüşler ve yorumlar: Mahalli idareler kanun taslağına göre demokratik kitle örgütlerinin yerel yönetimlere demokratik katılımı. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 7(2), 128-132. Erişim adresi: <https://cyy.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Karaman, Z. T. (1998). Habitat II ve yerel gündem 21 sorumluluğu. *Türk İdare Dergisi*, 426, 347-363. Erişim adresi: <http://iibf.erciyes.edu.tr/kutuphane/petas/petas.php?skip=0&keyword=ZERR%C4%B0N+TOPR+AK&type=5>
- Keleş, R. (1995). Yerel yönetimler özerklik şartı karşısında Avrupa ve Türkiye. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 4(6), 3-19. Erişim adresi: <https://cyy.hacibayram.edu.tr/Dergiler>
- Keleş, R. (1999). *Avrupa’nın bütünleşmesi ve yerel yönetimler*. Ankara: Türk Belediyecilik Derneği ve Konrad Adenauer Vakfı.
- Koçak, S. Y. ve Ekşi, A. (2010). Katılımcılık ve demokrasi perspektifinden Türkiye’de yerel yönetimler. *(Süleyman Demirel Üniversitesi) SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 295-307. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/117936>
- Koçdemir, K. (2002). Hizmette vatandaşla yakınlık (subsidiyarite) ilkesi ve sosyal hizmetler. *Türk İdare Dergisi*, 74(434), 1-5. Erişim adresi: <http://iibf.erciyes.edu.tr/kutuphane/petas/petas.php?skip=0&keyword=KAD%C4%B0R+KO%C3%87DEM%C4%B0R&type=5>
- Köker, L. (1995). Local politics and democracy in Turkey: An appraisal. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 540(1), 51-62. doi: 10.1177/0002716295540000005
- Kösecik, M. (2007). Avrupa Birliğine Üyelik Sürecinin Türkiye’nin Yerel Yönetim Yapısına Etkileri, H. Özgür ve M. Kösecik (Ed.), *Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar –II: Uygulama (s. 691-737) içinde*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Köseçik, M. (2008). *Yerel yönetimlerde Avrupalılaşıma, yerel siyaset*. İstanbul: Okutan.
- Meclis Haber Dergisi, “Seçime giderken yoğun istifalar”, 1995-1996, Aralık-Ocak, S. 45. (2021, 24 Eylül). Erişim adresi: https://www5.tbmm.gov.tr//develop/owa/meclis_bulteni.dergi?psayi=45
- Meclis Haber Dergisi, 1992, Aralık, S. 19. (2021, 24 Eylül). Erişim adresi: https://www5.tbmm.gov.tr//develop/owa/meclis_bulteni.dergi?psayi=19
- Meclis Haber Dergisi, 1995, Ocak, S. 38. (2021, 24 Eylül). Erişim adresi: https://www5.tbmm.gov.tr//develop/owa/meclis_bulteni.dergi?psayi=38
- Milliyetçi Hareket Partisi, “Lider Türkiye’ye Doğru”, 18 Nisan 1999 Seçim Beyannamesi, 1999. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/handle/11543/740>
- Milliyetçi Hareket Partisi, “Türkiye’nin Onurlu Geleceği”, 3 Kasım 2002 Seçim Beyannamesi. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/handle/11543/2752>
- Milliyetçi Hareket Partisi, 1995 Seçim Beyannamesi. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/handle/11543/762>
- Miş, N. ve Eren, A. (2014). Siyasal Partilerin Yerel Seçim Vizyonu İstanbul Seçimleri, Mart, 91, SETA. Erişim adresi: <https://www.setav.org/siyasal-partilerin-yerel-vizyonu-istanbul-secimleri/>
- Mogalakwe, M. (2006). The Use of Documentary Research Methods in Social Research, *African Sociological Review*, 10(1), 221-230. Erişim adresi: https://codesria.org/IMG/pdf/Research_Report_-_Monageng_Mogalakwe.pdf
- Ortaylı, İ. ve Küçükaya, İ. (2012). *Cumhuriyet’in ilk yüzyılı, 1923-2023*. İstanbul: Timaş.
- Özcan, G. B. and Turunç, H. (2008). The Politics of Administrative Decentralization in Turkey since 1980, J. Killian and N. Eklund (Ed.), *Handbook of Administrative Reform: An International Perspective* (s. 177-193) içinde, Florida: Auerbach Publication.
- Özdemir, D. (2007). Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları ve Yönetişim, H. Özgür ve M. Köseçik (Ed.), *Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar –II: Uygulama* (s. 313-333) içinde, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Özkök, E. (1994, 2 Mart). Yılmaz şimdiden söz veriyor. *Hürriyet*, s. 13.
- Polat, İ. (2014). Bir Katılım deneyimi Olarak Nilüfer Mahalle Komiteleri, İ. İzci (Der.). *Katılımcı Yerel Yönetim* (s. 114-123) içinde, İstanbul: Kalkedon.
- Refah Partisi Seçim Beyannamesi (Özet), “25 Aralık Sabahı Türkiye Yeniden Doğacak”, 1995. (2021, 25 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/763>
- Refah Partisi Seçim Beyannamesi, 1991. (2021, 24 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/672>.
- Sarıbay, A. Y. (1995). Partilerin hepsi popülist. *Nehir Dergisi*, 22-23-24, 30-34.

- Sayarı, S. (2002). The Changing Party System, S. Sayarı, Y. Esmer (Ed.), Politics, Parties and Elections in Turkey (s. 9-32) içinde, London: Lynne Rienner.
- Sezen, S. (1994). *Seçim ve demokrasi*. Ankara: Gündoğan.
- Sosyaldemokrat Halkçı Parti, “Yeni Bir Türkiye İçin İlk Hedefler”, 1991 Seçim Bildirgesi. (2021, 16 Eylül). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/670>
- TBMM Başkanlığı Çalışmaları, 25 Ocak 1996-16 Şubat 1999, (2021, 10 Ekim). Erişim adresi: <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/handle/11543/1982>
- Tokgöz, O. (2010). *Seçimler, siyasal reklamlar ve siyasal iletişim*. Ankara: İmge.
- Toksöz, F. (2008). *İyi yönetim el kitabı*. İstanbul: TESEV.
- Torlak, S. E. ve Önez, Z. (2005). Bir Katılım Modeli Olarak Yerel Gündem 21’e Bakış, H. Özgür ve M. Kösecik (Ed.), Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar –I: Reform (s. 649-673) içinde, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Turan, A. E. (2008). *Türkiye’de yerel seçimler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Türkiye İstatistik Kurumu, TÜİK. (2019, 28 Ocak). Erişim adresi: <https://biruni.tuik.gov.tr/nufus90app/idari.zul>
- V. Ecevit Hükümeti (DSP-MHP-ANAP) Koalisyon Protokolü. (2019, 12 Şubat). Erişim adresi: <https://www.tbmm.gov.tr/hukümetler/KP57.htm>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yıldırım, Y. (2008). Porto Alegre-Fatsa: Yerel düzeyde ‘Demokrasiyi Demokratikleştirmek’ çabaları üzerine bir karşılaştırma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(1), 273-287. doi:10.1501/SBFder_0000002060
- Yirmibeşoğlu, F. ve Yiğiter, R. G. (2006). Kentsel Dönüşüm Sürecinde ‘Yerel Gündem 21’in Rolünün Türkiye’deki Uygulamalar ile Değerlendirilmesi, TMMOB Şehir Plancıları Odası, Kentsel Dönüşüm Sempozyumu Bildiri Kitabı (s.29-45) içinde, Ankara: TMMOB, ŞPO.
- Yüksek Seçim Kurulu, (2021, 15 Eylül). Erişim adresi: <http://www.ysk.gov.tr/tr/milletvekili-genel-secim-arsivi/2644>

Extended Abstract

Purpose

In this study, the transition process in Turkey from a model in which local governments are seen as representatives or extensions of the central government, to a local governance model in which they assume relatively more powers and duties, can be organized more flexible and in line with their own needs, and where the participation mechanisms of social actors are diversified and strengthened, the legal and political background, examples, results, and deficiencies of the process are examined as of the period of 1991-2002. In this context, the legal background, results, and deficiencies of the reform efforts, priorities in the context of political, economic, administrative, global, and international relations that enable the transformation towards local and metropolitan governance, the perspectives of political actors, academic literature, government, and political parties' documents are collated and discussed.

Design and Methodology

Purpose of the study; In the transition process towards the local governance model in Turkey, considering the legal and political background, the local government reform efforts in the period of 1991-2002 are to examine the discourses, drafts, and examples by using the document analysis method. Document review, which can also be used in conjunction with other data collection and analysis techniques; covers the examination of written documents containing information about the phenomenon/situation to be investigated. While applying the document review method; the stages of reaching the documents, checking their originality, understanding and using the data were followed. In this context, from 1991 to 2002; local and parliamentary election results, party programs and election declarations of political parties serving as the ruling and opposition parties, parliamentary minutes, protocols of coalition governments, and Turkish Statistical Institute (TSI) data were analysed together. Thus, in the light of the political environment in the 1991-2002 period, the opportunity to examine local government reform efforts and discourses in the context of the "transition towards the local governance model" was obtained.

Findings

With the effect of neoliberal policies and globalization in the field of politics and economy, which were effective in the 1980s, a more autonomous and stronger local government approach, independent from the center, has developed. In 1985, the European Charter of Local Self-Government was accepted by the Council of Europe, Environment and Development Conferences (Habitat I and II) were organized by the United Nations; developments such as Local Agenda 21 initiatives and the Rio Summit were experienced. This process affected Turkey as well, and the full reflection of the global economic and social developments in Turkey was in the 1990s. During the 1990s, the idea that a local government reform was needed in Turkey created a comprehensive and holistic agenda. During this period, many reform bills were discussed in both NGOs and academic circles, and were discussed in the Assembly; but it was not enacted. The most important reason for this was the political, economic, and social conjuncture the country was in at that time. From 1991 to 2002, unstable coalition governments were established in Turkey, and this process brought with it economically (1991, 1994, 2001), political and social crises. In this period, when 11 coalition governments were formed, the governments were short-lived and the political process could not function properly, as the political parties that were ideologically distant from each other were grouped. In addition, the concern that decentralization in Turkey will harm the monist/unitary state structure has emerged as an obstacle to reforms on local governments in this period, as in every period.

In the 1990s, changes in the legal regulations regarding local governments could not lead to an evolution towards local governance, structural reforms, which include a strong understanding of governance, were only realized during the AK Party governments after 2002. In the reforms made after 2002, the main determinant factor was not internal dynamics, a series of local government reforms were made as a result of globalization and efforts to join the European Union, and some objections and criticisms have been present since that period for not seeing the legislative change in this period at the reform level.

Research Limitations

The main limitation of this research is the selection of a specific time period, 1991-2002 for the analysis of local government reform efforts. For the sake of a deeper inquiry, the 1990s, a very crucial and turbulent era of the Turkish politics, are consciously selected to scrutinize uncompleted local government reform bills.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

Looking for local government reform in any major political era of Turkey may significantly contribute to a better and more complete understanding of other dimensions of Turkish politics of corresponding time period. The 1990s is also very remarkably important and interesting era for various local government reform discourses, drafts, bills; which all directly and indirectly influence further reforms of 2000s, when AK Party was ruling alone. To look the connection between local and national politics and elections are attempted to reveal in this article; this is especially exciting the fact that 1999 elections is the sole example that local and national / Parliamentary elections were hold in the same day. The 1999 elections and local government reform drafts around 1999 provides many clues for social and political scientist in some of their respective researches.

Originality/Value

With the 1991 general election, the period of coalitions that would last until the 2002 elections started in Turkey, and 11 governments were formed during the 11-year coalition period in which 4 general elections (1991, 1995, 1999, 2001) and 2 local elections (1994-1999) were held. In the 1990s, in this political conjuncture; the importance given to local election campaigns has increased, and the understanding that the way to win the election at the national level is to be successful at the local level has been reinforced. Although almost all of the political parties participating in the elections talked a lot about local government reforms, the structure and short-term nature of the coalition governments left the reform ideas based on discourse. Considering the effects of the political environment in the context of the transition process towards the local governance model in the local government reform efforts and discourses in the period of 1991-2002 will contribute to the literature by revealing the originality of the study.

Araştırmacı Katkısı: Hüseyin ÖZGÜR (%55), Niran CANSEVER (%45).

Toplumsal Hareketlerin Siyaset Psikolojisi Kavramları ile İncelenmesi: Arap Baharı Sürecinde Tunus ve Mısır^{1 2}

Mehmet Osman ÇATI³ - Gizem KEBAPCI⁴

Başvuru Tarihi: 26.06.2021

Kabul Tarihi: 14.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Siyaset bilimi ve psikoloji disiplinlerinin sınırları içerisinde şekillenen siyaset psikolojisi alanı; insanların, grupların ve devletlerin siyasal davranışlarını, insanların duygu durumları ile ilişkilendirerek anlamlandırılmasında yardımcı olmaktadır. Toplumsal hareketlerin oluşum süreci, katılımcıları, karşıtlıkları, devamlılığı, yaygınlaşması ve gelişimi itibarıyla birçok ihtilaflı kuram ve kavramın ortaya çıkmasına neden olmuş ve her iki disiplininin akademik yazınında kendine yer bulmuştur. Toplumsal hareketlerin, insanların siyasal davranış üretebilecekleri motivasyonlar ile oluşmaları, bu sürecin siyaset psikolojisi kavramlarıyla incelenmesinin yolunu açmıştır. 2010 yılının sonunda başlayan Arap Baharı hareketleri, Ortadoğu siyasal tarihinde önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Tunus'ta başlayan protestoların internetteki Facebook, Twitter ve YouTube gibi sosyal ağ veya paylaşım siteleri ve El Jezire gibi uydu üzerinden yayın yapan kuruluşlar aracılığıyla yayılarak uluslararası boyutta seslerini duyurmaları ve büyük ölçüde lidersiz olarak gelişmeleri, Arap Baharı hareketlerini daha önceki toplumsal hareketlerden farklılaştırmıştır. Bu nedenle bu çalışmada Arap Baharı hareketleri "meydan hareketleri" olarak tanımlanmış ve değerlendirilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, Arap Baharı sürecinde önemli bir yer tutan Tunus ve Mısır'daki toplumsal hareketlerin siyaset psikolojisi kavramlarından yararlanarak analiz edilmesi ve açıklanmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, toplumsal hareket kuramları, akademik literatürdeki tartışmalardan beslenerek incelenmiş, Arap Baharı hareketleri meydan hareketleri olarak tanımlanmış ve Tunus ve Mısır'da 2011 yılında rejim değişikliklerine yol açan gelişmeler de 'duygular', 'siyasallaşmış ortak kimlikler' ve 'görelî yoksunluk' kavramları çerçevesinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Arap Baharı, Siyaset Psikolojisi, Duygular, Siyasallaşmış Ortak Kimlikler, Görelî Yoksunluk

Atıf: Kebapci, G. ve Çatı, M. O. (2022). Toplumsal hareketlerin siyaset psikolojisi kavramları ile incelenmesi: Arap baharı sürecinde Tunus ve Mısır. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 235-256.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bu çalışma Gizem KEBAPCI'nın Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Osman ÇATI danışmanlığında hazırladığı "Siyaset Psikolojisi Çerçevesinde Toplumsal Hareketler: Arap Baharı Sürecinde Tunus ve Mısır Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

³ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, osmancati@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1606-9427

⁴ Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Bölümü Doktora Öğrencisi, gizemkebacpi5@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0059-3753

Explaining Social Movements with the Concepts of Political Psychology: Tunisia and Egypt in the Arab Spring

Mehmet Osman ÇATI⁵ - Gizem KEBAPCI⁶

Submitted by: 26.06.2021

Accepted by: 14.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

Political psychology as an interdisciplinary field of inquiry connecting political science and psychology explores the role of psychological processes and emotions in order to make sense of the political behaviour of people, groups and states. The formation processes of social movements along with the diversity of their participants, contradictions, continuities, proliferation and development has led to the emergence of many controversial theories and concepts which in turn have found a prominent place in the academic literature of both political science and psychology. The acknowledgement that emotions of people can produce and shape political behaviour has made it necessary to examine the formation of social movements with the help of the theories and concepts of political psychology. The Arab Spring movements that started at the end of 2010 constitute an important turning point in the political history of the Middle East. In this context, the purpose of this study is to analyse the developments that took place in Tunisia and Egypt during the Arab Spring and their explanation with help of the conceptual lens of political psychology. In accordance with this purpose, social movement theories have been examined by drawing on the debates in the academic literature; the Arab Spring movements have been defined as square movements; and the social movements with led to regime changes in Tunisia and Egypt in 2011 have been explained though the application of a political psychology conceptual framework that encompasses “emotions”, “politicized common identities” and “relative deprivation”.

Keywords: Arab Spring, Political Psychology, Emotions, Politicized Common Identity, Relative Deprivation

⁵ Muğla Sıtkı Koçman University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Political Science and International Relations, osmancati@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1606-9427

⁶ Social Sciences University of Ankara Institute for Graduate Studies in Social Sciences Department of International Relations, PhD Candidate, gizemkebacpi5@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0059-3753

Giriş

Yeni bir ara disiplin olan siyaset psikolojisi, psikoloji biliminin kavramları aracılığıyla siyasal olanın altında yatan psikolojik faktörleri ve süreçleri anlamayı amaçlamaktadır. Bu sebeple, siyasal katılım konusunda söyleyecekleri olan bir disiplindir. Siyaset biliminin toplumsal hareketlere katılımı tartışırken geçmiş dönemde yok saydığı ana konulardan biri, bireylerin toplu eylem ya da protestolar gibi yüksek maliyetli olaylara katılmaya nasıl karar verdikleridir. Siyaset biliminin sınırlarının psikoloji biliminin kuram ve kavramlarından yararlanarak genişletilmesi ile birlikte bu çalışmanın araştırma soruları da yanıt bulabilmektedir: Bir insan sonucunda belki ölümle yüzleşeceği bir mücadeleye nasıl girmeye karar vermiştir? Onu harekete geçiren nedir? Sahip olduğu inanç ve motivasyonu nasıl oluşmuştur? Bireyin hangi duyguları bu hareketlere katılımında etkili olmuş ve bu kararı almasını sağlamıştır? Bireylerde yoksunluk hissinin oluşması ve siyasallaşmış ortak bir kimliğin yaratılmasının bir isyanın oluşmasındaki etkisi nedir? Bu çalışmada, ifade edilen sorulara cevap bulmak amacı ile nitel araştırma yöntemine dayalı olarak çevrimiçi ve ikincil kaynaklardan veriler toplanmış, Arap Baharı sürecinin iki önemli ülkesi Tunus ve Mısır'ın ele alınması nedeniyle karşılaştırmalı analiz yöntemi kullanılmıştır. Arap Baharı süreci; Tunus, Mısır ve Libya da rejim değişikliğine; Suriye ve Yemen'de iç savaşa varacak bir etkiye neden olmuştur. Arap Baharı neredeyse tüm Arap Dünyası'nda etkileri olmuştur. Bu çalışmada, Tunus ve Mısır'ın seçilmesinin birincil nedeni, Arap Baharı sürecinin başladığı ilk iki ülke olmalarıdır. Ayrıca, bu süreçte Tunus hareketi sonrasında ülkede demokratik bir yapı kurulmaya çalışılması ve Mısır hareketi sonrasında Mübarek rejiminin devrilmesi ancak askeri vesayetin siyaset üzerindeki etkisinin arttığı bir siyasal sistem oluşması karşılaştırmada iki ülkenin seçilme nedenleri arasındadır.

Bu çalışmanın temel amacı Tunus ve Mısır'da gerçekleşen toplumsal hareketlerin siyaset psikolojisi kavramları ile karşılaştırmalı yöntem uygulanarak incelenmesidir. Çalışma, bireylerin duygularından bağımsız düşünülmemesi gerektiğini ve Arap Baharı (İsyanları) sürecinde gerçekleşen toplumsal hareketlerin siyaset psikolojisi kavramları ile incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu temel iddianın yanı sıra çalışmanın üç ardıl iddiası daha bulunmaktadır: (1) Siyasallaşmış ortak kimlik, bireylere güç vererek daha fazla eyleme katılma istekliliğini artırmaktadır. (2) Tunus ve Mısır'luların, öteki olmalarının, aşağılanmalarının sonucu olarak hissettikleri korku ve kaygılarını, öfke ve umut duygularına dönüştürebilmiş olmaları ve sonrasında toplu eylemlere katılabilmiş olmaları toplumsal hareketlerin başlamasına neden olmuştur. (3) Toplumsal hareketlerin oluşma nedenleri temelde adaletsizlikte yatmaktadır. (4) Başta Facebook, Twitter, Youtube olmak üzere internet sosyal ağları ve uydu üzerinden yayın yapan El Cezire gibi haber kanalları protestoların oluşup yayılmasında etkili olmuştur ve bu protestolar büyük ölçüde örgütsüz gelişmiştir. Böylece Arap Baharı sürecini ele alan akademik çalışmalardan farklı olarak yeni bir kuramsal yaklaşım izlenecek ve bu sürecin iki önemli örneğini oluşturan Tunus ve Mısır'da 2010 sonrasında gerçekleşen toplumsal hareketler siyaset psikolojisi kavramları olan 'duygular', 'siyasallaşmış ortak kimlikler' ve 'görelî yoksunluk' açısından incelenecektir. Çalışmanın örnek vakalarını oluşturan bu iki ülkede Arap Baharı sürecine katılan insanların, aşağılanmalarının ve ötekileştirilmelerinin sonucu olarak hissettikleri korku ve öfke duygularını umut duygularına dönüştürebilmiş olmaları, küçük çaplı protestoların rejim değişiklikleriyle sonuçlanacak toplumsal hareketlere evrilmesine yol açmıştır.

Toplumsal Hareketler ve Arap Baharı: Kuramsal Tartışmalar

Toplumsal hareketler alanındaki kuramsal değerlendirmelere bakıldığında, 19. yüzyılın ilk yarısını izleyen yüz yıllık dönem birinci kısım olarak nitelendirilerek klasik veya eski toplumsal hareketler olarak adlandırılmış; 20. yüzyılın ikinci yarısı ve günümüze kadar olan süreç ise ikinci kısım olarak ayrılmıştır ve yeni toplumsal hareketler olarak adlandırılmıştır (Demiroğlu, 2014). Eski toplumsal hareketler literatürüne bakıldığında, Gustava Le Bon'un kalabalıklar yaklaşımı, toplumsal hareketler ve kitle hareketleri alanında ilk çalışmalardan biridir. Le Bon için kitlesel ve toplumsal hareketler insanların kalabalıklar içinde kendilerini içgüdülerine

bıktıkları bir irrasyonellik durumudur (Le Bon, 2017). İlerleyen dönemde bu görüşe karşıt olarak meydana gelen ve bireylerin rasyonel eylemlerinin sonucu olarak toplumsal hareketlere katıldığını açıklayan Rasyonalist yaklaşım ön plana çıkmıştır. Mancur Olson; “Kolektif Eylemin Mantığı” adlı kitabında, liberal iktisadın temel varsayımlarını, toplumsal hareketleri açıklamada uygulamış ve yorumlamıştır. Olson’a göre; birey eylemlerde bulunurken aldığı her kararı, kendi çıkarı doğrultusunda oluşturmuştur. Kolektif eylem; kalabalıklar yaklaşımından sonra ilk defa ölçülebilir, değerlendirilebilir bir davranış biçimi ve eylem olarak ele alınmaya başlandığı için bu yaklaşım önemlidir (Olson, 1965, s. 2-8). Kalabalıklar yaklaşımına karşıt bir yaklaşım olarak geliştirilen Kaynak Mobilizasyonu kuramı, 1970’li yıllarda etkili olmuştur. Kaynak mobilizasyonu yaklaşımına göre; toplumsal hareketler kurumsal siyasete erişimi sınırlı çeşitli toplumsal grupların, kolektif çıkarlarını temsil etmek ve bu çıkarlar doğrultusunda kurumsal siyaseti etkilemek üzere ortaya çıkmışlardır (Porta ve Diani, 1999). Bu yönleri ile ele alındıklarında, eski toplumsal hareketlerin temel özellikleri arasında endüstri toplumu çerçevesinde ortaya çıkan sınıf çatışması eksenli olmaları ve hiyerarşik bir örgütlenmeyi içermeleri yer almaktadır. Doug McAdam, Sidney Tarrow ve Charles Tilly toplumsal hareketler alanında; dinamik ilişki biçimleri yerine, daha durağan ilişkilere odaklanıldığını ve bunun bir engel oluşturduğunu dile getirmişlerdir (McAdam, Tarrow ve Tilly, 2001). Bunun yerine geniş çatışma vakaları ile daha çok ilgilenilmesinin gerekliliği ve hareketlerin karşılaştıkları tehditler ve örgütsel zaafılar yerine olanaklar ve örgütsel kaynakların genişletilmesine vurgu yapılmasının gerekli olduğunu ele almışlardır (McAdam ve diğerleri, 2001, s. 42).

Yeni toplumsal hareketler literatürüne bakıldığında; Alain Touraine, 20. yüzyılın ortalarında devlet iktidarlarının bir önem taşımadığını ve toplumsal hareketlerin daha çok sivil topluma yönelmekte olduklarını dile getirmiştir (Touraine, 2002). Eski toplumsal hareketlerin işçi hareketlerini içerdiği göz önünde bulundurulduğunda, yeni toplumsal hareketler, devlet otoritesini ele geçirmek ve siyasi talep gibi unsurların yerine devleti ele geçirmek istemeyen daha çok özel meseleler ile ilgili taleplerin oluşturulduğu hareketlerdir. Yeni toplumsal hareketlerin temsilcilerinden Claus Offe’ye göre yeni toplumsal hareketlerin özgün yanı “formel kurumsal-siyasi kanalların dışında çalışmaları, hayat tarzı, etik ve kimlik duyarlılıkları üzerine vurgu yapmalarıdır” (Offe, 1985, s. 820). Eskinin aksine yeni kuram, toplumsal barış, çevre, insan hakları, toplumsal cinsiyet, hayvan hakları gibi temaların üzerine vurgu yapmaktadır. Alberto Melucci yeni toplumsal hareketlerin, eski toplumsal hareketlerden farklılaşan özelliği olarak, otonomi ve kimlik üzerinde durması olduğunu belirtmiştir. (Melucci, 1991, s. 91). Melucci, hareketlere katılan bireylerin, yalnızca ekonomik kazanç için katılmadıkları, kültürel menfaatleri ve kimlikleri için katıldıklarını dile getirmektedir (Melucci, 1991, s. 92-93). Tilly’ye göre, toplumsal hareketlere katılan bireylerin eğitim seviyelerinin daha yüksek olması, ideolojiler hakkında fikir sahibi olmaları, farkındalıkların ve duyarlılıklarının artması yeni toplumsal hareketler döneminde önemli bir rol oynamıştır (Tilly, 1988, s. 9).

2011 yılı, 1960’lar ve 1970’ler gibi toplumsal hareketlerin sayısının arttığı ve ortaya çıkış biçimlerinin farklılaştığı bir yıl olmuştur. 2010 yılında Tunus’ta başlayan ve sonrasında Mısır’da da görülen protestolar, hemen ardından Yunanistan’daki Aganaktismenoi hareketleri küresel ölçekte ses getirmiştir. Tahrir protestolarıyla başlayan ve devam eden, kentlerin ana meydanlarında başlayan protestolar ‘meydan hareketleri’ olarak anılmaya başlanmıştır. 2011 sonrası işgal hareketleri ve eylemlere bakıldığı zaman, 2012 yılında Uzak Doğu ile Avrupa’da birçok ülkede görünür olduğu ve 2013 yılında Türkiye’de ve Brezilya’da doğan hareketlerle devam ettiği bilinmektedir (Özen, 2015, s. 12). Meydan hareketleri eski ve yeni toplumsal hareketlerle karşılaştırıldığında, bazı benzer özellikleri ve farklılıkları bir arada bulundurmaktadır. Eski toplumsal hareketlerle en önemli ortak özelliği, hâkim olan siyasi ve ekonomik yapılara yönelik kararlı bir direnişin var olmasıdır. Bunun yanında meydan hareketlerine katılan bireylerde mevcut rejimle ilgili rahatsızlık ve rejim değişikliği isteği vardır. Fakat belli bir sınıfın özgürleşmesi ve o sınıfın hakları ile ilgili doğrudan bir mücadele yoktur. Meydan hareketlerine katılanların, toplumun her kesiminden fakat ortak bir amaca sahip bireylerden oluştuğu görülmektedir. Meydan hareketleri, çeşitli toplumsal taleplerini ve memnuniyetsizliklerini dile getirmeleri, sınıfsal aidiyetin dışında farklı ve ortak bir aidiyet oluşturmaları sebebiyle de yeni toplumsal

hareketler ile benzerlik göstermektedir. Ancak meydan hareketleri, yeni toplumsal hareketler gibi özel ve tek bir konuda (örneğin; iklim sorununa karşı yürütülen mücadele) ön plana çıkmamaktadırlar. Hayriye Özen, meydan hareketlerinin eski ve yeniden farklılaştıran en önemli özelliğini, “çok çeşitli toplumsal talepleri dile getirme ve böylelikle oldukça heterojen kitleleri harekete geçirme kabiliyetine sahip olmalarıdır” şeklinde açıklamıştır (Özen, 2015, s. 13).

Arap Baharı alanındaki akademik çalışmalar incelendiğinde, farklı kuramsal yaklaşım örnekleri bulunmaktadır. Jamie Allinson, karşılaştırmalı tarihsel sosyoloji yöntemini kullanarak; jeopolitik bağlam, devletin görece otonomisi/özerkliği ve sınıf güçlerinin dengesi açısından Arap devletlerinin değişen yörüngesini açıklamaktadır. Hipotezlerinde Arap Baharı sürecinin açıklanmasında, sınıf analizinin yokluğunun bir eleştirisini yapmakta ve işçi hareketlerinin önemini vurgulamaktadır. Allinson çalışmasında; Tunus, Mısır ve Suriye vakalarının ampirik/deneysel bir karşılaştırmasını yapmıştır. İşçi hareketinin en güçlü yer olduğu Tunus’ta anayasal bir uzlaşya varılırken, en zayıf işçi hareketine sahip devlet olan Suriye’nin karşı devrim ve iç savaşın içine düşmüş olmasını, Mısır’ın durumunun ise bu iki kutup arasında uzanan bir yerde olduğunu gözlemleyerek işçi hareketlerinin önemini vurgulayan tezini desteklemiştir (Allinson, 2015).

Alfred Stepan ve Juan Linz ise, Arap Baharı olayları ile öne çıkan üç konuya odaklanmaktadır. Bunlardan ilki; özellikle dünyanın Müslüman çoğunluklu ülkelerindeki din ve demokrasi arasındaki ilişki, ikincisi; demokratik ve otoriter unsurların karışımı olan hibrit rejimlerin özelliği ve sonucusu; sultanizmin doğası ve demokrasiye geçiş için onun çıkarımlarıdır. Yazarlara göre, her ikisinin gelişmesi için demokrasi ve din arasında kurumsal bir farklılık olması gerekmektedir. Bu farklılık ise, Stepan tarafından ‘ikili hoşgörü’ olarak isimlendirilmektedir (Stepan ve Linz, 2013, s. 22).

Raymond Hinnebusch ise, Democratization dergisinin Arap ayaklanmalarına ayrılan özel sayısının giriş makalesinde ayaklanmaların yaşandığı ülkelerde ortaya çıkan farklı sonuçların kavramlaştırılması girişiminde bulunmuştur. Hinnebusch tarafından aktarıldığı üzere özel sayıda yer alan makaleler özellikle devlet kapasitesinin çöküp çökmediğine bağlı olarak farklı sonuçların yaşandığı üç ülkeye odaklanmaktadır: devletin başarısızlığı ve iç savaş (Suriye); hibrid rejimin restorasyonu (Mısır); ve demokrasiye geçiş (Tunus). Hinnebusch’a göre rejimlerin ve muhalefetlerin ayaklanmaların başlangıcındaki nitelikleri ayaklanma sonrasında ortaya çıkan farklı sonuçları açıklamaktadır. Hinnebusch muhalefet açısından rejim karşıtı seferberliğin boyutları ve barışçıl bir değişim gerçekleştirebilme kapasitesini ön plana alırken, hüküm süren otoriter rejimler açısından da bu rejimlerin direnme kapasitelerindeki değişimlerin önemine işaret etmektedir (Hinnebusch, 2015).

Arap Baharı olarak adlandırılan toplumsal hareketleri farklı perspektiflerden ele alan ve yukarıda örnekleri verilen çalışmalar, Tunus’ta değişime yol açan olayların 2010 yılı sonunda başlaması ve bölge ülkelerine sıçramasını içeren ilk beş yıllık dönemde hız kazanmış ancak bölgedeki değişim rüzgarlarının ivme kaybetmesi ve hatta terse dönmesi ile birlikte yavaşlamıştır. İzleyen dönemde sayıları nispeten az olsa da konuyu siyaset psikolojisi kavramları olan duygular ve siyasallaşmış ortak kimlikler açısından ele alan veya siyaset psikolojisini de içerecek şekilde disiplinler arası yaklaşımlar sergileyen çalışmalar olmuştur. Örneğin, Ty Solomon, ontolojik güvenlik ve duygulanım/duygu alanlarını bir araya getirdiği disiplinler arası çalışmasında, başta Tunus ve Mısır olmak üzere Arap ayaklanmalarının anlaşılmasında duygulanım seferberliğinin önemli olduğunu vurgulamaktadır (Solomon, 2018).

Efser Rana Coşkun, çalışmasında Arap Baharı sırasında tetikleyici bir role sahip olan duyguların, otoriter düzenlere karşı seferberliği hızlandırırken, Tunus ve Mısır’da bireysel ve kolektif düzey duyguların kesişimlerini nasıl oluşturduklarını ve böylece duyguların uluslararası yayılımını nasıl etkilediklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Duygular ve repertuarlar bileşenlerinin ışığında Uluslararası İlişkiler ve toplumsal hareketler yazınlarını sentezlediği bu çalışmasında Coşkun, repertuar bileşenlerini ise; kolektif eylem, kolektif kimlik, sembolik siyaset, ağ toplumu ve bilgi siyaseti olarak belirlemiştir. Ayrıca duygular etki mekanizması

repertuarlar tarafından gerçekleştirilen bir katalizör olarak ele alınırken, bireysel duygular ve kolektif duyguların kesişmesi süreci de üç aşamalı olarak değerlendirilmiştir. Birinci aşama, bireyleri Mısır ve Tunus'taki ayaklanmalara katılmaya yönelten öfke, infial ve korku gibi olumsuz duyguların yükselmesi ve yoğunlaşmasıdır. İkinci aşamada, olumsuz duygular temsil edilmiş ve daha sonra dayanışmayı ve kolektif kimlikleri teşvik eden kolektif duyguların dolaşımı yoluyla olumlu duygulara dönüştürülmüştür. Umut duygusu, Tunus ve Mısır'daki ayaklanmaları tetikleyen önemli bir katalizör olarak tanımlanmıştır. Üçüncü aşamada, meydan okuma ve öfke, önceki aşamalarda inşa edilen duygusal tepkiler yoluyla daha fazla iyimserliğe yol açarak Arap Baharı hareketine katılımı motive etmiştir (Çoşkun, 2019).

Helen Underhill ise toplumsal hareketlerde diaspora aktivistlerinin mücadeleye katılımı üzerinde öğrenmenin etkilerini araştırmıştır. Underhill, diaspora aktivistlerinin Mısır'daki toplumsal mücadeleye katılımlarına yönelik anlatımlarına dayalı bu çalışmasında, umut duygularının kararlılık ve adanmışlığı teşvik edeceği sonucuna varırken, diğer yandan da otoriter koşullarda mücadelenin duygusal ağırlığını da kabul etmektedir (Underhill, 2019).

Tahir Kılavuz, Arap Barometre projesi kapsamında Tunus ve Mısır'da düzenlenen anket bulgularını kullandığı karşılaştırmalı çalışmasında, Tunusluların ülke ile ilgili şikayetleri ve sıkıntıları sebebiyle toplu eylem riskini aldıklarını savunurken, Mısırlıların sokağa çıkmasında belirleyici faktörün fırsatlar olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, Tunus'tan sonra eylemlerin Mısır'da başlamasının en etkili nedeni, Mısırlıların Tunus hareketi sonrasında Mübarek rejiminden kurtulabileceklerine dair beklentilerinin oluşması ve toplu eylemi fırsat olarak görmeleri sebebiyle eylemlere katılmaları olmuştur. Diğer yandan Kılavuz, Mısırlıların sıkıntıları ve şikayetlerinin kesinlikle var olduğunu ancak eylem riskini almalarında Tunus'ta Bin Ali rejiminin düşüşünün etkisinin büyük olduğu sonucuna varmıştır (Kılavuz, 2020).

Stephanie Dornschneider olumlu ve olumsuz duygular ayırımına başvurduğu ve umut duygusunu olumlu duygular arasında sınıflandırdığı çalışmasında, siyaset psikolojisi yazınından yararlanarak insanların Arap Baharı'na katılmaya karar verdikleri akıl yürütme süreçlerini incelemiştir. Buna ek olarak ayaklanmalara katılmayanları da çalışmasına dahil ederek bu bireylerin, milyonlarca kişi siyasi değişim talep etmek için sokaklara dökülürken, evde kalma kararını nasıl aldıkları üzerinde durmuştur. Dornschneider, katılımcıların Arap Baharı'na katılma kararlarının, umut, cesaret, dayanışma ve ulusal gurur gibi olumlu duygularla ilgili inançlar tarafından tetiklendiğini ve bunların da ülke içerisinde kitlesel protestoların gerçekleşmesi, yurttaşlarının kendilerini feda etmekte oldukları ve ülke dışında devrimlerin gerçekleştiğine dair inançları tarafından tetiklendiği sonucuna ulaşmıştır. Buna karşılık, evde kalma kararlarının, güvenlik içinde yaşama, tatmin edici yaşam koşulları ve devlet onayı ile ilgili inançlar tarafından tetiklendiği sonucuna varmıştır (Dornschneider, 2021).

Bu çalışma, siyaset psikolojisinin toplumsal hareketlere katılım konusundaki yaklaşımını, Arap Baharı toplumsal hareketleri çerçevesinde ele almayı ve siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler alanlarına eklenmekte olan yenilikçi bakış açılarına katkıda sunmayı amaçlamaktadır. Arap Baharı yazını bağlamında bu katkı, duygular ve ortak kimlikler bağlamında tamamlayıcı; göreceli yoksunluk kavramının kullanımında ise yenilikçi bir yaklaşım örneğidir. Kullanılan verilerin alan çalışması ile elde edilmemiş olması çalışmanın kısıtları arasında yer almakta ve ileride yapılabilecek çalışmalar tarafından geliştirilebilecek yönlerine işaret etmektedir. Benzer şekilde, çalışmanın bu yaklaşımı Arap Baharı döneminde Tunus ve Mısır dışında yaşanan toplumsal hareketleri de incelemek için kullanılabilir. Diğer yandan, Tunus'ta başlayan ve bölgedeki diğer ülkelere yayılan Arap Baharı görece olarak günceldir, son on yılda gerçekleşmiştir ve devam eden bir süreç söz konusudur. Bu nedenle konuyu ele alan akademik çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışma, Tunus ve Mısır'da gerçekleşen toplumsal hareketleri siyaset psikolojisi açısından inceleyerek süregelen kuramsal ve kavramsal tartışmalara katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Toplumsal Hareketlerin Siyaset Psikolojisi Kavramları ile İncelenmesi

Bir ara disiplin olan siyaset psikolojisi alanı ile siyasal katılımı anlayabilmek ve bu sürecin anlamlandırmak mümkündür. Siyaset biliminin toplumsal hareketler alanındaki çalışmalarında, makro süreçlerin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Siyaset psikolojisi alanı ise makro süreçlerde kaybolan, daha küçük ve anlamı olan parçalara dikkat çekmektedir. Duyguların ve davranışların makro süreçlerdeki etkisini anlama çabası siyasal katılımı anlamlandırabilmek için önemli bir katkı sunmaktadır.

Toplumsal hareketleri başlatan insanlar, süreç içinde yaşadıkları duygularla harekete geçmektedirler. İnsanların hissettikleri öfke, kaygı, korku, hayal kırıklığı, umut gibi duygular toplumsal hareketlerin başlamasında etkilidir. Düşünce, kimlik ve ideoloji açısından insanlar duygularla motive olmaktadır ve duygular siyasal katılımı irrasyonel kılmamaktadır (Jasper, 2002, s. 202). Siyasal katılım olarak toplumsal hareketin başlaması, toplu eylemlerin bir şehirden başka bir şehre ve şehirlerden ülkelere yayılması kontrol edilememektedir. Toplumsal hareketler planlı ve stratejiyle değil, kendiliğinden oluşan eylemlerdir.

Duygular ve Toplumsal Hareketler

Siyaset biliminde genel bir yargı olan, siyasal kararların rasyonel olması ve duygulardan uzak olması gerektiğinin tartışılması ve üzerinde durulması önemli bir konu olmuştur. Siyaset psikolojisindeki çalışmalar bu konularda yapılmakta ve duyguların siyasal davranışlar üzerindeki etkisini anlamlandırmadaki boşlukları doldurmayı hedeflemektedir. Bireyler gündemde var olan siyasal olaylara ve durumlara duygusal tepkiler vermektedir. Duygusal tepkiler vermelerinin nedenleri insanların ilkeleri, idealleri ve değer yargılarıdır. Kalıplaşmış durumlar, genel yargılar, siyasal kararların alınması, oy verilmesi, bir konuda taraf olunması, alınan bilginin işlenmesi gibi olgular, duygulanımlar ve duygular ile ilişkilidir (Cottam, Mastors, Preston ve Dietz, 2017, s. 103).

Susan Fiske ve Shelley Taylor, duygulanımı “çok çeşitli tercihler, ruh halleri ve duygular için bir terim” olarak tanımlamaktadırlar (Fiske ve Taylor, 1991, s. 410). Fiske ve Taylor, duyguyu “haz duyma, huzur, öfke, üzüntü, korku ve daha fazlası gibi yalnızca iyi ya da kötü hislerin ötesinde, karmaşık bir duygulanımlar çeşitliliği” olarak tanımlamaktadırlar (Fiske ve Taylor, 1991, s. 411). Duygular bilginin işlenmesinde de rol oynayabilmektedir. George Marcus, Russell Neuman ve Michael MacKuen, nörobilim, fizyoloji ve deneysel psikoloji alanlarındaki araştırmaları dayanak yaptıkları çalışmalarında duygulanım ve aklın geleneksel yaklaşımlarda yer aldığı üzere bir zıtlık ilişkisinde olmaktan öte birbirlerini tamamladıklarını, siyaset üzerinde düşünme sürecinin de duygular tarafından başlatıldığını ileri sürmüşlerdir. (Marcus, Neuman ve MacKuen, 2000, s. 1-11). Bu bakış açısında duygular ikili bir rol oynamaktadır. İlk olarak, duygu, normal olarak gelişen durumlarda verdiğimiz anlık tepkileri etkileyen bir yatkınlık sistemi oluşturmaktadır. İkinci olarak, duygu bir gözetim rolüne sahip olmaktadır, gerçekleşebilecek ve oluşabilecek tehditlere karşı bir uyarıcı olarak var olmaktadır (Marcus, Neuman ve MacKuen, 2000, s. 34). Özetlemek gerekirse, insanların hem duygulanım (hisler ve duygular sistemi) hem de bilişsel (düşünce ve bilgiler sistemi) sistemleri vardır. Zihinde bulunan bu sistemler birbirinden farklıdır, ancak bağlantılı sistemlerdir. Bu bağlantılar her bireyde ve her olayda güç bakımından farklılıklar göstermektedir. Herhangi bir olay karşısında, duygulanım ve bilişsel sistem arasındaki bağlantı güçlü iken, başka bir olay karşısında bu bağ zayıf olabilmektedir.

Duygular toplu eyleme katılım konusundaki motivasyonları hızlandırmaktadır ve büyütmektedir. Toplumsal hareketlerin patlaması, duyguların bir eylem biçimine dönüşmesiyle başlamaktadır. Tunus ve Mısır'daki ayaklanmaları çok yüzlü isyanlar olarak adlandıırırsak, bu hareketlerin nedenleri sadece ekonomik ya da siyasi değildir. Korkunun isyana dönüşmesi, isyanların daha iyi bir hayat için umuda çevrilmesinin nedeni, hükümetlerin yarattığı aşağılanma hissinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Çoğu meydan hareketlerinde karşılaşılan durum aşağılanmanın ve değersiz hissedilmenin verdiği umutsuzluk ve üzüntü arasında onur arayışı olmuştur (Castells, 2013, s. 18).

Toplumsal olarak hareket edebilmek ve siyasal davranış gösterebilmek ile ilgili etkili duygulardan en önemlileri arasında öfke, korku ve şevkti yer almaktadır (Neuman ve diğerleri, 2000, s. 27). Öfke duygusu psikoloji biliminde olumsuz ve kötü davranışlara sebep olan bir duygu durumu olarak tanımlanabilmesine karşın (Budak, 2000, s. 542), sağlıklı ifade edildiğinde olumlu ve işlevsel yönleri bulunmaktadır (Novaco, 1975, s. 92; Kennedy, 1992, s. 148). Öfke duygusunun olumlu yönde işlevine bakıldığında, insanları tehlikenin varlığı konusunda uyarıcı bir etkisinin olduğu söylenebilir. Kişinin yaşadığı problemlerle baş etme konusunda motivasyon sağlar. Başka bir deyişle, öfkeyi işlevsel bir uyarıcı olarak tanımlamak mümkündür (Novaco, 1975, s. 101). İnsanlar onları mutlu ve iyi eden bir hedefe doğru birlik olup ortak bir siyasal davranış geliştirdiklerinde başka bir olumlu duygu olan umut duygusuna sahip olmaktadır. Umut duygusu geleceğe dair iyi bir hayal için gerekli inancı sağlamaktadır. Castells, “insan zihninin ayrıksı özelliklerinden biri de geleceği hayal edebilme becerisi olduğundan, umut hedef arayan eylemi desteklemekte temel bir bileşendir” diyerek umut duygusunun önemini vurgulamıştır (Castells, 2013, s. 27).

Bert Klandermans’a göre, insanların yaşadığı haksızlığa uğramışlık ve mağduriyet hissinin tek başına bireyleri harekete geçirme noktasında yetersiz kaldığı açıktır. Genellikle mağduriyet hissi insanları harekete geçirmek yerine yaşamdan tatminleri azaltan bir etki olarak gözükmektedir (Klandermans, 1984, s. 584). Klandermans, harekete geçirme konusunda sınırlı kalmayan bir kavram olarak “yetkinlik hissi” ele almıştır. Bu alandaki çalışmalarda, siyasal davranış geliştirmek ve toplu eyleme katılma konusunda en önemli faktörlerden birinin yetkinlik hissi olduğunun üzerinde durulmuştur. Siyasi konularda kendini yetkin hisseden ve eylemleriyle siyasal düzeni değiştirebileceklerine inanan ve motive olan bireyler toplu eyleme katılıma daha fazla müdahil olmaktadır (Klandermans, 1984, s. 586).

Toplu eylem oluşturabilmek adına, bireyin dâhil olduğu grubun bu amaçla bir araya gelebilmesi ve memnuniyetsizliklerini, sorunlarını çözebileceklerine inanmaları gerekmektedir. Bu olayın gerçekleşmesine “grup yetkinliği” adı verilmektedir (Klandermans, 1984, s. 586-587). Daha sonra, bu oluşacak mücadelenin başarıya ulaşması adına, mevcut siyasal düzenin gruptan gelen taleplere yanıt vereceği konusunda ortak bir motivasyon sağlamaları gerekmektedir. Bu durumun gerçekleşmesine de “siyasal yetkinlik” denmektedir (Klandermans, 1984, s. 587).

İnsanlar siyasal ve toplumsal mücadelelerinin memnuniyetsizlerini gidereceğine ve adaleti sağlayacaklarına inandıkları zaman daha yüksek siyasal yetkinlik duygusuna sahip olmaktadır. Bunun sonucunda, protestolara ve toplu eylemlere katılmaya eğilimli hale gelmektedirler (Klandermans, 1984, s. 588).

Siyasallaşmış Ortak Kimlik ve Toplumsal Hareketler

Siyasallaşmış ortak kimlik kavramının anlaşılması için ilk olarak toplumsal kimlik kavramının açıklanması gerekmektedir. Sosyal psikoloji alanında çalışmaları olan Henri Tajfel’e göre, toplumsal kimlik, “bir bireyin, bir toplumsal gruba veya gruplara üyeliğine dair bilgisi ile birlikte o üyeliğe verilen değer ve duygusal önemden kaynaklanan benlik kavramının bir parçası” olarak ifade edilmiştir (Tajfel, 1978, s. 63). Bireyler, toplumsal kimliğe sahip olmak ve benimsemek için, kendi gruplarını dışarıda kalan diğer gruplarla karşılaştırarak, içinde buldukları gruba daha çok değer vermeye ve diğerlerinden farklılaştırmaya çalışmaktadırlar (Tajfel, 1978, s. 39). Bireysel farklılıklar göz ardı edildiğinde, toplumsal kimlikler daha belirgin hale gelecek ve duygusal yoğunluk artacaktır. Bir gruba aidiyet duygusu güçlü ise, bireylerin özsayılarının yüksek olmasının öneminin artmasının yanında gruba üye olmak da önemli olacaktır (Cottam ve diğerleri, 2017, s. 106). Toplumsal kimlik grupları herhangi bir tehditle ya da olağanüstü durumlarla karşılaştıklarında, siyasal olarak güdülenmiş duygularla hareket etmeleri beklenmektedir.

Hank Johnston toplumsal hareketlere katılım aşamasında, toplumsal kimlik gruplarının yapılacak eylemler üzerinde uzlaşmış bir fikir olarak oluştuğunu ve gerçekleştirileceğini açıklamaktadır. Farklı fikirler ile ilgili çatışmalar ve müzakere süreçleri geçirilmekte son olarak bu sürecin sonunda kolektif olaylar kurgulanmaktadır

(Johnston, 1999, s. 145). Bu süreçte kolektif kimliğin oluşmasında bireyler kendi kimlikleri ile etkileşimler yaşamaktadır. Dolayısıyla toplumsal harekete katılan her katılımcının, harekete getirdiği belli ve değişmeyen özellikleri olduğu gibi hareket içinde şekillenen daha esnemeye müsait özellikleri de vardır.

Bu çalışmada dikkat çekilmek istenen nokta, bireylerin sahip oldukları toplumsal kimliklerin, toplumsal hareketlere katılımını tetikleyebilmesi, o kimliğin siyasallaşmasıyla gerçekleşmesidir. İnsanlar yaşadıkları mağduriyetin, ait hissettikleri kendi grupları ile ortak bir mağduriyete maruz kaldıkları inancına sahip olurlarsa, kolektif kimliğin siyasallaşmaya başladığı sonucu elde edilebilir. Birey, grubunun yaşadığı mağduriyetin ve adaletsizliğin siyasal nedenlerle oluştuğunun farkına vardığı anda, bu duruma sebep olan tarafı tanımladığı süreçte, siyasallaşmaya başlamaktadır (Simon ve Klandermans, 2001, s. 323). Dolayısıyla, bireyler ilk olarak kimliklerinin siyasallaşmış olduğunun bilincine varmaktadır. İkinci olarak ise, içinde buldukları grubun çatışmadaki yerini ve durumunu kabullenmeleri süreci gelmektedir. Son olarak, bu duruma yol açan siyasal taraf ile adaletsizliğin ve mağduriyetin giderilmesi adına anlaşma yoluna gidilebilecek olması bir seçenektir (Simon ve Klandermans, 2001, s. 324).

Toplumsal hareket aktörlerinde kimlik, ortak ve toplu bir eylem yaratma süreçlerinde siyasallaşmaktadır. Martijn Van Zomeren, Tom Postmes ve Russell Spears siyasallaşmış ortak bir kimliği şu şekilde açıklamışlardır: Siyasallaşmış kimlik, “siyasal olanın, bireylerin kimliğini, toplumsal durum tarafından belirlenen kimlikten (milli kimlik gibi) daha temsili bir kimliğe dönüştüren bir kimlik projesi haline gelmesine imkân tanımaktadır” (van Zomeren, Postmes ve Spears, 2008, s. 507). Yapısal kimlikler zaten toplum içinde mevcut bulunmakta, dezavantaj durumlarına bağlı olarak yeni kimlikler yaratılmaktadır (van Zomeren ve diğerleri, 2008, s. 509-510). İnsanların memnun olmadıkları durumları ve olayları toplu eylem yoluyla çözüme yetilerine sahip olabildiklerine inanmaları ve anlamaları gerekmektedir.

Siyasallaşmış ortak bir kimlik yaratma sürecinin aynı zamanda duygusal bir tarafının da olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Memnuniyetsizlik sahibi olan gruplar, genel olarak haksızlığa uğramış, ekonomik ve siyasal olarak damgalanmış, bazı konularda ayrımcılığa uğramış kişilerden oluşmaktadır. Toplumdaki bu gruplar baskı altında tutulmuşlarsa utanma ve korku duygularına sahip olmaktadır (Taylor, 2013, s. 52). Siyasallaşmış ortak bir kimlik yaratma sürecinin bir kısmı, bu utanma ve korku duygularını gurur ve öfke duyguları ile değiştirmeyi kapsamaktadır (Taylor, 2013, s. 53). Böylelikle insanlar toplu eyleme katılmaya meyilli hale gelmektedir. Örnek olarak, feminist hareketlerde olduğu gibi bu durum, farkındalığı artırma kampanyalarıyla yapılabilmektedir (Taylor, 2013, s. 56).

Görelî Yoksunluk Kuramı ve Toplumsal Hareketler

İnsanların toplumsal hareketlere neden katıldığının anlaşılmasında görelî yoksunluk kuramının açıklanması önem taşımaktadır. Görelî yoksunluk kuramı, “insanların kendi gruplarının durumları ve koşullarını, toplumsal olarak kabul edilmiş bir karşılaştırma standardına göre karşılaştırdıkları ve kendi gruplarının olması gerektiği kadar iyi durumda olmadığını tespit ettikleri bir durumdur” (Cottam ve diğerleri, 2017, s. 434). İnsanlar bu süreç içinde, hak ettiklerini elde edemediklerini ve istediklerine ulaşamadıklarını fark etmişlerdir. Bu durumu diğer gruplarla karşılaştırdıklarında yoksunluk hissettikleri ortaya çıkmıştır.

Bireylerin mağduriyet hissetmelerinin siyasal davranış geliştirmelerine katkıda bulunduğu belirtilmiştir (Klandermans, 1984, s. 588). Ted Robert Gurr ise mağduriyetin oluşmasının temelinde görelî yoksunluk olduğunu söylemiştir. Bireyin durumunu bir başkasının yaşam standardı ile karşılaştırması sonucunda elde etmek istediğini alamadığı ve beklentilerini karşılayamadığı kanısına sahip olması, görelî yoksunluk olarak tanımlanmaktadır (Gurr, 1970, s. 25). Gurr’un ele aldığı çalışmalarda görelî yoksunluk, ekonomik yoksunluk ve bireyin maddi yönden beklentileri karşılayamaması olarak sınırlı tutulmuştur. Bu ekonomik olarak yoksun hissetme algısının, bireyleri mevcut durumu değiştirebilmek adına siyasal davranışlara itmektir (Gurr, 1970, s. 53).

Daha sonra yapılan çalışmalarda, görelî yoksunluk hissinin sadece maddî sorunlarla oluşmadığı ortaya konulmuştur. Sosyal adaletsizlik kavramının toplu eyleme katılma eğilimi çerçevesindeki çalışmalar, adaletsizlik duygusunun da görelî yoksunluğa yol açtığını göstermiştir (Tyler ve Smith, 1995, s. 2). Bir toplumda, kaynakların ve gelirlerin adil dağıtılmadığı düşüncesi, görelî yoksunluğa sebep olmaktadır. Yapılan çalışmalar, “kaynakların sadece bireyler arasında değil, gruplar arasındaki dağılımının da adaletli olup olmadığının” önemli olduğunu göstermiştir (Tyler ve Smith, 1995, s. 3). Çoğulcu yaklaşım grupları temel alırken, sosyo-ekonomik yaklaşım sınıfları temel alır.

Tom Tyler ve Heather Smith tarafından öne sürülen “süreçlerin adaleti” kavramı kaynakların dağılımına dair karar verme sürecine vurgu yaptığı için önem taşımaktadır. Bireyler, kaynakların nasıl dağıtıldığının yanında, kaynakların nasıl dağıtılacağı konusunda karar verme sürecinin adaletinin de göz önünde bulundurulmasının gerekli olduğunu dile getirmişlerdir (Tyler ve Smith, 1995, s. 3-4). Bireyler bu süreçlerin adilliğine kendi haysiyetlerine zarar verip vermedikleri üzerinden karar vermektedirler. Çalışmalarda, kaynakları dağıtan otoritenin bireylere saygı duyup duymadığı, adaletsizlik ve mağduriyet hissi ile ilişkili olup olmadığı ele alınmıştır. Kendilerine ve gruplarına adil davranılmadığı hissine sahip bireyler, toplumsal hareketlere ya da protesto eylemlerine katılmaya daha eğilimlidir (Tyler ve Smith, 1995, s. 4).

İnsanlar geri kalmanın bir şekilde haksızlığa uğramanın yarattığı hoşnutsuzluğu azaltmak ya da ortadan kaldırmak amacıyla, kendilerini karşılaştıkları grupla yakınlaştıran davranışlar gösterebileceği gibi, bu durumu değiştiremeyeceğini düşünerek kaçma eylemi gerçekleştirebilir (göç gibi) ya da bu durumu değiştirmek adına toplu eyleme katılma ve adaleti sağlama duygusuna ulaşmayı hedefleyebilmektedir. Bu çalışmada, bireylerin görelî yoksunluk hissiyatına sahip olmasının, bireyleri toplu eyleme katılmaya teşvik etmesi ve bu yönde davranışlar sergilemesi ön planda tutulmaktadır.

Bu alanda yapılan araştırmalara bakıldığında, grup olarak karşılaşılan eşitsizliğin, bireysel eşitsizliğe ve yoksunluğa göre toplu eylemlere katılım konusunda daha çok teşvik ettiği ortaya konmuştur. Açıkça belirtmek gerekirse, bireysel olarak maruz kalınan eşitsizlik durumuna kıyasla, insanların özdeşleştikleri grup eşitsizlik ve haksızlıkla karşılaştığında toplu eyleme geçme ihtimalleri çok daha yüksektir. Daha önce ele alındığı üzere, belli duyguların toplu eyleme katılma eğilimlerine yol açtığı bilinmektedir. İnsanlar, sonuç olarak kendi grupları herhangi bir konuda yoksunluk yaşadığı için öfkelendiklerinde, bu durumun sorumlusu olan kişi, grup, devlet gibi aktörlere meydan okumaya ve onlarla yüzleşmeye motive olmaktadır.

Emilie Durkheim tarafından ortaya atılan Robert Merton tarafından geliştirilen gerilim teorisi, insanların yapmış oldukları topluma aykırı davranışların (suç, şiddet gibi) beklentileriyle ilgili olduğunu savunmaktadır. Toplumdaki düzensizlik ve adaletsizlik, imkânlardan en çok mahrum olan gelir düzeyi düşük insanlarda yoğun bir hayal kırıklığı ve mağduriyet hissi meydana getirmektedir. Toplum ortak bir düzene ve adalete ulaşmak için meşru yöntemleri öncelikli kılmadığı için, gelir düzeyi düşük olan bireyler hedeflerine ulaşabilmek ve memnuniyetsizliklerini gidermek amacıyla, protesto ve toplu eyleme katılma davranışlarına, diğer sınıfa ait bireylere kıyasla daha fazla katılmaktadırlar. Fırsatlar yeterli olmadığından ve imkânların sınırlı olmasından kaynaklanan gerilime maruz kalan insanların siyasal bir davranış biçimi olarak toplu eyleme katılma davranışı geliştireceği anlamı çıkarılmamalıdır. Merton çalışmasında, insanların duygu durumlarının oluşan gerilime karşı farklı tutumlar geliştirdiklerini ele almıştır. Merton’a göre, siyasal davranış geliştirme ve toplumsal harekete katılma davranışı bireylerin hissettikleri gerilime karşı verdikleri bir cevaptır. İnsanlar geliştirdikleri bu davranışlar sonucunda, gerilimi dindirmekte ya da azaltmaktadır. Merton’a göre, insanlar beş farklı şekilde bu gerilime cevap vermektedir. Bunlar; uyumluluk, yenilikçilik, ritualizm, geri çekilme ve isyankârlıktır. İnsanlar hissettikleri gerilim düzeyine göre bu davranışlardan birini geliştirerek cevap vermektedir. Örneğin, uyumluluk tutumunu sergileyen insanlar, gerilimlerini hafifletebilen ve kontrol edebilen, dolayısıyla isyana ya da toplu eyleme katılma olasılığı en düşük olan gruptur. Diğer yandan, isyankâr tutum sergileyen insanlar,

mevcut toplumsal yapıda büyük değişiklikler elde etmek amacı ile yeni bir toplumsal ve sosyal düzen oluşturmayı amaçlamaktadırlar. Siyasal katılım ve toplumsal hareketlere katılım gerilime karşı verdikleri cevaptır (Merton, 1968, s. 192-247).

Toplumsal olaylara bakıldığında, genellikle toplumda biriken ve süregelen sorunların genel bir memnuniyetsizlik yarattığı düşünülse de, ortaya çıkmasında tetikleyici bir olayın olduğu görülmektedir. Arap Baharı örneği ele alındığında, Tunus ve Mısır hareketlerinin arkasında uzun zamandır var olan baskıcı ve otoriter rejimler tarafından yönetilen halkın değişim taleplerinin yatıyor olmasına rağmen, gösterilerin başlamasını büyük ölçüde etkileyen olay Tunus'ta işsizlik ve ekonomik sorunlardan ötürü seyyar satıcılık yapan Muhammed Bouazizi isimli gencin kendini yakması olmuştur. Yolsuzluklar, zenginliğin ve kaynakların toplumun sadece belli bir kesiminde toplanması,hl toplumdaki diğer insanlarda gerilim yaratmıştır. Ek olarak da insanların ekonomik yönden ciddi bir geçim sıkıntısının içinde olması, bu gerilimi arttıran bir faktör olmuştur. İnsanların bu şekilde çaresiz bırakılmaları bir isyanın gerçekleşmesi için önemli bir etken olmuştur. Tunus ve Mısır hareketlerine katılan insanlar, toplum düzenini reddetmişler ve siyasal davranış geliştirerek toplumsal hareket yaratmak amacıyla bir araya gelmişlerdir. Sosyal adaleti sağlamak ve özgürlüklerine kavuşmak bu hareketin ön plana çıkan ana konularındandır.

Arap Baharı Sürecinde Tunus ve Mısır Hareketleri

Bu bölümde, Tunus ve Mısır'da toplu eylemlerin oluşmasında duygular, siyasallaşmış ortak bir kimlik ve görelî yoksunluk kavramlarının etkisi ele alınacaktır. İkinci olarak Tunus'taki eylemlerin, internetteki sosyal ağlar Facebook, Twitter, Youtube üzerinden oluşup yayılması ve uluslararası boyutta sesini duyurması önemli bir örnek olarak ele alınacaktır. Tunus ve Mısır hareketlerini başlatan toplumsal ağların kendiliğinden oluşması ve büyük ölçüde lidersiz hareketler olması araştırmanın iddialarının örneklenmesinde yardımcı olacaktır. Arap Baharı olarak adlandırılan halk hareketlerinde katılımcıların örgütlenme süreci, geleneksel örgütlerin hiyerarşik yapılarına benzer şekilde oluşmamıştır. Tunus hareketinin başlaması planlı bir süreç sonucu gerçekleşen bir eylem değil, anlık eylemlerle görünür olmaktadır. Seferberliğin başlaması ve kitlelerin kontrol edilemeden oluşması, kitlesel iletişim araçları yoluyla gerçekleşmiştir. Bu gibi sebeplerle, Arap Baharı sürecinde sosyal ağların önemi ön plana çıkmaktadır.

Arap Baharı Süreci ve Tunus

Arap Baharı sürecinin başladığı dönemde, Tunus'un yönetiminde Zeynel Abidin Bin Ali rejimi yer almaktaydı. Bu dönemde, toplumsal memnuniyetsizliğin arttığı bilinmektedir. Dönem dönem oluşan ayaklanmalar, polisin orantısız şiddeti ile engellenmiş ve bastırılmıştır (Tanrıverdi, 2011, s. 4). Toplumda oluşan bu gerilim ve sıkışma ertelenmiştir ancak bir çözüme kavuşmamıştır.

26 yaşında bir seyyar satıcı olan Muhammed Buazizi'ye, 17 Aralık 2010 tarihinde, ruhsatsız satış yaptığı gerekçesiyle zabıtalardan para cezası kesilmiş ve kötü muameleye maruz kalmıştır. Bu olayın üzerine para cezasını ödemiş fakat tezgâhını geri alamaması Tunus'ta yeni dönemi başlatacak olaylara zemin hazırlamıştır. 9 kişilik bir ailenin tek çalışanı olan Buazizi, yanıcı bir madde ile belediye binası önünde kendisini yakmış ve 4 Ocak 2011 tarihinde hayatını kaybetmiştir. Buazizi'nin cenaze törenine binlerce Tunuslu katılmıştır. Cenaze töreninde bulunan kalabalık videolara kaydedilmiş ve ülke genelinde dağıtılmıştır. 20. yüzyıl baskıcı sistemi, 21. yüzyıl medyasıyla başa çıkma konusunda zorlanmıştır. Tunus'un farklı bölgelerinde, insanlar öldürülmüştür. 8 Ocak 2011 tarihinde gösteriler Tunus'un bastısında yer alan Kassarın şehrine sıçramıştır. Bu gösterilerde polis tarafından gerçek mermiler kullanılmış ve 14 kişi öldürülmüştür (Protesters Killed in Tunisia Riots, 2011). Bu şehirde, güvenlik güçlerinin gerçek mermi kullanması ve sivilleri bile vurmaları korku yaratmak adına yapılmıştır. Burada gerçekleşenlerden sonra, Tunuslular rejimin çaresizliğini

görmüşler ve geri dönüşün olmayacağına emin olmuşlardır. Tunus'ta başlayan rejim karşıtı protestolar kısa bir süre içerisinde bölge ülkelerine yayılmış ve Arap Baharı olarak adlandırılmıştır.

Duyguların, siyasallaşmış ortak kimlik kavramının ve görelî yoksunluk kuramının işlevi: Tunus hareketi

Duygular, toplu eyleme katılım konusundaki motivasyonları hızlandırmaktadır ve büyütmektedir. Toplumsal hareketlerin patlaması, duyguların bir eylem biçimine dönüşmesiyle başlamaktadır. Tunus ve Mısır'daki ayaklanmaları çok yüzlü isyanlar olarak adlandırmak mümkündür. Korkunun isyana dönüşmesi, isyanların daha iyi bir hayat için umuda çevrilmesinin nedeni, hükümetlerin yarattığı aşağılanma hissinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Çoğu meydan hareketlerinde karşılaşılan durum aşağılanmanın ve değersiz hissedilmenin verdiği umutsuzluk ve üzüntü arasında onur arayışı olmuştur (Castells, 2013, s. 18).

Tunus'ta oluşan harekete katılan insanlar, hareketi "özgürlük ve haysiyet için devrim" olarak tanımlamışlardır (Castells, 2013, s. 29-38). Hükümet tarafından oluşturulan aşağılanma duygusuna karşılık, özgürlük ve haysiyet arayışı temel amaç haline gelmişti. Birçok toplumsal ayaklanma, yolsuzluk, özgürlüklerin halkın elinden alınması, demokrasi yoksunluğu, işsizlik gibi bütün ülkeye yayılmış ekonomik ve siyasi koşullara karşı oluşmaktadır. Ancak bu nesnel ve somut koşullardan duygusal durumlar doğmuş, bu duygular da bireylerin kendiliğinden başlattığı toplumsal hareketleri tetiklemiştir (Anderson, 2011, s. 3). Gençlerin yaşadıkları işsizlik temelli sıkıntıların umutsuzluk duygusuna yol açması ve sonrasında çaresiz hissetmeleri olayların başlamasını etkilemiştir. Tunuslu avukatlar eylemler başladığında "bugünden sonra, daha fazla korkuya yer yok" diyerek korku duygularından kurtulup geleceğe karşı iyimser bir yaklaşımda bulunup umut duygularına sahip olmuşlardır (Pearlman, 2013, s. 394).

Meydan hareketi olarak gelişen Tunus hareketine bakıldığında, harekete katılan insanların katılma kararı verdikleri süreçte, siyasallaşmış ortak bir kimlik oluşmuştur (Cottam ve diğerleri, 2017, s. 435). Toplumun ya da grubun ortak kimliği açısından bir sorun oluştuğunda, toplumsal kimlik aktif hale gelmektedir. Kolektif kimlik, örneğin toplu bir eyleme katılma gibi ortak bir siyasal davranışın oluşmasında ön plana çıkmaktadır. Toplumsal kimliklerin eyleme ve protestolara katılımı tetikleyebilmesi, o kimliğin siyasallaşmasıyla gerçekleşmektedir.

Tunus'ta uygulanmaya çalışılan neoliberal politikalar sonucunda zenginler daha çok zenginleşmiş, fakirler ise daha çok fakirleşmişti (Gelvin, 2012, s. 35). Bu durumda ülkedeki gerginliği arttırmıştı. Otuz yaş altında olan genç kesimde işsizlik çok artmıştı. İşsizlikten zarar gören ve gelecek ile ilgili umutsuzluğa düşen genç bir kesim vardı.

Yolsuzluk ve nepotizm devrimlerin başlamasında büyük rol oynamıştır. Arap ülkelerinin pek çoğunda olduğu gibi Tunus'ta da yolsuzluk bilinmeyen bir durum değildi (Noueihed ve Warren, 2013, s. 44-45). Bin Ali'nin ailesine ve eşi Leyla Trabelsi'nin ailelerine verilen ayrıcalıklı haklar olmuştur. Bu ayrıcalıklar sonucunda haksız zenginleşmeler ortaya çıkmış ve rahatsız edici boyutlara taşınmıştır (Durac, 2011, s. 177). Bin Ali'nin iktidara geldiği ilk zamanlar gerçekleştiği olumlu ve çoğulcu demokrasi yöntemleri olduğu bilinmektedir. Örneğin; siyasi tutukluların hapisanelerden çıkarılması, yeni partilerin ve sivil toplum kuruluşlarının kurulması için engelleri kaldırmayı amaçlayan yasaların oluşturulması. Ancak 1988 yılının sonlarına gelindiğinde bu durum değişmiştir. Tunus'ta Bin Ali rejimi, kısa süren çoğulcu bir dönemden sonra antidemokratik uygulamalara başvurarak otoriter bir rejim haline gelmiştir. Bu antidemokratik uygulamalara 1989 yılı seçimlerinde muhalif aday olan partilerin propaganda yapmalarının engellenerek zayıflatılması örnek olarak verilebilmektedir (Durac, 2011, s. 178).

Hareket başladığında, Tunus'ta Bin Ali yirmi dört yıldır iktidardadır. Otoriter bir rejimin artan baskıları söz konusudur (Noueihed ve Warren, 2013, s. 92). Bu durumun giderek kötüleşeceği ve Bin Ali'nin damadının, Bin Ali gittikten sonraki dönem için göreve geçeceği düşünülmekte ve bu yönde hazırlıklar yapılmaktadır. Siyasal muhalefet ağır baskılarla karşı karşıyadır. İhbarcılar toplumun içine yayılmıştır. Herkes kendi söylediklerini kontrol etme peşindedir ve huzursuzluk toplum genelinde artmıştır.

Bu sebeplerin hepsi, genel olarak genç nüfusta ciddi bir rahatsızlık yaratmıştır. Bu durum "Arap keyifsizliği" olarak adlandırılmıştır. Bu durumlar sebebiyle, yeni bir siyasallaşmış ortak kimlik oluşmuştur. Bu siyasallaşmış ortak kimlik, adalet kaygısını, demokrasiyi ve insan haklarını kapsamaktadır (Cottam ve diğerleri, 2017, s. 453).

Görelî yoksunluk kuramının harekete katılımındaki etkisi, protestolara katılan grupların birçok haktan mahrum edildikleri için öfke duymaları ve öfkelerinin davranış biçimine yansımaları olarak sokaklara çıkmaları şeklinde görülmüştür. Tunus'ta yaşayan genç nüfusun hissettiği yoksunluk hissi, bireylerin yaşamlarıyla ilgili beklentileri ve koydukları hedeflere ulaşma çabalarının engellenmesi nedeniyle oluşmuştur. Yolsuzluk olayları ve kaynakların büyük kısmının belli bir kesimin elinde bulunması, Tunuslu gençlerin kendilerini toplumun bu kesimleriyle karşılaştırmaları memnuniyetsizlik ve öfke ile sonuçlanmıştır. Bu durum Tunus'ta uzun bir süre devam etmiştir ve bunun sonucunda insanlar daha çok radikalleşmeyi ve toplumsal bir hareket içinde yer almayı tercih etmişlerdir.

Kitleli iletişim araçlarının Tunus hareketindeki rolü: Lidersiz bir hareket

Ortadoğu ve Kuzey Afrika, dünyada en az internet kullanıcılarının bulunduğu bölgelerden biridir. Arap hükümetlerinin muhalif olan sesleri yok ettiği, cezalandırdığı bilinmektedir (Giddens, 2010, s. 47). Bu hükümetlerin internet erişimi sağlarken bilgi üzerinde bir denetim gerçekleştirmesi olağan bir durumdur. Arap Baharı süreci öncesinde bölge ülkelerinde internet kullanımı oldukça sınırlıdır.

2011 yılında Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da başlayan toplumsal hareketlerin örgütlenme aracı olarak sosyal medya ağlarından faydalanılması ile gerçekleşen protestolara "sosyal medya devrimi" gibi tanımlamalar yapılmıştır. Toplu eylem katılımcıları ilk olarak Facebook ve Twitter üzerinden örgütlenerek bir araya gelmişler ve geniş katılımlara ulaşmışlardır (Babacan, 2011, s. 75). Tunus devrimine katılan bir aktivist, "Facebook bizim rejime karşı korkumuzu yenmemize izin verdi" sözünü sosyal medya uygulamalarının önemini vurgulamıştır (Pearlman, 2013, s. 395). Dijital ağların sanal olduğu bilinmektedir, ancak cesaret verici etkisi gerçektir. Sosyal medya insanları korkuyu yenmelerinde, gelecek hakkında iyimser düşünceler oluşturmalarında ve risk almaları konusunda gönüllü hale getirmiştir.

Küresel ölçekte ses getiren Arap Baharı, sosyal medya sayesinde dikkat çekmiştir. Tunus'ta özellikle televizyon ya da radyo gibi kitleli iletişim araçlarının büyük çoğunluğunun devlet tekelinde bulunması ve özel yayın kuruluşlarına uygulanan sansür sebepleri ile toplum gelişmeleri yakından takip edememiştir (Babacan, 2011, s. 77). Bu ortamda halkın sosyal medya ağları aracılığı ile bilgi elde edebilmesi ve gelişmeleri öğrenebilmesi, Tunus hareketinin tepe noktasına ulaşmasını sağlamış ve seferberliği ön plana çıkarmıştır. Tunuslular eylemlerin başladığı günden itibaren video kayıtları almışlar ve dünyaya seslerini duyurmak istemişlerdir. Buazizi'nin kuzeni Ali, Buazizi kendini yaktıktan birkaç dakika sonra toplanan kalabalığı ve kalabalığın yüzündeki öfkeyi video olarak kaydetmiştir. Bu videoyu akşam saatlerinde kendi Facebook hesabı üzerinden yayınlamıştır (The Death of Fear, 2010). Toplumun memnuniyetsizliği, politik öfke ve halkın rejimin yolsuzluklarına tepkisi devrimin yolunu inşa etmiştir. Buazizi'nin kendini ateşe vermesi, halkın bıkkınlığının ve öfkesinin sembolü haline gelmiştir. Bunun üzerine eylemler çoğalmış, video paylaşımları yapılmış ve eylem çağrılarında bulunulmuştur (Tunisie Sidi Bouzid Manifestations, 2010). Sosyal medyanın olmaması durumunda, Arap ülkelerindeki adalet ve demokrasi mücadelesi bu şekilde ses getiremez ve hareketlerin büyümesi söz konusu olmayabilirdi. Arap Baharı süreci içerisinde katılımcıların ve muhaliflerin kendilerini

ifade edebildikleri yerler sosyal medya ağları ve El Cezire kanalı olmuştur. Sosyal ağlar Tunus ve Mısır devrimlerinde, politika yerleri haline gelmiştir. Bu devrimleri internet ya da Facebook devrimi olarak adlandırmak yerine, internetin lojistik destek sağladığı dile getirilmelidir.

Kitlesel iletişim araçlarının Arap Baharı sürecine etki ettiği ve süreci genişlettiği akademik çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Philip N. Howard, Muzammil M. Hussain, Aiden Duffy, Deen Freelon, Will Mary ve Marwa Mazaid'in araştırmasında, Kuzey Afrika'dan Ortadoğu'ya yayılan adalet ve özgürlük hareketini kitlesel iletişim ağlarının ve sosyal medyanın hızlandırdığı sonucu elde edilmiş ve sosyal medyanın özgürlük ve demokrasiye ulaşmada etkin bir silah olarak kullanıldığına vurgu yapılmıştır. Bu süreçte atılan tweetler Tunus gündemine oturmuş ve dünya genelinde yankılanmıştır. Tweetlerin bu şekilde sayısının çoğalması ve hızlıca yayılması "kelebek etkisi" olarak adlandırılmaktadır (Howard, Hussain, Duffy, Freelon, Mari ve Mazaid, 2011, s. 6-7). Bu şekilde ilerleyen ve devam eden süreç, hareket katılımcıları açısından bir güç kaynağı konumuna gelmiştir.

Anita Breuer, Todd Landman ve Dorothea Farquhar ortak çalışmalarında sosyal medyanın Tunus devriminde seferberliğin oluşması konusunda katalizör bir etki yarattığını ve protestoların hızlanmasında etki ettiğini ortaya koymuştur. Bu araştırma 16 Tunuslu dijital aktivist ve 437 Tunuslu internet kullanıcısının cevaplarına dayalı bir araştırmadır (Breuer, Landman ve Farquhar, 2015, s. 766). Tunus toplumu içerisinde bilgi akışının sağlanması, internetin bilgiye erişimi kolaylaştırması ile olmuştur. Sosyal medya aracılığıyla bilgi alışverişinin sağlanması aktivist ağlarını oluşturmuş ve genişlemesini desteklemiştir (Breuer ve diğerleri, 2015, s. 770). Bu çalışmaya katılan Arap Baharı katılımcılarının cevaplarına göre, resimlerin ve videoların internet ortamında dolaşması insanlarda öfke, üzüntü ve engellenme duygularının yaşanmasına neden olmuştur. Bu durum ise toplum tarafından devletin meşruluğunun sorgulanmasına yol açmıştır. Tunus devriminde sosyal medyanın kullanılması, korku duygusunun aşılmasında ve protestoları desteklemenin yanında ortak kimliklerin oluşması ve duyguların paylaşılmasında etkili olmuştur. Tunuslular korku duygusunun aşılması ve sosyal medyanın seferberliği genişletmesi ile harekete geçmişlerdir (Breuer ve diğerleri, 2015, s. 778).

Bin Ali rejimi eylemleri kontrol altına almak adına her çareye başvurmuştur. Bu çarelerden en etkili olacağı düşünülen durum internete sansür getirmek olmuştur. Bin Ali kamu düzeninin internet tarafından bozulduğunu neden olarak göstererek internet erişimini engellemiştir (Breuer ve diğerleri, 2015, s. 771). Bu dönemde El Cezire'nin Tunus ofisi kapatılmıştır. El Cezire seferberliğin devam etmesi amacı ile evlerinde internet bağlantısı olmayanlara çanak antenler üzerinden ulaşarak yardım etmiştir. Protestoların son günlerinde, internet kısıtlamasına ve tüm uygulamalara rağmen gösteriler devam etmiştir. 12 Ocak günü Tunus Genel İşçi Sendikası (UGTT) Safakes'te toplanma çağrısında bulunmuştur. 30.000 kişi sokaklarda toplanmıştır. Bu gösteri ve mücadele devrimden geri dönüş olmayacağını ve Bin Ali rejiminin sonunun geldiğinin işareti olmuştur (Breuer ve diğerleri, 2015, s. 775). 2011 devriminden sonra Tunus kritik bir siyasi süreç yaşamıştır. 2013 yılında siyasi karışıklıklar olmuş, ancak 2014 yılı devrimin sağladığı umut duygusunun yeniden tazeleniği ve oluştuğu bir yıl olmuştur. 2014 Ocak ayı ile birlikte yeni anayasa taslağının kabulü, şeffaf cumhurbaşkanlığı ve parlamento seçimleri gerçekleşmiştir. Bu dönem Tunus için toplumun istediği ve kayda değer gelişmelerin oluştuğu bir dönem olmuştur.

Arap Baharı Süreci ve Mısır

Tunus'ta başlayan eylemler kısa bir süre sonra, 25 Ocak 2011'de, Mısır'a sıçramıştır. Milyonlarca insanın katıldığı Mısır hareketi, 18 günlük bir sürede olumlu sonuç yaratarak, 30 yıllık iktidara sahip olan Hüsnü Mübarek rejiminin sonlanmasına neden olmuştur (Telci, 2014, s. 83). Devrim gösterilerine katılan kitleler arasında sivil toplum kuruluşları, dini gruplar, işçi hareketi, hükümet karşıtı gençlik hareketleri, siyasal kimliğe sahip insanlar bulunmuştur. Harekete katılanlar arasında uzun yıllardır sosyal adaletin sağlanması için mücadele edenlerin yanında son dönemde Mübarek karşıtı olan insanlar da yer almıştır (Telci, 2014, s. 84).

Duyguların, siyasallaşmış ortak kimlik kavramının ve görelî yoksunluk kuramının işlevi: Mısır hareketi

Mısır'daki gösteriler biçim olarak Tunus'taki gösterilere benzemektedir. Eylem taktiklerine bakıldığında, şiddet içermeyen eylemler olması, "Rejim Gitmek Zorunda" şeklindeki sloganları ile ifade ettikleri mevcut rejimin devrilmesi konusundaki ısrarları Tunus Hareketi ile benzerdir (Gelvin, 2012, s. 47). Ancak Mısır Hareketinin gerçekleşmesi doğrudan Tunus Hareketi'ne bağlı değildir. Çünkü Mısır'ın sosyal, ekonomik ve siyasal yapısına bakıldığında toplumda genel bir memnuniyetsizlik durumu mevcuttu. 25 Ocak da gerçekleşen protestolara kadar pek çok olay olmuştur. 2006 ile 2011 yıllarına arasındaki beş yıllık süreçte toplamda üç bini aşkın sayıda grev gerçekleşmiştir (Noueihed ve Warren, 2013, s. 121).

Mısır'a bakıldığı zaman, bir strateji ortaya koyulmamış ve gösteri çağrıları daha önceki yıllarda yapılan grev ve gösterilere benzer bir şekilde yapılmıştır. 2011 öncesi dönemde yapılan gösteriler ve toplu eylemler Mübarek rejimine bağlı çeteler ve polis tarafından genellikle bastırılmıştır. 2011 Mısır devriminde durum farklıdır. Çünkü gösterilere katılan insanların sayısı çok fazladır. Bu kalabalık ise insanların içinde barındırdıkları korku duygusunu aşmalarına neden olmuştur. Sosyal medya aracılığıyla oluşturdukları ağlar ile bir araya gelebilmiş ve ortak hareket edebilmişlerdir. Kalabalık oluşturabilmek ve seferber olabilmek için güçlü bir motivasyona ve hareketi geçirci bir duyguya ihtiyaçları olmuştur. Devletin kötü yönetimine, yolsuzluğa, polisin orantısız gücüne, ülkede var olan ve yükselmeye devam eden açlığa ve çaresizliğe karşı ortak bir isyan oluşturabilmişlerdir. Mısır'da isyanlar zaten vardı ancak bu dönemdeki umut duygusu insanlara motivasyon sağlama ve toplumsal harekete katılabilmede önemli bir rol oynamıştır. Tunus örneği, Mısır toplumu için değişimin ve umudun örneği olmuştur. Ortak bir platform altında toplanılabilsen ve ölüm riskine rağmen taviz vermeksizin direnişe devam edilebilirse rejimi devirmenin mümkün olabileceği Tunus devrimi ile anlaşılmıştır.

Mısır hareketine bakıldığında toplumsal harekete katılan kitle siyasallaşmış ortak bir kimlik oluşturmuştur. Toplumun yaşadığı memnuniyetsizlik ve çaresizlik bu kimliğin temeli olmuştur. Mısırlılar, toplumun ortak bir mağduriyete maruz kaldığına inanmış ve siyasal davranış olarak toplu eyleme katılım biçimini seçmişlerdir. İçinde buldukları durumun oluşmasında etken olan Mübarek rejimine karşı adaletsizliğin giderilmesi adına taleplerinin dikkate alınmaması sebebi ile rejim ile çatışma yoluna gitmekten çekinmemiş ve direnişlerinde kararlılık göstermişlerdir.

Yolsuzluk ve nepotizm Mısır devriminin başlamasında etkili olmuştur. Mübarek'in oğlu Cemal'in Mısır ekonomisinde ve siyasi hayatında merkez figür haline gelmesi toplumu rahatsız etmeye başlamıştır. 2000 yılında Cemal, kendi platformunu olan Gelecek Kuşak Vakfı'nı (Future Generation Foundation) kurmuştur. Bu platform ile politik hırslarının tanıtımını yapmak ve daha çok etkili olmayı amaçlamıştır (Durac, 2011, s. 177-178).

Görece yoksunluk hissi, Mısır'da da protestoların başlamasında ve yayılmasında etkili olmuştur. Mısırlı protestocular, haksızlığa ve adaletsizliğe uğramanın yarattığı hoşnutsuzluk duygusunu azaltmak ya da sonlandırmak için kendilerini karşılaştırdıkları Mübarek ailesinin yaşam biçimi karşısında içinde buldukları duygu durumundan kaçmayı tercih etmemişlerdir. Aksine, adalet duygusunu sağlamak ve çaresizlikten kurtulmak amacıyla toplu eylemlere katılmışlardır. Amaçları memnun olmadıkları ve onlara bu haksızlığı yaşatan Mübarek rejiminin sona ermesi olmuştur.

Mısırlılar ekmeğin, adaletin, özgürlüğün ve demokrasinin yoksunluğunu yaşadıkları için öfkelenirken, bu durumun sorumlusu olan Mübarek rejimine meydan okumaya motive olmuşlardır. Toplu eylemleri başarılı olmuş ve Mübarek dönemi sona ermiştir.

Kitlesel iletişim araçlarının Mısır hareketindeki rolü: Lidersiz bir hareket

Mısır Hareketi gıda fiyatlarına yapılan zamlar sonrasında birçok insanın açlıkla baş başa kalması ve çaresizlik hissetmelerinin ardından 6 kişinin kendini yakma eylemleri ile görünür olmuştur. Kahire Üniversitesi'nde işletme eğitimine devam eden 26 yaşındaki Esmâ Mahfuz bu kendini yakma eylemlerini Mısır gençliğine sosyal medya aracılığıyla duyurmuştur (Castells, 2013, s. 62). 18 Ocak 2011 tarihinde kendi Facebook sayfasında bir video paylaşmıştır (Asmaa Mahfouz's Vlog on the Eve of the Revolution, 2011). Bu videoda önce kendini tanıtmış ve 25 Ocak tarihinde herkesin Tahrir Meydanı'nda toplanması için çağrıda bulunmuştur. Videonun Youtube'a taşınması ve oradan binlerce kişiye ulaşması ile eylem çağrısı ses getirmiştir (Wall ve Zahed, 2011, s. 1335). 25 Ocak günü toplanan kalabalığın görüntüsü kaydedilmiş ve ülke genelinde yayılmıştır. Videolar, halkın umudunun canlanmasında etkili olmuştur.

Mısırlılar internet ağları ve cep telefonu ağları ile sokak gösterileri, protestolar ve önemli meydanların işgallerini gerçekleştirmişlerdir. Mısır devrimi bir şekilde kendiliğinden meydana gelen ve büyük ölçüde lidersiz bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. Ilhem Allagui ve Johanne Kuebler'in yaptıkları ortak değerlendirmeye göre, "Rus Devrimi ile siyasi liderlik ve koalisyon kurmak, Fransız Devrimi ile halk inisiyatifi öğrenilmiştir. Tunus ve Mısır Devrimi ile de ağların gücünü öğrenmiş olduk" (Allagui ve Kuebler, 2011, s. 1435).

Protestolar sırasında gerçekleşen olayları, kitlenin büyüklüğünü ve eylem biçimini göstericiler video çekip kaydetmişlerdir. Bu videoları ise Youtube da paylaşarak Mısırlılar ve dünya ile paylaşmışlardır. Twitter'da açılan etiketler altında koordine olmuş ve fikir alışverişinde bulunmuşlardır. Özellikle 24-29 Ocak tarihlerinde Mısır'da atılan tweetlerin gönderim yerine bakıldığında çoğunluğunun Tahrir Meydanı'ndan olduğu görülmüştür (Allagui ve Kuebler, 2011, s. 1438). Meydandaki göstericiler ve gazetecilerin, en etkili haberleri duyurma ve olan bitenden halkı haberdar etme kanalının atıkları tweetler olduğu görülmüştür.

Bu süreçte ortaya çıkan polisin orantısız güç kullanımı ve şiddet içeren eylemleri çekilen videolar (Egypt Revolution 2011 Demonstrators vs Police Fighting, 2011) ile dünyaya da duyurulmuştur. Rejimin baskısı ve direniş karşısında gösterdiği şiddet, internet aracılığıyla ifşa edilmiştir. Rejim şiddetinin sosyal medya aracılığıyla daha çok görünür olması yeni bir öfke doğurmuştur. Bunların sonucunda eylemler ülke geneline yayılırken toplumsal harekete katılım da hızla artmıştır. Olaylara dair haberlerin yayılma hızının yüksek olması, Mübarek'e karşı bir seferberliğin başlatılmasında çok etkili olmuştur.

Mısır devriminde Esmâ Mahfuz ve diğer kadınlar çok önemli bir rol oynamış ve etkili olmuşlardır. Protestolara katılan kadınların siyasal kimliklerine bakıldığında, aktivist kadınların yanında siyasetle hiç uğraşmamış kadınların da olduğu görülmektedir. Eylemlere katılan kadınlar da vatandaş olarak özgürlük, demokrasi ve haysiyet istediklerini dile getirmişlerdir (Pedersen ve Salib, 2013, s. 257). Genci yaşlısı, giyim tarzları birbirinden farklı kadınlar işgal edilen meydanlarda direniş göstermiştir. Güvenlik komitelerinde görev almışlar ve sahra hastanelerini etkin bir şekilde idare etmişlerdir (Castells, 2013, s. 75). Eylem süresi boyunca toplumsal cinsiyet eşitliğinin var olabildiği kısa bir dönem olmuştur.

Dünya Kadınlar Günü olan 8 Mart tarihinde, kadınlar devrime olan bağlılıkları ile birlikte Tahrir Meydanı'nda bir araya gelip yürümüşlerdir (Taher, 2012, s. 370). Ancak erkek gruplarını karşılarında bulup, saldırıya ve kötü sözlere uğramışlardır (Pedersen ve Salib, 2013, s. 265). Kadın ve erkek grupları arasında çatışmalar başlamıştır. Saldırıda bulunan erkeklerin amacı, kadınları bu alandan dağıtmak ve onları evlerine geri göndermektir. Bu düşüncelerini açıklarken dinsel referanslar göstererek kadınların kamusal alanda yer almaması gerektiğini ve kadınların evde olmayarak sorumluluklarını yerine getirmediğini öne sürmüşlerdir (Hafez, 2012, s. 40). Devam eden süreçte kadınlar fiziksel ve cinsel saldırılara maruz kalmışlardır. Bu durum Mısır hareketinin başladığı günlerde oluşan siyasallaşmış ortak kimliğin bu döneme geldiğinde parçalandığının bir göstergesidir. Siyasallaşmış ortak kimliğin kısa bir süre devam ettiğini ve sonrasında hareket içinde farklı ortak kimliklerin var olduğunu söylemek mümkündür.

Ataerkil bir toplum olan Mısır toplumunda Mısır devrimi yardımıyla kadınların uyanmış olması büyük bir korku yaratmıştır. Bu korku da kadınlara karşı ilerleyen zamanlarda artan şiddetin bir habercisi olabilme ihtimaline sahiptir. Kadınlar eylemler sırasında erkekler ile birlikte mücadele etmiş olsalar da, erkek göstericilerin birçoğu kadınların alanlarda olmasından ve etkin rol oynamalarından rahatsız olmuştur. Devrimde çok önemli rol oynayan kadınlar yönetim kademelerinde yer edinememişlerdir. Örneğin, Mübarek sonrası seçilen 498 meclis üyesinden sadece 8 tanesi kadınlardan oluşmuştur (Castells, 2013, s. 77). Üniversite mezunu eğitilmiş genç kadınlar, erkeklerin bir isyanın nasıl olması gerektiğine dair ata yadigarı fikir kalıplarını karşılıklarına aldıklarından Mısır devriminin içinde yeniden oluşan ve ateşlenen isyan içinde isyan oluşturmuşlardır.

Sonuç

Bu çalışmanın temel amacı Tunus ve Mısır'da gerçekleşen toplumsal hareketleri siyaset psikolojisi açısından inceleyerek kuramsal ve kavramsal tartışmalara katkıda bulunmaktır. Toplumsal hareketleri oluşturan ve toplumsal hareketleri başlatan en önemli aktör bireylerdir. Çünkü bu eylemleri, direnişleri, başkaldırıları gerçekleştiren canlı kanlı insanlardır. Bu sebeple, toplumsal hareketlere katılan kişilerin duygu durumu, karar alma süreçleri, inançları, istekleri, öfkeleri, umutları ve motivasyonu önem taşımaktadır. Siyaset psikoloji alanı siyasal davranışı anlamlandırmak için psikolojiyi kullanan disiplinler arası bir özellik barındırmaktadır. Daha açık bir anlatımla, toplumsal hareketlerin siyaset psikolojisi açısından incelenmesi, siyaset bilimi ve psikoloji arasında bir orta yol bulunarak; daha kapsamlı olarak toplumsal hareketlerin oluşmasındaki sürecin anlamlandırılmasında yardımcı olmuştur.

Bu çalışmada, Arap Baharı sürecinde; toplumsal hareketlerin başlaması ve insanların bu hareketlere katılmalarının sebepleri üzerinde durulmuş, siyasi ve psikolojik faktörlerin bu sürecin gelişiminde oynadığı rolün önemi vurgulanmış, Arap Baharı süreci ve eylemcilerin duygu durumları ele alınmıştır. Bu bağlamda, Arap Baharı süreci siyaset psikolojisi kavramları ile ele alınarak analiz edilmiş, böylelikle yeni bir kuramsal yaklaşım örneği oluşturulmuştur.

Tunus ve Mısır'daki hareketlerin başlama sürecinde bireyler ve gruplar kendi meselelerini siyasal bir sorun ve toplumsal sistem içindeki konumlarını adaletsiz olarak görmüşlerdir. Adaletsizliğe uğrayan ve aşağılanmış hissedenler olarak ortak kimliklerin oluşturulması ve bu kimliklerin siyasallaşması söz konusu olmuştur. Kimliklerin siyasallaşması sonucunda da binlerce kişi Arap Baharı protestolarına katılmıştır. Siyasallaşmış ortak kimlikler yaratılmasının duygusal bir yönü de bulunmaktadır. Haksızlığa uğramış olan grup, baskı altında tutulmuş ise, öncelikli duyguları genel olarak korku veya utanma olabilmektedir. Siyasallaşan ortak kimlik sürecinin en önemli etkisi, korku ve utanma duygularını gurur ve öfke ile değiştirmektir. Böylelikle insanlar, Tunus ve Mısır'da olduğu gibi toplu eylemlere katılmaya daha meyilli bir hale gelmişlerdir.

Arap Baharı ile birlikte Tunus kritik bir siyasi sürece giriş yapmıştır. 2013 yılı siyasi tansiyonun arttığı ancak önemli düzenlemelerin yapıldığı ve uygulanabildiği bir yıl olmuştur. Tunus, 2014 yılına geldiğinde, devrimin temel amaçları arasında olan demokrasi talebinin cevabını olumlu yönde vermiştir.

Arap Baharı'nın Mısır'da etkisini göstermesi ile birlikte Mısır Ordusu, siyasal ve ekonomik alanlarda etkili konumunu sürdürecektir. Mübarek'in devrilmesinden sonraki dönemde serbest seçimlerle göreve gelen Mursi hükümetinin ordunun gerçekleştirdiği darbe ile devrilmesi Mısır ordusunun ülke siyasetine hâkim olmaya devam ettiğinin bir göstergesidir. Ordunun seçimlerle başa gelen hükümeti devirmesi sonrasında kendi vesayetinde yeniden oluşturduğu otoriter rejim ilerleyen zamanlarda ülkede hoşnutsuzluk ve memnuniyetsizlik yaratabilir. Bunun sonucunda oluşacak öfke birikiminin yeni bir toplumsal hareketin ortaya çıkmasına yol açması dikkate alınması gereken ihtimaller arasında yer almaktadır.

Kaynakça

- Allagui, I. ve Kuebler, J. (2011). The Arab Spring and the role of ICTs: Editorial introduction. *International Journal of Communication*, 5, 1435-1442. Erişim adresi: https://www.academia.edu/27870502/The_Arab_Spring_and_the_Role_of_ICTs_Introduction
- Allinson, J. (2015). Class forces, transition and the Arab uprisings: A comparison of Tunisia, Egypt and Syria. *Democratization*, 22(2), 294-314. doi: <https://doi.org/10.1080/13510347.2015.1010812>
- Anderson, L. (2011). Demystifying the Arab Spring: Parsing the differences between Tunisia, Egypt, and Libya. *Foreign Affairs*, 90(3), 2-7. Erişim adresi: <https://www.foreignaffairs.com/articles/libya/2011-04-03/demystifying-arab-spring>
- Babacan, M. E. (2011). Sosyal medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 63-91. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/17775>
- Budak, S. (2000). *Psikoloji sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Castells, M. (2013). *İşyan ve umut ağları: İnternet çağında toplumsal hareketler*, (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Cottam, M., Mastors, E., Preston, T. ve Dietz, B. (2017). *Siyaset psikolojisine giriş* (E. Şenol, Çev.). Ankara: BB101 Yayınları.
- Coşkun, E., R. (2019). The role of emotions during the Arab Spring in Tunisia and Egypt in light of repertoires. *Globalizations*, 16(7), 1198-1214. doi: <https://doi.org/10.1080/14747731.2019.1578017>
- Dornschneider, S. (2021). *Hot contention, cool abstention. Positive emotions and protest behavior during the Arab Spring*. New York: Oxford University Press.
- Durac, V. (2013). Protest movements and political change: An analysis of the Arab uprisings of 2011. *Journal of Contemporary African Studies*, 31(2), 175-193. doi: <https://doi.org/10.1080/02589001.2013.783754>
- El-Baghdadi, I. (2011, 2 Şubat). Asmaa Mahfouz's vlog on the eve of the revolution [Video] Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=1UUbVr3eB9c&list=PLhYH58DuzFHmvEqk9UwQisWQ2gi2PJC7&index=5> (Erişim Tarihi: 18.08.2020).
- Egypt revolution 2011 Demonstrators vs police fighting. (2011, 30 Ocak). [Video] Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=dBtYLBQPRGQ> (Erişim Tarihi: 18.08.2020).
- Gelvin, J. L. (2015). *The Arab uprisings: What everyone needs to know*. Oxford: Oxford University Press.
- Giddens, A. (2010). *Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da internet: Tedbirli bir başlangıç* (Ed. Antony Giddens), Sosyoloji Başlangıç Okumaları. İstanbul: Say Yayınları.
- Gurr, T. R. (1970). *Why men rebel*. Princeton: Princeton University Press.
- Hafez, S. (2012). No longer a bargain: Women, masculinity, and the Egyptian uprising. *American Ethnologist*, 39(1), 37-42. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2011.01344.x>
- Hinnebusch, R. (2015). Introduction: Understanding the consequences of the Arab uprisings – Starting points and divergent trajectories. *Democratization*, 22(2), 205-217. doi: <https://doi.org/10.1080/13510347.2015.1010807>
- Howard, P. N., Hussain, M. M., Duffy, A., Freelon, D. Mari, W. ve Mazaid, M. (2011). What was the role of social media during the Arab Spring, Project on Information Technology and Political Islam, *SSRN Electronic Journal*, 1-30. Erişim adresi:

https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/117568/2011_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid_PITPI.pdf?sequence=1&disAllowed=y

- Jasper, J. J. (2002). *Ahlaki protesto sanatı: Toplumsal hareketlerde kültür, biyografi ve yaratıcılık*, (S. Öner, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Johnston, H., Larana, E. ve Gusfield, J. R. (1999). *Kimlikler, şikayetler ve yeni sosyal hareketler*. K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler: Teorik açılımlar* (s. 131-161) içinde. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Kennedy, H. (1992). Anger and irritability. *British Journal of Psychiatry*, 161(2), 145-153. doi: <https://doi.org/10.1192/bjp.161.2.145>
- Klandermans, B. (1984). Mobilization and participation in a social movement: Social psychological expansions of resource mobilization theory. *American Sociological Review*, 49(5), 583-600. doi: <https://doi.org/10.2307/2095417>
- Kılavuz, T. (2020). Determinants of participation in protests in the Arab uprisings: Grievances and opportunities in Egypt and Tunisia. *Uluslararası İlişkiler*, 17(67), 81-96. doi: <https://doi.org/10.33458/uidergisi.777327>
- Marcus, G. E., Neuman, W. R. ve Mackuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgement*. IL: University of Chicago Press.
- Merton, R. (1968). *Social theory and social structure*. New York: Free Press.
- Noueihed, L. ve Warren, A. (2013). *The battle for the Arab Spring: Revolution, counter-revolution and the making of a new era*. New Haven: Yale University Press.
- Novaco, R. W. (1975). *Anger control: The development and evaluation of an experimental treatment*. Lexington: Lexington Books.
- Pearlman, W. (2013). Emotions and the microfoundations of the Arab Uprisings. *Perspectives on Politics*, 11(2), 387-409. doi: <https://doi.org/10.1017/S1537592713001072>
- Protesters killed in Tunisia riots. (2011, 9 Ocak). [Video] Erişim adresi: <https://www.aljazeera.com/news/africa/2011/01/2011191414183128.html> (Erişim Tarihi: 17.08.2020).
- Simon, B., Klandermans, B. (2001). Politicized collective identity: A social psychological analysis. *American Psychologist* 56(4), 319-331. doi: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.4.319>
- Solomon, T. (2018). Ontological security, circulations of affect and the Arab Spring. *Journal of International Relations and Development*, 21, 934-958. doi: 10.1057/s41268-017-0089-x
- Taher, N. (2012). We are not women, We are Egyptians. *City*, 16(3), 369-376. doi: <https://doi.org/10.1080/13604813.2012.687880>
- Tajfel, H. (1978). *Social categorization, social identity and social comparison*, (Ed. Henri Tajfel), Differentiation between social groups. London: Academic Press.
- Tanrıverdi, N. (2011). Yaklaşan seçim öncesi Tunus'ta siyasi denklemler. *Ortadoğu Analiz*, 3(34), 5-20. Erişim adresi: https://www.orsam.org.tr/d_hbanaliz/5nebahat.pdf
- Taylor, V. (2013). *Social movement participation in the global society: Identity, networks, and emotions*. J. vanStekelenburg, C. Roggeband, ve B. Klandermans (Ed.), *The future of social movement research: Dynamics, mechanisms, and processes* (s. 37-57) içinde. Minneapolis: The University of Minnesota Press.

- Telci, İ. N. (2014). Mısır devrim sürecinde işçi hareketinin rolü. *Türkiye Ortadoğu Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 81-112. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/159011>
- The death of fear (2015, 16 Aralık). [Video] Erişim adresi: <https://www.aljazeera.com/program/the-rageh-omaar-report/2015/12/16/the-death-of-fear> (Erişim Tarihi: 16.08.2020).
- Tunisie Sidi Bouzid manifestations (2010, 19 Aralık). [Video] Erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=qP0ZGsAD_6M&t=9s (Erişim Tarihi: 16.08.2020).
- Tyler, T. R. ve Smith, H. J. (1995). Social justice and social Movements. *IRLE Working Paper*, 61(95), <http://irle.berkeley.edu/workingpapers/61-95.pdf> (Erişim Tarihi: 24.04.2020).
- Underhill, H. (2019). Learning in social movements. Emotion, identity and Egyptian diaspora becoming 'logically and emotionally invested' in the continuing struggle. *Australian Journal of Adult Learning*, 59(3), 365-388. Erişim adresi: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1237527.pdf>
- Wall, M. ve Zahed, S. E. (2011). I'll be waiting for you guys: A YouTube call to action in the Egyptian revolution. *International Journal of Communication*, 5, 1333-1343. Erişim adresi: <https://www.academia.edu/download/67262996/1241-5222-1-PB.pdf>
- Zomeren, M., Postmes, T. ve Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134(4), 504-535. doi: 10.1037/0033-2909.134.4.504
- 25 Jan 2011: The people demands regime steps down. (2011, 27 Ocak). [Video] Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=a49rZB-E4Oo> (Erişim Tarihi: 18.08.2020).

Extended Abstract

Purpose

The main aim of this study is to examine the social movements that took place in Tunisia and Egypt during the Arab Spring by adopting the comparative method and applying the concepts of political psychology. The study argues that individuals should not be considered independent of their feelings, and that social movements that took place during the Arab Spring (revolts) should be examined with the concepts of political psychology. Therefore, this study has posed the following research questions: when and how does a person or a group, threatened with punishment and warned not to participate in collective action, decide to take action individually? How is the connection between the fact that Square movements are mostly leaderless movements and the use of mass communication tools? What is the effect of the formation of a sense of relative deprivation in individuals and the creation of a politicized common identity in the emergence of an uprising?

Design and Methodology

This study examines the social movements that took place in Tunisia and Egypt during the Arab Spring by adopting the comparative method and applying the concepts of political psychology. In addition to its basic claim that the application of a political psychology approach can enrich our understanding of Arab Spring era social movements that brought about regime changes in Tunisia and Egypt, the study has four more successor claims that guide its research design: (1) Politicized common identity increases the willingness to participate in further actions by giving power to individuals. (2) The fact that people in Tunisia and Egypt were able to turn the fear and anxiety, which they felt as a result of being other and humiliated, into feelings of anger and hope, and their subsequent ability to take part in collective protests, led to the start of social movements. (3) The reasons for the formation of social movements mainly lie in injustice. (4) News channels such as Facebook,

Twitter, YouTube, internet social networks and Al Jazeera, which broadcast via satellite, were instrumental in the formation and spread of the protests, and these protests developed largely unorganized. While qualitative research methods have been applied, online and secondary sources have been used to support the claims of this study and find answers to its research questions.

Findings

The most important actor who creates and initiates social movements is the individual. Because it is people who carry out these actions, resistances and revolts. For this reason, the mood, decision-making processes, beliefs, desires, anger, hopes and motivation of people participating in social movements are important. In Tunisia and Egypt, people who had suffered social injustice and felt humiliated were able to create common politicised identities at the beginning of their uprisings. Thus, as a result of the politicization of identities, tens of thousands of people participated in the Arab Spring. Social groups saw their own issues as a political problem and their position within the social system as unfair. People were aware that they had been wronged. Here, for the formation and expansion of identities, several issues need to be considered as political problems. Along with these, there is an emotional side to the creation of politicized common identities. If the group that has been wronged is pressured, its primary feelings may be fear or shame in general. The most important effect of the politicized process of shared identity is to replace feelings of fear and shame with pride and anger. In this way, people become more inclined to participate in collective actions, as in Tunisia and Egypt.

Research Limitations

This study could surely be enriched by fieldwork in Tunisia and Egypt. It could be further extended to include other regional countries that experienced social movements during the Arab Spring. Yet, despite its limitations, this study provides an example of the use of a novel theoretical and conceptual approach and its insights can be used by future investigations for research design and comparative purposes.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

The reason for the emergence of social movements basically lies in different forms of injustice. Many people are subjected to injustices such as economic exploitation, inequality, oppression by authoritarian regimes, religious exploitation, unfair trial, suppression of personal freedoms, gender discrimination and homophobia. Therefore, there has always been a structural reason and individual justification for social movements to oppose many dimensions of any domination. In this study, an attempt has been made to explain when and how a person or a group decides to take action individually, despite being threatened and warned that they will be punished. Because social movements or riots do not start with a strategy, social movements are emotional movements influenced by human psychology. People who participated in the Arab Spring were able to come together under common identities against the regimes towards which they were angry and create politicized common identities. The relative feeling of deprivation experienced by individuals and groups in Tunisia and Egypt allowed them to be motivated to challenge and confront actors such as the leader, regime, or the state, who are the interlocutors of this situation.

As the Arab Spring unfolded, Tunisia embarked on a critical political process. 2013 was not only a year in which political tensions increased, but also a year in which political arrangements were initiated and implemented. When Tunisia came to 2014, it gave a positive answer to the demand for democracy, which was the demand of the revolution. When the Arab Spring started to impact on Egypt, the Egyptian army provided a controlled transition that was designed to maintain its effective position in the political and economic spheres. The overthrow by a military coup d'état of Morsi's government, which took office after free elections

in the period following Mubarak's ouster, is an indication that the Egyptian army continues to dominate the country's politics. The authoritarian regime, which the army re-established under its tutelage after overthrowing the democratically elected government, can create discontent and dissatisfaction in the country. The fact that an ensuing accumulation of anger may lead to the emergence of a new social movement in Egypt is among the possibilities that have to be taken into account.

Originality/Value

In studies where social movements are the subject of research, generally the historical development of these movements and the study and evaluation of conceptual frameworks have been conducted. In the understanding of social movements, there is a need to expand the literature and interdisciplinary theories. Moreover, the Arab Spring, which began in Tunisia and spread to other countries in the region is relatively current and arguably still an ongoing process. Academic studies addressing the subject are limited. In this study, social movements that took place after 2010 in Tunisia and Egypt have been studied in terms of political psychology concepts 'emotions', 'politicized common identities' and 'relative deprivation'. Through its application of a political psychology approach to explain the Arab Spring era social movements that took place in Tunisia and Egypt, this study has accomplished its aim of contributing to the theoretical and conceptual debates in the field. This contribution is novel in terms of its use of the concept of relative deprivation and complementary in terms of its reliance on the limited yet growing emotions, common identities and social media networks literatures.

Araştırmacı Katkısı: Mehmet Osman ÇATI (%50), Gizem KEBAPCI (%50).

Sosyal Pazarlama Aracı Olarak Kullanılan Dijital Medyanın, Covid-19 Aşısına Yönelik Bireysel Tutumlara Etkisi ¹

Fatma MANSUR ² - Erhan BIYIK ³

Başvuru Tarihi: 21.09.2021

Kabul Tarihi: 21.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Toplum sağlığını tehdit eden bulaşıcı hastalıklarla mücadelede, toplumsal bağışıklığın kazanılması, oldukça önemlidir. Buna karşın son yıllarda giderek artan aşı karşıtlığı, Covid-19 salgını ile dikkat çekici boyutlara gelmiştir. Bu çalışma ile, 18 yaş üstü potansiyel sağlık hizmeti kullanıcılarının Covid-19 aşısına karşı tutumlarında sosyal pazarlama yaklaşımı ile dijital medyanın etkisi incelenmiştir. Çalışmada, Ankara'da ikamet eden 427 sağlık hizmeti kullanıcılarına çevrimiçi anket uygulanmıştır. Dijital medya araçlarından sosyal medya kullanan bireylerin aşı karşıtlığı düzeyi, aşı tereddüt düzeyi ve aşısız çözüme yönelik tutumları daha yüksek bulunmuştur. Aşıya duyulan güven, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumları olumlu yönde etkilerken; aşı tereddüdü, aşı karşıtlığı ve aşısız çözüme yönelik tutumları olumsuz yönde etkilemektedir. Bilgi ve anlama düzeyi ise aşının yararı ve aşı karşıtlığına yönelik tutumu etkileyen diğer faktörler olarak bulunmuştur. Sosyal pazarlama yaklaşımı ile dijital medya araçları daha etkin bir şekilde kullanılarak, bireylerin aşıya yönelik tutumları toplum sağlığı lehine değiştirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Pazarlama, Dijital Medya, Covid-19 Aşısı, Aşı Karşıtlığı, Aşı Tereddüdü

Atıf: Mansur, F. ve Biyık, E. (2022). Sosyal pazarlama aracı olarak kullanılan dijital medyanın, covid-19 aşısına yönelik bireysel tutumlara etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 257-278.

¹ Araştırmayı gerçekleştirmek üzere Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu tarafından 23.04.2021 tarih ve 20754 sayı ile gerekli Etik Kurul Onayı ve T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Araştırma Komisyonu'ndan 2021-03-24T18_15_34 nolu izin alınmıştır.

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, fatma.mansur@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0336-6329

³ Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sağlık Yönetimi, erhan.biyik@hv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3667-8847

Effect of Digital Media Used as Social Marketing Tool, on Individual Attitudes Toward Covid-19 Vaccine

Fatma MANSUR⁴ - Erhan BIYIK⁵

Submitted by: 21.09.2021

Accepted by: 21.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

In the fight against infectious diseases that threaten public health, gaining social immunity is very important. However, in recent years, the increasing opposition to vaccines has reached remarkable levels with the Covid-19 pandemic. With this study, the effect of digital media was examined with social marketing approach in the attitudes of potential healthcare users over the age of 18 towards the Covid-19 vaccine. In the study, 427 health service users residing in Ankara were surveyed online. Individuals who used social media through digital media tools were found to have a higher level of anti-vaccination, vaccine hesitation and attitudes towards unvaccinated solutions. While the trust in vaccines positively affects the benefit and protective value of the vaccines, it negatively affects the anti-vaccination and attitudes towards the unvaccinated solutions. The level of knowledge and understanding was found to be other factors affecting the benefit of the vaccine and anti-vaccination. By using digital media tools more effectively with a social marketing approach, individuals' attitudes towards vaccination can be changed in favor of public health.

Keywords: Social Marketing, Digital Media, Covid 19 Vaccine, Anti-Vaccine, Vaccine Hesitation

⁴ Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Health Management, fatma.mansur@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0336-6329

⁵ Ankara Hacı Bayram Veli University, Graduate Education Institute, Department of Health Management, erhan.biyik@hv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3667-8847

Giriş

Covid-19 ciddi akut solunum enfeksiyonu ile ölümlere neden olan küresel bir salgındır. Ortaya çıktığı 2019 Aralık ayından beri başta küresel sağlık ve ekonomi olmak üzere bir çok alanda derin etkiler meydana getirmektedir (Padron-Regalado, 2020, s. 256). 04 Ocak 2022 itibariyle dünyada Covid-19 vakası yaklaşık 296 milyon ve ölü sayısı 5,5 milyona ulaşmıştır. (Worldometers, 2021). Bu küresel sağlık krizinin ekonomik ve sosyal yükünü azaltmak, ancak etkin ve kapsamlı bir aşılama programının sonucunda, toplumsal bağışıklığın sağlanması ile mümkündür. Bunun için de %55 ile % 82 arasında toplumsal bir bağışıklama oranı gerekmektedir (Deroo, Pudalov ve Fu, 2020 s. 2458)

Aşıların, etki oranları ve güvenliğinin tartışılmasıyla birlikte aşı tereddüdü artmaktadır. Bu husus toplumsal bağışıklığın oluşmasında en önemli sorun olarak görülmektedir. Önceki salgınlarda yapılan çalışmalar bireylerin aşuya karşı tutumlarında, hastalığın risk algısı, aşı güvenliği algısı, aşının etkinliği, geçmiş aşı deneyimi, doktor önerileri ve sosyo-demografik özelliklerin etkili olduğunu göstermektedir. Covid-19 salgınında da üretilme hızları ve bir takım komplo teorileri de aşuya karşı tutumları etkileyen nedenler arasındadır. Covid-19 salgınının gerek bulaşıcılık gerekse daha ölümcül olduğu düşünüldüğünde, aşının toplum açısından kabulü daha da önem kazanmaktadır (Wang ve diğerleri, 2020; Deroo ve diğerleri, 2020).

Aşı davranışına ilişkin algıların, ihtiyaçların, isteklerin anlaşılmasına çalışılması ve olumlu davranış değişikliği oluşturmada sosyal pazarlama bakış açısı önemli bir yaklaşım olarak görülmekte (Özata ve Kapusuz, 2019 s. 68), hedef kitle ve toplum sağlığının korunmasında, geliştirilmesinde ve aşı karşıtlığında müdahale imkanı sağlamaktadır (Nowak ve diğerleri, 2015 s. 4205).

Son yirmi yılda internet ve bilgi iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişme ile birlikte geleneksel medyanın yanında dijital medya araçları da, sağlık alanında önemli bilgi kaynağı olarak (Gencer, Daşlı ve Biçer, 2019 s. 44), istenilen sağlık davranışlarının oluşumunda önemli hale gelmiştir. Dijital medya aracılığıyla çok sayıda insanla etkili sağlık iletişimi kurmak mümkündür (Liu, Lu ve Wang, 2017). Geleneksel medyada, sağlık bilgileri halka iletilerek ve bireylerin tutum ve davranışlarında değişim beklenirken; dijital medyada, sosyal ağlar aracılığıyla birey edindiği bu bilgileri paylaşarak, hızla yayılmasını sağlamaktadır. Karşılıklı etkileşimin sağlanabilmesi ve bireylerin aktif olarak süreçte yer alması sağlık kampanyalarının etkinliğini artırmaktadır (Lee ve Cho, 2017 s. 2).

Bu çalışmada, bulaşıcı hastalıklarla mücadelede ve toplumsal bağışıklığın sağlanmasında sosyal pazarlama yaklaşımı ile dijital medyanın, bireylerin Covid-19 aşısına karşı tutumları üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Geleneksel medya araçları ile dijital medya araçlarının etkili bir şekilde kullanılmasının aşı tereddüdü ve karşıtlığını azaltacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda ilk olarak sağlık alanında sosyal pazarlama ve aşı tereddüdünün teorik çerçevesi incelenmekte ve sonrasında dijital medyanın aşı davranışına etkisi ile ilgili literatüre yer verilmektedir. Son olarak da dijital medyanın Covid-19 aşısına yönelik bireysel tutumlara etkisine yönelik araştırmalar sunulmaktadır.

Teorik Çerçeve

Sosyal Pazarlama Kavramı

Sosyal pazarlama ilk olarak Kotler ve Zaltman tarafından 1971 yılında sosyal fikirlerin kabul edilmesini artırmak amacıyla programların tasarlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi süreci olarak tanımlanmıştır (Kotier ve Zaltman, 1971 s. 12). Sosyal pazarlama, ticari pazarlama prensiplerinden faydalanarak birey ya da toplumun sosyal bir düşünceyi uygulaması, benimsemesi ve hedef kitlenin mevcut davranışlarında değişim yaratmak için kullanılmaktadır (Eser ve Özdoğan, 2006). Hedef grubun tepkisini artırabilmek için pazar segmentasyonu, pazar araştırması, konsept geliştirme, iletişim araçları, destekleyici ve kolaylaştırıcı teşvikler gibi bir takım değişim teorileri kullanır (Hastings ve Haywood, 1991 s. 136).

Sosyal pazarlamanın temel özelliği, ticari pazarlama teknikleri ile hareket ederek, bu teknikleri sosyal ve sağlık alanına yönelik sorunların çözümü için uygulamasıdır. Sosyal pazarlamanın nihai amaçlarından bazıları gönüllü olarak davranış değişikliğine odaklanmak; değişimi teşvik etmeye çalışmak ve değişimin gerçekleşmesi halinde bireye fayda sağlayacağını kabulüne ikna etmek; sosyal pazarlamayı yapan kuruluştan ziyade, bireysel refahı ve toplumu geliştirmektir (Gordon, McDermott, Stead ve Angus, 2006).

Sağlık alanında sosyal pazarlama, tütün, alkol, uyuşturucu, beslenme gibi alanlara yönelik programlar ile hedef kitlelere ulaşan ve etkilemeye çalışan, çeşitli pazarlama araçları sağlayarak halk sağlığı ve sağlığı teşvik programlarının etkinliğini artırmak için kullanılan pazarlamadır. Ayrıca sosyal pazarlamanın etki alanı bireylerin davranış değişikliğinde sadece çevresel faktörleri değil, aynı zamanda bireylerin değişime yönelik potansiyellerine ulaşmasını kolaylaştıracak sosyal yapı faktörlerini de hedeflemektedir (Donovan, 2011 s. 25-29). Sağlıkta bir müdahale aracı olarak kullanılan sosyal pazarlamada ürün, aslında davranıştır. Başka bir ifadeyle sosyal pazarlamada davranışlar satılmaktadır. Davranışlar desteklenerek yani bir bakıma davranışları etkileyen faktörlere (gelişmiş tutumlar, bilgi veya algılanan öz etkinlik) müdahale edilerek pazarlama programının amacına ulaşması sağlanmaktadır (Firestone, Rowe, Modi ve Sievers, 2016 s. 2).

Sosyal Pazarlama Bağlamında Aşı Karşıtlığı

Aşılama önemli bir halk sağlığı başarısı olarak görülmeyle birlikte son yıllarda aşıların güvenliği ve yararlılığı konusunda halk arasında artan endişeler nedeniyle aşı tereddüdü ve reddi giderek artmaktadır. Bu durum da aşı programlarını olumsuz etkilemektedir. (Dubé ve diğerleri, 2013). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 2019 yılında aşı tereddüdünü, küresel ilk on sağlık tehdidi arasında göstermiştir (WHO, 2019). Larson, Jarrett, Eckersberger, Smith ve Paterson (2014), aşı tereddüdü veya reddine ilişkin nedenleri; tarihsel, sosyo-kültürel, çevresel, ekonomik veya siyasi faktörler gibi bağlamsal etkiler; aşının kişisel algısından veya sosyal/akran ortamın etkilerinden kaynaklanan bireysel ve grup etkileri ve aşının özellikleri veya aşılama süreci ile doğrudan ilgili olan aşı ve aşıya özgü konular olmak üzere gruplandırmaktadır.

Covid-19 aşısı kapsamında yapılan çalışmalardan biri, Nisan 2020'de, 7 Avrupa ülkesinde (Danimarka, Fransa, Almanya, İtalya, Portekiz, Hollanda ve İngiltere) 7664 kişinin katılımı ile bireylerin aşılamaya ilgili tutumları üzerine yapılmıştır. Araştırmaya göre, katılımcıların %73,9'u aşı bulunursa aşı olmaya hazır olduklarını, %18,9'u kararsız olduğunu ve %7,2'si ise aşı olmak istemediklerini belirtmiştir. Erkekler kadınlara göre aşı olmada daha fazla istekli iken, 18-24 yaşındaki erkek bireylerde aşı olma isteği daha az olarak bulunmuştur (Neumann-Böhme ve diğerleri, 2020). Türkiye'de Ocak 2021'de ülke genelinde 1017 kişi ile yapılan anket araştırmasında ise, araştırmaya katılanların %16,5'i hemen aşı olmak istemediğini, %26'sı etkisi kanıtlandıktan sonra olmak istediğini, %8'i aşının türüne göre karar vereceğini, %24,6'sı hiç aşı olmayı düşünmediğini ve %24,6'sı da aşı olma konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir (Toplumsal Yapı Araştırmaları Programı [TYAP], 2021). Bu kapsamda daha etkili bağışıklama programlarına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Sosyal pazarlama, bağışıklama programları kapsamında aşı tereddüdünde davranış değişikliği oluşturmak için etkin müdahale imkânı sunmaktadır. Bağışıklama programlarında aşı kabulünün belirlenmesinde büyük rol oynayan fiziksel, sosyal ve ekonomik çevresel faktörlerin tanımlaması ve anlaşılması aşı kabulünün belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Sosyal pazarlama yaklaşımı ile aşı tereddüdüne neden olan birtakım engeller ve aşı kabulünü teşvik edecek dürtme yaklaşımları birlikte ele alınmaktadır. (Nowak ve diğerleri, 2015 s. 4205). Ayrıca davranış değişimini gerçekleştirmek için sosyal pazarlamanın beş müdahale tipi "kontrol etme, bilgilendirme, tasarlama, eğitime ve destekleme" önemli bir strateji olarak kullanılmaktadır (Özata ve Kapusuz, 2019 s. 77). French, Deshpande, Evans ve Obregon (2020), hükümet ve ilgili kurumlara sosyal pazarlama temelinde Covid-19 aşılarının kabulünü teşvik etmek için 10 temel stratejik eylem önermiştir. Bu eylemlerden, özellikle geleneksel haber medyası ve dijital medyada halk sağlığı uzmanlarının proaktif bir strateji geliştirerek olumlu bilgi akışının geliştirilmesi ve desteklenmesi aşı tereddüdünün azalması adına önemlidir.

Aşı tereddüdü ile aşı reddi kavramları birbirinden ayrı değerlendirilmelidir. Aşı tereddüdü, özel olarak bir aşığı veya daha fazlasını kabul etmekte kararsızlık yaşayan ve endişe duyan, geciktiren gurubu tanımlarken; aşı reddi, tüm aşıları reddeden ve hiçbir şekilde aşı yaptırmayı kabul etmeyen grubu tanımlamaktadır. Bu noktada aşı tereddüdü yaşayan birey ya da grupların davranışları oldukça karmaşık ve değişkendir. Bazıları aşıları kabul ederken bazıları reddedebilir fakat her zaman endişe ve şüphe yaşarlar (Larson ve diğerleri, 2014 s. 2150). Başka bir ifadeyle aşı karar süreci, bireylerin aşıları tamamen kabul etme veya tamamen reddetmeye uzanan bir noktada kendisini konumlandırmasıdır (Özata ve Kapusuz, 2019 s. 68).

Dijital Medya ve Aşı

Sağlık bilgilerinin geniş kitlelere yayılma hızı, geleneksel medyayla kıyaslandığında, dijital medyada daha fazladır (Chen, Tang, Liao ve Hu, 2020 s. 2). Öyle ki, Ginsberg ve diğerleri (2009), bugün gelinen noktada, kullanıcıların Google arama motorları aracılığıyla yaptıkları hastalık semptomlarının analizi ile muhtemel bir salgının önceden tahmin edilebileceğini ortaya koymuştur. Dijital medya araçları, kullanıcıların, sağlık bilgilerini içeren paylaşımlara imkan sağlayan uygun ve popüler olan ortamlardır (Gencer ve diğerleri, 2019 s. 44). Bu nedenle uzmanlar tarafından sağlık kampanyaları için potansiyel bir araç olarak da görülmektedir. İnsan ilişkilerini oldukça etkileyen özellikle Twitter veya Facebook gibi sosyal medya ortamları, sağlık kampanyaları için önemli bir iletişim kanalı olarak diğer dijital ortamlara göre bir adım öne çıkmaktadır. Aktif ve gerçek zamanlı bir etkileşim sunması sosyal medya ortamlarını daha cazip hale getirmektedir (Yoo, Kim ve Lee, 2018). Öyle ki, Covid-19 küresel salgının hızla yayılması sonucunda Twitter'ın her 45 milisaniyede bir Covid-19 ile ilgili bir tweet bildirmesi, 2020'de sosyal medya söyleminin odağı haline gelmesine neden olmuştur (Puri, Coomes, Haghbayan ve Gunaratne, 2020, s. 3).

Sağlık bilgilerine erişim için giderek daha fazla insanın çevrimiçi haberlere, web sitelerine, bloglara ve sosyal medya ağlarına yönelmesi, beraberinde söylenti ve yanıltıcı bilgilerin varlığını da getirmektedir. Bu da aşı kampanyaları için önemli tehdit olarak görülmektedir (Jang, Mckeever, Mckeever ve Kim, 2019 s. 2). Mesaj içeriklerinin büyük bir kısmını aşı karşıtı mesajlar oluşturmakta ve bu durum Covid-19 salgını ile daha tehlikeli bir durum yaratmaktadır. Özellikle bir takım komplo teorileri de bu durumu besleyen en önemli dezenformasyon olarak görülmektedir (Wilson ve Wiysonge, 2020 s. 1-2).

Araştırmalar, çevrimiçi ortamların ve dijital medyanın aşı tereddüdünün yayılmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir. (Piltch-Loeb ve diğerleri, 2021; Ekram, Debiec, Pumper ve Moreno, 2019) Örneğin, Dijital Nefretle Mücadele Merkezi (Centre for Countering Digital Hate, [CCDH]) hazırladığı raporda, 1 Şubat ve 16 Mart 2021 tarihleri arasında Facebook ve Twitter'dan çıkarılan 812.000'den fazla gönderiyi analiz etmiştir. Buna göre, aşı karşıtlığını yayan 425 sosyal medya hesabının, takipçi sayıları 59,2 milyondur. Sosyal medya platformlarında aşı karşıtı içeriklerin genellikle çok daha sınırlı bir kaynaktan geldiğinin belirlenmesi de dikkat çeken bir diğer husustur (Center for Countering Digital Hate, 2021 s. 6).

Aşı karşıtı web siteleri ve barındırdıkları içerikler göz önüne alındığında bireyler aşı ile önlenebilir bir hastalığa yakalanmaktan daha çok, aşının yan etkilerine maruz kalma riskini algılayabilirler. Çevrim içi olarak 1912 internet kullanıcısının katılımıyla deneysel yapılan bir çalışma, aşığı eleştiren web sitelerine 5 ile 10 dakika boyunca erişim sağlamanın, aşı ile ilgili risk algısını artırdığını ve aşı kabul niyetini azalttığını ortaya koymaktadır (Betsch, Renkewitz, Betsch ve Ulshöfer, 2010). Wilson ve Wiysonge'nin (2020), sosyal medya ve çevrimiçi dezenformasyon kampanyalarının aşı oranları ve aşı güvenliğine yönelik tutumlar üzerindeki etkisini incelediği çalışmada, 2018'den 2019'a kadar dünyadaki tüm coğrafi kodlanmış tweetler ile DSÖ aşılama oranı verilerini analiz etmiştir. Araştırma sonuçları, sosyal medyadaki örgütlenme ile halkın aşı güvenliği konusundaki şüpheleri arasında ve dezenformasyon kampanyaları ile azalan aşılama oranları arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Thelwall, Kousha ve Thelwall (2021), 10 Mart-5 Aralık 2020 tarihleri arasında aşı tereddüdünü ifade eden veya tartışan Covid-19 tweetlerine içerik analizi yapmıştır. Tweetlerin %80'i ABD, İngiltere ve Kanada'ya aittir. Tweetler aşı tereddüdü, aşı reddi ve diğer olmak üzere gruplandırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, tartışılan ana temalar komplo teorileri, aşı geliştirme hızı ve güvenliği hakkında bulunmuş ve tweetlerin %79'unun aşı tereddüdünü içerdiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Griffith'in (2021), 10 - 23 Aralık 2020 tarihleri arasında Kanada'da Covid-19 aşı tereddüdüne yönelik çalışmasına göre de tweetlerin %48,3'ü Covid-19 aşılardan güvenliği, %32,4'ü aşı geliştirmenin arkasındaki siyasi motivasyonlara yönelik şüphe, %26,3'ü de aşılardan hakkında bilgi eksikliği ile ilgilidir.

Loomba, de Figueiredo, Piatek, de Graaf ve Larson (2021), 7-14 Eylül 2020 tarihleri arasında İngiltere ve ABD'de, Covid-19 aşısı ile ilgili çevrim içi yanlış bilgiye maruz kalmanın aşı niyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çevrim içi bilgilendirme öncesinde İngiltere'deki katılımcıların %54'ü, ABD'deki katılımcıların ise %41,2'si Covid-19 aşısını kabul etme niyetini bildirmiştir. Yanlış bilgilendirmeye maruz kalma sonrasında ise İngiltere'de %6,4 ve ABD'de %2,4 oranında aşı niyetinde düşüş görülmüştür. Piltch-Loeb ve diğerleri, (2021), ise özellikle sosyal medyada Covid-19 aşısı ile ilgili çok fazla yanlış bilgi ve tartışma bulunmasına karşın bu tartışmaların TV, gazeteler ve radyo gibi geleneksel medyada çok daha az yer aldığını belirtmiştir. Yaptığı çalışmaya göre, katılımcıların çoğunluğunun Covid-19 aşısı hakkında bir şekilde bilgi edinmek için geleneksel medyayı kullandığını (%86) ve geleneksel medya kaynaklarının kullanımının aşılama olasılığını artırdığını belirtmiştir. Bunda geleneksel medyada aşı ile ilgili kaynakların güvenilir, kaliteli ve akademik verilerle bağlantılı olmasının büyük etkisi vardır.

Dijital medyadaki aşı tartışmalarının olumsuz etkilerine karşın, Bonnevie ve diğerlerinin (2020) yaptığı çalışma olumlu aşı kampanyalarının aşı kabul niyetini artırdığını ortaya koymuştur. Bu çalışmada, Amerika'da belirli bölgelerde belirli kriterlere göre belirlenen 117 katılımcı mesaj, resim ve video içeriklerini sosyal medya hesapları aracılığıyla takipçileriyle paylaşarak grip aşısı kampanyasını yürütmüştür. Kampanya öncesinde ve sonrasında, kampanyaya maruz kalan 4904 kişi ile anket yapılmış ve aşı ile ilgili tutumları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre kampanyaya maruz kalan katılımcıların aşı ile ilgili tutumlarında olumlu değişimler gözlenmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada, sosyal pazarlama yaklaşımı ile dijital medyanın, bireylerin Covid-19 aşısına karşı tutumları üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır.

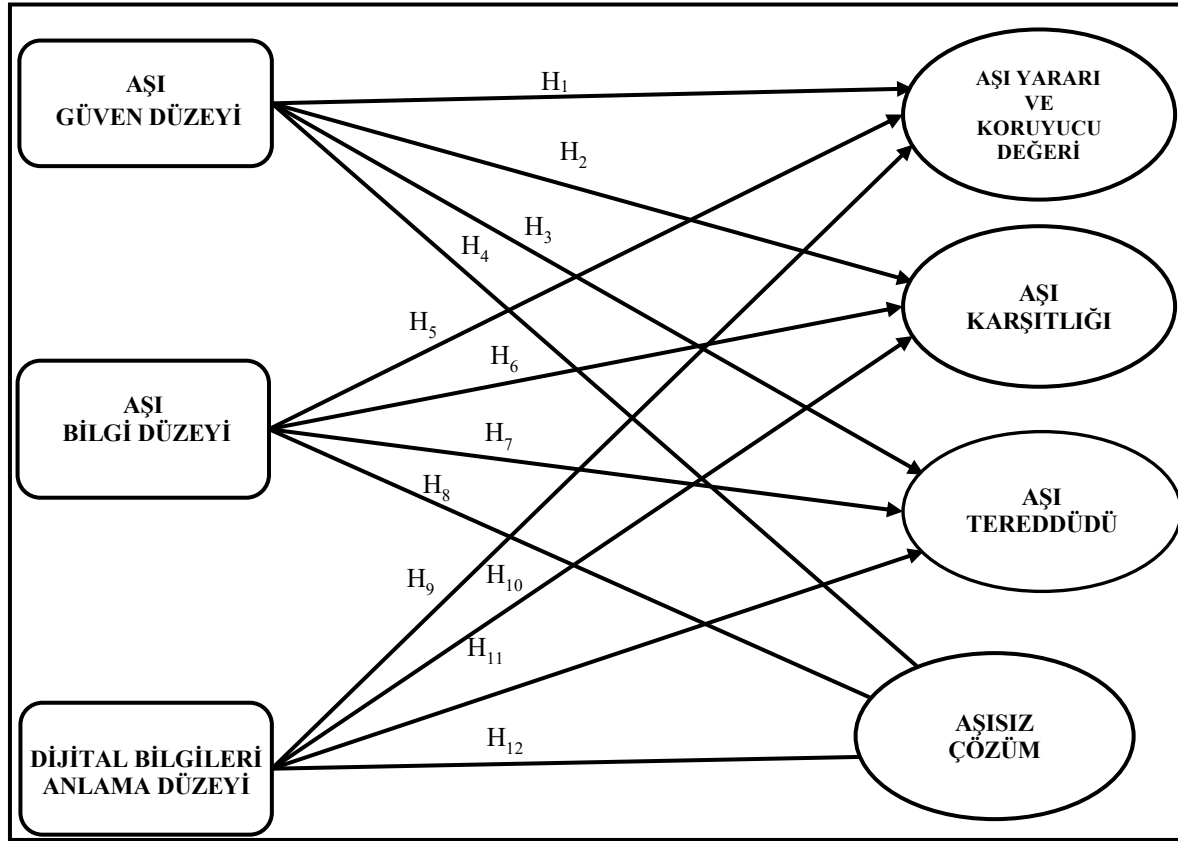
Araştırmanın Hipotezleri ve Tasarımı

- H₁:** Bireylerin Covid-19 aşısına güven düzeyi, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumları etkiler.
- H₂:** Bireylerin Covid-19 aşısına güven düzeyi, aşı karşıtlığına yönelik tutumları etkiler.
- H₃:** Bireylerin Covid-19 aşısına güven düzeyi, aşı tereddüdüne yönelik tutumları etkiler.
- H₄:** Bireylerin Covid-19 aşısına güven düzeyi, aşısız çözüme yönelik tutumları etkiler.
- H₅:** Bireylerin Covid-19 aşısı hakkındaki bilgi düzeyi, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumları etkiler.
- H₆:** Bireylerin Covid-19 aşısı hakkındaki bilgi düzeyi, aşı karşıtlığına yönelik tutumları etkiler.
- H₇:** Bireylerin Covid-19 aşısı hakkındaki bilgi düzeyi, aşı tereddüdüne yönelik tutumları etkiler.
- H₈:** Bireylerin Covid-19 aşısı hakkındaki bilgi düzeyi, aşısız çözümlere yönelik tutumları etkiler.
- H₉:** Bireylerin dijital medya bilgilerini anlama düzeyi, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumları etkiler.
- H₁₀:** Bireylerin dijital medya bilgilerini anlama düzeyi, aşı karşıtlığına yönelik tutumları etkiler.

H₁₁: Bireylerin dijital medya bilgilerini anlama düzeyi, aşı tereddüdüne yönelik tutumları etkiler.

H₁₂: Bireylerin dijital medya bilgilerini anlama düzeyi, aşısız çözümlere yönelik tutumlarını etkiler.

İlgili literatüre dayanarak bireylerin Covid-19 aşısına yönelik karşıtlığı anlayabilmek için, geliştirilen hipotezler çerçevesinde araştırma tasarımı Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Tasarımı

Araştırmada ayrıca, araştırma tasarımında yer verilmemiş olmasına rağmen, katılımcıların aşı ile ilgili araştırma yapmaları, aşı tartışmalarının baskını üzerinde hissetmeleri, en güvendikleri internet kaynağı, en çok kullandıkları internet kaynağı, aşı ile ilgili ulaştıkları bilginin içeriği ve edindikleri bu bilgileri sosyal medya aracılığıyla paylaşıp paylaşmadıklarını belirlemek amacıyla ifadeler vermiş olduğu yanıtlar ve bu yanıtlara göre aşının yararına ve koruyucu değerine olan düşüncelerinde; aşı karşıtlığında; aşı olmamak için çözümler aramalarında ve aşı tereddütlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla analizler yapılmıştır.

Evren ve Örneklem

Nicel araştırma tasarımında ve betimleyici tipte planlanan çalışmanın evreni Ankara’da bulunan 18 yaşın üzerindeki potansiyel sağlık hizmeti kullanıcıları oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Ankara’nın 2020 yılı itibarıyla 18 yaş üstü nüfusu 4.108.168’dir (TÜİK, 2021). Örneklem büyüklüğü %95 güven aralığı ve 0,05 örneklem hatası ile en az 385 olarak hesaplanmıştır. Kolay örnekleme yönteminin kullanıldığı araştırmada, 427 kişi ankete katılım sağlamıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Veriler 24.04.2021-30.05.2021 tarihleri arasında çevrim içi olarak iki kanaldan toplanmıştır. İlk olarak, anlık mesajlaşma uygulamaları üzerinden, araştırmacıların sosyal çevresi aracılığıyla, Ankara’da ikamet eden kişiler ve bu kişilerin çevresindekiler aracılığıyla anketin katılımcılara ulaştırılması sağlanmıştır. İkinci olarak da sosyal medyada, Ankara’da ikamet eden toplulukların çeşitli amaçlarla bir araya geldiği büyük gruplar tespit edilerek bu gruplarda anket paylaşılmıştır. Bu gruplar, Ankara, Başkent ve Ankara’ya ait çeşitli ilçe adlarını taşıyan ve Ankara’da ikamet beyanı ile katılımcı kabul eden gruplardır.

Veri Toplama Aracı

Verileri toplamak amacıyla kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm sosyo-demografik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların Covid-19 aşısına yönelik tutumları ve aşı hakkında edindikleri bilgi kaynaklarını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Bu sorular, Melovic, Stojanovic, Vulic, Dudic ve Benova, (2020)’nin çalışmasından ve literatürden faydalanılarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Bu sorulardan 3 tanesi (Covid-19 aşısı hakkında genel olarak bilgi düzeyi, dijital bilgileri anlama düzeyi ve aşıya duyulan güven düzeyi) 5’li likert, diğerleri ise kategoriktir.

Üçüncü bölümde ise katılımcıların Covid-19 aşısına yönelik tereddüt düzeyini anlayabilmek için, Kılıncarslan, Sarıgül, Toraman ve Şahin, (2020) tarafından geliştirilen “Aşı Karşıtlığı Ölçeği” (AKÖ) kullanılmıştır. AKÖ, 4 boyutlu 21 madde uzun form ve 3 boyutlu 12 madde kısa form olarak geliştirilmiştir. Bu çalışmada 21 maddelik uzun formu kullanılmıştır. 5’li likert tipindeki ölçekte puanlar, 21-105 arasında değişmektedir. “Aşı yararı ve koruyucu değeri” boyutunu oluşturan 5 soru aşıya ilişkin olumlu tutumları ifade ettiğinden ölçeğin geneli için ters kodlanarak değerlendirilmektedir. Ölçekteki ortalamaların yüksek olması, katılımcıların daha yüksek aşı karşıtlığı yaşadığı anlamına gelmektedir.

Verilerin Analizi

Veriler istatistik paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan AKÖ’nün yapı geçerliliği için 1. düzey faktör yapısı için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) güvenilirlik analizi için Cronbach’ın Alfa ve CR (Composite/construct reliability; Birleşik/yapı güvenilirliği) kullanılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonrasında ilk olarak bireylerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları verilmiş, sonrasında bireylerin Covid-19 aşısı ve dijital bilgi kaynaklarına yönelik ifadeleri ile aşı karşıtlığına ilişkin tutumları arasındaki farklar Bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılarak incelenmiş ve son olarak AMOS 24 paket programı kullanılarak yapısal eşitlik modeli ile regresyon analizleri yapılmış ve araştırma hipotezleri test edilmiştir. Testler öncesinde merkezi eğilim ve yayılım ölçüleri ile histogram grafiklerinin incelenmesi sonucunda veriler normal dağılım gösterdiğinden parametrik istatistiksel testler ile analiz yapılmıştır.

Ölçeğin Geçerlilik, Güvenirlik ve Tanımlayıcı İstatistikleri

4 alt boyut ve 21 maddeden oluşan AKÖ’ nün birinci düzey çok faktörlü yapısı çok değişkenli normallik varsayımını karşılamadığından ağırlıksız en küçük kareler (unweighted least squares, ULS) hesaplama yöntemi kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile test edilmiştir. Yapılan DFA sonucunda kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerine ulaşıldığından analiz sonuçlandırılmıştır. DFA sonucuna göre uyum iyiliği değerleri (X^2 [183, N =427] = 383,990; $p < .01$; $X^2 /sd = 2.09$; GFI=.99; AGFI=.98; NFI=.98; SRMR= .05) veri ile uyumlu kabul edilebilir ve yüksek düzeyde bulunmuştur. Bu sonuçlar ile ölçeğin birinci düzey 4 faktörlü yapısı toplam 21 madde olarak doğrulanmıştır.

Tablo 1’de Ölçeğin DFA sonucu oluşan faktör yükleri, güvenilirlik katsayıları ve tanımlayıcı istatistikleri sunulmuştur. AKÖ’nün güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa ile CR (Composite/construct reliability; Birleşik/yapı güvenilirliği) hesaplanmıştır. CR’nin Cronbach Alfa’dan daha iyi bir güvenilirlik indeksi olmasından dolayı Cronbach Alfa’yı doğrulaması amacıyla kullanılmıştır. CR’nin 0,70’ten yüksek olması

faktörün yapı güvenilirliğine sahip olduğunu göstermektedir (Gürbüz, 2019 s. 78). Bu durumda, AKÖ'nün yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1
DFA, Güvenirlik ve Tanımlayıcı İstatistikler

Boyutlar	İfade Sayısı	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa	CR	\bar{x}	SS	Min-Max
Aşının Yararı ve Koruyucu Değeri	5	0,68 – 0,90	0,92	0,93	19,65	4,89	5-25
Aşı Karşıtlığı	6	0,63 – 0,80	0,86	0,87	17,45	5,95	6-30
Aşı Olmamak İçin Çözümler	5	0,57 – 0,74	0,80	0,84	10,51	4,85	5-25
Aşı Tereddüdünün Meşrulaştırılması	5	0,39 – 0,90	0,81	0,83	7,23	3,52	5-25

Etik onay

Araştırmayı gerçekleştirmek üzere Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu tarafından 23.04.2021 tarih ve 20754 sayı ile gerekli Etik Kurul Onayı ve T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Araştırma Komisyonu'ndan 2021-03-24T18_15_34 nolu izin alınmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Demografik Özellikler ve Bilgi Kaynakları

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin veriler incelendiğinde, katılımcıların %60'ı kadın, %40 erkek ve %61,1'i evli, %38,9'u bekarıdır. Yaşlarına bakıldığında; %21,5'i 18-21 yaş, %19'u 22-35 yaş, %22,5'i ise 36-41 yaş, %18,7'si 42-47 yaş aralığında ve %18,3'ü ise 48 yaş ve üzerindedir. Eğitim durumları incelendiğinde ise, %13,8'i lise ve altı, %7,5'i ön lisans, %61,4'ü lisans ve %17,3'ü de lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir.

Covid-19 aşısı hakkındaki bilgilere ilişkin ifadeler incelendiğinde, katılımcıların %26,9'unu internet ve sosyal medyadan, %26,6'sını kitle iletişim araçlarından (TV, Gazete gibi), %21,3'ünü hekimlerden, %8,7'si bilimsel dergi ve kitaplardan, %7,7'si arkadaşlarından ve %7,2'si aile ve akrabaları ve %1,6'sı ise el ilanı ve broşürler aracılığıyla bilgilere ulaştıklarını beyan etmiştir (Çoklu yanıt içeren soru).

Aşı ve Dijital Medya İfadelerine Verilen Cevaplar ile Aşının Yararı ve Koruyucu Değerine İlişkin Bulgular

Bireylerin Covid-19 aşısı ve dijital medya ile ilgili ifadelerine yönelik görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Bağımsız örneklem t testi ve Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo: 2'de verilmiştir. Covid-19 aşısına yönelik ifadelerden, Covid-19 aşısı hakkında araştırma yapma durumu ve aşı tartışmalarının baskısı ile aşının yararı ve koruyucu değeri ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ($p < 0,05$).

Aşı hakkında araştırma yapanların ortalaması (\bar{x} :20,03) araştırma yapmayanların ortalamasından (\bar{x} :18,82) yüksek iken, aşı ile ilgili tartışmalarda baskı hissedenlerin ortalaması (\bar{x} :19,03) ve hissetmeyenlerin ortalamasından (\bar{x} :20,10) daha düşüktür.

Bireylerin, aşının yararı ve koruyucu değeri ortalamaları ile dijital medyaya yönelik ifadelerinden, en çok kullandıkları internet kaynakları ve aşı ile ilgili ulaştıkları bilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuş ($p<0,05$) fakat en çok güvendikleri internet kaynağı ve sosyal medya paylaşımları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$).

Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu anlamak için yapılan analiz sonuçlarına göre, fark en çok kullanılan internet kaynaklarından, tıbbi web siteleri (\bar{x} :20,59) ile sosyal medya (\bar{x} :18,83) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Aşı karşıtı bilgilere ulaşanların ortalaması (\bar{x} :16,65) aşı yanlısı bilgilere ulaşanların ortalamasından düşüktür (\bar{x} :20,56).

Tablo 2
Aşının Yararı ve Koruyucu Değerine İlişkin Bulgular

Değişkenler		n	\bar{x}	SS	t/F	p	Fark
Covid-19 aşısı hakkında araştırma	Hayır	133	18,82	4,66	-2,38	<0,05	+
	Evet	294	20,03	4,96			
Covid-19 aşısına karşı olumsuz tartışmaların baskısı	Hayır	251	20,10	4,85	2,22	<0,05	+
	Evet	176	19,03	4,89			
En çok güvenilen internet kaynağı	a. Sosyal Medya	55	18,22	5,86	1,95	>0,05	-
	b. Tıbbi web siteleri	263	20,00	4,52			
	c. Forum/blog siteleri	18	18,22	4,65			
	d. İnternet gazetesi ve dergiler	67	19,91	5,06			
	e. Diğer internet kaynakları	24	19,58	5,72			
En çok kullanılan internet kaynakları	a. Sosyal Medya (Facebook, Instagram, Twitter)	156	18,83	5,06	4,39	<0,05	d>a
	b. Diğer Sosyal Ağlar	21	17,76	4,82			
	c. Blog/Forum Siteleri	18	17,50	7,33			
	d. Tıbbi web siteleri	145	20,59	4,49			
	e. Diğer internet kaynakları	79	20,18	4,21			
Aş hakkında en fazla ulaşılan bilgi	Aşı karşıtı bilgiler	96	16,65	5,69	-6,23	<0,05	+
	Aşı yanlısı bilgiler	324	20,56	4,26			
Bilgilerin sosyal medyada paylaşılması	Evet	314	19,55	4,81	-0,73	>0,05	-
	Hayır	113	19,95	5,12			

Aşı ve Dijital Medya İfadelerine Verilen Cevaplar ile Aşı Karşıtlığına İlişkin Bulgular

Tablo 3'te verilen sonuçlara göre, bireylerin, Covid-19 aşısına yönelik ifadelerden, aşı tartışmalarının baskısı ile aşı karşıtlığı ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ($p<0,05$). Aşı ile ilgili olumsuz tartışmaların baskısını hissedenlerin aşı karşıtlığı ortalaması (\bar{x} :18,78), hissetmeyenlerin ortalamasından yüksektir. Aşı hakkında araştırma yapma durumu ile aşı karşıtlığı arasında da anlamlı fark bulunmamıştır.

Bireylerin, aşı karşıtlığı ortalamaları ile dijital medyaya yönelik ifadelerinden, en çok kullandıkları internet kaynakları ve aşı ile ilgili ulaştıkları bilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuş ($p<0,05$) fakat en çok güvendikleri internet kaynağı ve sosyal medya paylaşımları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$).

Farklılık, en çok kullanılan internet kaynaklarından, tıbbi web siteleri (\bar{x} :16,01) ile sosyal medya (\bar{x} :18,64) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Aşı karşıtı bilgilere ulaşanların ortalaması (\bar{x} :20,33) aşı yanlısı bilgilere ulaşanların ortalamasından yüksektir (\bar{x} :16,63).

Tablo 3
Aşı Karşıtlığına İlişkin Bulgular

Değişkenler		n	\bar{x}	SS	t/F	p	Fark
Covid-19 aşısı hakkında araştırma	Hayır	133	18,08	5,80	1,47	>0,05	-
	Evet	294	17,17	6,02			
Covid-19 aşısına karşı olumsuz tartışmaların baskısı	Hayır	251	16,52	5,67	-3,93	<0,05	+
	Evet	176	18,78	6,13			
En çok güvenilen internet kaynağı	a. Sosyal Medya	55	18,55	6,53	0,76	>0,05	-
	b. Tıbbi web siteleri	263	17,10	5,94			
	c. Forum/blog siteleri	18	17,94	3,86			
	d. İnternet gazetesi ve dergiler	67	17,66	5,79			
	e. Diğer internet kaynakları	24	17,83	6,66			
En çok kullanılan internet kaynakları	a. Sosyal Medya (Facebook, Instagram, Twitter)	156	18,64	6,33	4,30	<0,05	a>d
	b. Diğer Sosyal Ağlar	21	19,10	5,01			
	c. Blog/Forum Siteleri	18	17,44	6,58			
	d. Tıbbi web siteleri	145	16,01	5,52			
	e. Diğer internet kaynakları	79	17,91	5,44			
Aşı hakkında en fazla ulaşılan bilgi	Aşı karşıtı bilgiler	96	20,33	6,11	5,55	<0,05	+
	Aşı yanlısı bilgiler	324	16,63	5,63			
Bilgilerin sosyal medyada paylaşılması	Evet	314	17,50	5,81	-0,25	>0,05	-
	Hayır	113	17,33	6,39			

Aşı ve Dijital Medya İfadelerine Verilen Cevaplar İle Aşısız Çözüme İlişkin Bulgular

Bireylerin, Aşısız çözüme yönelik bulguları Tablo 4'te verilmiş olup bu sonuçlara göre, bireylerin, Covid-19 aşısına yönelik ifadelerden, aşı tartışmalarının baskısı ve aşı hakkında araştırma yapma durumu ile aşısız çözüm ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ($p<0,05$). Aşı hakkında araştırma yapanların ortalaması (\bar{x} :10,17), araştırma yapmayanların ortalamasından (\bar{x} :11,29) düşük iken, Aşı ile ilgili olumsuz tartışmaların baskısını hissedenlerin aşısız çözüm ortalaması (\bar{x} :11,35), hissetmeyenlerin ortalamasından (\bar{x} :9,94), yüksektir.

Bireylerin, aşısız çözüm ortalamaları ile dijital medyaya yönelik ifadelerinden, en çok kullandıkları internet kaynakları ve aşı ile ilgili ulaştıkları bilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuş ($p<0,05$) fakat en çok güvendikleri internet kaynağı ve sosyal medya paylaşımları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$).

Farklılık, en çok kullanılan internet kaynaklarından, tıbbi web siteleri (\bar{x} :9,39) ile sosyal medya (\bar{x} :11,49) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Aşı karşıtı bilgilere ulaşanların ortalaması (\bar{x} :12,55) aşı yanlısı bilgilere ulaşanların ortalamasından yüksektir (\bar{x} :9,91).

Tablo 4
Aşısız Çözüme İlişkin Bulgular

Değişkenler		n	\bar{x}	SS	t/F	p	Fark
Covid-19 aşısı hakkında araştırma	Hayır	133	11,29	4,83	2,22	<0,05	+
	Evet	294	10,17	4,83			
Covid-19 aşısına karşı olumsuz tartışmaların baskısı	Hayır	251	9,94	4,55	-2,93	<0,05	+
	Evet	176	11,35	5,15			
En çok güvenilen internet kaynağı	a. Sosyal Medya	55	11,47	5,50	0,93	>0,05	-
	b. Tıbbi web siteleri	263	10,29	4,74			
	c. Forum/blog siteleri	18	11,61	5,39			
	d. İnternet gazetesi ve dergiler	67	10,31	4,34			
	e. Diğer internet kaynakları	24	10,58	5,40			
En çok kullanılan internet kaynakları	a. Sosyal Medya (Facebook, Instagram, Twitter)	156	11,49	5,17	4,25	<0,05	a>d
	b. Diğer Sosyal Ağlar	21	11,67	5,08			
	c. Blog/Forum Siteleri	18	11,78	6,37			
	d. Tıbbi web siteleri	145	9,39	4,44			
	e. Diğer internet kaynakları	79	10,39	4,03			
Aşı hakkında en fazla ulaşılan bilgi	Aşı karşıtı bilgiler	96	12,55	5,54	4,27	<0,05	+
	Aşı yanlısı bilgiler	324	9,91	4,48			
Bilgilerin sosyal medyada paylaşılması	Evet	314	10,43	4,61	-0,63	>0,05	-
	Hayır	113	10,77	5,48			

Aşı ve Dijital Medya İfadelerine Verilen Cevaplar ile Aşı Tereddüdüne İlişkin Bulgular

Aşı tereddüdüne yönelik bulgular ise Tablo 5'te verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, bireylerin, Covid-19 aşısına yönelik ifadelerden, aşı tartışmalarının baskısı ile aşı tereddüdü ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuş ($p<0,05$) fakat aşı hakkında araştırma yapma durumu ile aşı tereddüdü ortalaması arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Aşı ile ilgili olumsuz tartışmaların baskısını hissedenlerin aşı tereddüdü ortalaması ($\bar{x}:8,08$), hissetmeyenlerin ortalamasından ($\bar{x}:6,65$) yüksektir.

Bireylerin, aşı tereddüdü ortalamaları ile dijital medyaya yönelik ifadelerinden, en çok kullandıkları internet kaynakları ve aşı ile ilgili ulaştıkları bilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuş ($p<0,05$) fakat en çok güvendikleri internet kaynağı ve sosyal medya paylaşımları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$).

Farklılık, en çok kullanılan internet kaynaklarından, tıbbi web siteleri ($\bar{x}:6,41$) ile sosyal medya ($\bar{x}:7,90$), tıbbi web siteleri ($\bar{x}:6,41$) ile diğer sosyal ağlar ($\bar{x}:9,52$) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Aşı karşıtı bilgilere ulaşanların ortalaması ($\bar{x}:8,14$) aşı yanlısı bilgilere ulaşanların ortalamasından yüksektir ($\bar{x}:6,92$).

Tablo 5
Aşı Tereddüdüne İlişkin Bulgular

Değişkenler		n	\bar{x}	SS	t/F	p	Fark
Covid-19 aşısı hakkında araştırma	Hayır	133	7,65	3,65	1,61	>0,05	-
	Evet	294	7,05	3,45			
Covid-19 aşısına karşı olumsuz tartışmaların baskısı	Hayır	251	6,65	2,70	-3,89	<0,05	+
	Evet	176	8,08	4,31			
En çok güvenilen internet kaynağı	a. Sosyal Medya	55	8,29	4,50	1,50	>0,05	-
	b. Tıbbi web siteleri	263	7,05	3,34			
	c. Forum/blog siteleri	18	6,78	2,21			
	d. İnternet gazetesi ve dergiler	67	7,19	3,39			
	e. Diğer internet kaynakları	24	7,33	3,87			
En çok kullanılan internet kaynakları	a. Sosyal Medya (Facebook, Instagram, Twitter)	156	7,90	3,96	5,96	<0,05	a>d b>d
	b. Diğer Sosyal Ağlar	21	9,52	3,89			
	c. Blog/Forum Siteleri	18	7,33	3,74			
	d.Tıbbi web siteleri	145	6,41	2,98			
	e. Diğer internet kaynakları	79	6,95	3,01			
Aşı hakkında en fazla ulaşılan bilgi	Aşı karşıtı bilgiler	96	8,14	3,68	3,09	<0,05	+
	Aşı yanlısı bilgiler	324	6,92	3,30			
Bilgilerin sosyal medyada paylaşılması	Evet	314	7,22	3,34	-0,21	>0,05	-
	Hayır	113	7,30	4,00			

Yapısal Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırma hipotezlerinin testi için yapısal eşitlik modeli kullanılarak yapısal regresyon analizi yapılmıştır. Aşıya güven, aşı bilgi düzeyi ve bilgileri anlama düzeyi değişkenleri gözlenen değişken; aşı yararı ve koruyucu değeri, aşı karşıtlığı, aşısız çözüm ve aşı tereddüdü ise gizil değişken olarak dahil edilmiştir. Öncelikle ölçüm modeli test edilmiştir. Çok değişkenli normallik varsayımı karşılanmadığından analiz ULS hesaplama ve Bootstrap 5000 yeniden örnekleme yöntemi ile yapılmıştır. Analiz sonucunda kabul edilebilir uyum indeksleri değerlerine ulaşıldığından (X^2 [234, N =427] = 434,345; $p < .01$; $X^2 /sd = 1,85$; GFI=.99; AGFI=.98; NFI=.98; SRMR= .04) ölçüm modelinin doğrulandığı değerlendirilmiştir.

Yapısal modelin testi için yapılan analiz sonuçları Tablo: 6'da verilmiştir. X^2 /sd değeri, 3'e kadar iyi uyum ve 3 ve 5 arası da kabul edilebilir değer olarak değerlendirilmektedir (Gürbüz, 2019 s.34). Bu çalışma da Tablo: 6 'da verilen yapısal model uyum indeksleri incelendiğinde modelin kabul edilebilir olduğu değerlendirilmiştir. Modelde test edilen 12 yoldan 8'i anlamlı bulunmuştur.

Bu sonuçlara göre aşı güven düzeyi, aşı yararını olumlu yönde ve anlamlı olarak ($\beta = .65$, $p < 0,05$) etkilerken, aşı karşıtlığını ($\beta = -.78$, $p < 0,05$), aşı tereddüdünü ($\beta = -.76$, $p < 0,05$) ve aşısız çözümleri ($\beta = -.91$, $p < 0,05$) olumsuz yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Aşı bilgi düzeyi ise, aşı yararını olumlu yönde ve anlamlı olarak ($\beta = .25$, $p < 0,05$) etkilerken, aşı karşıtlığını olumsuz yönde ve anlamlı olarak ($\beta = -.19$, $p < 0,05$) etkilemektedir. Aşı tereddüdü ($\beta = -.11$, $p > 0,05$) ve aşısız çözümlerde ise ($\beta = -.04$, $p > 0,05$) anlamlı bir etki yaratmamaktadır.

Bilgileri anlama düzeyi ise, aşı yararını olumlu yönde ve anlamlı ($\beta = .21$, $p < 0,05$) olarak etkilerken, aşı karşıtlığını olumsuz yönde ve anlamlı olarak ($\beta = -.18$, $p < 0,05$) etkilemektedir. Aşı tereddüdü ($\beta = -.10$, $p > 0,05$) ve aşısız çözümlerde ise ($\beta = -.07$, $p > 0,05$) anlamlı bir etki yaratmamaktadır.

Tablo 6
Araştırma Modeline İlişkin YEM Sonuçları

	Parametre	Standardize Edilmiş β	Standardize Edilmemiş β	SH	P	Sonuç
H ₁	Aşı yararı <--- Aşı güven düzeyi	0,68	0,85	0,03	0,00	Desteklendi
H ₂	Aşı karışıklığı <--- Aşı güven düzeyi	-0,78	-0,79	0,06	0,00	Desteklendi
H ₃	Aşı tereddüdü <--- Aşı güven düzeyi	-0,76	-,032	0,12	0,00	Desteklendi
H ₄	Aşısız çözüm <--- Aşı güven düzeyi	-0,91	-0,93	0,04	0,00	Desteklendi
H ₅	Aşı yararı <--- Aşı bilgi düzeyi	0,25	0,26	0,04	0,00	Desteklendi
H ₆	Aşı karışıklığı <--- Aşı bilgi düzeyi	-0,19	-0,15	0,07	0,00	Desteklendi
H ₇	Aşı tereddüdü <--- Aşı bilgi düzeyi	-0,11	-0,10	0,08	0,08	Desteklenmedi
H ₈	Aşısız çözüm <--- Aşı bilgi düzeyi	-0,04	-0,01	0,05	0,55	Desteklenmedi
H ₉	Aşı yararı <--- Anlama düzeyi	0,21	0,24	0,10	0,00	Desteklendi
H ₁₀	Aşı karışıklığı <--- Anlama düzeyi	-0,18	-0,17	0,20	0,002	Desteklendi
H ₁₁	Aşı tereddüdü <--- Anlama düzeyi	-0,10	-0,09	0,20	0,15	Desteklenmedi
H ₁₂	Aşısız çözüm <--- Anlama düzeyi	-0,07	-0,03	0,10	0,36	Desteklenmedi

$$X^2 [243, N =427] = 897,995; p<.01; X^2 /sd= 3,69; GFI=.97; AGFI=.97; NFI=.98; SRMR= .08$$

Sonuç

Aşı karışıklığı sorunu, uzun yıllar halk sağlığı alanında tartışılmış, uluslararası örgütler ve devletler tarafından ciddi olarak ele alınmış olsa da bugün hala büyük oranda çözülmeyi bekleyen önemli bir sorun olarak görülmektedir. Özellikle içinde bulunduğumuz pandemi döneminde bu sorunun çözümü daha da acil bir durum haline gelmiştir. Bu kapsamda, aşı karışıklığının altında yatan sosyal ve bilişsel süreçleri anlamak, bireyleri bu doğrultuda davranışlara yönlendirebilmek için, soruna sosyal pazarlama bakış açısı ile yaklaşmak önemli bir çözüm olarak görülmektedir.

Dijital medya araçları, bireyler tarafından birincil bilgi kaynağı olarak görülmesinden dolayı özel bir öneme sahiptir. Bundan dolayı bu çalışmada dijital medyanın, bireylerin Covid-19 aşısına ilişkin tutumlarına etkisi üzerine odaklanılmış ve aşı karışıklığı sorununa çözüm olarak dijital medyanın önemli bir sosyal pazarlama aracı olarak kullanılması gereği vurgulanmıştır.

Araştırma sonuçlarından elde edilen bulgulara göre bireyler Covid-19 aşısı hakkında bilgi kaynağı olarak dijital medya araçları ve geleneksel medya araçlarını etkin biçimde kullanmaktadır. Piltch-Loeb ve diğerleri, (2021)'in çalışmasındaki sonuçlara benzer şekilde bu çalışmada da bireyler bilgi kaynağı olarak çoğunlukla birden fazla kaynağı kullanmaktadır. Aşı hakkında yanlış bilgilerin dijital medyada daha fazla yer alması (Piltch-Loeb ve diğerleri, 2021; Jang ve diğerleri, 2019; Wilson ve Wiysonge, 2020) bireylerin dijital medyadan ulaştıkları bilgileri, geleneksel medya ile doğrulama ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Hatta bazı çalışmalara göre, televizyon haberlerine, hükümet ve sağlık otoritelerine ve ilginç bir şekilde ünlülere güvenen katılımcıların aşı ile tutumlarında olumlu bir artış görülmektedir (Loomba ve diğerleri, 2021).

Bireylerin aşuya ilişkin tutumlarındaki farklılıkların incelendiği bu çalışma sonuçlarına göre, aşı hakkında araştırma yapanlar, yapmayanlara göre; aşı tartışmalarının baskısını hissetmeyenler, hissedenlere göre; aşı yanlısı bilgilere ulaşanlar, aşı karşıtı bilgilere ulaşanlara göre, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik daha fazla olumlu tutum sergilemektedir. Aşı hakkında bireylerin en çok kullandıkları bilgi kaynakları incelendiğinde, tıbbi web sitelerini kullanan bireyler, sosyal medya kullanan bireylerden, aşının yararı ve koruyucu değerine ilişkin daha yüksek olumlu tutum göstermektedir. Resmi olsun ya da olmasın tıbbi web

sitelerindeki bilginin doğruluğunun, sosyal medyaya oranla daha kontrol edilebilir olması ve sosyal medya dezenformasyonları, bu duruma neden olarak gösterilebilir. Ayrıca bireylerin çok çeşitli bilgi kaynaklarını bir arada kullanma ihtiyacına karşılık olarak, Shropshire, Brent-hotchkiss ve Andrews, (2013)'ün çalışmasının sonuçlarının da gösterdiği gibi hem geleneksel hem de dijital bilgi kanallarının bir arada kullanıldığı aşılama kampanyaları bireylerin aşya ilişkin tutumlarını olumlu etkilemekte ve aşılama oranlarını artırmaktadır.

Çalışmada, aşı hakkındaki olumsuz tartışmaların baskısını hissedenlerin baskı hissetmeyenlere göre ve aşı karşıtı bilgilere ulaşanların, aşı yanlısı bilgilere ulaşanlara göre aşı karşıtlığı ve aşı tereddüt düzeyi daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca bilgi kaynağı olarak en çok sosyal medyayı kullananların aşı karşıtlığı ve aşı tereddüt düzeyi, tıbbi web sitelerini kullananlara göre daha yüksektir; diğer sosyal ağları kullananların aşı tereddüt düzeyi tıbbi web sitelerini kullananlara göre daha yüksektir. Başta Twitter olmak üzere sosyal medya platformlarında aşı karşıtlığına yönelik içeriklerin yoğun bir şekilde bulunduğu ve bireylerin aşı karşıtlığı ile tereddütüne yönelik tutumlarının etkilendiğine yönelik bazı çalışmalar vardır (Griffith ve diğerleri, 2021; Thelwall ve diğerleri, 2021; Özceylan, Toprak ve Esen, 2020; Wilson ve Wiysonge, 2020). Bundan dolayı, bireylerde baskıya neden olan tartışmalı konular iyi analiz edilmeli ve aşı karşıtı argümanlar etkili bir şekilde karşı mesajlar ile kampanya lehine dönüştürülmelidir.

Bu araştırmadaki başka bir sonuç ise, aşı hakkında araştırma yapmayanların yapanlara göre; olumsuz tartışmaların baskısını hissedenlerin baskı hissetmeyenlere göre ve aşı karşıtı bilgilere ulaşanların aşı yanlısı bilgilere ulaşanlara göre daha fazla aşısız çözüme yönelik tutum sergilemeleridir. Bilgi kaynağı olarak en çok sosyal medyayı kullananlar, tıbbi web sitelerini kullananlara göre aşısız çözüme yönelik daha yüksek tutum sergilemektedir. Aşıya alternatif çözüm arayışı içinde olan bireyler büyük ölçüde aşı ile ilgili güvenlik endişeleri daha fazla olan bireyler olabilir. Bu endişeleri giderecek etkili faaliyetler bireyleri aşı kabulüne sevk edebilir. Güvenlik endişesi yüksek bireyler için güvenli olduğu düşünülen resmî web siteleri ve geleneksel medya kaynakları kullanılabilir.

Sosyal medya paylaşımı ve en çok güvenilen internet kaynağı bakımından aşının yararı ve koruyucu değeri, aşısız çözüm, aşı karşıtlığı ve aşı tereddütüne yönelik tutumlarda bu araştırma sonuçlarına göre anlamlı fark bulunmamıştır. Ayrıca araştırma yapma durumu bakımından da aşı karşıtlığı ve aşı tereddütüne yönelik tutumlarda anlamlı fark bulunmamıştır. Bu durum sosyal medyada aşı hakkında paylaşım yapan birey sayısının daha az olması, Center for Countering Digital Hate (2021)'in raporundaki sonuca paralel olarak aşı karşıtı paylaşımların sınırlı bir kaynaktan yayıldığı ve bireylerin bir kaynak yerine daha farklı kaynaklardan bilgilere ulaşma ihtiyacını ortaya çıkarttığı şeklinde değerlendirilebilir.

Bireylerin dijital medyada yaptıkları araştırmalar sonucunda aşya yönelik tutumlarını etkileyen faktörleri belirlemek üzere geliştirilen hipotezlerin test edildiği bu araştırma sonuçlarına göre, aşya duyulan güven aşının yararı ve koruyucu değerini olumlu yönde etkilerken; aşı tereddütü, aşı karşıtlığı ve aşısız çözüme yönelik tutumları olumsuz etkilemektedir. Başka bir ifadeyle aşya güven aşı yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumları artırırken, aşı karşıtlığı ve tereddütleri azaltmaktadır. Wang ve diğerlerinin (2020) Çin'de yaptığı çalışmada, katılımcıların %47,8'sinin aşı güvenliği doğrulanana kadar aşı olmayı ertelediklerini ve aşı güvenliği endişelerinin aşı tereddütüne yol açtığını tespit etmiştir. Aşı güvenliği üzerine gerçek aşılama oranları dikkate alınarak yapılan başka bir çalışmada ise sosyal medyadaki aşı dezenformasyonuna yönelik örgütlenmeler ile aşı güvenliği endişeleri arasında ilişki bulunmuş ve dezenformasyonun aşılama oranlarını düşürdüğünü tespit edilmiştir (Wilson ve Wiysonge, 2020). Tweetlerin içerik analizinin yapıldığı başka bir çalışmada tweetlerin %48,3'ünün aşı güvenliği ile ilgili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Griffith ve diğerleri, 2021). Türkiye'de yapılan bir çalışma, aşya duyulan güven kadar, aşı şirketlerine duyulan güvenin de aşı karşıtlığı ve tereddütüne neden olan bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır (Özceylan ve diğerleri, 2020). Bundan dolayıdır ki, birçok şirketin Covid-19 aşısı ürettiği bu salgın döneminde, bireyler aşı olmayı kabul etmenin yanında hangi aşya tercih etmeleri gerektiği konusunda da tereddüt yaşamaktadır.

Bu araştırmada, aşı hakkında bilgi düzeyinin, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumu olumlu etkilerken, aşı karşıtlığını olumsuz etkilediği görülmüştür. Diğer bir ifadeyle aşı hakkında yeterli ve doğru bilgilenme aşının yararına yönelik tutumu artırırken, aşı karşıtlığı tutumunu azaltmaktadır. Yoo ve diğerlerinin (2018) çalışması da bu çalışmaya benzer şekilde dijital medyadan bilgi edinimi ve aşıya yönelik davranışsal niyet arasında olumlu bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Bireylerin bilgileri anlama düzeyi, aşı yararı ve koruyucu değerini olumlu etkileyen; aşı karşıtlığını olumsuz etkileyen bir faktör olarak bulunmuştur. Bireylere, medya araçları aracılığıyla aktarılan bilgilerin kolay anlaşılır düzeyde olması, aşının yararı ve koruyucu değerine yönelik tutumları artırırken, aşı karşıtlığı düzeyini azaltmaktadır. Asimetrik bilginin yoğun olduğu sağlık sektöründe, bilginin, akademik terminoloji yerine bireylerin anlayabileceği şekilde sunulması istenilen mesajların etkili şekilde iletilmesi için oldukça önemlidir. Bundan dolayı bilgilerin hikayelerin içinde subliminal şekilde aktarılması, somut örneklendirmeler yapılması ve bireylerin hikayelerin içinde yaşadığı duygusal durumların bireyin savunduğu davranışa yönelik bilişsel durumlarını zayıflatması, hedef mesajların etkisini artıracaktır (Viswanath, Finnegan ve Gollust, 2015, s. 331-332).

Sonuç olarak; bu çalışmada önceki çalışmaları destekler şekilde, dijital medyanın bireylerin aşı ile ilgili tutumlarını etkilediğini göstermektedir. Geleneksel medya da hala önemli bir bilgi kaynağı olma özelliğini korumaktadır. Aşı ile ilgili tutumları etkileyen en önemli faktör de aşı ile ilgili güvenlik endişeleridir. Bireyler dijital medyayı etkin bir şekilde kullanmasına rağmen paylaşılan içeriklere karşı şüphe ile yaklaşmaktadır.

Günümüzde bireylerin özgürce bilgi paylaşımı yaptıkları ve neredeyse geleneksel medyadan daha fazla kullandıkları bu platformları, toplum sağlığı lehine kullanmak ülkelerin sağlık politikalarının en önemli aracı olabilir ve hatta toplum sağlığını tehdit eden salgın dönemlerinde dijital medyadaki dezenformasyona yönelik dijital medya şirketlerine idari ve hukuki birtakım düzenlemeler de yapılabilir. Sınırlı bir kaynaktan çoğunluğu etkilemeye çalışan aşı karşıtı kampanyalara karşı etkili bir aşı kampanyası yürütülmelidir. Dijital medya araçlarının etkin şekilde kullanıldığı bu kampanyalarda geleneksel medya da destekleyici olarak kullanılmalı ve aşı karşıtı kampanyaların dezenformasyonuna ve aşı güvenliği ile ilgili endişelerin giderilmesine yönelik etkili bir sağlık iletişimi ve buna uygun stratejiler belirlenmelidir.

Bu araştırma sonuçlarından özellikle aşı karşıtı bilgilere maruz kalanların, aşının yararına ve koruyuculuğuna yönelik tutumlarının düşük; aşıya alternatif çözüm arayışlarının ise yüksek olduğu düşünüldüğünde, toplumsal ihtiyaca yönelik olarak olumlu bir yaklaşımla çerçeveleme etkisinin ve iletişimin daha etkili bir pazarlama stratejisi olabileceği söylenebilir. Önceki çalışmalar (Loomba ve diğerleri, 2021; Melovic ve diğerleri, 2020; Neumann-Böhme ve diğerleri, 2020; Özceylan, ve diğerleri, 2020; Wang ve diğerleri, 2020), cinsiyet, yaş ve eğitim durumunun aşıya yönelik tutumları önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Bundan dolayı iletişim stratejileri belirlenirken demografik özelliklere göre bir segmentasyon, kampanyanın etkinliğini artıracaktır. Özellikle ileri yaştaki bireyler için geleneksel medyanın hala birincil bilgi kaynağı olduğu düşünüldüğünde, hibrit bir yaklaşımda hem geleneksel hem de dijital kanalların kullanılması önem kazanmaktadır.

Aşıya karşı tutumları olumlu etkilemek amacıyla medya savunuculuğu uygun bir strateji olacaktır. Medya savunucuları, halk sağlığı konusunda kamuoyu gündemi oluşturma, sorunu doğru olarak saptamak amacıyla sorunun sınırlarını çizme yani çerçeveleme ve sosyal ya da kamu politikalarını önerme yeteneğine sahip olduğundan aşıya yönelik kampanyalarda etkililiği artırmak amacıyla kullanılabilir. Aşıya yönelik olarak politika girişimini ilerletmek ve toplumsal olarak örgütlenmeyi desteklemek için kitle iletişim araçları ve sosyal medyayı stratejik olarak kullanarak yani medya savunuculuğu yaparak aşı politikaları geliştirilirken bu süreç halkın da dahil edilmesi sağlanmalıdır (Korkmaz, 2022).

Bireylerin Covid-19'un risklerini tanımaları, sağlıklarının sorumluluğunu taşımaları ve Covid-19 açısından risk oluşturacak davranışları değiştirmeleri, teşhis ve tedavi yöntemlerini bilmeleri ve aramalarına ilişkin sağlık iletişim kampanyaları da aşya yönelik tutumları etkilemek amacıyla kullanılmalıdır. Hedef kitleyi etkilemek ve onlarda istendik davranış değişikliği oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen sağlık iletişim kampanyalarında başarılı olabilmek için hedef kitlenin özelliklerine uygun kitle iletişim araçlarından ve sosyal ağlardan faydalanılabilir.

Dijital medyanın aşı ile ilgili tutumlara etkisine ilişkin yapılan çalışmalarda bazı araştırmacılar sosyal medya platformlarının içerik analizine, bazıları ise demografik etkenlerin etkisine odaklanmıştır. Bu çalışma da ise tüm dijital medya ortamları bir bütün olarak ele alınmış ve Ankara ili ve 18 yaş üstü ile sınırlandırılmıştır. Araştırma, aşılamanın henüz yaygınlaşmadığı Mayıs 2020 tarihinde yapıldığından, kesitsel nitelikte olmasından ve toplumsal bağışıklığının toplumun tüm bireylerini kapsayan bir olgu olmasından dolayı tüm bireylere genellenemez. Bu sınırlılıklara rağmen araştırmanın bağışıklama kampanyalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bireylerin aşı davranışı, sosyal, kültürel, bilişsel ve davranışsal birçok faktörü içeren karmaşık bir süreçtir. Bundan dolayı bu çalışma, aşı davranışının toplum sağlığı lehine yönlendirilmesinde uygulanacak politikalarda, konunun sosyal bilimler disiplini ile ele alınmasını ve sosyal pazarlamanın bu süreçteki gücünü vurgulamaktadır. Gelecek çalışmalar sosyal pazarlama teorileri ve modellemelerinden faydalanarak aşı kabul niyeti ve aşı davranışında etkili olan pazarlama stratejilerine odaklanabilir.

Kaynakça

- Betsch, C., Renkewitz, F., Betsch, T. ve Ulshöfer, C. (2010). The influence of vaccine-critical websites on perceiving vaccination risks. *Journal of Health Psychology*, 15(3), 446–455. doi:10.1177/1359105309353647
- Bonnevie, E., Rosenberg, S. D., Kummeth, C., Goldberg, J., Wartella, E. ve Smyser, J. (2020). Using social media influencers to increase knowledge and positive attitudes toward the flu vaccine. *PLoS ONE*, 15(10 October), 1–15. doi:10.1371/journal.pone.0240828
- Center for Countering Digital Hate, (CCDH). (2021). *The Disinformation Dozen*. Erişim adresi: https://252f2edd-1c8b-49f5-9bb2cb57bb47e4ba.filesusr.com/ugd/f4d9b9_b7cedc0553604720b7137f8663366ee5.pdf
- Chen, L., Tang, H., Liao, S. ve Hu, Y. (2020). e-Health Campaigns for Promoting Influenza Vaccination: Examining Effectiveness of Fear Appeal Messages from Different Sources. *Telemedicine and e-Health*, 00(00), 1–8. doi:10.1089/tmj.2020.0263
- Deroo, S. S., Pudalov, N. J. ve Fu, L. Y. (2020). Planning for a COVID-19 Vaccination Program. *JAMA - Journal of the American Medical Association*, 323(24), 2458–2459. doi:10.1001/jama.2020.8711
- Donovan, R. (2011). The role for marketing in successful public health change programs. *Australian Review of Public Affairs*, 10(1), 23–40. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/228460593>

- Dubé, E., Laberge, C., Guay, M., Bramadat, P., Roy, R. ve Bettinger, J. (2013). Vaccine hesitancy: An overview. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 9(8), 1763–1773. doi:10.4161/hv.24657
- Ekram, S., Debiec, K. E., Pumper, M. A. ve Moreno, M. A. (2019). Content and Commentary: HPV Vaccine and YouTube. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 32(2), 153–157. doi:10.1016/j.jpag.2018.11.001
- Eser, Z., ve Özdoğan, F. B. (2006). *Sosyal pazarlama: Toplumun refahı ve kaliteli yaşamı için*. Siyasal Kitabevi, Ankara
- Firestone, R., Rowe, C. J., Modi, S. N. ve Sievers, D. (2016). The effectiveness of social marketing in global health: A systematic review. *Health Policy and Planning*, 32(1), 1–15. doi:10.1093/heapol/czw088
- French, J., Deshpande, S., Evans, W. ve Obregon, R. (2020). Key guidelines in developing a pre-emptive COVID-19 vaccination uptake promotion strategy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 1–14. doi:10.3390/ijerph17165893
- Gencer, Z. T., Daşlı, Y. ve Biçer, E. B. (2019). Sağlık İletişiminde Yeni Yaklaşımlar: Dijital Medya Kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 42–52. doi:10.29249/selcuksbmyd.466855
- Ginsberg, J., Mohebbi, M. H., Patel, R. S., Brammer, L., Smolinski, M. S. ve Brilliant, L. (2009). Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*, 457(7232), 1012–1014. doi:10.1038/nature07634
- Gordon, R., McDermott, L., Stead, M. ve Angus, K. (2006). The effectiveness of social marketing interventions for health improvement: What's the evidence? *Public Health*, 120(12), 1133–1139. doi:10.1016/j.puhe.2006.10.008
- Griffith, J., Marani, H. ve Monkman, H. (2021). COVID-19 Vaccine Hesitancy in Canada: Content Analysis of Tweets Using the Theoretical Domains Framework. *Journal of Medical Internet Research*, 23(4), e26874. doi:10.2196/26874
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellenmesi*. Ankara:Seçkin Yayıncılık
- Hastings, G. ve Haywood, A. (1991). Social marketing and communication in health promotion. *Health Promotion International*, 6(2), 135–145. doi:10.1093/heapro/6.2.135
- Jang, S. M., Mckeever, B. W., Mckeever, R. ve Kim, J. K. (2019). From Social Media to Mainstream News: The Information Flow of the Vaccine-Autism Controversy in the US, Canada, and the UK. *Health Communication*, 34(1), 1–9. doi:10.1080/10410236.2017.1384433
- Kılınçarslan, M. G., Sarıgül, B., Toraman, Ç. ve Şahin, E. M. (2020). Development of Valid and Reliable Scale of Vaccine Hesitancy in Turkish Language. *Konuralp Tıp Dergisi*, 12(3), 420–429. doi:10.18521/ktd.693711
- Korkmaz, S. (2022). Sağlık kurumlarında iletişim. İçinde Korkmaz, S., Atilla, E.A., Mansur, F. (Eds). *Sağlık Yönetiminde Dönüşüm ve Güncel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayınevi

- Kotler, P. ve Zaltman, G. (1971). Social marketing: An approach to planned social change. *Social Marketing Quarterly*, 35(3), 3–12. doi:10.1080/15245004.1996.9960973
- Larson, H. J., Jarrett, C., Eckersberger, E., Smith, D. M. D. ve Paterson, P. (2014). Understanding vaccine hesitancy around vaccines and vaccination from a global perspective: A systematic review of published literature, 2007-2012. *Vaccine*, 32(19), 2150–2159. doi:10.1016/j.vaccine.2014.01.081
- Lee, M. J. ve Cho, J. (2017). Promoting HPV Vaccination Online: Message Design and Media Choice. *Health Promotion Practice*, 18(5), 645–653. doi:10.1177/1524839916688229
- Liu, X., Lu, J. ve Wang, H. (2017). When Health Information Meets Social Media: Exploring Virality on Sina Weibo. *Health Communication*, 32(10), 1252–1260. doi:10.1080/10410236.2016.1217454
- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S. J., de Graaf, K. ve Larson, H. J. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature Human Behaviour*, 5(3), 337–348. doi:10.1038/s41562-021-01056-1
- Melovic, B., Stojanovic, A. J., Vulic, T. B., Dudic, B. ve Benova, E. (2020). The impact of online media on parents' attitudes toward vaccination of children—social marketing and public health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 1–27. doi:10.3390/ijerph17165816
- Neumann-Böhme, S., Varghese, N. E., Sabat, I., Barros, P. P., Brouwer, W., van Exel, J., ... Stargardt, T. (2020). Once we have it, will we use it? A European survey on willingness to be vaccinated against COVID-19. *European Journal of Health Economics*, 21(7), 977–982. doi:10.1007/s10198-020-01208-6
- Nowak, G. J., Gellin, B. G., MacDonald, N. E., Butler, R., Eskola, J., Liang, X., ... Schuster, M. (2015). Addressing vaccine hesitancy: The potential value of commercial and social marketing principles and practices. *Vaccine*, 33(34), 4204–4211. doi:10.1016/j.vaccine.2015.04.039
- Özata, Z. ve ve Kapusuz, S. (2019). Aşı Kararsızlığı ve Aşı Reddi Konusuna Sosyal Pazarlama Bakış Açısından Çözüm Önerileri. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 65–83. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/anoluibfd/issue/47503/600039>
- Özceylan, G., Toprak, D. ve Esen, E. S. (2020). Vaccine rejection and hesitation in Turkey. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 16(5), 1034–1039. doi:10.1080/21645515.2020.1717182
- Padron-Regalado, E. (2020). Vaccines for SARS-CoV-2: Lessons from Other Coronavirus Strains. *Infectious Diseases and Therapy*, 9(2), 255–274. doi:10.1007/s40121-020-00300-x
- Piltch-Loeb, R., Savoia, E., Goldberg, B., Hughes, B., Verhey, T., Kayyem, J., Testa, M. A. (2021). Examining the effect of information channel on COVID-19 vaccine acceptance. *medRxiv*, 2–27. doi:10.1101/2021.01.18.21250049
- Puri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H. ve Gunaratne, K. (2020). Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 00(00), 1–8. doi:10.1080/21645515.2020.1780846

- Shropshire, A. M., Brent-hotchkiss, R. ve Andrews, U. K. (2013). Mass Media Campaign Impacts Influenza Vaccine Obtainment of University Students. *Journal of American College Health*, 61(8), 435–443. doi: 10.1080/07448481.2013.830619
- Thelwall, M., Kousha, K. ve Thelwall, S. (2021). Covid-19 vaccine hesitancy on English-language Twitter. *El profesional de la información*, 30(2), 1–13. doi:10.3145/epi.2021.mar.12
- Toplumsal Yapı Araştırmaları Programı (TYAP). (2021). *Pandeminin Sosyal Etkileri ve Toplumun Aşı ile İlgili Yaklaşımları*. Erişim adresi: https://tyap.net/media/Pandeminin_Sosyal_Etkileri_Detaylı_Sunum.pdf
- TÜİK, (2021). [https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil= 1](https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil=1). (Erişim Tarihi: 27.04.2021).
- Viswanath, K., Finnegan, J. ve Gollust, S. (2015). Communication and Health Behavior in a Changing Media Environment. K. Galanz, R. Barbara K. ve V. K. (Ed.), *Health Behavior: Theory, Research and Practice* içinde (5. bs., ss. 327–348). San Francisco: CA: Jossey-Bass.
- Wang, J., Jing, R., Lai, X., Zhang, H., Lyu, Y., Knoll, M. D. ve Fang, H. (2020). Acceptance of covid-19 vaccination during the covid-19 pandemic in china. *Vaccines*, 8(3), 1–14. doi:10.3390/vaccines8030482
- WHO (2019). *Ten threats to global health in 2019*. Erişim adresi: <https://www.who.int/news-room/spotlight/ten-threats-to-global-health-in-2019>
- Worldometers, (2021). <https://www.worldometers.info/coronavirus/>, (Erişim Tarihi: 04.01.2022).
- Wilson, S. L. ve Wiysonge, C. (2020). Social media and vaccine hesitancy. *BMJ Global Health*, 5(10), 1–7. doi:10.1136/bmjgh-2020-004206
- Yoo, S. W., Kim, J. ve Lee, Y. (2018). The Effect of Health Beliefs, Media Perceptions, and Communicative Behaviors on Health Behavioral Intention: An Integrated Health Campaign Model on Social Media. *Health Communication*, 33(1), 32–40. doi:10.1080/10410236.2016.1242033

Extended Abstract

Purpose

In the fight against infectious diseases that threaten public health, gaining social immunity is very important. In the last two decades, the most internet and information communication technologies are used extensively by people as an important source of information in the field of health. In this respect, social marketing is seen as an effective tool in the acquisition of toplumsal immunity to create the behavior that is requested in individuals. Although it existed in previous periods, the increasing anti-vaccination has reached remarkable levels with the Covid-19 pandemic. Effective use of D-ijital media tools is thought to make a significant contribution to the problem of vaccine hesitation and contrast. In this study, the social marketing approach and the impact of digital media were examined in the attitudes of health care recipients towards the Covid-19 vaccine.

Design and Methodology

The research was carried out with 427 health service users residing in Ankara in quantitative design and descriptive type. A questionnaire form was used to collect the data. Data was collected online between 24.04.2021-30.05.2021 through instant messaging applications and social media groups. Participants were first asked questions about their attitudes towards the Covid-19 vaccine and their sources of knowledge about the vaccine. Then, in order to understand the level of hesitation and opposition to the Covid-19 vaccine, the anti-vaccine scale containing 4 dimensions and 21 substances of type 5 likert was used. Higher averages on the scale mean that participants experience higher anti-vaccination. The data were analyzed using statistical package programs. The validity of the scale has been tested with validating factor analysis and its reliability has been tested with Cronbach's Alpha and CR (Composite/construct reliability). First, frequency distributions regarding the socio-demographic characteristics of the participants were given, and then the differences between the expressions of participants regarding the Covid-19 vaccine and digital information sources and their attitudes regarding anti-vaccination were examined. Finally, research hypotheses were tested with structural regression analysis using the structural equality model.

Findings

Whether there are statistically significant differences between individuals' views on the Covid-19 vaccine and digital media and the dimensions of anti-vaccination have been analyzed. When the vaccine benefit was first examined, statistically significant differences were found between the state of research on the Covid-19 vaccine, the pressure of vaccine discussions, the internet resources they used the most and the information they received about the vaccine. It was determined that the significant difference compared to the average anti-vaccine averages was between the pressure of vaccine discussions, the internet resources they used the most and the information they received about the vaccine. When the participants' average solution without vaccine were compared, statistically significant differences were found between the pressure of vaccine discussions, the state of research on the vaccine, the internet resources they used the most and the information they received about the vaccine. As a result, there were significant differences between vaccine hesitation averages and the pressure of vaccine discussions, the internet resources they used the most and the information they received about the vaccine.

According to the findings of structural regression analysis for the testing of research hypotheses, the level of vaccine confidence positively and significantly affects the vaccine benefit, anti-vaccination, vaccine hesitation and unvaccinated solutions negatively and significantly. The level of vaccine knowledge positively and significantly affects the benefit of the vaccine; negatively and significantly affects anti-vaccination. Vaccine hesitation and unvaccinated solutions do not have a significant effect. The level of understanding of

information positively and significantly affects the benefit of vaccines, while negatively and significantly affecting anti-vaccination. Vaccine hesitation and unvaccinated solutions do not have a significantly effect.

Research Limitations

Within the scope of the study, the fact that the respondents were only health serviceusers residing in Ankara, examining the digital media effect, evaluating the anti-vaccination for the Covid-19 vaccine can be considered as limitations of the research.

Implications

This study and previous studies show that traditional media as well as digital media channels have an impact on attitudes towards vaccination. In this context, an effective positive vaccination campaign should be carried out against anti-vaccination campaigns. In these campaigns where digital media tools are used effectively, traditional media should also be used as supporters and effective health communication and appropriate strategies should be determined to address concerns about vaccine safety. Subsequent studies have found that vaccine behavior of individuals is a complex process that involves many factors: social, cultural, cognitive, and behavioral. Therefore, by lending to social marketing theories and modeling, researchers can focus on marketing strategies that are effective in vaccine acceptance intent and vaccine behavior.

Original Value

The anti-vaccine issue, despite being a public health issue for many years, is still widely seen as a major problem that remains largely unresolved today. Especially during the pandemic period, the solution of this problem has become an even more urgent situation. In this context, in order to understand the social and cognitive processes underlying anti-vaccination and to direct individuals to behaviors in this direction, the importance of approaching the problem from a social marketing point of view was emphasized with this study. The focus was on the impact of the Dijital media on individuals' attitudes regarding the Covid-19 vaccine and tried to propose solutions to the anti-vaccination problem with a different approach. It is thought that there is a need to investigate the subject in different ways and to determine the social and cognitive factors affecting the opposition.

Araştırmacı Katkısı: Fatma MANSUR (%50), Erhan BIYIK (%50).

Çalışanların Covid-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntıları ile İş Tatminleri Arasındaki İlişki: Kişi Örgüt Uyumunun Düzenleyici (Modere Edici) Rolü ¹

Tolga TÜRKÖZ ²

Başvuru Tarihi: 03.04.2021

Kabul Tarihi: 22.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırmanın amacı çalışanların COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntıları ile iş tatminleri arasındaki ilişkisinde kişi örgüt uyumunun düzenleyici (modere edici) bir rolünün bulunup bulunmadığını belirlemektir. Araştırmanın evrenini İstanbul, Ankara ve Kayseri’de kamu ve özel sektörde çalışan işgören ve yöneticiler oluşturmaktadır. Kolayda örneklem yöntemi kullanılarak anket uygulanmıştır. Analizler 163 katılımcıdan elde edilen verilerle yapılmıştır. Araştırmada Feng ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı Ölçeği; Yoon ve Thye (2002) tarafından geliştirilmiş olan İş Tatmini Ölçeği ile Netemeyer ve arkadaşları (1997) tarafından geliştirilen Kişi Örgüt Uyum Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre kişi örgüt uyumunun, COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini arasındaki ilişkide düzenleyici (moderatör) etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu çalışanın örgüt uyumunun düşük olması durumunda COVID-19 ile ilişkili psikolojik bir sıkıntı yaşamaması durumunda iş tatmininde azalma meydana geldiğini, ancak çalışanın örgüt uyumunun yüksek olması koşulunda ise, COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı düzeyi artsa dahi iş tatmininde bir azalma meydana gelmediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı, İş Tatmini, Kişi Örgüt Uyum, Düzenleyici Etki, Moderatör Etki, Modere Edici Rol

Atıf: Türköz, T. (2022). Çalışanların covid-19 ilişkili psikolojik sıkıntıları ile iş tatminleri arasındaki ilişki: Kişi örgüt uyumunun düzenleyici (modere edici) rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 279-302.

¹ Araştırmada yürütülen işlemlere ilişkin olarak T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Araştırma Platformuna başvuruda bulunulmuş ve çalışmanın yapılması komisyon tarafından uygun olarak değerlendirilmiştir. (26.02.2021, Sayı: 2021-02-24T13_41_42). Araştırmada kullanılan verilerin katılımcılardan anket yoluyla elde edilmesi nedeniyle gerekli olan Etik Onay Belgesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan alınmıştır (29.03.2021, Sayı: 2021/16).

² İstanbul Aydın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, tolga_turkoz@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-0805-0219

The Moderating Effect of Person-Organization Fit on the Relationship Between Employees' Covid-19 Related Psychological Distress and Job Satisfaction

Tolga TÜRKÖZ³

Submitted by: 03.04.2021

Accepted by: 22.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of employees' person-organization fit on the relationship between COVID-19 related psychological distress and job satisfaction. The research population includes employees and managers in different public and private sectors working in Istanbul, Ankara, and Kayseri. The questionnaire was applied using the convenience sampling method. Analyzes were made with data from 163 participants. In this study, COVID-19 Related Psychological Distress Scale developed by Feng et al. (2020), Job Satisfaction Scale developed by Yoon and Thye (2002), and Person-Organization Fit Scale developed by Netemeyer et al. (1997) were used. According to the study results, it has been determined that person-organization fit has a moderating effect on the relationship between COVID-19 related psychological distress and job satisfaction. This finding shows that in the condition of low person-organization fit of the employee. At the same time, the psychological pain of COVID-19 increases, job satisfaction decreases, and in the state of high person-organization fit of the employee, there is no decrease in the job satisfaction of that employee even though the level of psychological distress related to COVID-19 increases.

Keywords: COVID-19 Related Psychological Distress, Job Satisfaction, Person Organization Fit, Moderating Effect

³ Istanbul Aydın University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Business Management, tolga_turkoz@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-0805-0219

Giriş

Son dönemde dünyanın içinde bulunduğu Yeni Coronavirüs Hastalığı (COVID-19) salgını koşulları nedeniyle insanların yaşamları her alanda değişmiş ve bu değişim iş hayatında da etkilerini uzaktan çalışmaya geçiş gibi örneklerle göstermiştir (Arora ve Vyas, 2020). Pandemi döneminde çalışanlar virüsle hem fiziksel olarak mücadele etmekte hem de onunla her alanda yaşamayla birlikte ortaya çıkan zihinsel korkularla da karşı karşıya kalmaktadır (Satici, Gocet-Tekin, Deniz ve Satici, 2020). Ölümcül hastalığa yakalanma korkusu çalışma alanlarında birçok değişikliğe gidilmesine neden olmuş, virüs yayılımının en yoğun olduğu alanlarda işler durdurulmuş ya da tedbirler eşliğinde sürdürülmek durumunda kalmıştır (Kang, Park, Lee ve Lee, 2021). Böylesine nadir bir küresel olayın etkileri hâlen tüm işletme ve çalışanlarda görülmeye devam etmektedir. Bu süreci incelemek amacıyla pandeminin ilk dönemlerinde hastalığın insanlar üzerindeki fiziksel etkilerine yönelik çalışmalar yürütülürken son dönemde hastalıkla yaşamının psikolojik etkilerine yönelik çalışmalara da başlandığı görülmektedir (Bakioğlu, Korkmaz ve Ercan, 2020; Pakpour ve Griffiths, 2020; Kang vd., 2021). Mao, Marrison ve Coca-Stefaniak (2020), bu süreçte işletmelerin çalışanların psikolojik sermayelerine dikkat etmelerini önermektedir. Bunun en önemli nedeni insanların virüsle birlikte yaşamaya alışmak zorunda kalmaları neticesinde ortaya çıkan psikolojik sıkıntılar ve yansımalarının göz ardı edilmeyerek araştırılmasına vurgu yapılmak istenmesidir.

Belirtildiği üzere COVID-19'un insanlar üzerindeki fiziksel etkilerine yönelik yapılan çalışmalar artıyor olsa da, iş hayatında çalışanlar üzerindeki psikolojik yansımalarını araştıran çalışmaların sayısının oldukça az sayıda olduğu bilinmektedir (Kang vd., 2021). Bu nedenle çalışanların COVID-19 ilişkili psikolojik durumlarının iş yaşamındaki etkilerini inceleyen çalışmaların yetersiz olduğu ve konunun daha çok araştırılmasına ihtiyaç duyulduğu söylenebilecektir. İş yaşamında çalışanların iş tatminlerinin önemli bir yeri olduğu ve iş tatmini ile çalışanların iş performansları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu kabul edilmektedir (Judge, Thoresen, Bono ve Patton, 2001; Aziri, 2011; Culibrk, Delic, Mitrovic ve Culibrk, 2018, s. 2). Bilindiği üzere iş tatmini çalışanların davranış niyetlerini etkileyen oldukça önemli bir kavramdır (Cronin, Brady ve Hult, 2000). Bu nedenle iş tatminini hangi faktörlerin etkilediğini inceleyen çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Arora ve Vyas, 2020). Çalışanların işlerinden tatmin olmaları hem kendilerini hem de işletmelerini memnun etmekte ve iş yerini sevilen bir alana dönüştürmektedir (Baker, 2019). Ancak iş tatmininin COVID-19 döneminde çalışanların psikolojik durumlarından etkilenip etkilenmediğini inceleyen araştırmalar oldukça sınırlı sayıdadır. Bu çalışmayla yapılmak istenilen, pandemi döneminde çalışanların psikolojik durumlarının bir göstergesi olarak COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntıları ile iş tatmininin ilişkisini inceleyerek alan yazındaki boşluğa katkıda bulunmaktır. Böylelikle iş yaşamında önemli bir yeri olan iş tatminini etkileyen psikolojik süreçlere yönelik ilave bilgi kazanımı sağlanacaktır. Literatür incelemesinde, çalışanların iş yerlerine olan uyumunu ifade eden kişi örgüt uyumu kavramının da psikolojik sıkıntı ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi etkileyebileceği görülmüş ve çalışmaya dâhil edilmiştir. Kişi örgüt uyumu, pozitif örgütsel davranışlarla ilişkilendirilerek ele alınan bir kavramdır. Kişi örgüt uyumunun iş tatmininin öncülleriyle olan ilişki düzeyinin aracı (Biçkes, Yılmaz, Demirtaş ve Uğur, 2014; Turhan, 2019; Bal ve Gül, 2016) ve düzenleyici değişkenlerle (Çetin ve Varoğlu, 2015; Pelenk ve Acaray, 2020) farklılaştığı görülmektedir. İş tatminine yönelik kişi örgüt uyumu çalışmalarının farklılıklar göstermesi, COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile olan ilişkisinde de farklı sonuçlar elde edilebileceğini göstermektedir. Bu düşünceyle, çalışanların COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntıları ile iş tatminleri arasındaki ilişkinin, kişi örgüt uyumunun düzenleyici rolünü (modere edici etki) dâhil ederek incelenmesiyle daha net açıklanabileceği ve alan yazına katkıda bulunulabileceği değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bir sonraki kısmında, araştırmada yer alan değişkenlere ilişkin literatürde yer alan kavramsal bilgiler sunulmuş ve aralarındaki ilişkiler açıklanmıştır.

Alan Yazın

Bu bölümde araştırma kapsamında ele alınan iş tatmini, COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı ve kişi örgüt uyumu kavramları açıklanacak ve aralarındaki ilişkiler geçmiş çalışmalardan örnekler verilerek anlatılacak ve hipotezler geliştirilecektir.

İş Tatmini

İş tatmini kavramı, başta insan kaynakları yönetimi olmak üzere yönetim ve organizasyon yazınında dünyada en çok araştırılan konulardan birisidir (Culibrk vd., 2018). Bu nedenle farklı kullanım alanları bulunmakta ve iş doyumunu ya da iş memnuniyeti olarak da bilinmektedir (Çetin ve Akyelli, 2020). İş tatmini kişinin işini veya iş deneyimlerini değerlendirirken işini "zevкли veya pozitif" olarak tanımlanmasıyla ifade edilen duygusal duruma işaret etmektedir (Locke, 1976). Hoppock (1935) iş tatminini, kişinin psikolojik, fizyolojik ve çevresel koşullardan herhangi birisinin ya da birilerinin birleşiminin etkisiyle kendisini işinden memnun hissettiğini dürüstçe dile getirmesine neden olan durumlar olarak tanımlamıştır. İş tatmini, çalışanların işleri hakkındaki pozitif ve negatif hislerin birleşimidir ve çalışanın iş yerindeki davranışlarıyla çok yakın bir bağı vardır (Davies ve Nestrom, 1985). Çalışanın iş yerinde kendini önemli, üretken ve iyi hissetmesi, başarılı olduğunu düşünmesi, kişisel hedeflerine ulaşabilmesi, çabalarının ödüllendirildiğinin farkında olması, işini sevmesi ve hevesle yapması, orada çalışmaktan mutluluk duyması, terfi ve ücret politikasını beğenmesi, takdir edildiği ve onaylandığına inanması gibi anahtar unsurların iş tatmine yol açtığı belirtilmektedir (Kaliski, 2007). İş tatmini, çalışanın işine ilişkin hissettikleri ve düşüncelerinin toplamından oluşmaktadır (George ve Jones, 2008). İş tatmininin mantığına göre, tatmin olmuş bir çalışan mutlu bir çalışan, mutlu bir çalışan ise başarılı bir çalışandır (Aziri, 2011). İşinden tatmin olmayan çalışanların ise örgüte bağlılık ve sadakat duymakta zorlandıkları, işe geç gelmeye, devamsızlık yapmaya, işten ayrılmaya ve kaza yapmaya daha meyilli oldukları görülmüştür (Rue ve Byars, 2003). Clark'a göre (1997) çalışanlar işlerinden tatmin olmama neticesinde, özlük haklarından emin olamama, çalışma koşullarının güvensiz olduğunu düşünme, iş arkadaşlarının işbirliği yapmaktan kaçındıklarını düşünme, amirinin kendisine saygı duymadığı ya da karar verme sürecinde dikkate almadığını hissetme gibi negatif faktörler nedeniyle kendilerini örgütlerinden ayrı hissedebilmektedir. Dolayısıyla iş tatmini, psikolojik ve çevresel şartların bir sonucudur ve çalışanın hem psikolojik hem de fiziksel ihtiyaçlarını işinin karşılmasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Kuşluyan vd., 2016). Çalışanın iş tatmini, çalışma koşulları, kişi örgüt uyumu, kişi yönetici uyumu, yönetim tarzı, sosyal ilişkiler gibi farklı değişkenlerce belirlenmektedir (Lu vd., 2012). İş tatmininden etkilenen birçok farklı değişken mevcuttur. Örneğin, işinden tatmin olmayan çalışanların işten ayrılma niyetleri yüksektir (Liu, Zhu, Wu ve Mao, 2019; Kuşluyan, Başova ve Kuşluyan, 2016; Lu, Lin, Wu, Hsieh ve Chang, 2002; Rue ve Byars, 2003). İşinden tatmin olmama durumu çalışanların iş performanslarını da düşürmektedir (Judge, Thoresen, Bono ve Patton, 2001). Çalışan ile örgüt arasında iyi bir uyum olduğunda ise iş tatmini, örgütsel bağlılık gibi olumlu tutum ve davranışların ortaya çıkabileceği, iyi uyum olmadığında ise işten ayrılma, düşük performans gibi davranışların artabileceği beklenmektedir (Kuşluyan vd., 2016).

Konuya ilişkin olarak yapılan araştırmalarda, üniversitelerdeki üstün performans gösterme baskısının iş yeriyle ilişkili strese neden olduğu ve iş tatminini azalttığı (Ahsan, Abdullah, Fie ve Alam, 2009), turizm işletmelerinde müşterilerle ilk temasın sağlandığı ön bürolarda çalışanların kendilerini yüksek stres altında hissettikleri ve oluşan işyeri stresinin iş tatminlerini azalttığı belirtilmektedir (Kim, Hutchinson ve Kwun, 2014). Pandemi dönemindeki çalışmalarda ise, hemşirelerin COVID-19 pandemisi süresince çalışırken iş tatminlerinin yüksek olduğu ancak psikosomatik bozukluk gösterenlerin (zihinsel kaynaklı bedensel rahatsızlık) iş tatmininin negatif yönde etkilendiği (Gimenez-Espert, Prado-Gasco ve Soto-Rubio, 2020), psikososyal risklerin varlığında iş tatmininde azalma olduğu bulunmuştur (Wu vd., 2018). Turizm otelcilik çalışanlarının COVID-19 kaynaklı streslerinin iş tatmini, örgütsel güven, öz saygı (benlik saygısı) ile negatif, bu üç değişkenin aracılığıyla dolaylı olarak örgütsel bağlılıkla pozitif yönde ilişkisi olduğu belirtilmektedir (Kang vd., 2021). De los Santos ve

Labrague (2021) hemşireler üzerine yaptıkları çalışmada COVID-19 korkusu ile hem örgütsel hem de profesyonel olarak işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu bildirmektedir. Çalışanlar virüsle birlikte çalışmaya alışmakta ama her an virüsün kendilerine bulaşabileceği korkusuyla çalışmaya devam etmektedir. Sürekli hissedilen virüs bulaşma korkusu, kaygısı ve diğer çalışanlara virüs taşıyabilecekleri şüphesiyle yaklaşmak gibi ortaya çıkabilecek psikolojik sıkıntıların, yapılan işten de tatmin olunmamasına neden olabileceğini akıllara getirmektedir. Buradan hareketle COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı ile iş tatmini arasında da negatif yönlü bir ilişki bulunduğu düşünülmektedir. Ancak COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı kavramına ilişkin yapılan ölçüm ve kaynakların oldukça az sayıda ve sınırlı olmasından dolayı (Gimenez-Espert vd., 2020) kavramın daha detaylıca incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı

Yeni Coronavirüs Hastalığı ilk tanısı Çin'de Aralık 2019 ayı sonlarında görülmüş ve süratle tüm dünyaya yayılmıştır (Bkz.: T.C. Sağlık Bakanlığı). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) COVID-19 enfeksiyonunun çok bulaşıcı olması ve ölüm oranının yüksek olması nedeniyle 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan etmiştir (DSÖ, 2020). Bu süreçte tüm ülkeler pandemiyle mücadele etmek amacıyla tedbirler almıştır. Böylelikle insanlar kendilerini ansızın yeni bir dünyada bulmuş, sosyal alanlar ve iş yaşamındaki kurallarda düzenlemeler yapılmıştır. Akademik çalışmalar pandeminin başladığı ilk dönemde öncelikle hastalığın insanlara verdiği fiziksel zararlara odaklanmıştır (Bakioğlu vd. 2020). Hastalığın hâlen sonlanmaması ve hayatın her alanına olan olumsuz etkilerinin yayılmasıyla birlikte, hastalığın insanlar üzerindeki psikolojik ve davranışsal etkilerine dikkat çeken akademik çalışmalar da yapılmaya başlanmıştır (Bakioğlu vd., 2020). Bunlardan birisi de COVID-19 ile yaşamının insanlarda yarattığı virüsün kendilerine bulaşması kaygısı, korkusu ve stresiyle iş hayatına nasıl devam ettiklerine ilişkindir. Bilindiği üzere hastalığa yakalanan insanlarda ölüm riski ve hastalıkla damgalanma endişesi insanlarda doğal olarak psikolojik sorunlara neden olabilmektedir (Ahorsu vd., 2020). Aynı zamanda iş yaşamı birçok alanda durmuş ya da kontrollü olarak devam ettirilirken pandeminin yarattığı psikolojik etkilerden bazen de ağır travmalardan uzak kalmak maalesef mümkün olmamaktadır. Vakaların artması veya iş yerinde vaka görülmesi bireyler arasında korkuyu tetiklemekte, strese ve kaygıya neden olmakta ve toplumun ruh sağlığını da tehdit etmektedir (Ahorsu vd., 2020, Xiang vd., 2020).

COVID-19 salgını hakkında Çin'de yapılan araştırmada, sağlık çalışanlarının %73,4'ünün travmatik stres, yarısının depresyon ve %44,7'sinin genel kaygı yaşadıkları rapor edilmiştir (Liu vd., 2020). COVID-19 düşüncesiyle oluşan psikolojik sıkıntılar yüksek seviyelere ulaşırsa, bu durum bireylerde mantıksız ve belirsiz düşüncelerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Ahorsu vd., 2020). Satici vd. (2020) tarafından Türkiye'de yapılan çalışmada, COVID-19 korkusuyla depresyon, kaygı ve stres arasında pozitif yönde, yaşam tatmini arasında ise negatif yönde korelasyon ilişkileri bulunduğu rapor edilmiştir. Buna göre virüse maruz kalma korkusu depresyonu, kaygıyı ve stresi artırırken, yaşamdan alınan tatmini azaltmaktadır. Bu düşünceyle bir sonraki kısımda iş yaşamında COVID-19 psikolojik sıkıntısının iş tatmini ile olan ilişkisi incelenmiştir.

İş Tatmini ve COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı İlişkisi

Bireyde pozitif psikolojinin varlığının yaşam tatmini, mutluluk gibi kavramlarla olumlu ilişki içinde olduğu, iş performansı, sosyal ilişkiler, kendilik algısı ve problem çözme gibi alanlarda da başarı sağladığı bilinmektedir (Lyubomirsky, King ve Diener, 2005). Ancak insan gerçek bir tehlikede ya da bir tehditin varlığını hissettiğinde korku hissetmekte (Bakioğlu vd., 2020) ve korku bilişsel sisteminde örneğin odaklanamama, dikkat dağılması gibi değişimlere neden olabilmektedir (Dozois, Wilde ve Frewen, 2019). Bu durum bireydeki pozitif düşünceleri ve ruh hâlini de etkileyebilmektedir (Bakioğlu vd., 2020). Zihinsel olarak negatif düşüncelere sahip bireylerin işlerinde karşılaçacakları strese başa çıkabilmeleri, pozitif psikolojiye sahip olanlara göre oldukça güç olmaktadır (Bakioğlu vd., 2020).

Alan yazında iş tatmini ile COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı ilişkisine dair yapılmış çalışma ile karşılaşmamıştır. Ancak alan yazında var olan bilgiler bu iki değişken arasında negatif bir ilişki bulunabileceğine işaret etmektedir. Örneğin, son dönemde yapılan bir çalışmada COVID-19 korkusu ile yaşam tatmini arasında negatif bir ilişki olduğu rapor edilmektedir (Satici vd., 2020). COVID-19 hastalığı toplumun her kesimini sosyal, ekonomik alanlarda (Gössling, Scott ve Hall, 2021) olduğu gibi psikolojik olarak da negatif yönde etkilemektedir (Arpacı, Karatas ve Baloglu, 2020). İşletmelerin başarılı olması sadece bedensel sağlıklı çalışanlara sahip olmasıyla değil aynı zamanda onların ruhsal bakımdan da sağlıklı olmasından geçmektedir (Garda, 2011; Nergiz ve Yılmaz, 2016). COVID-19 ile ilgili yaşanan psikolojik sıkıntılar arttıkça insanlar karar vermede ve uygulamada mantıklı düşünmekten ve davranmaktan uzaklaşabilmekte hatta korkunun kendisi de hastalığın verdiği zararı daha da artırabilmektedir (Ahorsu vd., 2020) Bakıoğlu vd. (2020) çalışmalarında, COVID-19 korkusu ile belirsizlik, depresyon, kaygı ve strese tahammülsüzlük arasında pozitif yönde, COVID-19 korkusu ile pozitiflik arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğunu bulmuş, COVID-19 korkusuna ilişkin belirsizliğin ortadan kaldırılmasıyla depresyon, kaygı ve stresin azaltılabileceğini ve pozitifliğin artırılabilirliğini belirtmiştir. Buradan hareketle korku, kaygı ve şüphe alt boyutlarını içeren COVID-19 psikolojik sıkıntısının da benzer biçimde iş tatmini üzerinde negatif bir etkide bulunabileceği düşünülerek Hipotez 1 oluşturulmuştur.

H1: COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini arasında negatif yönde bir ilişki vardır.

Pandemi döneminde ortaya çıkan COVID-19 psikolojik sıkıntısı oldukça yeni bir durumdur, etkileri henüz bilinmemekte ve yeni yapılan araştırmalarla keşfedilmektedir. İş tatmini ise alanda oldukça sık araştırılmış bir konudur. Bu nedenle işinden tatmin olan çalışanların, kişisel değerlerinin iş yerindeki değerlerle uyumlu olduğu, dürüstlük ve adalet gibi tutumları bakımından da çalışılan işletmeyle aynı fikirde oldukları görülmektedir (Netemeyer, Boles, McKee ve McMurian, 1997). Bu nedenle kişi örgüt uyumu yüksek olan çalışanların iş tatminlerinin de yüksek olması beklenmektedir (Netemeyer vd., 1997). Ancak COVID-19'un insanlar üzerindeki psikolojik etkilerini inceleyen çalışmalar sınırlı sayıdadır (Satici vd., 2020). Bu nedenle teorik olarak çalışanların kişi örgüt uyumu seviyelerinin COVID-19 psikolojik sıkıntıları ile iş tatminleri arasındaki ilişkiyi etkileyebileceğini düşünmek mümkündür.

Kişi Örgüt Uyumu

Kişi örgüt uyumu, 1935 yılında Lewin tarafından ortaya atılan ve daha geniş bir anlam ifade eden kişi-çevre uyumunun daha alt boyutudur (Darnold, 2008; Van Vuuren, Veldkamp, Jong ve Seydel, 2007). Kişi örgüt uyumunun temeli, davranışın nedeninin kişi ve çevre arasındaki sürekli etkileşim olduğunu varsayan etkileşimsel psikolojiden gelmektedir (Arthur, Bell, Villado ve Doverspike, 2006, s.786). Kişi örgüt uyumu teorisi de benzer biçimde kişinin örgütsel davranışlarının nedeninin kişi ile örgüt arasındaki etkileşimden kaynaklanan uyumun bir sonucu olduğunu savunmaktadır (Arthur ve diğ., 2006, s.786). Buna göre kişinin davranışı çevresi ve kendisinin bir fonksiyonundan oluşmakta ve bu değişkenlerin özellikleri bakımından iyi uyum sağlandığında bireysel ve örgütsel açıdan tatmin, verimlilik ve yaratıcılık gibi faydalı sonuçları olan çıktılar elde edilebilmektedir (Vilela, Gonzales ve Ferin, 2008). Çünkü teorik olarak iyi bir uyum olmasıyla çevre kişinin ihtiyaçlarını da karşılayabilmesi için uygun koşulları sağlamakta böylelikle de kişinin ihtiyaçlarının karşılanmasıyla da kişinin tutumları ve davranışları değişim gösterebilmektedir (Rounds, Davis ve Loftquist, 1987). Kişi örgüt uyumu mevcut çalışmada da literatürdeki en sık kullanılan biçimiyle yani kişi ile çevrenin benzerliğini içeren bir kavram (Kristof, 1996; Morewitz, 2009) olarak kullanılmıştır.

Kişi örgüt uyumu, örgütlerin kültürü, stratejik ihtiyaçları, normları ve değerleri ile bireylerin kişilik özelliklerinin, inançlarının ve değerlerinin birbiriyle ahenk içinde olmasıdır (O'Reilly, Chatman ve Caldwell

1991). Buna göre, kişi ve örgüt arasında ortak bir anlam taşıyan paylaşılabilen değerlerin, normların varlığı iş tatmininde kolaylık sağlamakta ve örgütün hedefine ulaşmasına yardımcı olmaktadır (Netemeyer vd., 1997). Özellikle insan kaynakları yönetimi ve örgütsel davranış alan yazınlarında oldukça sık araştırılan bir kavram olan kişi örgüt uyumu, çalışanların işten ayrılma niyeti, çalışma davranışları, örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş performansı gibi kavramlarla ilişkilendirilmektedir (Liu, Liu ve Hu, 2010: 615). Liu ve arkadaşlarına (2010) göre kişi örgüt uyumu, çalışanların işten ayrılma niyetlerini ve iş tatminlerini etkilemede oldukça önemli bir öncüdür. Örgütün işe alımlarında çalışacak kişilerin işle ilgili tutumları ve eylemlerine dikkat edilmesi nedeniyle istihdam açısından da kişi örgüt uyumu önemli bir kriterdir (Resick, Baltes ve Shantz, 2007).

Kristof-Brown, Zimmerman ve Johnson'a (2005) göre, kişi örgüt uyumunun üç benzerlik boyutu vardır. Birinci benzerlik, çalışanların kişilikleri ve örgütün karakteristiklerindeki benzerliktir. İkincisi çalışanlar ile örgütün hedeflerinde ortak bir yanın olmasına ve bağdaşabilirliklerine yönelik benzerliğidir. Üçüncüsü, kişinin değerleri ile örgüt kültürü arasındaki tutarlılıktaki benzerliktir. Kişinin ihtiyaçlarını örgütün sundukları, örgütün ihtiyaçlarını da çalışanın karakteristikleri karşılayabiliyorsa, bu durumda birbirini tamamlayan bir uyumdan bahsetmek mümkün olabilmektedir (Bright, 2007). Örgüt ve çalışanlar arasındaki uyuma özel önem vermek gerekmektedir, çünkü çalışanlar eğer örgütle aralarında ortak birşeyler olduğunu gözlemlerlerse örgütle bir hareket ederler ve ayrılmayı düşünmezler (Moynihan ve Pandey, 2007). Kişi örgüt uyumu kişinin hedefleri, kişisel tercihleri, ihtiyaçları ve kişiliği ile örgütsel hedeflerin, örgütsel sistemlerin, örgüt ikliminin veya örgüt yapısının bir biriyle ne kadar iyi bağlantılı olduklarını ifade etmektedir (Kristof, 1996). Literatürde kişi örgüt uyumu ile ilişkili olduğu görülen birçok örgütsel sonucu ele alan çalışmalar mevcuttur. Bunlar arasında ihtiyaçların giderilmesi bağlamında kişi örgüt uyumunun daha iyi iş tutumu sergilenmesine yardımcı olması (Caldwell ve O'Reilly, 1990), iş yerinde stres seviyesini düşürmesi (French, Caplan ve Harrison, 1982), yüksek performans değerlendirmeleri (Judge ve Bretz, 1992), örgütsel performans (Govindarajan, 1989), iş gören devrinin azalması (Meglino ve Ravlin, 1998), iş seçimi ve işe alım kararı (Darnold, 2008), yüksek örgütsel vatandaşlık davranışı (Lamm, Shaw ve Kuyumcu, 2010), psikolojik yetkilendirme, işe katılım (Kimura, 2011) ve algılanan örgütsel destek (Eisenberger, Huntington, Hutchinson ve Sowa, 1986) sayılabilir.

İnsan becerisi günümüzün en kıymetli rekabetçi avantaj kozu olarak görülmekte ve bu süreçte insanın örgütü ile uyumunun pozitif davranışları tetikleyerek işten ayrılma niyetini azaltmada önemli bir yer işgal ettiği kabul görmektedir (Cable ve Parsons, 2001; Vilela ve diğ., 2008). Ambrose, Arnaud ve Schminke (2008) tarafından yapılan çalışmada, kişi ve örgüt etik değerlerinin uyumunun yüksek seviyede bağlılık ve iş tatmini sağladığı, işten ayrılma niyetini de azalttığı belirtilmiştir. Kristof-Brown ve diğ. (2005) tarafından yürütülen çalışmada ise, kişi örgüt uyumunun işgörenler açısından iş tatmini ile 0.39, yöneticiler açısından iş tatmini ile 0.33, çalışanların yöneticilerine güvenmeleri bakımından ise 0.43 değerinde ilişkili olarak bulgulanmıştır. O'Reilly ve diğ. (1991) ise kişi örgüt uyumu ile işten ayrılma niyeti arasında -0.37 korelasyon katsayısı olduğunu rapor etmektedirler. Kişi örgüt uyumu ile çalışanların iş yerindeki tutumlarına ilişkin birçok araştırma yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle mevcut çalışmada güncel bir konu olan COVID-19 salgınında yaşanan psikolojik sıkıntı ile iş tatmini arasındaki ilişkiye kişi örgüt uyumu da dâhil edilerek yazına katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

COVID-19 Psikolojik Sıkıntısı ile İş Tatmini İlişisinde Kişi Örgüt Uyumunun Düzenleyicilik Etkisi

Kişi örgüt uyumunun çalışanlar, çalışma grupları ve örgütler için faydalı sonuçlar sağladığı birçok araştırmacı tarafından kabul edilmektedir (Gregory ve Albritton, 2009; Shin ve Holland, 2004). Kişi örgüt uyumu ile iş tatmini arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu da bilinmektedir (Bağcı, 2018; Netemeyer vd., 1997, Vilela vd., 2008). Kişi örgüt uyumu ile bireysel sonuçlar içeren iş bağlılığı, iş performansı, iş tatmini gibi değişkenler üzerindeki etkisine de literatürde oldukça sık yer verilse de (Verquer, Beehr ve Wagner, 2003), değişkenler

arasındaki aracılık ve düzenleyicilik rolüne ilişkin pek fazla araştırma yapılmadığı görülmektedir (Gregory ve Albritton, 2009). Bu çalışmada bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkide kişi örgüt uyumunun düzenleyici etkisinin belirlenmesi istenilmiştir. Bunun birinci nedeni, çalışanların iş tatminlerinde kişi örgüt uyumundan bahsedilmesi ancak nadiren düzenleyici değişken olarak etkisinin incelendiğinin düşünülmesidir. İkinci nedeni ise COVID-19 pandemi döneminden kaynaklanan psikolojik sıkıntılarla iş tatmini arasındaki ilişkinin ve kişi örgüt uyumunun ne şekilde rolü olduğunun açıklanmamış olması ve yapısal farklılık oluşturmak adına ilişkili değişkenlerin bir arada ele alınmak istenmesinden kaynaklanmaktadır. Çalışma sonucunda, çalışanların psikolojik sıkıntıları ile iş tatmini arasında negatif yönde bir ilişki olacağı, bu ilişkide kişinin örgütüyle uyumu yüksekse iş tatmininde önemli bir azalma olmayacağı ama uyum düşükse iş tatmininde de anlamlı bir düşüş olacağı beklenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın COVID-19 psikolojik sıkıntısı ve iş tatmini ilişkisinde kişi örgüt uyumunun rolünü inceleyerek mevcut literatürün gelişimine katkı sağlayacağı beklenilmektedir. Konuya ilişkin yapılan incelemede henüz bu fikri destekleyen bulgu veya sonuçlara ulaşılamamıştır. Bu nedenle iki değişken arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkiyi düzenleyebilecek faktörlerin bulunması bu çalışmaya özgün bir nitelik katmaktadır. Bu kapsamda kişi örgüt uyumunun COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini ilişkisindeki düzenleyici rolünü test etmek üzere aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H2: COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini arasındaki ilişkide kişi örgüt uyumunun düzenleyici etkisi vardır.

Yöntem

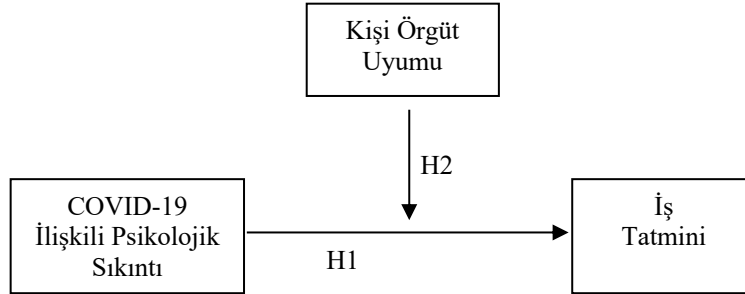
Bu bölümde araştırmanın amacı, modeli, kullanılan ölçekler ve örnekleme ilişkin bilgi verilecek, veri analizinde kullanılacak teknikler hakkında açıklama yapılacaktır. Araştırmada yürütülen işlemlere ilişkin olarak T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Araştırma Platformuna başvuruda bulunulmuş ve çalışmanın yapılması komisyon tarafından uygun olarak değerlendirilmiştir. (26.02.2021, Sayı: 2021-02-24T13_41_42). Araştırmada kullanılan verilerin katılımcılardan anket yoluyla elde edilmesi nedeniyle gerekli olan Etik Onay Belgesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan alınmıştır (29.03.2021, Sayı: 2021/16).

Araştırmanın Amacı ve Modeli

Bu araştırmanın amacı COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı ile iş tatmini ilişkisinde kişi örgüt uyumunun rolünü belirlemektir. Araştırma tasarımı iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi incelemekte olduğu için ilişkisel olarak kurulmuştur. Söz konusu ilişkilere korelasyon ve regresyon testlerinden elde edilen bulgularla açıklamalar getirilmiştir. Bulgularda betimleyici istatistiklere de yer verilmiştir. Bu amaçla kolayda örneklem yöntemi kullanılarak üç farklı ildeki (İstanbul, Ankara ve Kayseri) farklı işlerde çalışanların COVID-19 kaynaklı yaşadıkları psikolojik sıkıntıları, örgütleriyle olan uyumları ve iş tatminlerini belirleyebilmek için ölçüm araçlarına ilişkin maddelerin yer aldığı bir anket yapılmıştır. Anket uygulaması COVID-19 tedbirleri kapsamında internet aracılığıyla www.onlineanketler.com platformu üzerinden ve eposta ile yürütülmüştür. Araştırmada kullanılan veriler söz konusu platformda 02.02.2021-20.03.2021 tarihleri arasında anket aktif halde tutularak toplanmıştır.

Düzenleyici değişkenin kullanıldığı araştırmalarda sıklıkla Baron ve Kenny'nin (1986) çalışmasına atıf yapılmaktadır. Bu çalışmaya göre; "Düzenleyici değişken (moderatör), bağımsız veya yordayıcı bir değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve/veya kuvvetini etkileyen niteliksel (cinsiyet, ırk, sınıf vb.) veya niceliksel (ödül düzeyi vb.) değişkendir" (Baron ve Kenny, 1986, 1174). Buna göre düzenleyici değişkenin ilişkiyi değiştiren/yönünü değiştiren/biçimleyen/ılımlaştırıcı ya da gruplayan bir anlam içerdiği anlaşılmaktadır. Örneğin X ile Y arasındaki ilişki, Z'nin seviyelerine göre anlamlı bir şekilde değişiyorsa

düzenleyici bir etkinin varlığından söz etmek mümkün olmaktadır. Alan yazından elde edilen kuramsal ilişkiler ve düzenleyici değişkenin tanımını yaptıktan sonra araştırma hipotezlerine uygun olarak Şekil 1’de sunulan model oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Veri Toplama Araçları

İş Tatmini Ölçeği:

Ölçek Yoon ve Thye (2002) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 5 maddeli ve 5’li Likert türündedir (1=Kesinlikle katılmıyorum-5=Kesinlikle katılıyorum). Ölçeğin son maddesi ters kodlanmıştır. Cronbach Alpha değeri, $(\alpha)=0.84$ ’dür. Ölçek Türkiye’de Kuşluvan vd. (2016) tarafından kullanılmış ve güvenilirlik değeri $(\alpha)=0.80$ olarak belirtilmiştir. Mevcut çalışmada ise $\alpha=0.90$ ’dır. Kaiser-Meyer Olkin (KMO) katsayısı örneklemin faktör analizi için uygunluğunu belirtmektedir. Bu ölçek için KMO 0.85’dir.

Kiş-i-örgüt uyumu ölçeği:

Ölçek Netemeyer vd. (1997) tarafından geliştirilmiş, Vilela ve arkadaşları (2008) gibi araştırmacılar tarafından da kullanılmıştır. Ölçek çalışanın kişisel değerlerinin örgüt ile olan uyumunu ölçmektedir. Tek boyuttan ve dört maddeden oluşmaktadır. Ölçek 7’li Likert tarzındadır (1=kesinlikle katılmıyorum, 7=kesinlikle katılıyorum). Tek faktörlü yapının Cronbach Alpha değeri; orijinal ölçekte 0.88 olarak belirtilmiştir. Türkiye’de Akbaş (2011) tarafından kullanılmış ve güvenilirlik katsayısı 0.94 olarak belirtilmiştir. Mevcut çalışmada ise 0.89 olarak bulunmuştur. KMO değeri 0.78 veri kümesinin faktörleştirilebilmesi için yeterli düzeydedir.

COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı Ölçeği:

Ölçek Feng vd. (2020) tarafından geliştirilmiştir. İki boyutlu (koru-kaygı ve şüphe) 14 maddeden oluşmaktadır. 5’li Likert tipindedir ve maddelerin doğruluk seviyesinin (1=Kesinlikle katılmıyorum-5=Kesinlikle katılıyorum) belirtilmesi üzerine kurulmuştur. Ölçeğin (α) değeri 0.88 olarak rapor edilmiştir. Türkçe’ye Ay, Oruç ve Özdoğru (2020) tarafından çevrilen ölçekten iki madde çıkartılarak 12 maddeye revize edilmiştir. (α) değeri 0.88’dir. Ölçeğin tüm maddelerinden alınan toplam puan bireyin COVID-19 ile ilişkili yaşadığı psikolojik sıkıntı düzeyini yansıtmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puan yüksek düzeyde COVID-19 ile ilişkili psikolojik sıkıntı yaşadığı anlamına gelmektedir (Ay vd., 2020). Ölçeğin Türkçe Formunu geliştiren koordinatör yazardan ölçeğin kullanımına ilişkin gerekli izin alınmıştır. Mevcut çalışmada ölçeğin güvenilirlik değeri $(\alpha)=0.92$ ’dir. KMO değeri 0.89 örneklemin faktör analizine uygun olduğunu belirtmektedir.

Kullanılan ölçeklerin Barlett küresellik testleri anlamlıdır ve verilerin uygun olduğunu, puanların normal dağıldığını göstermektedir. Ölçeklerin yapısal geçerliğini test etmek amacıyla AMOS programı ile yapılan doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği sonuçları Tablo 1’de dir. Ölçeklerin kabul edilebilir seviyede yeterli uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu söylenebilecektir (Şimşek, 2007; Sümer, 2000; Schumaker ve Lomax, 1996).

Tablo 1

Ölçeklere Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

	χ^2/df	RMR	RMSEA	GFI	IFI	TLI	CFI
İş tatmini	1.77	0.01	0.06	0.97	0.99	0.98	0.99
COVID-19 psikolojik sıkıntısı	2.29	0.06	0.08	0.91	0.95	0.92	0.94
Kişİ örgüt uyumu	2,35	0.01	0.09	0.99	0.99	0.98	0.99

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini çalışanlar oluşturmaktadır. Tüm çalışanlara ulaşmak mümkün olamayacağı için kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. İstanbul, Ankara ve Kayseri’de kamu ve özel sektörde işgören ve yönetici olarak farklı mesleklerde çalışan 350 kişiye internet üzerinden eposta ve www.onlineanketler.com uygulaması aracılığıyla anket uygulaması gönderilmiştir. Katılımcılardan elde edilen anketlerden 163 tanesi tam olarak doldurulmuş ve araştırmanın örneklemini olarak analizlerde kullanılmıştır.

Veri Analizinde Kullanılan Teknikler

Araştırmada yer alan değişkenler arasındaki ilişki ve etkileri incelemek için korelasyon ve regresyon analizleri yapılmış, demografik özellikler ve değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerlerini içeren istatistiksel bilgiler de araştırmada kullanılmıştır. Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki ve bu ilişkiye olan düzenleyici etkinin incelemesi amacıyla Baron ve Kenny (1986), Cohen vd. (2003) ve Burmaoğlu, Polat ve Meydan (2013) tarafından önerilen analiz metodolojisi tatbik edilmiştir.

Bulgular

Araştırmada yapılan analizlerde SPSS 21 ve AMOS 21 programları kullanılmıştır. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 2’de sunulmuştur. Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 39.58 yıl, mesleki tecrübelerinin ortalaması 15.45 yıl, aylık ortalama kazanç seviyeleri 4.500-7.000 TL arasında ve %49.7’si işgörendir.

Çalışmada yer alan değişkenlere ait ortalama değerler ve standart sapmalar Tablo 3’de dir. Buna göre katılımcıların işlerinde tatmin olma ortalaması 3.87, COVID-19 ilişkili hissettikleri psikolojik sıkıntı ortalaması 3.48, kişİ örgüt uyumları 3.60 olduğu görülmektedir.

Ölçeklerde yer alan maddelere verilen cevaplardan elde edilen puanların normalden aşırı sapma göstermemesi ve çarpıklık, basıklık katsayıları +1, -1 arasında olması nedeniyle normal dağılıma uygun olduğu görülmektedir (Büyüköztürk, 2009: 40). Araştırmada kullanılan değişkenlerin aralarındaki korelasyon bilgileri Tablo 4’de yer almaktadır. Buna göre COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı ile iş tatmini ve kişİ örgüt uyumu arasında negatif, kişİ örgüt uyumu ile iş tatmini arasında ise pozitif yönlü ilişki olduğu belirlenmiştir.

Çalışanların demografik özelliklerine göre iş tatmini bakımından anlamlı farklılıkların belirlenmesi amacıyla t testi yapılmıştır. Çalışanların iş tatminlerinde demografik özellikler bakımından farklılık oluşturan değişkenler Tablo 5’de verilmiştir. Yapılan t testine göre katılımcıların medeni hâl, COVID-19 geçiren yakınının olması ve

COVID-19 bulaşma riskli aile büyüğü bulunması özelliklerinin iş tatmininde farklılıklara neden olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre evlilerin iş tatmin seviyeleri bekârlara göre daha fazladır. Daha önce bir yakını COVID-19 geçirenlerin geçirmeyenlere göre iş tatmini daha yüksektir. Evinde birlikte yaşadığı ve COVID-19 bulaştırma riski olan aile büyüğü bulunanlar bulunmayan gruba göre işlerinden daha az tatmin olmaktadır. Diğer demografik değişkenler ve iş tatmini bakımından farklılıkların belirlenmesine yönelik olarak yapılan ANOVA Testi neticesinde anlamlı farklılık görülmemiştir.

Tablo 2

Araştırmada Yer Alan Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=163)

	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yaş	18-25 yaş arası	13	8
	26-35 yaş arası	32	19.6
	35-45 yaş arası	85	52.1
	45-55 yaş arası	19	11.7
	56 yaş ve üstü	14	8.6
Cinsiyet	Kadın	99	60.7
	Erkek	64	39.3
Medeni hâl	Bekâr	48	29.4
	Evli	115	70.6
Çocuk durumu	Yok	55	33.7
	Var	108	66.3
Mesleki tecrübe yılı	0-10 yıl arası	64	39.3
	11-20 yıl arası	61	37.4
	21-30 yıl arası	27	16.6
	31-40 yıl arası	9	5.5
	41 yıl ve üstü	2	1.2
Eğitim seviyesi	İlköğretim	3	1.8
	Lise	16	9.8
	Ön lisans	16	9.8
	Lisans	92	56.4
	Yüksek lisans	28	17.2
Mesleki statü	Doktora	8	4.9
	İşgören	81	49.7
	Alt kademe yönetici	19	11.7
	Orta kademe yönetici	38	23.3
	Üst kademe yönetici	25	15.3
Ortalama aylık kazanç	0-2.825 TL	16	9.8
	2.826-4.500 TL	37	22.7
	4.501-7.000 TL	63	38.7
	7.001-10.000 TL	23	14.1
	10.000 TL ve üstü	24	14.7
COVID-19 hastalığı geçiren	Evet	19	11.7
	Hayır	127	77.9
	Kararsız*	17	10.4
Yakın çevresinde COVID-19 geçiren	Evet	115	70.6
	Hayır	48	29.4
Kronik rahatsızlığı olan	Evet	31	19
	Hayır	132	81
Evinde COVID-19 bulaştırma riskli aile büyüğü olan	Evet	63	38.7
	Hayır	100	61.3

*COVID-19 hastalığını geçirdiğini düşünen ama test yaptırmadığı için sonucu bilmeyen grup.

Tablo 3

İş Tatmini, COVID-19 Psikolojik Sıkıntısı ve Kişi Örgüt Uyumu Puan Ortalamaları (N=163)

	Ort.	Ss	Min.	Mak.	Çarpıklık	Basıklık
İş tatmini	3.87	0.78	1.40	5.00	-0.76	0.67
COVID-19 psikolojik sıkıntısı	3.48	0.77	1.00	5.00	-0.66	0.75
Kişi örgüt uyumu	3.60	0.91	1.00	5.00	-0.60	0.29

Tablo 4

Değişkenlerin Korelasyon Değerleri

Ölçekler	1	2	3
İş tatmini	$\alpha=0.90$		
COVID-19 psikolojik sıkıntısı	-0.203**	$\alpha=0.92$	
Kişi örgüt uyumu	0.642**	-0.197*	$\alpha=0.89$

**p<=0.01, *p<0.05, n=163, α =Cronbach Alpha değeri.

Tablo 5

Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İş Tatminleri Arasındaki Farklar (T Testi)

	N	Ort.	Ss	t	p	
Medeni hâl	Bekâr	48	3.62	0.84	-2.595	0.010*
	Evli	115	3.97	0.73		
Yakın çevresinde COVID-19 geçiren	Evet	115	3.96	0.75	2.456	0.015*
	Hayır	48	3.64	0.79		
COVID-19 riskli aile büyüğü olan	Evet	63	3.63	0.77	-3.141	0.002*
	Hayır	100	4.02	0.75		

*p<0.05

COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı ile iş tatmini arasındaki ilişkide kişi örgüt uyumunun etkisinin olup olmadığını belirleyebilmek üzere hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. İlk aşamada analize sadece iş tatmini ve COVID-19 psikolojik sıkıntısı dâhil edilmiştir. 2'nci aşamada kişi örgüt uyumu analizi ilave edilmiştir. Son aşamada ise düzenleyici değişken olarak etkileşim terimi (COVID-19 psikolojik sıkıntısı X kişi örgüt uyumu) dâhil edilmiştir (Bkz.: Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: s.770). Düzenleyici değişkenin varlığında söz edebilmek için üç koşulun gerçekleşmesi gerektiği belirtilmektedir (Cohen vd., 2003; Burmaoğlu vd., 2013: 16). Bunlardan ilki artırıcı etkileşimin olmasıdır. Buna göre bağımsız değişken ve düzenleyici değişkenin ikisi bir arada analize dâhil edildiğinde, çıktı değişkeni üzerinde aynı yönlü ve özellikle birlikte kullanıldığında daha güçlü etkiye sahip olmalıdır. İkincisi tampon etkileşimin oluşmasıdır. Burada düzenleyici değişken, bağımsız değişkenin çıktı üzerindeki etkisini zayıflatması gerekmektedir. Üçüncüsü zıt etkileşimin var olmasıdır. Bu durumda ise bağımsız değişken ve düzenleyici değişken çıktı üzerinde aynı etkiye sahipken etkileşim oluştuğunda zıt yönlü bir etki yaratması beklenmektedir. Araştırmada yer alan değişkenler arası etkileşimin incelenmesi amacıyla üç aşamalı regresyon analizinden elde edilen bulgular Tablo 6'dadır.

Tablo 6'daki regresyon testinde yer alan F değerlerinin (F=6,888, p=0,010; F=21,160, p=0,000; F=15,949, p=0,000) anlamlı oldukları görülmüştür. Testin 1'inci aşamasında yer alan COVID-19 psikolojik sıkıntısı, iş tatminini negatif yönde ve anlamlı seviyede etkilemektedir ($\beta=-0.213$, p<0.05). Bu bulgu Hipotez-1'i

desteklemektedir. 2'nci aşamada düzenleyici değişken kişi örgüt uyumunun $\beta=0.418$, $p<0.001$ ile R^2 göstergesinde (Model-1 R^2 değişim 0,041; Model-2 R^2 değişim 0,168) ve F değerinde bir artışa neden olduğu görülmektedir. COVID-19 psikolojik sıkıntının iş tatminini etkilemesine neden olan 1'inci aşamadaki anlamlı β değerini anlamsız hâle getirmiş ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığa neden olmuştur. Böylelikle 3'üncü aşamada etkileşim terimi analize dâhil edildiğinde, β değeri anlamlı bulunmuş ve tüm modelin açıkladığı varyans %20.9'dan %23.1'e ulaşmıştır. Düzenleyici değişken analize dâhil edildiğinde açıklanan varyansa %2.2'lik bir katkıda bulunmuştur (Model-3 R^2 değişim 0,022). Düzenleyici etkinin gerçekleşmesi için gerekli olan etkileşim kriterlerinin analiz 2 ve 3'üncü aşamasında elde edilen bulgularla kabul edilebilir seviyede karşılandığı söylenebilecektir. Bu bulgular, Hipotez-2'nin desteklendiğine işaret etmektedir.

Tablo 6

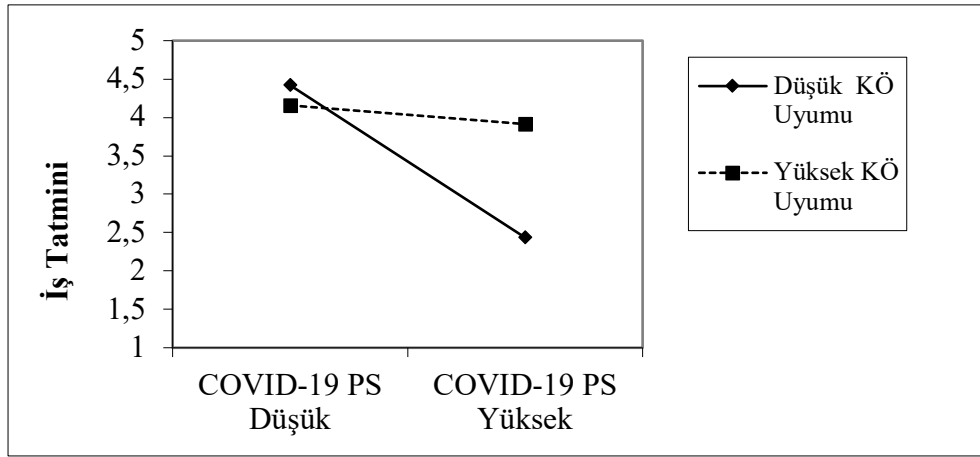
Bağımsız Değişken COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı, Düzenleyici Değişken Kişi Örgüt Uyumu ve Bağımlı Değişken İş Tatmini Arasında Gerçekleştirilen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Model		Standardize Edilmemiş Etkiler		Standardize Edilmiş Etkiler		Model İstatistikleri	
		B	S.H.	β	t		p
1	(Sabit)	4,585	0,278		16,463	0,000	F=6,888; p=0,010
	CPS	-0.205	0.078	-0,203**	-2,625	0,010	SD: 161; $\Delta R^2=0,035$ $R^2=0,041$; R=0,203
2	(Sabit)	2,528	0,434		5,818	0,000	F=21,160; p=0,000
	CPS	-0,125	0,072	-0,124	-1,725	0,086	SD: 160; $\Delta R^2=0,199$
	KÖÜ	0,954	0,164	0,418***	5,833	0,000	$R^2=0,209$; R=0,457
3	(Sabit)	5,612	1,504		3,732	0,000	F=15,949; p=0,000
	CPS	-0,931	0,383	-0,922**	-2,428	0,016	SD: 159; $\Delta R^2=0,217$
	KÖÜ	-0,697	0,788	-0,305	-0,884	0,378	$R^2=0,231$; R=0,481
	Etkileşim	0,435	0,203	0,982***	2,140	0,034	

Bağımlı Değişken: İş Tatmini; CPS: COVID-19 İlişkili Psikolojik Sıkıntı; KÖÜ: Kişi Örgüt Uyumu; Etkileşim: CPSxKÖÜ

** p<.05, *** p<.01

Regresyon testinden elde edilen bulguların doğrulaması Hayes (2013) tarafından önerilen SPSS Process eklentisi kullanılarak da test edilmiştir (Model-3 $R^2=0,23$; F=15,949; SD=159; p=0,000). Söz konusu testler neticesinde belirlenmiş olan düzenleyici değişkenin varlığının daha net görülmesine yardımcı olan grafik Şekil 2'de sunulmuştur. Şekil 2 değerlendirildiğinde kişi örgüt uyumunun yüksek olduğu çalışanlarda, COVID-19 psikolojik sıkıntı seviyesinde artış olduğunda iş tatmininde anlamlı bir değişiklik oluşturmadığı görülmektedir. Kişi örgüt uyumu düşük olan çalışanlarda ise söz konusu ilişkinin çok daha belirgin bir şekilde azalarak aşağıya doğru hareket ettiği ve iş tatmininin azaldığı grafikten görülmektedir.



Şekil 2. COVID-19 Psikolojik Sıkıntısı ile İş Tatmini İlişkisinde Kişi Örgüt Uyumunun Düzenleyici Etkisi Grafiği

Dolayısıyla kişi örgüt uyumu düşük olan çalışanların, COVID-19 psikolojik sıkıntılarının yüksek olması durumunda iş tatminlerinde azalma olmaktadır. Hâlbuki kişi örgüt uyumu yüksek olan çalışanlarda, COVID-19 psikolojik sıkıntısı artış gösterse de iş tatminlerinde anlamlı bir değişim olmamaktadır. Buradan hareketle, COVID-19'un neden olduğu korku, kaygı ve şüpheyle ilişkili psikolojik sıkıntılar ile iş tatmini ilişkisinin kişi örgüt uyumunun seviyesine göre değişeceği, dolayısıyla da bu ilişkide kişi örgüt uyumunun düzenleyicilik etkisi yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu H2 hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Çalışanların iş tatminleri birçok çevresel faktörden etkilenmektedir (Klassen ve Chiu, 2010). 2019 yılı sonlarıyla birlikte dünyanın tecrübe ettiği COVID-19 salgınının neden olduğu yaşam ve çalışma koşullarındaki çevresel değişimler birçok işletmeyi ve çalışanı etkilemiştir. Mevcut araştırmada çalışanların iş tatminlerinin pandemi döneminde COVID-19'dan kaynaklanan psikolojik sıkıntılardan etkilenip etkilenmediği, eğer bir etkisi varsa kişi örgüt uyumunun bu etkiyi ne şekilde biçimlendireceği incelenmiştir. Araştırma sonuçları söz konusu etkilerin varlığını göstermiştir. COVID-19 ile ilişkili psikolojik sıkıntılar çalışanların iş tatmini seviyelerini olumsuz yönde etkilemektedir. Fakat bu etkinin derecesi ve önemi çalışanın kişi-örgüt uyumuna göre değişmektedir. Çalışanların kişi örgüt uyumunun düşük olması koşulunda COVID-19 psikolojik sıkıntısı yükselirken iş tatminini azalmaktadır. Çalışanların kişi örgüt uyumunun yüksek olması koşulunda ise, COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntı düzeyleri artsa da, çalışanların iş tatmininde bir azalma olmamaktadır. Kişi örgüt uyumu yüksek seviyede ise çalışan bu durumdan etkilenmemekte, iş tatmininde anlamlı bir farklılık olmamaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, çalışanların iş tatminlerinin azalmasını engellemek amacıyla onların örgütleriyle olan uyumlarını yüksek tutmak etkili bir çözüm sunabilecektir. Çalışanların kişisel değerlerinin örgütsel kültür ile ne kadar iyi örtüştüğüne olan subjektif inançları ne kadar sağlam kurulusa kişi örgüt uyumu da o kadar güçlü olacaktır (Cable ve DeRue, 2002; Kristof, 1996). Kişi ile örgütün bağdaşabilirliği sağlandıkça kişi örgüt uyumu artacak (Aktaş, 2011:5; Kristof, 1996:3) ve COVID-19 ilişkili psikolojik sıkıntının neden olabileceği iş tatmininde azalmanın ve dolayısıyla işten ayrılmaların artması ve düşük iş performansı gibi arzu edilmeyen sonuçların önüne de geçilebilecektir.

Çalışmada, COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini arasında negatif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. Benzer bir çalışma COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile yaşam tatmini arasında da bulunmuştur (Satici vd., 2020). Her iki çalışmadan elde edilen sonuçların uyum içinde olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar çalışanların hem iş hem de yaşam tatminleri üzerinde COVID-19 kaynaklı psikolojik durumun önemli etkisinin olduğunu işaret etmektedir.

COVID-19 pandemi sürecinde çalışanlardan evli olanlar, yakın çevresinde COVID-19 hastalığını geçirmiş bir tanıdığı olanlar ve evinde COVID-19 ölüm riski taşıyan yaşlı bulunmayanların anlamlı bir farklılıkla işlerinde daha çok tatmin oldukları bulunmuştur. Evlilerin iş tatmini seviyelerinin bekârlardan daha yüksek olduğu bulgusu, Arslan ve Demir'in (2017) çalışmasıyla örtüşmektedir. Evlilerin bekârlara göre işlerinden daha çok tatmin olmaları durumu, aile olmanın verdiği mutluluktan, düzenli yaşamdan, iş devamsızlıklarının az olmasından, işgören devir hızlarının düşük olmasından ve yaşantılarında daha fazla tatminkâr davranmalarından (Özkalp ve Kirel, 1996) kaynaklanabilir. Çalışanların yakın aile çevresinden COVID-19'u atlatanların olması ve evde virüs bulaşma riski taşıyan bir aile büyüğünün olmaması, aile ve yakın çevreye verilen önem ve kültürel değerler gereğince çalışanları rahatlatmış ve kendilerini işlerinden daha memnun hissetmelerine neden olmuş olabilir. Aile yapısı ülkemizde oldukça güçlüdür, ailenin tehdit veya risk altında olması arzu edilmez. Eğer aile COVID-19 gibi bir tehdit altındaysa yapılan işten doyum almak pek mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla her iki bulgu da Türkiye'de toplumcu (kollektivist) kültürün varlığı ve aileye verilen önemin yüksek olması ile ilişkilendirilebilecektir.

Çalışmada ulaşılan sonuçlar gelecekteki akademik çalışmalara olduğu kadar başta yöneticiler olmak üzere tüm çalışanlara ve işletme stratejilerine farklı bakış açıları sunabilmektedir. Araştırma sonuçlarının, kişi örgüt uyumunun COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini arasındaki ilişkide oynadığı düzenleyicilik rolünü incelemesi nedeniyle alan yazına teorik katkı sağlayacağı ve mühim bir boşluğu dolduracağı değerlendirilmektedir. Çalışmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. Ölçeklere ait doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği değerleri incelendiğinde RMSEA değerinin kabul edilebilir aralığının COVID-19 Psikolojik Sıkıntısı Ölçeği için sınırda, Kişi Örgüt Uyumu Ölçeği için ise üstünde olduğu görülmüştür. Söz konusu iki ölçekte de RMSEA değerinin sınırda ve üstünde olması mevcut araştırmanın sınırlılıkları olarak belirtilebilir. COVID-19 psikolojik sıkıntısı ile iş tatmini arasındaki ilişkiye etki edebilecek birçok değişken olacağı düşünülerek sadece bu çalışmada yer verilen kişi örgüt uyumuyla araştırmalar sınırlandırılmamalıdır. Katılımcılar kolayda örneklem yöntemiyle sadece ulaşılabilen belirli illerdeki sınırlı sayıdaki çalışanlardan oluşmaktadır. İş tatmini kavramı meslekten mesleğe göre çok farklılaşabilmektedir. Daha geniş kapsamlı ve sadece belirli bir alana odaklanan çalışmaların yapılması sonuçların genellenebilirliği güçlendirecektir. Dolayısıyla bu çalışmadaki katılımcıların tek bir meslek grubunda olmamaları araştırmadan elde edilen bulguların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Anket uygulaması nedeniyle sosyal beğenilirlik kavramının etkisi altında kalmış katılımcılar olabilmektedir. Gelecekteki çalışmalarda yukarıda belirtilen sınırlılıklara dikkat edilmesinin uygun olacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D. ve Pakpour, A. H. (2020). The fear of COVID-19 scale: Development and initial validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-9. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00270-8>.
- Ahsan, N., Abdullah, Z., Fie, D. Y. G. ve Alam, S. S. (2009). A study of job stress on job satisfaction among university staff in Malaysia: Empirical study, *European Journal of Social Sciences*, 8(1), 121-131. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/268300481>
- Aktaş, M. (2011). Kültürel değerler ve kişi örgüt-kişi iş uyumu ilişkisi: Kavramsal bir çerçeve, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 13-21. Erişim adresi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/110/94>
- Ambrose, M. L., Arnaud, A. ve Schminke, M. (2008). Individual moral development and ethical climate: The influence of person-organization fit on job attitudes, *Journal of Business Ethics*, 77(3), 323-333. doi: 10.1007/s10551-007-9352-1
- Arora, S. ve Vyas, S. (2020). Job satisfaction at the time of COVID-19: An investigation of the information technology sector in India, *Mukt Shabd Journal*, 9(9), 251-263. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/344229117>
- Arpaci, I., Karatas, K., ve Baloglu, M. (2020). The development and initial tests for the psychometric properties of the COVID-19 Phobia Scale (C19P-S), *Personality and Individual Differences*, 164, 110108–110106. doi: 10.1016/j.paid.2020.110108
- Arslan, E. T. ve Demir, H. (2017). İşe angaje olma ve iş tatmini arasındaki ilişki: Hekim ve hemşirelere üzerine nicel bir araştırma, *Yönetim ve Ekonomi*, 24(2), 371-389. doi: 10.18657/yonveek.335232
- Arthur, W. Jr., Bell, S. T., Villado, A. J. ve Doverspike, D. (2006). The use of personorganization fit in employment decision making: An assessment of its criterion-related validity. *Journal of Applied Psychology*, 91, 786-801. doi: 10.1037/0021-9010.91.4.786
- Ay, T., Oruç, D., ve Özdoğru, A. A. (2021). Adaptation and evaluation of COVID-19 related Psychological Distress Scale Turkish form, *Death Studies*, 1-9. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1080/07481187.2021.1873459>
- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: A literature review, *Management Research and Practice*, 3(4), 77-86. Erişim adresi: <http://mrp.ase.ro/no34/f7.pdf>
- Bağcı, B. (2018). Birey-örgüt uyumunun iş tatmini üzerine etkisi: Sağlık kurumlarında bir araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 307-328. Erişim adresi: <https://atif.sobiad.com/index.jsp?modul=makale-goruntule&id=AW5Zky-PyZgeuuwfeKWz>
- Baker, N. (2019). The combined effect of leader-member exchange and leader optimism on follower job outcomes, *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2525-2555. doi: 10.15295/bmij.v7i5.1262
- Bakioglu, F., Korkmaz, O. ve Ercan, H. (2020). Fear of COVID-19 and positivity: Mediating role of intolerance of uncertainty, depression, anxiety, and stress, *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi: 10.1007/s11469-020-00331-y

- Bal, C. G. ve Gül, N. (2016). Duygusal zekânın iş tatminine etkisi: Örgütsel bağlılığın aracı rolü, *International Journal of Academic Value Studies*, 2(6), 117-129. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/327981542_Duygusal_Zekanin_Is_Tatminine_Etkisi_Orgutsel_Baglilikin_Aracilik_Rolu_Effects_Of_Emotional_Intelligence_On_Job_Satisfaction_Mediation_Role_Of_Organizational_Commitment
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1192. doi: 10.1037//0022-3514.51.6.1173
- Biçkes, D. M., Yılmaz, C., Demirtaş, Ö. ve Uğur, A. (2014). Duygusal emek ile iş tatmini arasındaki ilişkide psikolojik sermayenin aracılık rolü: Bir alan çalışması, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(2), 97-121. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/65345>
- Bright, L. (2007). Does person-organization fit mediate the relationship between public service motivation and the job performance of public employees? *Review of Public Personnel Administration*, 27, 361-379. doi: 10.1177/0734371X07307149
- Burmaoğlu, S., Polat, M. ve Meydan, C. H. (2013). Örgütsel davranış alanında ilişki analiz yöntemleri ve türkçe yazında aracılık modeli kullanımı üzerine bir inceleme, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 13-26. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/279716885>
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı istatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*. Ankara.
- Cable, D. M. ve DeRue, D. S. (2002). The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions, *Journal of Applied Psychology*, 87, 875-884. doi: 10.1037//0021-9010.87.5.875
- Cable, D. M. ve Parsons, C. K. (2001). Socialization tactics and person organization fit, *Personnel Psychology*, 54, 1-23. doi: 10.1111/j.1744-6570.2001.tb00083.x
- Caldwell, D. F., ve O'Reilly III, C. A. (1990). Measuring person-job fit using a profile comparison process, *Journal of Applied Psychology*, 75, 648-657. doi: 0.1037/0021-9010.75.6.648
- Chatman, J. A. (1991). Matching people and organizations: Selection and socialization in public accounting firms, *Administrative Science Quarterly*, 36, 459-484. doi: 10.2307/2393204
- Clark, A. E. (1997). Job satisfaction and gender: Why are women so happy at work? *Labour economics*, 4(4), 341-372. doi: 10.1016/S0927-5371(97)00010-9
- Cohen, J., Cohen, P., West S. G. ve Aiken L. S. (2003). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences* (3rd Ed.). Erlbaum.
- Cronin, J. J., Jr. Brady, M. K. ve Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments, *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. doi: 10.1016/S0022-4359(00)00028-2
- Culibrk, J., Delic, M., Mitrovic, S. ve Culibrk, D. (2018). Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Involvement: The Mediating Role of Job Involvement, *Frontiers in Psychology*, 9, 1-12. doi: 10.3389/fpsyg.2018.00132

- Çetin, C. ve Akyelli, N. (2020). Sanal kaytarma ve iş doyumunu ilişkisi, *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 41-59. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/ikacuiibfd/issue/54124/653667>
- Çetin, F. ve Varoğlu, A. K. (2015). Psikolojik sermaye, performans, ayrılma niyeti ve iş tatmini etkileşimi: Cinsiyetin düzenleyici rolü. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(2), 105-113. doi:10.18394/iid.61996
- Darnold, T. C. (2008). *Perceived person-organization fit: moving beyond correspondence based explanations* (Doktora Tezi, Iowa Üniversitesi). doi: 10.17077/etd.1etr3qyj
- Davis, K. ve Nestrom, J. W. (1985). *Human behavior at work: Organizational behavior*, (7. Ed.). McGraw Hill
- De Los Santos, J. A. A. ve Labrague, L. J. (2021). The Impact of Fear of COVID-19 on Job Stress, and Turnover Intentions of Frontline Nurses in the Community: A Cross-Sectional Study in the Philippines. *Traumatology*, Advance online publication. doi: 10.1037/trm0000294
- Dozois, D. J. A., Wilde, J. L. ve Frewen, P. A. (2019). Anxiety, obsessive-compulsive, and trauma-related disorders, D. J. A. Dozois (Ed.). *Abnormal psychology: Perspectives* içinde (s. 95-126). Toronto, Kanada: Pearson.
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ). World Health Organization (WHO). (2021, Ocak 31). *Timeline: WHO's COVID-19 response*. Erişim adresi: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchinson, S. ve Sowa, D. (1986). Perceived organizational support, *Journal of Applied Psychology*, 71, 500-507. doi: 10.1037/0021-9010.71.3.500
- Feng, L. S., Dong, Z. J., Yan, R. Y., Wu, X. Q., Zhang, L., Ma, J., ve Zeng, Y. (2020). Psychological distress in the shadow of the COVID-19 pandemic: Preliminary development of an assessment scale, *Psychiatry Research*, 291, 113-202. doi: 10.1016/j.psychres.2020.113202
- French, J. R. P., Caplan, R. D. ve Harrison, R. V. (1982). *The mechanisms of job stress and strain*. Wiley.
- Garda, B. (2011), Örgütsel sağlık kriterlerinin kuramsal boyutta incelenmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 14(1-2), 269-292. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/116726>
- George, J. M. ve Jones, G. R. (2008). *Understanding and managing organizational behavior* (5. Ed.). Pearson/Prentice Hall
- Gimenez-Espert, MdC., Prado-Gasco, V. ve Soto-Rubio, A. (2020). Psychosocial risks, work Engagement, and Job Satisfaction of Nurses During COVID-19 Pandemic, *Frontier Public Health*, 8, 1-10. doi: 10.3389/fpubh.2020.566896
- Govindarajan, V. (1989). Implementing competitive strategies at the business unit level: Implications of matching managers to strategies. *Strategic Management Journal*, 27, 25-41. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/2486445?seq=1>
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. doi: 10.1080/09669582.2020.1758708

- Gregory, B. T. ve Albritton, M. D. (2009). How does person-organization fit affect behavioral and attitudinal outcomes? The mediating role of psychological empowerment, *Northern Arizona University Working Paper Series 09-01*, February, 1-10. Erişim adresi: http://openknowledge.nau.edu/1518/7/Gregory_BT_Etal_2009_FrankeWPS_09-01.pdf
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Pearson Education
- Hayes, A. F. (2013). *Methodology in the social sciences: Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*. Harper and Brothers.
- Judge, T. A. ve Bretz, R. D. (1992). The effects of values on job choice decisions. *Journal of Applied Psychology*, 77, 261–271. doi: 10.1037//0021-9010.77.3.261
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E. ve Patton, G. K. (2001). The job satisfaction – job performance relationship: A qualitative and quantitative review, *Psychological Bulletin*, 127(3), 376-407. doi: 10.1037//0033-2909.127.3.376
- Kaliski, B. S. (2007). *Encyclopedia of Business and Finance* (2. Ed.) Thompson Gale.
- Kang, S.-E., Park, C., Lee, C.-K. ve Lee, S. (2021). The Stress-Induced Impact of COVID-19 on Tourism and Hospitality Workers, *Sustainability*, 13, 1327, 1-17. doi: 10.3390/su13031327
- Kim, G., Ro, H., Hutchinson, J. ve Kwun, D. J. (2014). The effect of jay-customer behaviors on employee job stress and job satisfaction, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 15(4), 394-416. doi: 10.1080/1525 6480.2014. 961797
- Kimura, T. (2011). Empowerment, P-O fit, and work engagement: A mediated moderation model, *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 38, 44-58. Erişim adresi: <https://www.europeanjournalofeconomicsfinanceandadministrativesciences.com/index.html>
- Klassen, R. M. ve Chiu, M. M. (2010). Effects on teachers' self-efficacy and job satisfaction: Teacher gender, years of experience, job stress, *Journal of Educational Psychology*, 102(3), 741-756. doi: 10.1037/a0019237
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications, *Personnel Psychology*, 49, 1-49. doi: 0.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D. ve Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person–job, person–organization, person–group, and person–supervisor fit, *Personnel Psychology*, 58, 281-342. doi: 10.1111/j.1744-6570.2005.00672.x
- Kuşluyan, S., Başoda, A. ve Kuşluyan, H. (2016). Konaklama işletmelerinde çalışanların müşteri odaklılığının işgören devrine etkisi: İş tatmininin aracılık rolü, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 79-95. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/29656/318495>
- Lamm, M. S., Shaw, G. E. ve Kuyumcu, D. (2010). The effect of person-organization fit on the display of organizational-citizenship behaviors directed towards the organization (OCB-Os), *TCNJ Journal of Student Scholarship*, 12, 1-8. Erişim adresi: <https://joss.tcnj.edu/wp-content/uploads/sites/176/2012/04/2010-Lamm.pdf>

- Liu, B., Liu, J. ve Hu, J. (2010). Person-organization fit, job satisfaction, and turnover intention: An empirical study in the Chinese public sector, *Social Behavior and Personality*, 38(5), 615-626. doi: 10.2224/sbp.2010.38.5.615
- Liu, J., Zhu, B., Wu, J. ve Mao, Y. (2019). Job satisfaction, work stress, and turnover intentions among rural health workers: A cross-sectional study in 11 western provinces of China, *BMC Family Practice*, 20(9), 1-11. doi: 10.1186/s12875-019-0904-0
- Liu, S., Yang, L., Zhang, C., Xiang, Y., Liu, Z., Hu, Z. ve Zhang, B. (2020). Online mental health services in China during the COVID-19 outbreak, *Lancet Psychiatry*, 7(4), e17-e18. doi: 10.1016/S2215-0366(20)30077-8.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. Dunnette, M. D. (Ed.). *Handbook of industrial and organizational psychology* içinde (ss. 1297-1343). Chicago, IL: Rand McNally.
- Lu, K. Y., Lin, P. L., Wu, C. M., Hsieh, Y. L. ve Chang, Y. Y. (2002). The relationships among turnover intentions, professional commitment, and job satisfaction of hospital nurses, *Journal of Professional Nursing*, 18(4), 214-219. doi: 10.1053/jpnu.2002.127573.
- Lu, H., Barriball, K. L., Zhang, X. ve While, A. E. (2012). Job satisfaction among hospital nurses revisited: A systematic review, *International Journal of Nursing Studies*, 49, 1017-1038. doi: 10.1016/j.ijnurstu.2011.11.009.
- Lyubomirsky, S., King, L. ve Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131(6), 803-855. doi: 10.1037/0033-2909.131.6.803.
- Mao, Y., He, J., Morrison, A. M. ve Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: From the perspective of conservation of resources theory, *Current Issues in Tourism*, 1-19. doi: 10.1080/13683500.2020.1770706
- Meglino, B. M. ve Ravlin, E. C. (1998). Individual values in organizations concepts, controversies, and research, *Journal of Management*, 24(3), 351-389. doi: 10.1016/S0149-2063(99)80065-8
- Morewitz, C. L. (2009). *Climate strength as a moderator of the relationship between person-organization fit and job performance* (Doktora Tezi: George Washington Üniversitesi). Erişim adresi: <https://www.proquest.com/openview/0b97a34f97315f2c6cb71fe15d1726e6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>, Erişim
- Moynihan, D. P. ve Pandey, S. K. (2007). The ties that bind: Social networks, person-organization value fit, and turnover intention, *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18, 205-227. doi: 10.1093/jopart/mum013
- Nergiz, E. ve Yılmaz, F. (2016). Çalışanların iş tatmininin performanslarına etkisi: Atatürk Havalimanı Gümrüksüz Satış İşletmesi örneği, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14, 50-79. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/310049>
- Netemeyer, R. G., Boles, J. S., McKee, D. O. ve McMurrian, R. (1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context, *Journal of Marketing*, 61, 85-98. doi: 10.2307/1251791
- O'Reilly, C. A., Chatman, J. ve Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit, *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516. doi: 10.2307/256404

- Özkalp, E. ve Kirel, A. Ç. (1996). *Örgütsel Davranış*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Pakpour, A. H. ve Griffiths, M. D. (2020). The fear of COVID-19 and its role in preventive behaviors, *Journal of Concurrent Disorders*, 2(1), 58-63. Erişim adresi: <http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/39561/>
- Pelenk, S. E. ve Acaray, A. (2020). Aşırı iş yükünün iş tatminine etkisinde işyeri maneviyatının düzenleyici rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(27), 480-497. doi: 10.21076/vizyoner.651135
- Resick, C. J., Baltes, B. B. ve Shantz, C. W. (2007). Person-organization fit and work-related attitudes and decisions: Examining interactive effects with job fit and conscientiousness, *Journal of Applied Psychology*, 92, 1446-1455. doi: 10.1037/0021-9010.92.5.1446
- Rounds, J. B., Dawis, R. V. ve Lofquist, L. H. (1987). Measurement of person– environment fit and prediction of satisfaction in the theory of work adjustment, *Journal of Vocational Behavior*, 31, 297-318. doi: 10.1016/0001-8791(87)90045-5
- Rue, L. W. ve Byars, L. (2003). *Management, skills and application* (10th Ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Satici, B., Gocet-Tekin, E., Deniz, M. E. ve Satici, S. A. (2020). Adaptation of the Fear of COVID-19 Scale: Its association with psychological distress and life satisfaction in Turkey, *International Journal of Mental Health Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00294-0>.
- Schumacher, R. E. ve Lomax, R. G. (1996). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Shin, H-C. ve Holland, B. (2004). P-O fit as a moderator of personality-job performance relations, *19th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology, April 2*, 1-8. Erişim adresi: https://www.academia.edu/24987246/P_O_fit_as_a_moderator_of_personality_job_performance_relations
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar, *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74. Erişim adresi: http://www.nebisumer.com/wp-content/uploads/2015/03/SumerN.2000.YEM_TPY.pdf
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ekinoks.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2021, Ocak 31). *COVID-19 bilgilendirme sayfası*. Erişim adresi: <https://covid19.saglik.gov.tr/>
- Turhan, Ö. (2019). Beş faktör kişilik özelliklerinin iş tatmini üzerindeki etkisinde depresyonun aracılık rolü, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 9-21. doi: 10.21733/ibad.559860
- Van Vuuren, M., Veldkamp, B. P., Jong, M. D. T. ve Seydel, E. R. (2007). The congruence of actual and perceived person–organization fit, *Int. J. of Human Resource Management*, 18(10), 1736-1747. doi:10.1080/09585190701570908
- Verquer, M. L., Beehr, T. A. ve Wagner, S. H. (2003). A meta-analysis of relations between person-organization fit and work attitudes, *Journal of Vocational Behavior*, 63, 473-489. doi: 10.1016/S0001-8791(02)00036-2
- Vilela, B. B., Gonzales, J. A. V. ve Ferin, P. F. (2008). Person-organization fit, OCB and performance appraisal: Evidence from matched supervisor-salesperson data set in a Spanish context, *Industrial Marketing Management*, 37, 1005-1019. doi: 10.1016/j.indmarman.2007.11.004

- Wu, X., Li, J., Liu, G., Liu, Y., Cao, J. ve Jia, Z. (2018). The effects of emotional labor and competency on job satisfaction in nurses of China: A nationwide cross-sectional survey. *International Journal of Nursing Sciences*, 5(4), 383-389. doi: 10.1016/j.ijnss.2018.08.001
- Yoon, J. ve Thye, S. R. (2002). A dual process model of organizational commitment, job satisfaction and organizational support, *Work and Occupations*, 29(1), 97-124. doi: 10.1177/0730888402029001005
- Xiang, Y.-T., Yang, Y., Li, W. Zhang, L., Zhang, Q., Cheung, T. ve H Ng., C. (2020). Timely mental health care for the 2019 novel coronavirus outbreak is urgently needed, *Lancet Psychiatry*, 7, 228-229. doi: 10.1016/S2215-0366(20)30046-8

Extended Abstract

Purpose

Job satisfaction is a very important concept that affects the behavioral intentions of employees, so there are many studies examining which factors affect job satisfaction. Today, employees work under epidemic conditions. The New Coronavirus Disease (COVID-19) studies were carried out on the physical effects of the disease on humans in the early stages of the pandemic. Recently, studies on the psychological effects of living and working with the disease have also been initiated. As a result of these effects, the importance of COVID-19 related psychological distress and its affects on job satisfaction have gained importance.

In this study, the effect of employees' person organization fit on the relationship between COVID-19 related psychological distress and job satisfaction was investigated. The research hypotheses were determined as:

- There is a negative relationship between COVID-19 psychological distress and job satisfaction.
- There is a moderating effect of person organization fit in the relationship between COVID-19 psychological distress and job satisfaction.

Design and Methodology

The study is an applied quantitative research that intent to find out the research hypotheses via relational modeling. Correlation and regression analyzes were conducted to examine the relationship and effects between the variables in the study. The observation unit and the analysis level of the studied variables were at the micro level. In order to examine the relationship between the independent variable and the dependent variable and the moderate effect on this relationship, Baron and Kenny (1986), Cohen et al. (2003) and Burmaoğlu, Polat and Meydan's (2013) suggestions were used in accordance with the analysis methodology.

The universe of the study consists of employees and managers working in the three cities of Turkey. Since it is not possible to reach all employees, the convenience sampling method was preferred. A questionnaire was sent via application and e-mail to 350 people working in different jobs in public and private sectors at Istanbul, Ankara and Kayseri. 163 of the questionnaires were filled in completely and used in the analysis as the sample of the research. The average age of the participants in the study is 39.58 years, the average of their professional experience is 15.45 years.

To measure the COVID-19 related psychological distress, the scale developed by Feng et al. (2020) was used. The scale translated and adapted to Turkish by Ay et al. (2020). Job satisfaction scale developed by Yoon and

Thye (2002) and adapted into Turkish by Kuşluvan et al. (2016) was used. In order to measure person-organization fit, the scale developed by Netemeyer et al. (1997) and practiced in Turkish by Akbaş (2011) was used.

Findings

In this research, the moderating role of person-organization fit (in which employees perception of high or low person-organization fit) on the relationship between COVID-19 related psychological distress and job satisfaction was examined. The thought behind the search of this issue emerged from the employees struggling with the pandemic and its reflections on business life.

Firstly, it was found that COVID-19 related psychological distress has a negative effect on job satisfaction. In other words, job satisfaction decreases as the level of COVID-19 psychological distress increases. Satici et al. (2020) found that there is a negative relationship between COVID-19 psychological distress and life satisfaction which is similar to current study findings. In sum, these results indicate that the psychological state caused by COVID-19 has a significant effect on job satisfaction of employees.

Secondly, it was found that person-organization fit perceptions of employees has a moderating effect in the relationship between COVID-19 psychological distress and job satisfaction. Shortly, while the COVID-19 psychological distress increases, it results in a decrease in the job satisfaction of the employees in cases where the person-organization fit is low. Although the COVID-19 psychological distress increases in employees with high person-organization fit, there is no significant change in their job satisfaction.

Thirdly, it was determined that among employees working during the COVID-19 pandemic period, those who were married, those who had a close acquaintance with COVID-19 disease patient, and those who did not have COVID-19 risky seniors at home, were found to be more satisfied with their jobs with a significant difference.

Research Limitations

This study has some limitations. First limitation is the the using of convenience sampling method. Participants consist of a limited number of employees in certain provinces of Turkey. Conducting more comprehensive and focused studies will strengthen the generalizability of the results. Second limitation is the potential social desirability responses. There may be participants who have been affected by the concept of social desirability due to the questionnaire application. It can be said that it would be appropriate to pay attention to these issues in future studies.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

It is considered that the results of the research will make a theoretical contribution to the literature and fill an important gap, as it examines the moderating role that person-organization fit plays in the relationship between COVID-19 psychological distress and job satisfaction. Managers should be aware that the levels of person-organization fit have an effect that can moderate the impact of COVID-19 related psychological distress on job satisfaction. Adverse working conditions caused by COVID-19 do not seem to lose their effects in near future. In order to prevent the decrease in job satisfaction of the employees, keeping their compatibility with their organizations high will be an effective solution. Managers will also be able to avoid undesirable consequences such as a decrease in job satisfaction resulting from the psychological distress associated with COVID-19, and thus increased turnover and poor job performance.

Originality/Value

During the pandemic period, employees both physically struggle with the virus and also face the mental distresses that arise with living with it in every area. The psychological problems and consequences that occur as a result of people having to get used to living with the virus are not to be ignored and the emphasis is to be placed on the investigation. The psychological distress of COVID-19, which emerged during the pandemic period, is a very new condition, its effects at work are not yet known and are being discovered with new researches. But still the studies examining the psychological effects of COVID-19 on humans are limited. That is why, searching the effect between employees' COVID-19 related psychological distress and job satisfaction and the role of person-organization fit as a moderator role on this relationship appears as a critical issue to explain and correctly manage the pandemic situation at work.

Araştırmacı Katkısı: Tolga TÜRKÖZ (%100).

Finansal İşlem Vergileri Hakkında Genel Bir Değerlendirme ve Türkiye için Bazı Öneriler^{1 2}

Ökkeş KISA³ - Canatay HACIKÖYLÜ⁴

Başvuru Tarihi: 24.08.2021

Kabul Tarihi: 25.02.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Finansal serbestleşmenin ülkeler açısından ekonomik büyümenin sağlayıcısı olacağı düşüncesi nedeniyle ülkeler, finansal serbestleşme sürecine katılmış ve sermaye üzerindeki mali yükümlülükleri azaltmışlar ya da kaldırmışlardır. Ancak finansal serbestleşme süreci, her zaman bütün ülkelerin yararına olmamış, bazı ülkelerin ekonomileri kırılgan hale gelmiştir. Ekonomik kırılganlıkları artan ülkelerin kriz yaşamaları durumunda, küreselleşme sebebiyle de diğer ülkelerin de krizlerden etkilenmesi kolaylaşmıştır. Bu nedenle finansal serbestleşme ve küreselleşmenin, ekonomilere verdiği olumsuz etkiyi minimize etmek amacıyla finansal işlemler üzerine mali yükümlülüklerin konulmasının, var olan sorunlara çözüm üreteceği düşünülmeye başlanılmıştır. Birçok ekonomist, finansal işlemler üzerine yüklenecek mali yükümlülükler hakkında yazılar yazmış ve birçok ülke de krizlerle karşılaşmamak için değişik şekillerde vergi ya da farklı yükümlülükler uygulamıştır. Bu çalışmada, finansal işlemler üzerindeki yükümlülüklerin amacı, ekonomistlerin yapmış oldukları öneriler ve Türkiye ve seçilmiş bazı ülkelerdeki finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülükler incelenmiştir. Sonuç kısmında ise Türkiye için bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Finansal İşlemler, Finansal Serbestleşme, Finansal İşlem Vergisi

Atıf: Kısa, Ö. ve Hacıköylü, C. (2022). Finansal işlem vergileri hakkında genel bir değerlendirme ve Türkiye için bazı öneriler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 303-322.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bu çalışma 14 Haziran 2021 tarihinde savunması yapılan 'Türkiye'de ve Seçilmiş Bazı Ülkelerde Finansal İşlemler Üzerindeki Mali Yükümlülükler ve Türkiye için Bazı Öneriler' isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

³ İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü, okkes.kisa@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9907-3896

⁴ Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümü, chacikoylu@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8853-6461

A General Evaluation of Financial Transaction Taxes and Some Suggestions for Turkey

Ökkeş KISA⁵ - Canatay HACIKÖYLÜ⁶

Submitted by: 24.08.2021

Accepted by: 25.02.2022

Article Type: Research Article

Abstract

Due to the thought that financial liberalization will provide economic growth for countries, countries have participated in the financial liberalization process and reduced or removed financial liabilities on capital. However, the financial liberalization process has not always benefited all countries, and the economies of some countries have become fragile. In the event that countries with increasing economic fragility experience a crisis, it has become easier for other countries to be affected by the crisis due to globalization. For this reason, in order to minimize the negative effects of financial liberalization and globalization on economies, it has been started to be thought that placing financial obligations on financial transactions will produce solutions to existing problems. Many economists have written about the financial obligations to be imposed on financial transactions, and many countries have applied taxes or different obligations in different ways to avoid crises. In this study, the purpose of the liabilities on financial transactions, the suggestions made by economists and the financial liabilities on financial transactions in Turkey and some selected countries are examined. In the conclusion part, some suggestions were made for Turkey.

Keywords: *Financial Transactions, Financial Liberalization, Financial Transaction Tax*

⁵ Inonu University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Public Finance, okkes.kisa@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9907-3896

⁶ Anadolu University Faculty of Economics Department of Public Finance, chacikoylu@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8853-6461

Giriş

Keynesyen iktisadi görüşten neoklasik iktisadi görüşe geçiş, teknolojinin gelişimi, küreselleşmenin artması ve finansal serbestleşme sürecinin teknolojiye bağlı olarak gelişimi, ülkelerin karşılaştıkları sorunların da değişmesine neden olmuştur. Bu sorunlardan birisi, ülkelerin ekonomik kırılganlıklarının artırılması ve bu durumun kronik krizlere sebep olarak küreselleşme ile kolayca yayılım göstermesidir. Bu sorunun altında yatan ana neden ise; finansal serbestleşme süreci, diğer bir ifade ile kısa vadeli sermaye akımlarının kontrolsüz olarak ülkeler arasında transferidir. Bir ülkeye kısa vadeli sermayenin transfer edilmesi; ilgili ülkede dövizin arzını ve yerli para biriminin talebini artırarak, ilgili para birimine değer kazandırmaktadır. Bu durum, ihracat verilerine olumsuz olarak yansiyabilecektir. Diğer yandan sermayenin çıkışı durumunda ise; döviz arzı ve yerli para biriminin talebi azalarak, ilgili para birimi değer kaybetmektedir. Bu durum (gelişmekte olan ve ithalata bağlı bir ülke olma varsayımı altında), ithalatın daha pahalı hale gelmesine ve yabancı para ile ilgili yükümlülüklerin ilgili para birimi karşısında miktarının artmasına neden olmaktadır. Kısa vadeli sermaye transferi ile ülke para biriminin değer kazanması ve ilgili kaynağın tekrar ülkeden çıkması ülke para biriminin değer kaybetmesi, para biriminin volatilitesini artırmaktadır. Oluşan bu durum, ülkeye yapılacak yerli ve yabancı yatırımların potansiyelini azaltabilecektir. Ancak birçok gelişmekte olan ülke, kalkınmak için ithalata ve yatırıma ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle birçok ekonomist, para birimlerini ve piyasaları stabilize etmek amacıyla finansal işlemlerin üzerine mali yükümlülükler konulması gerektiğini ifade etmişlerdir. Diğer yandan gelişmekte olan ülkelerin sahip olduğu tasarruf eksikliği sorunsalı, bu ülkelerin de finansal serbestleşme sürecinde yer almasını sağlamıştır. Ragnar Nurkse'a göre; sermaye yoksunluğu, kalkınma açısından bir kısır döngü oluşturmaktadır. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin, ilgili sermaye transferlerine ihtiyaç duyması ve bu ihtiyacın da bazı olumsuzluklara sebep olması nedeniyle finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin dikkatlice düzenlenmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı; finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülükler önerilerini ve ülke uygulamalarını değerlendirilerek, Türkiye açısından bazı önerilerde bulunmak ve ilgili mali yükümlülüklerin finansal oynaklığı önleyip önleyemediğinin araştırılmasıdır. Bu çalışmada, finansal işlem vergilerinin amaçları, finansal işlem vergisi önerilerine ve seçilmiş ülke uygulamalarına değinilecektir.

Finansal İşlem Vergileri

Ragnar Nurkse tarafından da ifade edildiği üzere gelişmekte olan ülkelerin kalkınması aşamasında karşılaştığı en önemli problem; sermaye yoksunluğudur. Gelişmekte olan ülkeler, yoksulluğun kısır döngüsünden kurtulmak amacıyla 1980'li yıllarda ortaya çıkan finansal serbestleşme sürecine katılmışlardır. Ancak bu durum, her ülke açısından olumlu sonuçlar doğurmamış, ekonomilerinin kırılgan hale gelmesine neden olmuştur. Bu bağlamda finansal işlem vergileri, kısa vadeli sermaye akımı ile ortaya çıkan kırılganlıkları minimize etmek amacıyla her türlü işlemler üzerinden düşük oranlı ve advalorem olarak alınması planlanan vergi ve diğer mali yükümlülükler olarak ifade edilmektedir (Şen ve Sağbaş, 2016, s.486).

Finansal işlemler üzerinden vergi alınması düşüncesi, finansal serbestleşme hareketinin krizlere sebep olduğunun anlaşılmasından öncesine dayanmaktadır. Tarihte ilk olarak finansal işlem vergisi, 1694 yılında İngiltere'de uygulanmaya başlanan ve günümüzde uygulanmasına devam edilen Damga Vergisi (Stamp Duty) olmuştur (Burman vd., 2016, s.172). Finansal işlemlerin vergilendirilmesi düşüncesini ise ilk olarak Keynes, 'İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi' isimli ünlü eserinde dile getirmiştir. Keynes, kamu yararı için kumarhanelerin pahalı olmasından yola çıkarak borsaların da pahalı olmasının kamu yararına hizmet edeceğini ifade etmiştir. Ayrıca Keynes, Londra Menkul Kıymetler Borsası ile Wall Street arasında bir kıyaslama yapmış; Londra Menkul Kıymetler Borsasındaki oynaklığın, Wall Street'e göre daha az olduğunu saptamıştır. Bu farklılığın sebebi ise; ulusal karakter değil, yatırımcıların karşılaştıkları mali yükümlülüklerle dayanmaktadır. (Keynes, 1936, s.139-140). Bu bağlamda Keynes, finansal işlemlerin vergilendirilmesi gerektiğini ifade etmiş olmasına rağmen vergilemenin nasıl olacağına dair bilgiye yer vermemiştir.

Finansal İşlem Vergilerinin Amaçları

Literatürde finansal işlem vergilerinin amaçları tam olarak belirlenememiş olsa da, araştırmanın kapsamı bakımından iki başlık altında incelenebilir. Bunlar; finansal volatiliteyi azaltmak ve devlete gelir sağlamak olarak sıralanabilir (Şen ve Tokatlıoğlu, 2016, s.74).

Finansal Oynaklığı (Volatiliteyi) Azaltmak

Finansal işlem vergilerinin uygulanmasındaki en önemli amaç; finansal oynaklığı önlemek ya da azaltmaktır. Piyasalarda finansal oynaklığa sebep olan iki farklı türde spekülâtörler bulunmaktadır. Bunlar; piyasayı istikrara kavuşturan ve piyasadaki istikrarı bozandır. Finansal işlem vergilerinin asıl amacı, istikrarı bozanların maliyetlerini artırarak, piyasaların oynaklığını azaltmaktır. Ancak piyasalarda aynı zaman dilimi içerisinde piyasaları istikrara kavuşturan ve piyasadaki istikrarı bozan spekülâtörler faaliyette bulunmaktadır (Shome, 2011, s.4). Bu durum ise, yapılan ampirik çalışmalarda farklı sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Wang ve Yau'nun yaptığı çalışmaya göre; finansal işlem vergilerinin ticaret hacmini önemli oranda azaltabileceği, ancak fiyat oynaklığını azaltamayabilecektir (Wang ve Yau, 2012, s.18). Hanke ve diğerleri, finansal işlem vergilerinin finansal oynaklığı azaltmasında piyasanın büyüklüğünün etkili olduğunu, bu nedenle de finansal işlem vergisinin oynaklığı azaltabileceği gibi artırabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Shi ve Xu, finansal işlem vergilerinin finansal oynaklığı azaltmasında gürültücü yatırımcıların miktarının etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Mannaro ve diğerleri, sadece gürültücü yatırımcıların bulunduğu bir piyasada finansal işlem vergisinin uygulanması, oynaklığı artıracığı sonucuna ulaşmışlardır. Bloomfield ve diğerleri, finansal işlem vergilerinin oynaklığı önlemede sınırlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kaiser ve diğerleri, Westerhoff ve Hau ise, finansal işlem vergilerin oynaklığı azaltacağı sonucuna ulaşmışlardır (McCulloch ve Pacillo, 2011, s.13-14). Elde edilen sonuçlar, ülkelerin bu vergiler ile başarı sağlamasında bazı kısıtlar oluşturmaktadır. Bu kısıtlar; verginin hangi zaman diliminde uygulanacağı, verginin amacı, verginin kapsamı ve verginin oranıdır.

Devlete Gelir Sağlamak

Uygulanan bütün mali yükümlülükler ve vergilerin amaçlarından birisi de, devlete gelir sağlamaktır. Ancak daha önce de değinildiği üzere finansal işlem vergilerinin başarısı için bazı kısıtlar bulunmaktadır. Bu kısıtlar ise, yazarların görüş birliği içerisinde olamamasına sebebiyet vermektedir.

Finansal işlem vergilerinin en önemli özelliği; düzenleyici yönlerinin ağır basmasıdır. Bu nedenle bu vergilerin sadece gelir elde amacıyla uygulanması, başarısız sonuç elde edilmesine sebebiyet verecektir. Ancak finansal işlem vergilerinin uygulanması ile elde edilebilecek gelir hesaplamaları, iktidar sahipleri ve akademisyenlerin kriz dönemlerinde finansal işlem vergilerini ön plana çıkarmalarını sağlamaktadır. Bu düşüncenin kriz dönemlerinde ortaya çıkmasının iki nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler; ilgili krizin sebebinin finansal hareketler olması (finansal işlemlerin vergilendirilmesinin ana gerekçesi) ve krizle mücadele için gereken kaynak ihtiyacıdır. Ancak finansal işlem vergisinin uygulanmasında, finansal oynaklığı azaltma amacının daha ön plana çıkması gerekmektedir. Diğer bir ifade ile yabancı yatırımcıların yaptıkları kısa vadeli yatırımlar, ülke ekonomisinde bozucu etkiler yaratıyorsa (kredi arzında şişkinlik, ülke para biriminin ani değer değişiklikleri vb.) kısa vadeli kaynakları cezalandırmak amacıyla finansal işlem vergisi uygulanabilir (Söylemez ve Demirci, 2013, s.102).

Finansal İşlem Vergisi Önerileri

Finansal serbestleşme olgusunun ortaya çıkması ve bu olgunun krizlere sebep olabileceğinin anlaşılması, birçok akademisyenin bu alanda çalışmalarını yoğunlaştırmasına neden olmuştur. Ancak daha önce de belirtildiği üzere verginin uygulanmasında bazı kısıtlar bulunmaktadır. Kısıtları kaldırmak isteyen yazarlar, önerilerinde farklı açılardan yaklaşarak ilgili soruna çözüm getirmeyi amaçlamışlardır.

Tobin Vergisi

Tobin, spekülâtif hareketlerin sebep olduğu oynaklıkları önlemek amacıyla kendi ismiyle anılan finansal işlemler vergisi önerisini ilk olarak 1972 yılında bir konferansta tartışmaya açmış ve 1978 yılında bu vergiye ilişkin bir makale yazmıştır (Edizdoğan vd., 2011, s.224-225). Tobin'e göre; uluslararası piyasalardaki asıl sorun sermaye hareketliliğidir. Ancak ülkeler, döviz rejimi üzerindeki tartışmalara yoğunlaşmalarından dolayı asıl problemi görememektedir. Ayrıca 1960'lı yılların başında ortaya çıkan Mundell-Fleming modeli de sabit döviz kuru rejiminde para politikasının etkisiz olduğunu, dalgalı döviz kuru rejiminde ise maliye politikasının etkisiz olduğunu göstermiştir. Bu nedenle sermaye akımlarının yarattığı sorunlarla mücadelede; döviz kuru rejimleri yetersiz kalmaktadır (Tobin, 1978, s.153).

Ayrıca Tobin, ilgili sorunun ulusal olmaktan ziyade küresel bir sorun olduğunu ifade etmiştir. Döviz alım-satım işlemleri, uluslararası piyasalara zarar vermekte ve ulusal hükümetler, gerçek güçlükler ile karşılaşmaksızın ya da enflasyonla ilgili ekonomi politikalarından sapmalar olmaksızın borsalardaki büyük fon hareketlerine uyum sağlayamamaktadırlar. Bu bağlamda Tobin, uluslararası sermaye akımları yaratmış olduğu soruna ilişkin iki farklı çözüm önerisinde bulunmuştur. Birincisi; ortak para birimi, ortak para ve maliye politikası ve ülke ekonomilerinin entegrasyonudur. Ancak bu durumun gerçekleşmesinin imkansız yakın olması nedeniyle Tobin, ikinci önerisini sunmuş ve bunu '*aşırı yağlanmış uluslararası piyasa dışlilerinin arasına biraz kum atmak*' sözleriyle ifade etmiştir. Diğer bir ifade ile ülkelerin, kendi yargı yetkisi altında bulunan bölgede spot döviz işlemleri üzerinden düşük oranlı ve küresel bir vergi alması gerekmektedir (Tobin, 1978, 154-155). Tobin, ilk çalışmalarında bu verginin oranının tercihen %0,1 ile %0,5 arasında olması gerektiğini (Erdoğan, 2007, s.265), ilerleyen çalışmalarında ise bu verginin oranının ise %1'e kadar çıkabileceğini belirtmiştir (Güler vd., 2012, s.10).

Ancak Tobin Vergisi'nin konusunu sadece döviz alım-satım işlemlerinin oluşturması, ilgili verginin eleştirilmesine neden olmuş ve İsveç uygulaması da bazı eleştirilerin haklılığını göstermiştir. Finansal piyasa araçlarının her geçen gün artması, vergiden kaçınma bakımından sorunlar yaratmakta ve verginin başarı sağlamasında engel teşkil etmektedir. Bu nedenle Tobin Vergisi, birçok yönden eleştirilerek, yeni önerilerde bulunulmuştur.

Spahn Vergisi

Spahn, saf bir işlem vergisinin başarı sağlamayacağını ifade etmiş ve Tobin vergisini eleştirerek, kendi ismiyle anılan yeni bir vergi önerisinde bulunmuştur. Spahn'a göre Tobin'in önerisinin eksiklikleri; normal hareketler ile spekülâtif hareketlerin ayırt edilmesinin zorluğu, vergi oranının düşük olması durumunda, istenilen etkiyi yapamayacak ve vergi oranının yüksek olması durumunda da likidite sıkışıklığı yaratacak ve türev işlemler nedeniyle de vergiden kaçınma kolaylaşacaktır (Spahn, 1995, s.IV). Spahn, bir başka çalışmasında ise Tobin'in önerisini dört başlık altında eleştirmiştir. Bunlar; vergi tabanı, vergilendirilebilir işlemler, vergi oranı ve vergi gelirinin dağıtılmasıdır. Tobin vergisinin tabanı, geniş olarak tanımlanmamıştır. Buna göre; spot piyasalardaki tüm döviz değişim işlemleri, verginin konusunu oluşturmakta ve piyasa yapıcılar da vergiye tabi olmaktadır. Bu nedenle Tobin vergisi, piyasa yapıcılar ile gürültücü yatırımcıları diğer bir ifade ile piyasalardaki istikrarı bozan spekülâtorleri ayıramamaktadır. Diğer yandan bu durum, Türkiye'deki Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV) gibi hizmet etmesine neden olmakta ve piyasa yapıcılarının bu vergileri yansıtamamaları durumunda ise aracılık maliyetlerini artırmaktadır. Vergilendirilebilir işlemler açısından ise; Tobin Vergisinde sadece spot piyasalardaki döviz işlemlerini içermesi nedeniyle vergiden kaçınmak çok kolaydır. İsveç örneğinde de inceleyeceği üzere vergiden istisna işlemlerin sayısının artması, vergiden kaçınmayı kolaylaştırdığı için verginin istenilen etkiyi vermesini engellemektedir. Tobin vergisinin oranı incelendiğinde ise; advolarem olarak sabit oranlı alınması planlanan bir vergidir. Ancak finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin fazla olması ya da sadece gelir elde etme amacıyla uygulanması, birçok ampirik çalışmada ifade edildiği üzere büyüme oranlarını olumsuz etkilemektedir. Şili, kısa vadeli sermaye hareketlerinin piyasalarda bozucu etkisi

yapması nedeniyle vergi olarak da nitelendirilebilecek bir sermaye kontrolüne başvururken; İsveç ise gelir elde etme amaçlı finansal işlemler vergisine başvurmuştur. Bu uygulamalar sonucunda Şili, başarılı olurken; İsveç, başarısız olmuştur. Normal dönemlerde vergi oranı sıfır olmalı, diğer bir ifade ile vergi uygulanmamalıdır. Ancak İsveç'in gelir elde etme amaçlı vergi uygulaması, yarardan çok zarar sağlamıştır. Ayrıca İngiltere'de yapılmış olan ampirik çalışmalarda ise damga vergisinin kaldırılmasının ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceği belirtilmektedir (Oxera, 2007, s.28). Bu bağlamda finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin konjonktür baz alınarak uygulanması, finansal piyasalar üzerinde olumlu etkiler meydana getirecektir. Ayrıca Tobin Vergisinin oranı, spekülasyon yapan yatırımcıları ayırmak için yeterli değildir. Ancak spekülasyonu caydıracak kadar yüksek bir vergi oranı, verimli bir finansal aracılık faaliyetlerini ciddi bir şekilde engelleyecektir. Elde edilecek gelirin dağıtılması ise diğer bir eleştiri kaynağıdır. Tobin Vergisi, ulusal hükümetler tarafından tahsil edilecek olsa da, kuralları belirlemek ve uygulamak için uluslararası koordinasyon gerekecektir. Tobin, Dünya Bankası ve IMF'yi bu role aday olarak göstermiştir. Ancak vergiden elde edilen gelirin onu düzenlemekten sorumlu kuruma tahsis edileceği anlamına gelmemektedir. Vergiden elde edilen gelirler, tekrar ülkelere iade edilebilir. Ancak vergi gelirlerinin nasıl iade edileceği ya da ilgili ülkede bırakılıp ya da bırakılmayacağı Tobin tarafından ifade edilmemiştir (Spahn, 1996, s.24-25). Spahn önerdiği vergide ise ülkelerin oranlarında oynamasına imkan vererek, küresel olarak uygulanmasından ziyade ülkeler bazında uygulanmasıyla başarı sağlanacağını düşünmektedir.

Spahn, Tobin vergisini yukarıda belirtilen başlıklarla eleştirmiş ve finansal işlem vergisinin normal işlemler için düşük bir vergi oranı ve spekülasyon atakları olarak isimlendirilen çok kısa vadeli işlemlerden elde edilen kârlardan yapılacak ek tahsilatlar şeklinde dizayn edilebileceğini ifade etmiştir. Buna göre; döviz kurunun belirli bir döviz bandında serbestçe hareket etmesine izin verilecek ancak bandın aşılması durumunda, buna göre vergi oranları da artırılabilecektir. Böylece döviz kurları, merkez bankası müdahalesi ve doğal olarak merkez bankalarının rezervlerinin tükenmesi yerine vergilendirme yoluyla istenilen düzeyde tutulacaktır (Spahn, 1996, s.24). Bu öneri de iki açıdan eleştiriye açıktır. Bu eleştiriler; verginin kanuniliği ve verginin belirliliği ilkelerine aykırılık oluşturmaktadır. Ancak Türkiye'de maliye politikasının gecikme sorununa çözüm bulmak amacıyla Cumhurbaşkanına verginin oranlarında değişiklik yapma hakkı tanınmıştır. Bu bağlamda bu verginin de bir maliye politikası aracı olması ve piyasaları düzenleyici işlevinin ağır basması nedeniyle eleştirileri ortadan kaldırılabilecektir.

Eichengreen ve Wyplosz Vergisi

Eichengreen ve Wyplosz da Tobin'in önerisinin döviz piyasalarında likidite sıkışıklığına sebep olacağını ve yabancı yatırımcıları dışlayacağını belirterek iki farklı öneride bulunmuşlardır (Eichengreen ve Wyplosz, 1993, s.55). Yazarların ilk önerisi, ters oranlı döviz işlemleri vergisidir. Sermayenin ülkede kaldığı süreye göre değişen oranlarda dizayn edilen bu verginin (Şen, 2015, s.96), kısa vadeli spekülasyon hareketleri azaltırken; uzun vadeli sermaye hareketlerini de teşvik edeceği düşünülmektedir. Şili örneğinde de ifade edileceği üzere vergi kapsamına da giren sermaye kontrolü uygulaması, kısa vadeli spekülasyon hareketleri azaltırken, uzun vadeli sermaye akımlarını teşvik etmiştir. Ancak bu uygulamalar, her zaman ve her yerde aynı sonuçları verebilir mi? Sorunun cevabı kesinlikle 'hayır' olması gerekmektedir. Daha önce de ifade edildiği üzere bu vergiler, düzenleyici işlevi ağır basan vergiler olması nedeniyle ve bu işlevlerini yerine getirebilmesi için de kısa vadeli sermaye akımlarının bozucu etkilerinin ortaya çıkması gerekmektedir. Ancak yazarlara göre de bu verginin denetimi ve kontrolü zor olduğundan ikinci öneri üzerine yoğunlaşmışlardır. Yazarların ikinci önerisi ise; faiz oranlarına göre dizayn edilen örtülü bir vergidir (Eichengreen ve Wyplosz, 1993, s.120-121). Faiz oranlarının artması, spekülasyon ataklarının artmasına yol açabilecektir. Gelişmekte olan ülkelerde ise kısa vadeli yabancı kaynaklardaki artış birçok değişkeni etkileyerek, ülkelerin krize girmesine sebebiyet verecektir. Bu nedenle faiz oranlarının aşırı yükseldiği dönemlerde, denge-fren işlevi görebilecek olan bu vergi, ülkelerin etkilenme düzeyini ve ekonomik kırılganlıklarını azaltabilecektir.

Genel Finansal İşlemler Vergisi

Finansal piyasalardaki düşük işlem maliyetleri, yatırımların reel piyasalardan finansal piyasalara kaymasına neden olmuş ve dolayısıyla düşük işlem maliyetleri, işlem hacimlerinin artmasına ve spekülasyon hareketlerinin oluşmasına neden olmuştur. Schulmeister de diğer yazarlar gibi daha önceki yazarların eksikliklerini gidermek amacıyla yeni bir öneride bulunmuştur. Schulmeister'e göre; verginin konusu geniş dizayn edilmelidir. Bu bağlamda Schulmeister, her türlü finansal varlık alım satımını içeren genel bir finansal işlem vergisi önermiştir. Tobin vergisi açıklanırken de değinildiği üzere finansal işlemler vergilerinden istisna edilen işlem sayısının çokluğu, ilgili verginin piyasaları etkileme gücünü azaltmaktadır. Bu nedenle Schulmeister, küresel olarak uygulanan verginin konusuna bütün işlemleri dahil ederek vergiden kaçınma olgusunun ortaya çıkmasını minimize etmeyi amaçlamaktadır.

Vergi matrahı ise kullanılan finansal aracın türüne göre değişiklik göstermektedir. Spot araçlarda verginin matrahı, işlem değerleri olurken; türev araçlarda verginin matrahı, nominal değerler olacaktır. Schulmeister'in önerisinin amacı, spekülasyon hareketleri önlemek olduğu için birden fazla ve düşük vergi oranları belirlenmiş ve reel piyasaları etkilemesini engellemek amacıyla bazı işlemler (menkul kıymetler, spot döviz işlemleri ve mal ve hizmet ödemeleri), vergiden istisna tutulmuştur. Buna göre oranlar; %0,1, %0,05 ve %0,01'dir (Schulmeister, 2011, s.7). Schulmeister, 2010 yılında bu verginin %0,05 oranında uygulanması durumunda, elde edilecek geliri hesaplamış ve bu tutarın 653 milyar ABD Dolar olacağı sonucuna ulaşmıştır (Schulmeister, 2011, s.33).

Schulmeister'in önerisi, diğer önerilere göre daha kapsayıcıdır ve vergiden kaçınma minimize edilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda verginin küresel olarak uygulanması ve tüm finansal alış-satış işlemlerinin verginin konusuna girmesi, ilgili önerinin üstün yanları olarak ifade edilebilmektedir. Ancak mali bütünleşme ile ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişki dikkate alındığında; ilgili işlemlerin her zaman vergilendirilmesi, ekonomik büyümenin yavaşlamasına neden olacaktır. Bu nedenle ülkelerin kendi egemenlik haklarına giren bölgelerde, çeşitli göstergeleri dikkate alarak yapacağı oran ayarlamaları, finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin ekonomik büyümeye etkisini minimize edebilecektir.

Seçilmiş Ülke Uygulamaları

Türkiye'nin finansal işlemler üzerindeki yükümlülüklerine ilişkin öneri oluştururken, bu mali yükümlülükler ile başarılı ve başarısız sonuçlar elde eden ülke uygulamalarının incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle başarısız örnek olarak İsveç seçilmiştir. Başarılı örnek olarak ise Şili ve Malezya seçilmiştir. Bu ülkelerin başarısının ipuçları ve İsveç'in başarısızlığının nedenleri, düzenleme yaparken yol gösterici olacaktır. Ayrıca bir diğer başarılı ülke olan İngiltere de ele alınacaktır. Ancak İngiltere'nin başarısının arkasında, finansal piyasaların başkenti olması durumu yer almaktadır.

İsveç

Maliye Bakanlığı ve iş dünyasının karşı çıkmasına rağmen İşçi Partisi'nin desteğiyle İsveç'te 1984 yılında menkul kıymet işlemleri vergisi (securities transaction taxes) yürürlüğe girmiş ve 8 yıl yürürlükte kaldıktan sonra kaldırılmıştır (Cambell ve Froot, 1993, s.280). 1984 yılından önce İsveç'te böyle bir verginin olmaması, verginin etkilerini inceleme bakımından iyi bir örnek oluşturmaktadır (Hansson, 2012, s.10). Ancak bu verginin uygulaması, finansal işlem vergisi literatüründe bir başarısızlık olarak görülmektedir (Schulmeister vd., 2008, s. 20). İlgili verginin başarısız olmasının en önemli nedeni; verginin sahip olması gereken amacı ile politikacıların ilgili vergiyi uygulama amaçlarının birbiriyle örtüşmemesidir. Bu bağlamda politikacılar, ilgili vergiyi (olması gereken asıl amacı) finansal dalgalanmayı azaltmak amaçlı değil, bu işlemlerin de vergiye tabi olması amacıyla diğer bir ifade ile vergilemede adaleti sağlamak amacıyla uygulamışlardır (Hansson, 2012, s.10). Diğer bir önemli neden ise; İsveç'in ilgili vergiyi gelir elde etme amacıyla uygulamaya koymasındadır. Ancak verginin uygulanması sırasında mükelleflerin vergiden kaçınma yollarına başvurması, vergilemede adaletin sağlanmasını ve vergiden istenilen gelirin elde edilmesini engellemiştir.

İsveç'in finansal işlem vergisi, ülkedeki aracılık faaliyetlerini ve hisse senedi alım satım faaliyetlerini konu edinmektedir. Vergi yürürlüğe girdiği ilk yılda oranı, %0.5 olarak belirlenmiş ve 1986 yılında beklenen gelirin elde edilememesi nedeniyle ilgili oran iki katına çıkarılmıştır. Yeni bir verginin getirilmesi ya da vergi oranlarının artırılması, yatırımcıların gelecekteki vergi ödemelerinin bugünkü değerini hesaba katmasını gerektirecek ve bu bağlamda varlıklarını devalüe etmesi (verginin amortismanı) gerekecektir. İsveç'te verginin uygulamaya girdiği gün borsa endeksinin, %2.2 düştüğü görülmüş ve borsanın getirisinin ilk 30 günde %5.3 azaldığı tahmin edilmiştir. Ardından 1986 yılında vergi oranlarının iki katına çıkartılması ise, borsanın getirisini %30 azaltmıştır. 1987 yılında ise o zamana kadar ara mal olarak kabul edilen ve dolayısıyla vergiye tabi olmayan bayiler arası hisse senedi alım ve satımları üzerine %0.5 oranında vergi getirilmiştir. Ayrıca 1989 yılında vergiden kaçınmaya engel olmak amacıyla sabit getirili menkul kıymetler de verginin konusuna dahil edilmiştir. Ancak sabit getirili menkul kıymetlerin tam ikamesinin olması nedeniyle tahvil ticareti %85 azalmıştır. Tahvil ve bono piyasalarındaki bu keskin düşüş, İsveç'in para politikası yürütme gücünü önemli ölçüde zedelemiş ve devletin borçlanma maliyetini artırdığı gerekçesiyle de eleştirilerin odağı haline gelmiştir. Bu nedenle öncelikle sabit getirili menkul kıymetler üzerindeki vergiler, 1990 yılında kaldırılmış ve 1 Ocak 1991 tarihinde ise vergi oranları, yarıya indirilmiştir. Yapılan bu oran indirimi karşısında devir hızında ve varlık fiyatlarında artışlar görülmüştür. Verginin 1 Aralık 1991 tarihinde tamamen kaldırılmasıyla devir hızı ve varlık fiyatlarında artış devam etmiştir. Vergi nedeniyle ülkeyi terk eden sermaye verginin kaldırılması ile ülkeye dönüş yapmaya başlamıştır. Söz konusu vergi uygulama sırasında tanımsal olarak birçok sorunla karşılaşmış ve vergiye tabi olan menkul kıymetlerin türevlerinin ticaret hacimlerini artırmıştır. Ayrıca verginin yol açtığı diğer bir sorun ise komisyonculuk (aracılık hizmetleri) faaliyetine yöneliktir. Aracılık hizmetleri rekabetin yoğun olduğu bir alan olduğu için yatırımcılar, diğer ülkelerden aracılık faaliyetinden yararlanmakta zorluk çekmemiş ve maliyeti de minimize etmişlerdir. Ancak yerli yatırımcıların ikame ürünlere yönelerek vergiden kaçınma yollarını bulduğu görülmüştür. Bu nedenle verginin uygulama döneminde vergiden istenilen gelirler elde edilememiştir (Schulmeister vd., 2008, s.20-24; Swedish Social Democrats in the European Parliament; Cambell ve Froot, 1993, s.280-281; Swan ve Westerholm, 2001, s.2; Habermeier ve Kirilenko, 2003, s.82; Almenberg ve Wiberg, 2012, s.88-91; Habermeier ve Kirilenko, 2001, s.8-9).

İngiltere

Finansal işlemlerin vergilendirilmesi amacıyla 1694 yılında yürürlüğe giren damga vergisi (Burman vd., 2016, s.172), bir menkul kıymetin bir mal sahibinden diğerine devredilmesi durumunda ortaya çıkmakta ve devir işlemini yasal olarak geçerli kılmaktadır (Schulmeister vd., 2008, s.24). Verginin uygulaması iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar; İngiltere merkezli şirketlerin senetlerinin alım-satım işlemi sonucunda işlemlere ilişkin belgeler ve elektronik ortamlarda hisse senedi satışları üzerinden yapılan tahsilatlardır. Damga vergisinin oluşumunda işlemin nerede ya da kim tarafından yapıldığı önem arz etmemektedir. Bu nedenle İngiliz şirketlerine yatırım yapmak isteyen yerli ile yabancı yatırımcılar da vergiye tabi olmaktadır (Matheson, 2011, s.36). Bu bağlamda söz konusu vergi, sadece İngiliz şirketlerini vergilendirmektedir. Örneğin Londra Borsası'nda işlem gören başka bir ülke firmasının hisse senetleri ile gerçekleştirilen işlemler, vergi dışı kalmaktadır (Şen, 2015, s.106). Bu nedenle damga vergisinin uzun dönemde İngiltere'ye zararlar vereceği ifade edilmektedir. Bunlar; İngiltere'de yerleşik firmaların diğer ülkelere geçiş yapması, finansal işlemlerin başka ülkelere kayması ve türev işlemlerin hisse senedi işlemlerinin yerini alması olarak sıralanabilir (Hawkins ve Mccrae, 2002, s.17). İsveç'te uygulanan finansal işlem vergisinde, ticari hizmetlerin yurtiçi tüketiminden vergi alınmaktaydı. İngiliz uygulamasında ise işlemin nerede gerçekleştiğinden, tüccarın ve aracının yerli ya da yabancı olup olmadığına bakılmaksızın, İngiltere'de kurulu şirketlerin hisse senetlerinin devri üzerinden dünya çapında alınan bir vergidir. Damga vergisinin dünyanın neresinde olursa olsun İngiltere'de kayıtlı hisselerdeki alım ve satımlarda geçerli olması ve yabancı şirketlerin hisseleri için geçerli olmaması, menkul kıymet ticaretinin coğrafi yapısını bozmaktan kaçınmasını sağlamaya yöneliktir. Ancak verginin türev işlemleri kapsamaması, yatırımcıların vergi dışı bırakılan türev ürünlere olan talebinin artması ile sapmaya

sebeplere olabilecektir. Bu nedenle İngiliz Damga Vergisi eleştirilmektedir (Matheson, 2011, s.36). Ayrıca yapılan çalışmalar da göstermektedir ki; Londra Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören hisse senetlerinin sadece %20'si vergilendirilmektedir (Oxera, 2006, s.29). İngiltere'de kâr payları ve döviz alım satımı, vergiye tabi değilken; opsiyon, ihraç edilen menkul kıymetlerin satışına aracılık etmek işlemleri ve finansal kiralama işlemleri işlemin yapılış biçimine göre kısmi istisna kapsamında vergiye tabi olmaktadır. Alacak tahsili ve faktoring işlemleri ise, katma değer vergisine tabidir. İngiltere'de bankacılık işlemleri olan, parasal işlemler, mevduat hesapları, ihracat-ithalat kredileri, kredi işlemleri, kredi kartı hizmetleri, teminat mektupları, menkul kıymet ve hisse senedi alım satımına kısmi katma değer vergisi istisnası uygulanmaktadır (Seyhan, 2008, s.103). Verilen bu istisna ve muafiyetler, İngiltere'nin finans merkezini ve bu piyasalardaki işlem hacmini korumak istemesi ile ilgilidir (Almenberg ve Wiberg, 2012, s.88).

Şili

Finansal işlemler vergisi uygulamasında, başarısı ile İsveç'in aksine Şili ön plana çıkmaktadır. Ancak söz konusu ülkede, vergi uygulaması yerine sermaye girişi kontrolü tercih edilmiştir. Bu uygulama genelde 'gizli vergileme' ya da 'örtülü vergileme' olarak adlandırılmıştır. Bu uygulamada, dışarıdan gelen yabancı sermayenin belirli bir kısmı, Merkez Bankası hesaplarında faizsiz olarak belirli bir süre bekletilmiştir. Örneğin, gelen sermayenin %20'si Merkez Bankası hesaplarında bir yıl süreyle bekletildiğinde ve faiz oranlarının da %5 olduğu varsayıldığında, 100 birim olan sermayenin 20 birimi Merkez Bankası hesaplarına aktarılacaktır. Merkez Bankasına aktarılan 20 birimin faizsiz olarak bekletileceğinden bir yıllık süre zarfında yatırımcı, 1 birim faizden olacaktır. Bu bağlamda örtülü vergi oranı, %1 olacak, faiz oranı ve Merkez Bankası hesaplarına intikal ettirilecek tutar arttığında, örtülü vergi oranı da artacaktır.

Şili 1973 darbesi sonrasında ekonomi alanında birçok değişiklik gerçekleşmiş ve bunları hayata geçirenler ise genel olarak 'chicago boys' olarak adlandırılmıştır. Bu dönemde ithal ikameci anlayışından çok ihracata dayalı olarak büyümeyi hedefleyen Şili, kendi para birimlerinin aşırı değer kazanmasını engelleyerek ihracatını artırmayı hedeflemektedir (Gregorio vd, 1998, s.61). Bu anlamda ülke parasının aşırı değer kazanmasını engellemek, sermaye kontrolünün sebeplerinden birisidir. Bilindiği üzere para arzı tanımlarına dövizler de girmekte ve Merkez Bankasının para arzını yönetmesinin zorlaşması ise sermaye kontrolünde diğer bir sebep olmaktadır.

1990'da Şili'ye yapılan kısa vadeli sermaye transferleri neticesinde bir yıl sonra söz konusu girişlerin %20'sini Merkez Bankası hesaplarında faizsiz olarak bekletilme zorunluluğu getirilmiştir (Ghosh ve Qureshi, 2016, s.25-26). Spekülatif girişlerde, giriş müddetince; uzun vadeli ise bir yıl bekletilme süresi belirlenmiştir. Alınan tedbirlere rağmen, 1991-1997 yılları arasında reel döviz kuru, yıllık ortalama %4 ile %5 arasında değer kazanmış, ancak korkulan (ihracat azalışı) gerçekleşmemiştir (Gregorio vd., 1998, s.61).

Şili'nin 1991 ve 1998 yılları arasında uyguladığı sermaye kontrolü, birçok açıdan başarılı sayılan bir örnek oluşturmaktadır. Verginin yürürlüğe girdiği dönemde; sermaye akımları, İsveç'te bozucu etki yaratmazken; Şili'de bozucu etkilere sebep olmuştur. Bu nedenle Şili tarafından yapılan uygulamanın düzenleyici rolü ağır basmış ve başarılı bir sonuç elde edilmiştir. İsveç ise vergilemede adaleti sağlama ve gelir elde amaçlarını öncelendiği ve kısa vadeli sermaye akımlarının bozucu etki yaratmadığı bir dönemde düzenleyici niteliğinin ön plana çıkması gereken bir vergi yürürlüğü koyduğu için başarısız olmuştur. Diğer taraftan verginin yürürlükte kaldığı süre de önem arz etmektedir. Finansal işlemler vergileri, düzenleyici karakteri ağır basan vergiler olması nedeniyle aksaklığın olduğu dönemlerde yürürlüğe konulmalı ve aksaklıkların ortadan kalkması durumunda kaldırılmalıdır. Diğer bir ifade ile bu vergiler ya da mali yükümlülükler, aracılık maliyetlerini artırmakta ve artan aracılık maliyetleri ise, ekonomik büyüme önünde engel teşkil etmektedir. Keza İngiltere örneğinde değinildiği üzere damga vergisinin kaldırılması, ekonomik büyümeye katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda bu

vergiler ya da yükümlülükler, aksaklıkların olduğu dönemlerde uygulanarak, piyasaların düzeltilmesi sağlanabilir. Piyasalarda aksaklık oluşmadığı durumlarda, bu vergi ya da yükümlülükler baş vurmak, ekonomi tarihinde bir başarısız uygulamaya daha neden olacaktır.

Malezya

Finansal işlemler vergisi ya da mali yükümlülükler denilince akla gelen diğer bir ülke, Malezya'dır. Sözü edilen ülke, doğrudan bir vergi uygulamamış, sermaye çıkışına kontrol uygulamış ve bu uygulama ile 1998 Asya Krizinin etkilerini minimize etmeye çalışmıştır. 1997 yılında Tayland Bahtı, bölgedeki diğer para birimleri gibi dalgalanmaya başlamıştır. Bu dalgalanmalar, Malezya Ringgiti'sinin dalgalanmasını sağlamış ve iki ülkenin de cari açıkları, dalgalanmaların boyutunu artırmıştır. Bu nedenle Malezya Merkez Bankası, bazı tedbirler almaya çalışmıştır. Ancak bu girişimler, yaklaşık 9 milyar Ringgiti'ye mal olarak başarısızlığa uğramıştır. Malezya para birimini Dolar'a sabitlemeden önce, para birimleri aşırı dalgalanmıştır. Ancak bu dalgalanmaların ana sebebi, dışsal sebeplerken; politika önlemleri, durumun daha da kötüleşmesini sağlamıştır (Jomo, 2005, s.4). Malezya para birimi dalgalanmasının en önemli nedeni ise, sermaye çıkışlarıdır. 1997 yılının son üç çeyreğinde 30 milyar Ringgiti değerinde çıkış gerçekleşmiştir. Bu çıkışların 21.6 milyar Ringgiti'si, hisse senedi ve kurumsal menkul kıymetlerdir. Hisse senetlerinden ani çıkış, borsa endeksinin 262'ye kadar düşmesine ve ekonomik durgunluğa sebebiyet vermiştir (Jomo, 2005, s.6-7). Yetkililerin ekonomik durgunluğa ilk tepkisi, makroekonomik politikaları sıkılaştırmak olmuştur. 1997 yılında kamu harcamalarında kesintiler yapılmış ve 1998 yılı bütçesi, GSYİH'nın %2'si kadar fazla verecek şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca faiz oranlarında da artışa gidilmiştir. Bu önlemler IMF'nin önerdiği önlemlere benzemekle birlikte istenilen düzeyde iyileşmeyi sağlayamadığı için Malezya, diğer kriz ülkelerinden (Tayland, Güney Kore ve Endonezya) farklı olarak IMF yardımına başvuru yapmamış ve kendi politikalarını üretmiştir (Johnson vd., 2006, s.5). Bu bağlamda öncelikle faiz oranlarında azalmaya ve genişletici maliye politikasından yararlanılmış ve sermaye çıkışına kontrol uygulamaya başlamıştır. Kriz döneminde Malezya'nın diğer ülkelere göre hızlı toparlanması, birçok ekonomist bakımından başarılı bir örnek olarak gösterilmiştir.

Türkiye

Gelişmekte olan ülkeler kıstasında yer alan Türkiye de finansal serbestleşme sürecine katılmıştır. 24 Ocak 1980 Kararları ile başlayan serbestleşme süreci, 1989 yılında yayımlanan 32 sayılı Karar sonucunda tamamlanmıştır. Sürecin tamamlanması ile Türkiye'de diğer gelişmekte olan ülkelere olduğu bazı sorunlar yaşamıştır. Finansal piyasaların yeterince derin olmaması, krizleri oluşturmuş; küreselleşme ile diğer ülkeler de bu durumdan olumsuz etkilenmiş (Çetin, 2010, s.1-2) ya da diğer ülkelere ortaya çıkan krizlerden olumsuz etkilenilmiştir. Bu nedenle ülkeler, finansal serbestleşmenin olumsuz etkilerini minimize etmek ve ekonomik kırılganlıklarını ortadan kaldırmak amacıyla bu işlemler üzerine bazı mali yükümlülükler getirmişlerdir.

Türkiye'de finansal işlem vergileri hakkında üç farklı görüş bulunmaktadır. Bu görüşlerden birincisi; finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin tamamen kaldırılmasıdır. Birçok ulusal ve uluslararası kuruluş ve akademisyenler tarafından Türkiye'de finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin fazla olduğu belirtilmiş, bu yükümlülüklerin kaldırılması gerektiği ifade edilmiştir (BDDK, 2005, s.19; TOBB, 2012, s.8; TÜSİAD, 2003, s.35-36; Avrupa Komisyonu, 2007, s.28-29; TSPB Vergi ve Teşvik Çalışma Grubu, 2003; Türkiye Bankalar Birliği, 2002, s.16; Kırcan, 1995, s.260-261; Ergülen, 1988, s. 161-162). İkinci görüş; finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin kaldırılıp finansal işlemler üzerinden KDV alınmasıdır. Finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülüklerin kaldırılıp ilgili işlemler üzerinden sadece KDV alınmasını savunanlar, var olan mali yükümlülüklerin sebep olduğu sorunlara çözüm getireceğini ve aracılık maliyetini azaltacağını düşünmektedirler (Vergi Konseyi, 2004, s.110-111; TSPB, 2018, s.108; Tanrıverdi, 2010, s.230). Üçüncü görüş ise; finansal işlemlerin KDV'den ayrı bir verginin konusuna dahil edilmesidir. Türkiye'de de şu

anda uygulama bu şekilde gerçekleşmektedir. Bu vergiler; Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV), Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu (KKDF) ve Damga vergisidir. Finansal işlemler vergisi olarak değerlendirilmese de bu işlemlerden sağlanan kazançlar, Gelir ve Kurumlar Vergisine tabidir.

Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi

Verginin konusunu mükelleften hareketle belirleyen ilk ve tek vergi olan BSMV (Çakıcı ve Ceylan, 2014, s.43), bankacılık vergisinden ziyade bir banka vergisini ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile bankacılık işlemi banka harici bir kurumun yapması durumunda, vergi ortaya çıkmamaktadır (Tanrıverdi, 2010, s.115). Bu durum, BSMV'nin doğması için gerekli ilk unsuru oluşturmaktadır, diğer bir ifade ile işlemin taraflarından birisinin banka, banker veya sigorta şirketi olmasıdır. Diğer unsurlar; vergilendirilecek bir işlemin olması, yapılan işlem sonucundan nakden ve hesaben tahsilat yapılması ve yapılan tahsilatın lehe olmasıdır. Bu unsurlardan birisinin eksik olması durumunda, mükellefiyet doğmayacak ve BSMV'den söz edilemeyecektir (Akdoğan, 2006, s.504). BSMV'nin sebep olduğu diğer bir sorun; verginin konusunun geniş tutulmasıdır. 6802 sayılı Kanununun 28. maddesinde de belirtildiği üzere, '*bankaların ve sigorta şirketlerinin her ne şekilde olursa olsun yapmış oldukları muameleler*' denilerek, Türkiye'de bankacılık işlemlerinin vergilendirilmesinde verginin konusunun geniş tutulduğu görülmektedir (Ergülen, 1988, s.76-81). Bu tanımlama gereği banka ve sigorta şirketlerinin sadece bankacılık ve sigortacılık hizmetlerinden elde ettikleri gelirler değil, bütün işlemleri sonucunda lehlerine kalan tutarlar da verginin konusunu oluşturmaktadır. Örneğin banka ya da sigorta şirketlerinin aktiflerinde bulunan gayrimenkuller ya da taşıtların satılması da BSMV'nin doğmasına neden olmaktadır (Öncel, Kumrulu ve Çağan, 2006, s.419). Buna göre BSMV'nin konusuna giren işlemler; kambiyo işlemleri, bankacılık işlemleri (faktoring, forfating, swap, opsiyon, forward ve futures işlemleri), sigortacılık işlemleri ve bankerlerin işlemleridir. Kambiyo işlemlerinde verginin matrahını, satış tutarı oluştururken; diğer işlemlerde verginin matrahını, lehe alınan tutar oluşturmaktadır.

Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu

Bir para politikası aracı ve dış ticaret politikası aracı olan KKDF, kalkınma planı ve yıllık programlarda öngörülen hedeflere ulaşmak için yatırımların yönlendirilmesi ve ihtisas kredilerinde maliyetlerin düşürülmesi amacıyla Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na bağlı olarak kurulmuş, 2002 yılında ise bugünkü adıyla Hazine ve Maliye Bakanlığı'na bağlanmıştır. (Erol, 2007, s.188). Karmaşık yapısıyla öne çıkan KKDF'nin konusunu krediler ve vadeli ithalat ödeme şekilleri oluşturmaktadır (Aydın, 2005, s.7). Buna göre KKDF'nin konusuna giren işlemler; krediler (TL cinsinden krediler, dövize endeksli krediler, yurtdışından sağlanan krediler, fiduciary işlemler, prefinansman kredileri, ihracat faktöringi ve post finansman kredileri), vadeli ithalat ödeme (mal mukabili şekline göre ithalat, kabul kredili ödeme şekline göre ithalat ve vadeli akreditif ödeme şekline göre ithalat) yöntemleridir. KKDF, gerçek ve tüzel kişilerin taleplerini yönlendirmeyi amaçladığından kesintiye tabi olan tutar, işlemin niteliğine göre değişmektedir: TL cinsi kredilerde, tahakkuk ettirilen faiz tutarı üzerinden; dövize endeksli kredilerde, kur farkı ile faiz farkının toplam tutarı üzerinden; döviz ve altın kredilerinde anapara tutarı üzerinden; ithalatta ise, ithalat tutarı üzerinden kesinti yapılmaktadır (KKDF Hakkında 6 Sıra No'lu Tebliğ, m.2). Kısa vadeli akımları engellemek amacıyla yurtdışından sağlanan kredilerde ise kesintinin oranı vadeye göre değişmektedir.

Damga Vergisi

Damga vergisi, bireylerin kendi aralarında yaptıkları hukuki işlemler ile devlet ile yapılan hukuki işlemler için düzenledikleri kağıt ve belgeler üzerinden ödediği vergiyi ifade etmektedir (Öncel, Kumrulu ve Çağan, 2001, s.441). Kanuna ekli (1) sayılı tabloda yer alan bir kağıdın imzalanması ya da kağıda imza yerine geçecek bir işaret konulması ve bir hususun ispatı için ibraz edilebilecek nitelikte olması, verginin doğması için gereklidir. Bu şartların bir arada bulunduğu hallerde damga vergisini doğuran olay meydana gelecek ve devlet açısından

vergi alacağı, mükellef açısından ise vergi borcu ortaya çıkacaktır. Buna karşılık aranan şartlardan birinin bulunmaması, vergiyi doğuran olayın meydana gelmesini engelleyecek ve vergi ortaya çıkmayacaktır (Kırman, 1997, s.2).

Damga vergisinin konusuna giren işlemler; bankalara yatırılan paralar karşılığında düzenlenen makbuzlar, geçici ihracat hariç diğer ihracat ve ithalatlarda gümrük idarelerine verilen beyannameler (8 Seri No'lu Damga Vergisi Kanunu Genel Tebliği), menkul kıymetlerin geri alma taahhüdü ile satım ve geri satma taahhüdü ile alım işlemleri nedeniyle düzenlenen 'Repo ve Ters Repo İşlemleri Teyit Formu', ya da bu işlemler için düzenlenen dekontlar (27 Seri No'lu Damga Vergisi Kanunu Genel Tebliği) ve yurtdışındaki firmaya yapılan ödemelere ilişkin düzenlenen kağıtlardır (GİB, B.07.1.GİB.0.02.62/6206 sayılı Damga Vergisi Genel Yazıları) Damga vergisinde birçok finansal işlem de istisna kapsamına alınmıştır. Bu işlemler; hisse senetleri ve tahvillerden elde edilen temettüleri ve faiz kuponları, çıkarılacak hisse senetleri ve tahviller için verilmiş iştirak taahhütnameleri, sigorta, reasürans ve koasürans sözleşmeleri ile bireysel emeklilik ve bu kapsamdaki katkı paylarının ödenmesine ilişkin kağıtlar, sermaye şirketleri ile yatırım fonlarının kuruluşlarına ve sermaye artırımlarına ilişkin düzenlenen kağıtlar, bankalar ya da aracı kurumların aracılığıyla yapılan vadeli işlemler ve opsiyon işlemleri için düzenlenen kağıtlar, faktoring şirketlerinin yaptıkları faktoring sözleşmelerine ilişkin kağıtlar, kredilere ilişkin kağıtlar, devlet dış borçları ve kredilerinde öngörülen bütün ödemelere ilişkin kağıtlar, Merkez Bankasınca çıkarılan likidite senetlerine ilişkin kağıtlar, kredi kartı üyelik sözleşmeleri, kambiyo senetleri üzerine konulan aval ve şerhler, finans şirketlerince kullanılacak kredilere, bu kredilerin devrine, teminatlarına ve geri ödenmelerine ilişkin düzenlenmiş kağıtlar ve bu kağıtlar üzerine konulacak şerhler, sermaye piyasası araçlarının ihracı için düzenlenen makbuz, sermaye piyasası araçlarının kredileri alımı, açığa satışı ve ödünç alma ve verme işlemleri ile ilgili olarak aracı kurum ile yatırımcı arasında düzenlenen sözleşmeler, vergiden istisna tutulmuştur (488 sayılı DVK).

Gelir Üzerinden Alınan Vergiler

Gelir üzerinden alınan vergiler, gelir vergisi ve kurumlar vergisi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Gerçek kişilerin finansal işlemler üzerinden elde ettiği gelirler, menkul sermaye iradı ya da diğer kazanç ve irat olmakta ve buna göre vergilendirilmektedir (Karadağ, 2014, s.205). Bu bağlamda yatırımcıların dönemsel olarak elde ettikleri gelirler, menkul sermaye iradını oluşturmakta ve bu kıymetlerin elden çıkarılması sonucu elde edilen gelirler ise bazı durumlarda diğer kazanç ve iratları oluşturmaktadır (Şen, 2005, s.53). Ancak ticari faaliyet bünyesinde finansal işlemler üzerinden sağlanan gelirler ile kurumların sağladığı bu kapsamdaki gelirler, ticari kazanç kapsamındadır (Bayrak ve Tan, 2006, s.81). Kurumlar Vergisi açısından ise kurumların belirli bir dönemde elde ettikleri gelirler, kurum kazancına aktarılmaktadır.

Tablo 1
Türkiye'de Finansal İşlemlerin Vergiler Karşısındaki Durumu

	BSMV	KKDF	Damga Vergisi	Gelir Üzerinden Alınan Vergiler
Faktoring İşlemleri	X			X
Forfating İşlemleri	X			X
Vadeli İşlemler	X		Kİ	X
Opsiyon İşlemleri	X		Kİ	X
Krediler	X	X		X
Hisse Senetleri	X			X

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Kİ: Kısmi İstisna

Finansal işlemlerin vergiler karşısındaki durumu, Tablo 1’de gösterilmiştir. Bilindiği üzere 6802 sayılı Gider Vergileri Kanununun 28. maddesine göre; bankaların yaptıkları işlemler sonucu elde ettikleri lehe kalan tutarlar BSMV’nin kapsamına girmektedir. Bu nedenle Tablo 1’de verilen işlemlerin banka tarafından ve/veya banka aracılığıyla yapılması durumunda; bankanın lehine kalan tutar BSMV’nin matrahını oluşturacaktır. Faktoring ve forfaiting şirketlerinin, anonim şirket olarak kurulma zorunluluğundan dolayı bu işlemleri sebebiyle elde ettikleri gelirlerin, kurum kazancına aktarılması söz konusudur. Gerçek kişilerin ilgili işlemler üzerinden dönemsel olarak elde ettikleri kazançlar menkul sermaye olarak vergilendirilecek; bu değerlerin elden çıkartılması ile elde edilen kazançlar ise diğer kazanç ve iratlar olarak vergilendirilecektir. Kurumlar vergisi mükelleflerinin finansal işlemler dolayısıyla elde ettikleri gelirler (faiz swapı hariç), kurum kazancına eklenecektir. 2021 yılında Türk lirasının kısa sürede %100’den fazla devalüe olması, bazı tedbirlerin alınmasını gerektirmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de yeni bir finansal araç doğmuştur: ‘Kur Korumalı Mevduat Sistemi’. Merkez Bankası, yurt içi yerleşik gerçek kişilerin döviz tevdiat hesaplarının ve döviz cinsinden katılım fonlarının Türk lirası vadeli mevduat ve katılma hesaplarına dönüşmesi halinde mevduat ve katılım fonu sahiplerine sağlanacak desteğe ilişkin usul ve esasları belirleyen tebliği yayımlamıştır. Buna göre; 20/12/2021 tarihinde mevcut olan ABD doları, Euro ve İngiliz Sterlini cinsinden döviz tevdiat hesapları hesap sahibinin talep etmesi durumunda, Türk lirasına çevrilir ve Merkez Bankası çevrilen bu dövizleri alır. Kur korumalı mevduat sisteminde; vade, 3 ay, 6 ay veya 1 yıl olarak belirlenmiş ve faiz oranının Merkez Bankasınca belirlenen bir hafta vadeli repo faizinden az olmayacağı hüküm altına alınmıştır. Mevduat sahibinin vade sonunda elde ettiği kazanç, kur farkı üzerinden elde edilen kazançtan az ise, ilgili tutar Merkez Bankası tarafından mevduat sahibine ödenmek üzere ilgili bankaya aktarılır (31696 (Mükerrer) sayılı Merkez Bankası Tebliği). Yeni finansal bir araç olan kur korumalı mevduat sistemine geçişi özendirmek amacıyla 24/12/2021 tarihli ve 4970 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile kur korumalı mevduat sistemi ile elde edilen faiz gelirlerinden yapılacak vergi kesintisinin oranı, sıfır olarak belirlenmiştir. Ayrıca 7352 Sayılı Kanunla Kurumlar Vergisi Kanunu’na Geçici 14. Madde eklenerek yurt içinde yerleşik tüzel kişilerin kur korumalı mevduat hesaplarına ilişkin kazançlarına kurumlar vergisi istisnaları getirilmiştir. Damga vergisi açısından ise finansal işlemlerin bankalar ya da aracı kurumlar tarafından yapılması ya da bu kurumların aracı olması durumunda; ilgili işlemler, vergiden istisna tutulacaktır.

Sonuç ve Değerlendirme

Finansal işlem vergilerinin önemi, finansal serbestleşme sürecinin ülke ekonomilerine zarar vermesinin anlaşılması ile artmıştır. Bu nedenle birçok yazar farklı açılardan yaklaşmış ve ülkelerin uygulanması farklılaşmıştır. Finansal işlemler vergisinin başarılı olabilmesi için bazı şartları sağlaması gerekmektedir. Öncelikle mali yükümlülüklerin uygulanacağı dönemde, kısa vadeli sermaye akımlarının bozucu etki yaratması gerekmekte ve uygulamanın sadece ilgili dönem ile sınırlı olması gerekmektedir. Mali yükümlülüklerin uygulanmasındaki asıl amaç, sadece kısa vadeli sermaye akımlarını azaltmaya yönelik olmalı ve mali yükümlülüklerin diğer amaçları (gelir elde etme, vergilemede adaleti sağlama vb.) göz ardı edilmelidir. Uygulama sırasında; mali yükümlülüklerin konusu, finansal işlemlerin ikamesini de içerecek şekilde geniş tanımlanmalıdır.

Türkiye açısından incelendiğinde; Türkiye’de finansal işlemler üzerinden BSMV, KKDF ve damga vergisi alınmaktadır. Yatırımcılarının kazançları ise, gelir vergisi ya da kurumlar vergisine göre vergilendirilmektedir. BSMV, banka ve sigorta şirketlerinin her türlü işlemleri sonucunda lehe kalan tutar üzerinden hesaplanmaktadır. Bankaların yaptıkları her türlü işlemler üzerinden vergi hesaplanması, hem aracılık maliyetlerinin yükselmesine hem gelir üzerinden alınan vergilere ek olarak gelir üzerinden alınan vergi işlevi görmektedir. Dolaylı vergiler, yapısı gereği yansıtılabilir vergilerdir. Ancak BSMV’nin konusuna banka ve sigorta şirketlerinin yaptıkları her türlü işlem sonucunda lehlerine kalan tutarların girmesi, bu verginin

yansıtılabilirlik özelliğinin işlememesine ve bankaların ve sigorta şirketlerinin maliyetlerini artırmasına sebebiyet vermektedir. Artan maliyetler ise, müşterilerin bankalardan aldıkları hizmetlerin maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır. Bankaların verdikleri hizmetlerden birisi de, faiz karşılığı kredi vermektir. Bu bağlamda BSMV'nin konusunun geniş tanımlanması nedeniyle de faiz oranları artmaktadır. Artan faiz oranları ise yatırımların ve istihdamın azalmasına ve doğal olarak da ekonomik büyümenin yavaşlamasına sebebiyet vermektedir. Ayrıca Türkiye'de finansal derinliğin yetersiz olduğu ve aracılık maliyetlerinin çok yüksek olduğu ve bu durumun da büyüme önünde engel teşkil ettiği dikkate alınması durumunda; ilgili verginin konusunun (bütçe disiplini bozmaksızın) dar kapsamda tanımlanması gerekmektedir. KKDF açısından incelendiğinde ise öncelikle KKDF mevzuatı, karmaşıktır. Bu karmaşıklık, vergi profesyonellerinin bile yanlış yorumlamalarına ve hata yapmalarına sebebiyet verebilmektedir. Ayrıca karmaşık bir vergi sistemi, mükelleflerin vergi uyumu önünde engel oluşturmaktadır. Vergi politikalarının da etkinliği, mükelleflerin vergi uyumuna bağlıdır. BSMV, KKDF ve damga vergisi, bankalar tarafından gerçekleştirilen birçok finansal işleme uygulanmaktadır. Finansal işlemler üzerinde bu kadar yükümlülüğün bulunması, doğal olarak Türkiye'de finansal derinliğin gelişmiş ülkelere göre az olmasına sebebiyet vermektedir. Birçok ulusal, uluslararası kuruluşlar ve akademisyenler, Türkiye'de aracılık maliyetinin yüksek olduğunu belirtmiştir. Daha önce de ifade edildiği üzere ampirik çalışmalar, yüksek aracılık maliyetlerinin faizleri artırdığı ve ekonomik büyümeyi dışladığını ortaya koymuştur. Sonuç olarak Türkiye'deki finansal sektörün vergilendirilmesi bazı sorunlara neden olmaktadır. BSMV'nin kapsamının geniş olması, aracılık maliyetlerinin yükselmesine ve finansal derinliğin yetersiz olmasına sebep olurken; KKDF'nin karmaşık yapısı, vergi uyumunu olumsuz etkilemektedir. Sonuç olarak bu sorunlar, finansal istikrarsızlığı ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle Türkiye de birçok ülke gibi öncelikle finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülükleri azaltmalı ve daha sonra vergilerin oranlarını sıfıra indirmelidir. Tunçsiper ve diğerleri tarafından yapılan çalışmaya göre; bankaların en önemli sorunu, ekonomik istikrarsızlık ve finansal krizlerdir. Bu nedenle politika uygulayıcıları finansal işlemler üzerindeki mali yükümlülükleri, istikrar sağlamak üzerine inşa etmelidirler. Ülke uygulamaları ve teoriler incelendiğinde ise ilgili yükümlülükler ile finansal istikrar sağlanabilmesi için uygulamaya konulacak yükümlülüklerin amacının finansal işlemlerin barındırması gereken amacı ile örtüşmesi, yükümlülüklerin uygulandığı zamanın iyi seçilmesi ve ilgili yükümlülüklerin kapsamının teknolojik gelişmeler dikkate alınarak yapılması gerekmektedir. İlgili mali yükümlülükler, düzenleyici yönü ağır basan mali yükümlülüklerdir. Bu nedenle kısa vadeli hareketlerin ülke ekonomisi içerisinde dalgalanmalara sebebiyet vermesi durumunda uygulanmalıdır. Aksi takdirde İsveç örneğinde olduğu gibi hem finansal işlemlerin hacmini azaltmakta hem de sermayenin başka ülkelere gitmesini sağlamaktadır. Finansal işlemler, günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde her geçen gün çeşitlenmektedir. Bu bağlamda kısa vadeli hareketlerin ülke ekonomisini olumsuz etkilemesi durumunda uygulanacak mali yükümlülüğün kapsamı, etkinliğin sağlanmasında önem arz etmektedir. Diğer bir ifade ile verginin kapsamına girmeyen işlemlerin çokluğu, vergi politikasının da etkinliğini azaltacaktır. Ancak verginin uygulanma sürecinde reel piyasalara yaptığı etkilerin de dikkate alınması gerekmektedir.

Kaynakça

- 8 Seri No'lu Damga Vergisi Kanunu Genel Tebliği, (1975, 17 Kasım). Resmi Gazete (Sayı: 15386). Erişim Adresi: <https://www.gib.gov.tr/gibmevzuat>.
- 27 Seri No'lu Damga Vergisi Kanunu Genel Tebliği, (1995, 17 Mart), Resmi Gazete (22230), Erişim Adresi: <https://www.gib.gov.tr/gibmevzuat>.
- 4970 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı, (2021, 24 Aralık). Resmi Gazete (Sayı: 31700). Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211225-3.pdf>.
- Adaklı, A. (2006). *Vergi hukuku ve Türk vergi sistemi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akreditif Mektupları (t.y.). (Sayı: B.07.1.GİB.0.02.62/6206). Erişim Adresi: <https://www.gib.gov.tr/gibmevzuat>.
- Almenberg, J. ve Wiberg, M. (2012). Taxing financial transactions. *Sveriges Riksbank Economic Review*, 1(1), 84-102. Erişim adresi: http://archive.riksbank.se/Documents/Rapporter/POV/2012/rap_pov_120210_eng.pdf#page=85.
- Avrupa Komisyonu. (2007). *Türkiye 2007 ilerleme raporu*. Brüksel: COM (2006) 663.
- Aydın, F. (2005). *Kaynak kullanımını destekleme fonu (KKDF) yorum ve açıklamalar*. Ankara: Gelir Kontrolörleri Derneği.
- Bayrak, S. ve Tan, M. (2006). *Menkul kıymet gelirlerinin vergilendirilmesi*. Ankara: TÜRMOB Yayınları-284.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (2005). *Türk bankacılık sektöründe aracılık maliyetleri*. ARD Çalışma Raporları. 2005/10. Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/18928962-Ard-calisma-raporlari-2005-10.html>.
- Burman L.E. Gale W.G. Gault S. Kim, B. Nunns J. ve Rosenthal S. (2016). Financial transaction taxes in theory and practice. *National Tax Journal*, 69(1), 171-216. Erişim adresi: <https://www.urban.org/sites/default/files/alfresco/publication-pdfs/2000287-Financial%20Transaction-Taxes-in-Theory-and-Practice.pdf>.
- Campbell, J. Y. ve Froot K. (1993). International experiences with securities transaction taxes. J.E. Frankel (Ed.). *The internationalization of equity markets* içinde (s.277-308). National Bureau of Economic Research, Inc.
- Çakıcı, Ö. ve Ceylan, M. (2014). *Banka ve sigorta muameleleri vergisi*. İstanbul: TBB Yayını, Yayın No:301.
- Çetin, M. (2010). *Finansal serbestleşme ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği* (Yüksek Lisan Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Damga Vergisi Kanunu (1964, 1 Temmuz), Resmi Gazete (11751), Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.488.pdf>.
- Edizdoğan, N. Çetinkaya, Ö. ve Gümüş, E. (2011). *Kamu maliyesi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Eichengreen, B. ve Wyplosz, C. (1993). The unstable EMS. *Brookings Papers on Economic Activity*, (1), 51-143. Erişim adresi: file:///C:/Users/erenk/Downloads/The_unstable_EMS.pdf.
- Erdoğan, M.M. (2007). Türkiye'nin mali kriz riskini azaltabilecek vergi politikaları. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi Öneri*, 7(27), 259-279. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/962292>.
- Ergülen, G. (1988). *Banka ve sigorta işlemlerinin vergilendirilmesi*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Erol, A. (2007). *Tüm yönleriyle banka ve finansçılar için vergi*. Ankara: Yaklaşım Yayıncılık.
- Ghosh, A.R. ve Qureshi, M.S. (2016). What's in a name? that which we call capital controls. *IMF Working Paper*. 2016/25, 1-44. Erişim adresi: <https://ideas.repec.org/p/imf/imfwpa/2016-025.html>.
- Gregorio, J.D. Edwards, S. ve Valdes, R.O. (1998). Controls on capital inflows: Do they work?. *Journal of Development Economics*, 63, 59-83. doi: 10.3386/w7645.
- Güler, B. Keleş, E. ve Uçar, Ö. (2012). *Finansal işlem vergileri ve avrupa birliği uygulaması* (Teknik rapor). Avrupa Birliği Başkanlığı web sayfasından erişildi: https://www.ab.gov.tr/siteimages/birimler/empb/yayinlar/finansal_islem_vergisi_emb_print_version.pdf (Erişim Tarihi: 19.02.2021).
- Habermeier, K. ve Kirilenko, A. (2003). Securities transaction taxes and financial markets. J. Weaver, R. Dodd ve J. Baker (Ed.) *Debating The Tobin Tax New Rules for Global Finance* içinde (s.165-180). Washington: Automated Graphic Systems.
- Hansson, F. (2012). Should EU implement its present proposal of a financial transaction tax?. *Linnaeus Universty School of Business and Economics*. Erişim adresi: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:538632/FULLTEXT01.pdf>.
- Hawkins, M. ve Mccrae, (2002). Stamp duty on share transactions: is there a case for change?. *London: The Institute for Fiscal Studies*, 33, 1-31. doi: 10.1920/co.ifs.2002.0089.
- Johnson, S. Kochhar, K. Mitton, T. ve Tamırısı, N. (2006). Malaysian capital controls: macroeconomics and institutions. *IMF Working Paper*, 06(51), 1-49. Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=892942.
- Jomo, K.S. (2005). Malaysia's september 1998 controls: Background, context, impacts, comparisons implications, lessons. *United Nations Conference on Trade and Development, G-24 Discussion Paper Series*, No. 36, 1-31. Erişim adresi: file:///C:/Users/erenk/Downloads/gdsmdpbg2420053_en.pdf.
- Karadağ, N.Ç. (2014) Finansal araçların vergilendirilmesi, ihtiyari beyan ve sağladığı vergiavantajları. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(2), 205-224. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/48548>.
- Kararnameye ilişkin Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Hakkında 6 Sıra No'lu Tebliğ, (1989, 16 Ağustos). Resmi Gazete (Sayı: 20264). Erişim Adresi: https://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuatek/kkdf_mevzuat/6_TEBLIG.htm.
- Keynes, J.M. (1936). *General theory of employment, interest and money*. Macmillan: Cambridge University Press.
- Kırman, A. (1995). *Banka ve sigorta muameleleri vergisi*. Ankara.
- Kırman, A. (1997). 488 sayılı damga vergisi kanunu şerhi. (2. b.). Ankara
- Matheson, T. (2011). Taxing financial transactions: issues and evidence. *IMF Working Paper*, 11(54), 1-48. doi:10.5089/9781455220984.001.
- Mcculloch, N. ve Pacillo, G. (2011). The tobin tax: a reivew of the evidence. *Institute of Development Studies University of Sussex*, (58) 1-57. doi:10.1111/j.2040- 0217.2011.00068_2.x.

- OXERA, (2006). *The cost of capital: an international comparision* (Teknik rapor). Oxera web sayfasından erişildi: <https://www.londonstockexchange.com/companies-and-advisors/main-market/documents/cost-of-capital-aninternational-comparison.pdf>.
- OXERA, (2007). *Stamp duty: its impact and the benefits of its abolotion* (Teknik rapor). Oxera web sayfasından erişildi: <https://www.oxera.com/insights/reports/stamp-duty-its-impact-and-the-benefits-of-its-abolition/>.
- Öncel, M. Kumrulu, A. ve Çağan, N. (2001) *Vergi hukuku*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Öncel, M. Kumrulu, A. ve Çağan, N. (2006). *Vergi hukuku*. (14. b.). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Schulmeister, S. (2011). Implementation of a general financial transactions tax. *WIFO Studies*, WIFO Number: 41992, 1-60. Erişim adresi: <https://ideas.repec.org/b/wfo/wstudy/41992.html>.
- Schulmeister, S. Schratzenstaller, M. ve Picek, O. (2008), A general financial transaction tax motives, revenues, feasibility and effects. *Austria Institute of Economic Research Working Paper*, No.A-1103, 1-71. Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1714395.
- Seyhan, F. (2008). *Finansal işlem vergileri ve Türkiye’de banka sigorta muameleleri vergisi uygulaması* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Shome, P. (2011). *Financial transaction taxes*. New Delhi: Indian Council for Research on InternationalEconomic Relations.
- Söylemez, A.O. ve Demirci, S. (2013). Uluslararası sermaye akımlarının kontrolü ve Avrupa Birliği’nin konuya yaklaşımı hakkında bir inceleme. *Marmara Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 85-109. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1284>.
- Spahn, P.B. (1995). International financial flows and transaction taxes: survey and options. *IMF Working Papers*, 95(60), 1-59. Erişim adresi: <https://www.elibrary.imf.org/downloadpdf/journals/001/1995/060/article-A001-en.pdf>.
- Spahn, P.B. (1996). The tobin tax and exchange rate stability. *Finance &Development: Guest Article*, 33(2), 24-27. Erişim adresi: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1996/06/pdf/spahn.pdf>.
- Swan, P.L. ve Westerholm, P. J. (2001). The impact of transaction costs on turnover and asset prices; the cases of sweden’s and finland’s security transaction reductions. *LTA*, 2(3), 213-241. Erişim adresi: http://lta.lib.aalto.fi/2003/2/lta_2003_02_a7.pdf.
- Swedish Social Democrats in the European Parliament. The relevance of the swedish case in the current FTT debate (Teknik rapor). Avrupa Birliği web sayfasından erişilmiştir: <https://www.abbl.lu/content/uploads/2017/06/the-relevance-of-the-swedish-case-in-the-current-ftt-debate.pdf>.
- Şen, H. ve Sağbaş, İ. (2016). *Vergi teorisi ve politikası*. Ankara: Kalkan Matbaacılık.
- Şen, İ. (2005). *Menkul kıymet gelirlerinin tam mükellef gerçek ve tüzel kişiler yönünden vergilendirilmesi ve bu gelirler üzerindeki vergi yüklerinin karşılaştırılması* (Uzmanlık Yeterlilik Tezi). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Muhasebe Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Şen, S. (2015). *Finansal serbestleşme, kriz ve finansal işlem vergileri* (Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Şen, S. ve Tokatlıoğlu, M. (2016), Finans İşlem Vergileri ve Avrupa Birliği. *Maliye Dergisi*, 170, 71-79. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>.

- Tanrıverdi, S. (2010). *Banka muameleleri vergisinin bankacılık sektöründe rekabeti bozucu etkileri ve bir model önerisi*. Ankara:BDDK Aroks Doküman Merkezi.
- Tobin, J. (1978). A proposal for international monetary reform. *Eastern Economic Journal*, 4(3/4), 153-159. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/20642317>.
- Türk Lirası Mevduat ve Katılım Hesaplarına Dönüşümün Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, (2021, 21 Aralık). Resmi Gazete (Sayı: 31696 Mükerrer). Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211221M1-1.htm>.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. (2012). *Türkiye bankacılık ve finans meclisi sektör raporu 2011* (Teknik rapor). Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği web sayfasından erişilmiştir: <https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/SermayePiyasasiRapor.pdf>.
- Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği Vergi ve Teşvik Çalışma Grubu. (2003). *Sermaye Piyasasının Geliştirilmesine Yönelik Vergi Düzenlemeleri Hakkında Rapor* (Teknik rapor). Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği web sayfasından erişilmiştir: https://www.tspb.org.tr/wpcontent/uploads/2015/06/AIM_Yayin_ve_Raporlar_Calisma_Gruplari_Vergi_ve_Tesvik_Calisma_Grubu1.pdf.
- Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği. (2018). *Sermaye Piyasasının Geliştirilmesine Yönelik Öneriler ve Eylemler* (Teknik rapor). Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği web sayfasından erişilmiştir: https://www.tspb.org.tr/wpcontent/uploads/2018/09/Sermaye_Piyasasinin_Gelistirilmesine_Yonelik_Oneriler_veEylemler_Eylul_21092018_opt.pdf.
- Tunçsiper, B. Yılmaz, G. ve İlban, M.O. (2007). Türk bankacılığı sorunları üzerine bir araştırma: Balıkesir örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(0), 69-89. Erişim adresi: <http://dSPACE.balikesir.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12462/4981/bedriye-tuncsiper3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Türkiye Bankalar Birliği. (2002). Türkiye ekonomisi ve Türk bankacılık sistemi (TBB'nin değerlendirme ve önerileri). *Bankacılar Dergisi*, (43), 3-17. Erişim adresi: https://www.tbb.org.tr/Dosyalar/Arastirma_ve_Raporlar/Ekonomi.doc.
- Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği. (2003). *Bankacılık sektöründe yeniden yapılan konusunda öneriler* (Teknik rapor). Türk Sanayicileri ve İş İnsanları web sayfasından erişilmiştir: <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1911-bankacilik-sektorunde-yeniden-yapilanma-konusunda-oneriler>.
- Vergi Konseyi Finansal İş ve İşlemlerin Vergilendirmesi Alt Çalışma Komitesi. (2004). *Para ve sermaye piyasalarının vergilendirilmesi*. (1. b.). İstanbul: Türk Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği.
- Wang, G.H. ve Yau, J. (2012). Would a financial transaction tax affect financial market activity? insights from future markets. *Policy Analysis*, (72), 1-23. Erişim adresi: <https://www.cato.org/policy-analysis/would-financial-transaction-tax-affect-financial-market-activity-insights-futures>

Extended Abstract

Purpose

The aim of this study is to examine the suggestions about the financial liabilities on financial transactions and country practices, how the financial transaction tax should be designed, to examine the financial transaction tax applications in Turkey, to make some suggestions about Turkey and to investigate whether the related financial liabilities can prevent financial volatility.

Design and Methodology

This study has more than one purpose. The first of these purposes; how the financial transaction tax should be designed. In order to achieve this purpose, various suggestions made by academicians were examined. After examining the proposals, examining the successful and unsuccessful countries by applying financial transaction taxes was used to determine the effect of the tax in practice. In this context study, while Sweden represents an unsuccessful example; Chile, Malaysia and England represents successful countries. In the light of these examinations, it was concluded how the financial transaction tax should be designed. Then, in order to examine the financial transaction taxes in Turkey, which is our other purpose, and to make suggestions about the first results we found, financial transaction taxes in Turkey were examined. As a result of the investigations; It has been concluded that the regulatory aspect of financial transaction taxes in Turkey does not come to the fore, on the contrary, it creates a negative effect on the markets.

Findings

Financial transaction taxes gained importance with the understanding that the financial liberalization movement harmed the country's economies and still maintains its importance today. This movement, which makes the country's economies fragile, causes many countries to adopt various policies. However, while some of these implemented policies were successful; others fail. In addition, the presence of speculators in the markets, who both regulate and distort the markets, also affects the effectiveness of the policies. Therefore, in this study; Some basic rules have been tried to be established in terms of financial transaction taxes. These rules:

- In the period in which the financial liabilities will be applied, short-term capital flows must have a distorting effect and must be limited to the relevant period,
- The purpose of applying financial liabilities should be aimed at reducing only short-term capital flows, other purposes of financial liabilities (earning money by taxation, ensuring fairness in taxation, etc.) should be ignored,
- During the implementation of financial obligations; the subject matter of financial obligations should be broadly defined, including the substitution of financial transactions.

The implementation of financial transaction taxes in Turkey has been examined and some conclusions have been reached:

- Financial instability,
- High financial intermediation costs,
- Insufficient financial depth,
- Broad scope of BITT (BSMV),
- RUSF (KKDF) legislation is complex.

The wide scope of BITT in Turkey causes high intermediation costs and insufficient financial depth. Therefore, the scope of BITT should be narrowed down. RUSF legislation stands out with its complex structure. Therefore, RUSF legislation should be simplified. In addition, financial transaction taxes applied in Turkey aim to generate income instead of providing financial stability, so these taxes in Turkey are one of the reasons for financial instability. As a result, the application of financial transaction taxes in Turkey needs to be regulated in many respects.

Research Limitations

In the study, qualitative research method was used. However, in order to ensure the validity of the recommendations, an empirical study should be carried out with the help of a model.

Implications

The wide scope of BITT in Turkey causes high intermediation costs and insufficient financial depth. Therefore, the scope of BITT should be narrowed down. RUSF legislation stands out with its complex structure. Therefore, RUSF legislation should be simplified. In addition, financial transaction taxes applied in Turkey aim to generate income instead of providing financial stability, so these taxes in Turkey are one of the reasons for financial instability. As a result, the application of financial transaction taxes in Turkey needs to be regulated in many respects.

Originality/Value

Most of the studies in this area have focused on whether to apply financial transaction taxes in Turkey. Other studies, on the other hand, focused on a tax and sought solutions to the problems of the related tax. This study has drawn a general framework in terms of both the practice in Turkey and how financial transactions are designed. For this reason, it is expected to contribute to the financial transaction tax literature.

Araştırmacı Katkısı: Ökkeş KISA (%50), Canatay HACIKÖYLÜ (%50).

Popülizm Teorileri Işığında Türkiye’de Popülizmin Tarihsel Gelişimi: Siyasi Partiler Üzerine Bir İnceleme^{1 2}

Ali ÇARKOĞLU³ - Ezgi ELÇİ⁴ - Fatih EROL⁵ - Cansu PAKSOY⁶

Başvuru Tarihi: 17.09.2021

Kabul Tarihi: 03.03.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma, popülist eğilimlerin Osmanlı İmparatorluğu’nun son döneminden günümüz Türkiye siyasetine kadar hangi liderler ve partiler tarafından ne şekilde benimsendiğini araştırmaktadır. Bu amaçla çalışmamızın kurgusu popülizmi zayıf-merkezli bir ideoloji olarak kabul etmektedir. Görgül zenginliğe olanak sağlayan bu tanımlamanın ışığında Türkiye’deki popülizmin tarihi millet (halk), elitler ve milli irade kavramları çerçevesinde irdelenmiştir. İncelememiz Türkiye’deki popülizmde üç ayrı “halk” kavramını gözlemlemektedir. Bunlar, solda 1970’ler Cumhuriyet Halk Partisi’nin benimsediği “sıradan insanlar;” merkez sağ partilerin 1950’lerden itibaren takip ettiği “milli irade” ile “halkın akliselimi” ve sağda 1969 itibarıyla Milli Görüş ideolojisinin benimsediği “İslam milleti” tanımlamalarıdır. Türkiye’deki popülizm, milletin (halkın) karşısına yerleştirilen elitlerin tanımına siyasal partilerin muhalefette-iktidarda olup olmamalarına ve ideolojik sağ-sol yönelimlerine göre farklılık göstermektedir. Yakın dönemde ise Adalet ve Kalkınma Partisi, Demokrat Parti ve Adalet Partisi çizgisini ve Milli Görüş’ün yaklaşımını harmanlayarak Türkiye popülizmine yeni bir kimlik kazandırmıştır. Bu bağlamda, milletin (halkın) karşısındaki elit tanımı iç siyasetteki dışlayıcı-otoriter yöneticilerden uluslararası siyasetteki dış düşmanlara ve onların iç siyasetteki işbirlikçilerine endekslenmiştir. Sonuçta, incelememiz Türkiye’deki popülist eğilimlerin siyasette sadece belli bir parti ve ideolojiye ait olmadığını tarihsel bir bütünlük içerisinde sunmaktadır. Bu teorik temelli tarihsel bütünlük aynı zamanda diğer nicel ve nitel vaka analizlerine de önemli bir kaynak sağlayacaktır. Millet (halk), elitler ve milli irade kavramlarının tarih içerisinde ve siyasal sağ-sol ideoloji yelpazesinin neredeyse her yerinde geçirmiş olduğu gelişimi ortaya koymanın diğer karşılaştırmalı çalışmalara da hem kuramsal hem de görgül katkılarda bulunacağını düşünmekteyiz.

Anahtar Kelimeler: Popülizm, Türkiye, Millet, Elit, Milli İrade, Tarihsel İnceleme

Atıf: Çarkoğlu, A., Elçi, E., Erol, F. ve Paksoy, C. (2022). Popülizm teorileri ışığında Türkiye’de popülizmin tarihsel gelişimi: Siyasal partiler üzerine bir inceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 323-348.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bu çalışma TÜBİTAK tarafından desteklenen 217K177 numaralı "Türkiye’de Popülist Tutum ve Değerler Araştırması" projesinden türetilmiştir.

³ Koç Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, acarkoglu@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7656-0990

⁴ Özyeğin Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, ezgi.elci@ozyegin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3713-788X

⁵ Koç Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, ferol15@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0123-0321

⁶ Koç Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, cpaksoy18@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9519-9336

The Historical Development of Populism in Turkey in the Light of Populism Theories: An Analysis on Political Parties

Ali ÇARKOĞLU⁷ - Ezgi ELÇİ⁸ - Fatih EROL⁹ - Cansu PAKSOY¹⁰

Submitted by: 17.09.2021

Accepted by: 03.03.2022

Article Type: Research Article

Abstract

This article evaluates how and which political parties adopted populist notions from the late Ottoman Empire to contemporary Turkish politics. As such, our study considers populism as a thin-centered ideology. In the light of this definition, which allows broadening the scope for observational research, we examined the history of populism in Turkey along with the concepts of the people, the elites, and the people's will. Our review puts forward three distinct concepts of "people" in populism in Turkey. These conceptualizations cover "the ordinary people" of the Republican People's Party (Cumhuriyet Halk Partisi-CHP) during the 1970s on the left, "the will of the people" and "commonsense of the people" adopted by the center-right parties since the 1950s, and "Islamic people" embraced by the National Outlook (Milli Görüş) on the right since 1969. The definition of elites positioned against the people in Turkey varies depending on whether political parties are in power and where they fall on the ideological right-left spectrum. In the recent period, the Justice and Development Party (Adalet ve Kalkınma Partisi-AK Parti) has brought a new identity to Turkish populism by blending the lines of the Democrat Party (Demokrat Parti-DP) and Justice Party (Adalet Partisi-AP) and the approach of National Outlook. In this context, the definition of the elite against the people ranges from exclusive-authoritarian rulers in domestic politics to external enemies in international politics and their domestic collaborators. Overall, our historical analysis demonstrates that populist notions in Turkey is not restricted to a single political party or ideology. Such a historical analysis will provide a significant resource for further quantitative and qualitative analyses. We also anticipate that putting forward the development of populism over time and across the left-right ideological spectrum in Turkey will theoretically as well as empirically contribute to other comparative studies.

Keywords: Populism, Turkey, People, Elite, People's Will, Historical Analysis

⁷ Koç University College of Administrative Sciences and Economics Department of International Relations, acarkoglu@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7656-0990

⁸ Özyeğin University Faculty of Social Sciences Department of International Relations, ezgi.elci@ozyegin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3713-788X

⁹ Koç University College of Administrative Sciences and Economics Department of International Relations, ferol15@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0123-0321

¹⁰ Koç University College of Administrative Sciences and Economics Department of International Relations, cpaksoy18@ku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9519-9336

Giriş

Siyaset bilimi yazınında, tanımı ve ölçümü en tartışmalı kavramlardan biri, hiç şüphesiz, popülizmdir. Popülizm kavramının tarihsel süreçteki tanımı, bu tanımın öznesi ve nesnesinin ne olduğuna dair kavramsal karmaşa akademik çalışmalarda bugün de devam etmektedir. Geçmiş dönemdeki araştırmalara baktığımızda popülizm hem bir ideoloji, hem bir sosyal hareket ve hem de bir sendrom olarak tartışılmıştır (Canovan, 1982; Ionescu ve Gellner, 1969; Berlin ve ark., 1968). Bugün de popülizmin bir ideoloji (Mudde, 2007), strateji (Weyland, 2001), söylem (Laclau, 2005) veya tarz (Moffitt ve Tormey, 2014) olup olmadığı tartışması sürmektedir.

Bu karmaşık kuramsal durum günümüzde de hangi parti ya da siyasal hareketlerin popülist olarak sınıflandırılması gerektiği konusunda sürmektedir. Örneğin, Avrupa siyasetinde, Avusturya Özgürlük Partisi (*Freiheitliche Partei Österreichs-FPÖ*) ve Fransız Ulusal Cephe (*Front National-FN*, yeni adı ile *Rassemblement National*) örneklerinde görüldüğü üzere, popülizm arz yönünde siyasal liderlerin ve partilerin, talep yönünde ise seçmenlerin ve destekçilerin tutum ve davranışlarına denk gelmektedir. Diğer yandan, Latin Amerika siyasetinde, Kolombiya ve Meksika örneklerinde olduğu gibi, popülizm kayırmacılık, himayecilik (*clientelism*) ve kısa erimli, seçim odaklı fırsatçı ekonomi politikalarının takibi olarak gözlemlenmektedir (Mudde ve Kaltwasser, 2015). Tüm bunlara ek olarak, herhangi bir siyasal lider veya parti kendisini muhafazakâr, sosyal demokrat, ilerici vb. ideolojik etiketlerle tanımlayabilmekteyken, aynı tür bir öz tanımlamayı popülist olarak nitelenen partilerde görememekteyiz. Bundan dolayı da popülizm tanımlaması iki yönlü bir gelişim göstermektedir. Birincisinde, popülizm bir siyasal aktöre rakipleri ve muhalifleri tarafından atfedilen kötüyeli ya da aşağılayıcı bir etiket olarak kullanılmaktadır. İkincisinde ise, siyaset bilimciler siyasal bir aktörü belli değişkenler etrafında popülist olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda çalışmamız ikinci tanımlama koluyula ilgilenmekte ve popülizmin dünya siyasetindeki tarihsel gelişimlerini de hesaba katarak popülizmin Türkiye siyasetinde Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminden bugüne hangi partiler tarafından ne şekilde benimsendiğini irdelemektedir.

Dünya siyaseti, *popülizm* olgusuyla ilk defa 1870'lerdeki Çarlık Rusya'sına karşı devrim yapmak için halka giden Rus aydınları (*narodnikler*) ile beraber karşılaşmıştır. 1868 yılında Mihail Bakunin'in *Narodnoye Delo* (Halkın Davası) Dergisi'nde yayınladığı makalesinde genç Rus üniversite öğrencilerine üniversitelerini bırakıp "halka gitme" çağrısında bulunduğu *Narodnik Hareketi*'nin yani Rus halkçılığının temeli atılmıştır (Haspolat, 2011, s. 560). Dünya siyaseti *popülist* kelimesiyle ise ilk defa 1891 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) Halkın Partisi'nin (*People's Party*) kısaltılma adıyla tanışmıştır. Solcu, köycü bir parti olan Halkın Partisi, 1890'larda ABD'deki Demokrat ve Cumhuriyetçi Parti'ye alternatif üçüncü bir partiydi. Yazına biraz detaylı baktığımızda, *popülist* kelimesinin modern parti siyasetindeki ilk kullanımının iyice düşünülmüş bir kavramsallaştırmadan sonra değil, iki siyasetin tren yolculuğu esnasında getirmiş olduğu dostane bir diyalogdan türetildiğini görmekteyiz. Tindall'ın (1972, s. 507) aktarımına göre, 1891'de Kansas'tan Santa Fe'ye (New Mexico) giden trende, Halk Partisi'nin Kansas temsilcisi W. F. Rightmire, Demokrat Parti'nin Kansas temsilcisi David Overmyer'e Halkın Partisi için 'Demokrat' ve 'Cumhuriyetçi' benzeri bir kısaltma aradığını belirtmiş. Latince bilen Overmyer, mevkidaşına *popülist* kelimesini önermiş ve bu diyaloga ortak olan iki gazeteci bu *popülist* kısaltmasını bir hafta içerisinde Halkın Partisi için yazılarında kullanmaya başlamış görünmektedir.

Peki, Türkiye'de popülizmin tarihsel gelişimi ne şekilde seyretmiştir? Bu çalışmada güncel popülizm teorileri ışığında geçmişten bugüne Türkiye'de popülizmin ve popülist eğilimlerin nasıl geliştiğine bakacağız. Elbette ki yer kısıtından dolayı her lider veya partiyi geniş şekilde ele alamamaktayız.¹¹ Zaten asıl amacımız derinlemesine

¹¹ Bu çalışma içerisinde ele alınamayan başka önemli siyasal aktörler de vardır. Örneğin Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) popülistten ziyade milliyetçi bir parti olduğu için çalışmaya dâhil edilmemiştir (Erdoğan ve Uyan-Semerci, 2020). Yine Halkların Demokratik Partisi (HDP) diğer çalışmalarda popülist olarak değerlendirilse de (Tekdemir, 2021) bu çalışmada hem yer kısıtı hem de tarihsel olarak farklı bir siyasi gelenekten geldiği için dâhil

tek bir parti veya analizinden ziyade, Türkçe yazında bir boşluk halinde olan Türkiye'deki popülizm tartışmasına kuramsal temelli nitel bir katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple erken Cumhuriyet döneminden bu yana öndegelen siyasi parti ve liderlerin popülist eğilimlerini ortaya koymayı ve karşılaştırmalı tarih analizi ışığında değerlendirmeyi amaçlamaktayız. Siyasal aktörlerin popülizmi zaman içinde ve farklı bağlamlarda değişiklik gösterebilmektedir (Elçi, 2019). Ancak bu varyansın zaman ve bağlam içerisindeki değişimini ortaya çıkarabilecek orijinal bir veriseti oluşturmak ve sonrasında bunun hakkında kuramsal ve tarihsel yorumlar getirmek ne yazık ki çalışmamızın kapsamı dışında kalmaktadır.

Nihayetinde incelememizin iki temel hedefi vardır. Birincisi, popülizmi günümüz sağ siyaseti ile ilişkilendiren genel kanının aksine, Türkiye'deki popülizmin siyasette sadece belli bir parti ve ideolojiye ait olmadığını, popülizmin ana eğilimlerinin farklı partiler tarafından kullanıldığını tarihsel bir bütünlük içerisinde sunmak istiyoruz. Bu tarihsel bütünlüğün hem akademik çalışmalara hem de siyasal karar vericilere çeşitli faydalar sağlayacağını tahmin etmekteyiz. Örneğin, tarihsel analizimizin Türkiye'deki popülizmi birey seviyesinde ölçümleyecek herhangi bir anket-deney çalışmasının ya da ülke seviyesinde değerlendirecek vaka analizinin teorisine, kurgusuna ve yorumlanmasına daha farklı bakış açısı getireceğini düşünüyoruz. Perspektif zenginliğinin de ötesinde, analizimizde vurguladığımız popülizm boyutlarının farklı siyasetçiler tarafından farklılaşan kelimelerle anlatılması liderler seviyesinde farklı çalışmalara da ön ayak olacağını ön görmekteyiz.

İkincisi, yöntemsel kaygının da ötesinde, Türkiye'den karşılaştırmalı popülist siyaset araştırmalarına aktarılması kuvvetle muhtemel kuramsal katkıların önünü açacak tarihsel bir incelemeyi yazına eklemek istiyoruz. Millet (halk), elitler¹² ve milli irade kavramlarının Türk siyasal tarihi içerisinde ve sağ-sol ideoloji yelpazesinin neredeyse her yerinde geçirmiş olduğu evrimin resmedilmesi iktidardaki ve muhalefetteki partilerin popülist envanterlerini diğer ülkelerdeki benzer parti gruplarıyla karşılaştırma imkânı sunacaktır.

Ülkedeki popülizm araştırmalarının sadece tek bir döneme odaklanmasını ya da belli sayıda liderleri değerlendirmesini kendi başına bilimsel bir zenginlik olarak görsek de bu aynı zamanda hem Türkiye'deki siyaset bilimi çalışmaları hem de karşılaştırmalı siyaset alanı için büyük bir kısıttır. Örneğin Toprak (2013), geç Osmanlı ve erken dönem Cumhuriyet dönemindeki popülizmi, populist akımları ve bu akımların Türkiye siyasetine etkisini incelemiştir. Sunar (1990), Demokrat Parti'nin (DP) popülizmini patronaj ilişkileri bağlamında incelerken sonraki merkez sağ partilere bıraktığı mirası da tartışmıştır. Erdoğan (1998) ise Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) Bülent Ecevit liderliğinde yaşadığı dönüşümü sol popülist siyaset açısından irdelemiştir. Yine Özal'ın popülizmi farklı bağlamlarda analiz edilmiş (Öniş, 2004; Taşkın; 2012) ancak diğer örneklerdeki gibi farklı aktörlerle olan benzerlik ve farklılıkları detaylıca ortaya konmamıştır. Son olarak Adalet ve Kalkınma Partisi'nin (AK Parti) popülizmi tarihsel olarak miras aldığı gelenekler bağlamında tartışılmış olsa da (Aytaç ve Elçi, 2019), özellikle Milli Görüş ile bağı ve bu hareketin düzen karşıtlığı siyaseti dönemin diğer aktörleri ile birlikte irdelenmemiştir. Yazında sadece Taşkın (2022) popülizmin Türkiye'deki gelişimini karşılaştırmalı bir tarih analiziyle ortaya koymakta ve DP – Adnan Menderes, Adalet Partisi (AP) – Süleyman Demirel, CHP – Bülent Ecevit, Anavatan Partisi (ANAP) – Turgut Özal ve AK Parti – Recep Tayyip Erdoğan'a bakarak gelecek çalışmalara yön göstermektedir. Çalışmamız tüm bu karşılaştırmalı incelenen liderlerinin yanında analizlerine son dönem Osman-Türk siyasal düşünürlerini, tek parti dönemi CHP'sini ve Mustafa Kemal Atatürk'ü ve AK Parti'nin son yıllardaki elit tanımına kaynak sağlayan Milli Görüş hareketini ve Necmettin Erbakan'ı da eklemektedir. Buna ek olarak, bahsi geçen siyasal aktörler arasındaki etkileşimin ne türde millet (halk), elit ve milli irade kavramlarına yol verdiğini ve bu etkileşimin diğer ülkelere göre ne kadar farklı-benzer olduğunu analitik bir düzlemde irdelememizi başlı başına yeni bir akademik katkı olarak görmekteyiz.

edilmemiştir. Benzer şekilde Genç Parti (GP) de önceki çalışmalarda (Başlevent ve ark., 2005) popülist olarak değerlendirilse de sadece tek bir seçimde görece olarak başarılı olduğu için çalışmaya dâhil edilmemiştir.

¹² Oxford sözlüğüne göre elitler, özellikle zenginlikleri veya ayrıcalıkları nedeniyle bir toplumda en fazla güce ve etkiye sahip olarak görülen bir grup veya sınıf olarak tanımlanabilir (Yazarlar tarafından çevrilmiştir). <https://www.lexico.com/definition/elite>

Diğer bir deyişle aynı dönemde siyaset sahnesini paylaşmış farklı kamplardaki liderlerin hangi ölçekte, nasıl ve ne zaman birbirlerinin popülizmini perçinlediğini görememek yazında hala doldurulması beklenen nitel bir boşluktur. Çalışmamız bu boşluğu Türkiye siyasetindeki temel aktörlere dayanarak kapsamlı bir tarihsel analizle doldurmak istemektedir.

Türkiye'deki populist eğilimleri araştırmak için teorik olarak temellendirilmiş karşılaştırmalı tarihsel analiz yöntemini uyguladık. Bu nitel tarihsel araştırma için, geç Osmanlı döneminden günümüze kadar kapsamlı bir dizi birincil kaynak (ör., sanat eseri, belgesel ve konuşmalar) ve ikincil kaynakları (ör., kitaplar, kitap bölümleri ve gazete makaleleri) kullandık. Kullanılan kaynaklar tesadüfi olmasa da kamuya açık veriler ile sistematik bir analiz yapılmıştır. Kısacası, çalışmamızın yöntemi Osmanlı'dan günümüz Türkiye'sine uzanan populist eğilimlerin evrimini tarihsel olarak incelemektir.

Popülizm Nedir?

Popülizmin kavramsallaştırılmasında güçlükler yaşandığı aşikârdır. Yeniden yükselişe geçmiş siyasal bir akım olarak popülizmin farklı boyutları olduğu konusunda yazında bir fikir birliği olsa da bu bileşenlerin doğası ve özellikle de bu boyutların görgül olarak nasıl ölçülüp çözümleneceği hususunda bir fikir birliği yoktur. Biz bu çalışmada popülizmi, siyaset bilimi yazınında görgül çalışmalara en çok fırsat veren düşünsel tanımını ile ele alacağız.

Mudde'ye (2007) göre popülizm, ince-merkezli bir ideolojidir (*thin-centered ideology*).¹³ Buna göre, popülizm, toplumu “saf/halis halk” ve “yoz elitler” gibi birbirine düşman iki homojen kamplara ayırtıran ve siyaseti de her şeyden önce halkın iradesinin (*volonté générale*) siyasete yansımaları olarak öngören bir ideolojidir. Burada, popülizm, muhafazakârlığın, sosyal demokratlığın, ilericiğin veya sosyalizmin aksine kendi içerisinde tutarlı, her yer ve zamanda temel olarak aynı anlama gelebilecek bir “tam ya da bütünleşmiş ideoloji/kalın-merkezli ideoloji” (*full-ideology/thick-centered ideology*) değildir (Freeden, 1998). Yine bu tanıma göre sessiz çoğunluğu oluşturan halkın ve de halkı sömüren güçlü elit azınlığının doğası ve kimlerden oluştuğu konusu ülkelere ve yıllara göre farklılaşabilmektedir.

Halkı oluşturmak için Müller (2014, s. 486) halkın içinden bir grubun çıkarılması gerektiğini ileri sürer. Ancak popülistler halka ait olma ve olmamanın sınırlarını belirlerken faydacı davranıp bu sınırları muğlak bırakırlar. Popülistler halkı inşa ederken biz ve onlar ikiliği yaratırlar ve siyasetlerini bu ikilik ile sürdürürler. Böylelikle popülizm tartışmalarının temeli “halk”tır diyebiliriz (Mudde, 2007; Stanley, 2008; Laclau, 2005; Stavrakakis ve Katsambekis, 2014). Bu önemli temel dikkate alındığında, varolan araştırmaların ışığında bu çalışmamız da popülizmin “halk”tan türeyen özelliklerini analiz edecektir. Bu özellikler, halk-merkezcilik, elit karşıtlığı ve milli iradeciliktir (Mudde ve Rovira Kaltwasser, 2017).

Popülizm kuramı için önemli olan halk, elit ve milli irade kavramlarının birbirleriyle etkileşime geçmesi ve bu yolla insanlara siyaseti anlamalarına fayda sağlayacak bir zihinsel harita sağlamasıdır (Mudde ve Kaltwasser, 2015). Bu sebeptendir ki, her ülke ve zaman için halk, elit ve milli irade kavramları farklılık arz etmekte, popülizm ülkelere ve zamana göre farklılaşma göstermektedir. Mudde'nin (2007) tanımın getirmiş olduğu bu gözlemsel zenginlik hem yazında popülizmin alt tiplerini çıkarmamıza yardımcı olmakta hem de üstüne katkıda bulunabileceğimiz bir popülizm ideolojisi yazınına geliştirmektedir. Popülizmi bir fikirler seti ya da grubu olarak tanımlamak diğer çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın kuramsal çerçevesine şekil verebilmek

¹³ Türk Dil Kurumu'na göre ideoloji siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükümetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dini, moral, estetik düşünceler bütünü olarak tanımlanmaktadır.

ve aynı zamanda Türkiye siyasal tarihindeki partilerin ve liderlerin muhtemel popülist tutum ve davranışlarını gözlemlemek için fayda sağlayacaktır.¹⁴

Halk merkezilik özelliği, popülizmin “halk”ı homojen ve niteliği hakkında tam bir bilgi edinilemeyen bir tasvir sunması üzerine kurulur. Popülist akım ya da parti kendini bu kitlenin esas ve tek temsilcisi olarak görür. Mudde (2004, s. 546) halkı, mitlerin ve manevi değerlerin ışığında inşa edilmiş hayali bir cemaat olarak tanımlar. Popülistler halkı kendi söylemleriyle yaratırlar ve onu ülkenin geçmişine, bugününe ve geleceğine bağlarlar. Halkın karşısına konulan, onun içinden çıkmayan ve ona ait olmayan bir de “diğer” vardır: elitler. Bu “diğer” ya da “öteki” halkın karşısında ve onun çıkarlarını tehdit eden bir unsurdur. Böylelikle halk genel olarak krizlerden etkilenen ve krizlerin sorumlusu olarak gösterilen “halka ait olmayan” gruplardan farklı olarak çerçevesizdir. Burada elitlerin şeytanlaştırılması ve elitlere duyulan soğukluk, bir nesne olarak halkın kimlik inşasında önemli rol oynar (Moffitt, 2015). Bunun karşılığında krizler karşısında korumasız durumda olan kitleler “halkın” bir bileşeni olarak karşılaştıkları politik ve ekonomik sorunlarla daha iyi başa çıkacağı düşüncesiyle bir araya gelirler. “Halk” inşasının ardından bireyler, sorunlarla sadece kendi kendine mücadele eden kimseler olmaktan çıkıp kendisiyle aynı sorunlara sahip olan kimselerle aynı gruba ait birer birey haline gelirler. Bu şekilde bireyler halk içinde homojenleşmiş olurlar (Oliver ve Rahn, 2016; Spruyt ve ark., 2016).

“Halkın” grup içi bir kimlik olarak inşası ile popülistler, “halka” kimin dâhil olduğundan çok kimin dâhil olmadığını sınırlarını çizirken grup dışındaki ortak düşmana karşı birlik hissi yaratırlar. Bu popülist anlayışa göre siyaseten ahlaksız olan elitler sadece kendileri için çalışmaktadır. Bu seçkin gruplar, halis, katıksız halkın gerçek iradesini gasp eden engellerdir (Müller, 2014; Mudde, 2010).

Seçkin gruplar ya da elitleri kabaca halis halktan maddi olarak daha güçlü olan bir grup olarak tanımlayabiliriz. Ancak popülistler, “halk” gibi “elitlerin” de kesin ve net bir tanımını yapmamaktadır. Elitler iktidar partisini ya da ülkeyi yönetenleri temsil edebileceği gibi, bürokrasi, entelektüeller, gazeteciler, zenginler, uluslararası ve ulusüstü kuruluşlar, finansal kurumlar ve yabancı ülkelere de karşılık gelebilmektedir. Kurulu düzen ya da statüko¹⁵ karşıtlığı ise halihazırdaki sisteme ve elitlerin ellerindeki siyasi ve ekonomik güce olan öfkeye ve bu gücün yok edilmesine karşılık gelmektedir (Barr, 2009). Popülist düşünce dünyasında seçkin grupları kötü şöhretlidirler. Elitler halkın düşmanı ve sömürücüleridir. Elitler ile çatışma halindeyken elitlere karşı kesinlikle taviz verilemez çünkü verilen her taviz halkın saflığını bozmaktadır (Mudde; 2004; Müller, 2014).

Milli iradeciliğe göre milletin istekleri bedeli her ne olursa olsun yerine getirilmelidir çünkü milletin sesi aslında Tanrı'nın sesidir (*Vox populi, vox Dei*) (Hawkins, 2010; s. 34). En karmaşık gözükten sorunlar için aslında çok basit çözümler vardır. Ancak popülist partiler haricinde kimse bu çözümleri savunmamaktadır çünkü sıradan halkın ortak iradesine popülistlerden başka kimse inanmamaktadır. Ahlaki ve bilgelik olarak üstün olmasına rağmen halkın sesi, elitler tarafından duyulmamakta ve duyurulmamaktadır (Hervik, 2012).

Popülizmin dayandığı milli irade aslında demokrasiye karşıt bir kavram olmamakta, aksine demokrasinin temelini oluşturmaktadır. Milli irade, alınan kararların seçmene karşı sorumlu olduğunu ve karar alıcıların Tanrı tarafından değil vatandaşlar tarafından göreve getirildiğini temsil eder. Popülistlerin asıl olarak eleştirdiği sorunlar ise milli iradeden çok temsili demokrasinin sıradan vatandaşın isteklerini dikkate almaması ile ilgilidir (Canovan, 1999; Kaltwasser, 2014).

Ancak popülist demokrasi liberal demokrasinin savunduğu temel prensipleri reddetmesinden dolayı *illiberal* olarak tanımlanabilir. Popülistlere göre milli irade biriciktir ve temsili demokrasinin elitleri ve kurumları milli iradeyi hiçe saydığından dolayı yozlaşmıştır (Pappas, 2016). Bu sebeple popülizm, halk ile liderler arasında aracısız bir ilişki tahayyül eder (Pasquino, 2008). Bu lider halkın içinden çıkmıştır ve halkın akliselimini temsil

¹⁴ Diğer çalışmalar için bkz. Kaltwasser ve Van Hauwaert, 2020, ss. 8; Busby ve ark. 2019, ss. 617; Hawkins ve ark. 2018; March, 2017, ss. 284; Rooduijn ve Pauwels, 2011, ss. 1273; Bos ve ark., 2020, ss. 5.

¹⁵ Oxford sözlüğe göre statüko, özellikle sosyal veya siyasal konularla ilgili mevcut durum olarak tanımlanmıştır (Yazarlar tarafından çevrilmiştir). https://www.lexico.com/definition/status_quo

etmektedir (Elchardus ve Spruyt, 2014). Popülistler gerçek demokratlar olarak milli iradeyi gaspeden elitlerden geri almayı amaçlamaktadır. Popülist lider, bu sebeple sıradan halkın tek kurtarıcısı, şeytani düşmanlardan koruyucusu olmakla birlikte konuşması, hayat tarzı ve davranışları ile de sıradan halktan biri olarak yaşamaktadır (Albertazzi ve McDonnell, 2008; Weyland, 2001; Canovan, 1999).

Popülizm aslında çoğunlukçuluğu amaçlamaktadır (Taggart, 1995). Mudde'nin (2007) tanımındaki genel irade, tek egemen olan halkın sınırsız iradesine karşılık gelmektedir. Sorunların çözümünde başvurulması gereken halk iradesi her zaman haklıdır (Mudde, 2010; Hawkins, 2010). Milli iradenin sesini duyurması için yetersiz kalan temsili demokrasi yerine popülistler, plebisitler ve referandumların yanında büyük mitinglere ve kamuoyu yoklamalarına büyük önem atfetmektedirler (Weyland, 2001).

Türkiye'de Popülizm

Tüm bu ayırt edici düşünsel özelliklerini hesaba kattığımızda Türkiye'deki popülizm olgusunu kronolojik olarak halk, elitler ve milli irade temelinde inceleyebiliriz. 19. yüzyıldan itibaren Osmanlı-Türk siyasal düşünce dünyası iki farklı kültürün mücadelesine gitmektedir ve popülist ideoloji de bu iki kültürün sahiplendiği veya dışladığı milli irade kavramının etrafında gelişim göstermektedir. Bu iki kültürden birisi dönemin elitleri olan saray, divan ve Osmanlı devlet kültürü iken, ötekisi bu seçkin çevrenin dışında yer alan halk kültürüdür. 1870'lerin Rus halkçılarından esinlenen İttihat ve Terakkicilerin kurduğu ilk Türk popülist yazımı olan *Halka Doğru* dergisinin ilk sayısında Ziya Gökalp (1913, s. 107; Özden, 2006, s. 90) bu kültürel-toplumsal ve hatta siyasal bölünmeyi şöyle ifade etmektedir:

Her milletin iki medeniyeti var: resmi medeniyet, halk medeniyeti... Başka kavimlerde resmi medeniyetle halk medeniyeti o kadar açık bir suretle ayırt edilmez. Türklerde ise bu ayrılık ilk bakışta göze çarpar. Türklerde resmi lisandan, resmi edebiyattan, resmi ahlaktan, resmi hukuktan, resmi iktisadiyattan, resmi teşkilattan büsbütün başka bir halk lisanı, halk edebiyatı, halk ahlakı, halk hukuku, halk iktisadiyatı, halk teşkilatı vardır. Bu hadisenin sebebi Türklerin kendi müesseselerini yükseltmek suretiyle bir medeniyet ibda etmek yolunda gitmeyip yabancı milletlerin müesseselerini itina ve onlardan yapma bir medeniyet terkip etmeleridir.

Burada İttihat ve Terakkicilerin popülizminin geliştirmiş olduğu halk kavramı aslında *köylü halkına* denk gelmektedir (İlgazi, 2002, s. 161; Toprak, 1992, s. 56; Altan, 2005, ss. 548-549). İttihat ve Terakkicilerin sıradan (köylü) halka doğru hareketinin siyasal uzantısını CHP'nin *Halkçılık* ilkesinde vücut bulan popülizmde gözlemlemekteyiz. Tek parti dönemi CHP halkçılığında halk, kanunlar karşısında eşit, sınıf çatışmalarından ve ayrışmalarından muaf, egemen Türk milletidir. Fakat köylü halkının terakkisi (ilerlemesi), ittihadı (türdeş birliği) ve muasırlaşması (çağdaşlaşması) için güçlü ve laik asker-bürokratik aydınlar, halkı halkevleri, halkodaları ve köy enstitüleri aracılığıyla terbiye etmeli ve aydınlatmalıydı (Karaömerlioğlu, 2001, s. 283; Toprak, 2002, ss. 57-58; Çavdar, 1983, ss. 879, 883).

Özellikle Kurtuluş Savaşı döneminde şekillenen hâkimiyet-i milliye düşüncesinin temeli esasen halkçı aydınlara ve İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin ideolojik görüşlerine dayanır. O dönem için Sultan, Bab-ı Ali bürokrasisi ve dış (işgalci) güçler zamanın elitleri olarak kabul edilmişti. Türkiye Büyük Millet Meclisi kürsüsünün ardında bugünün Türkçesi ile büyük harflerle yazılmış bulunan Mustafa Kemal Atatürk'ün "*Hâkimiyet bila kayd-u şart milletindir*" sözü yine o zamanın halkçı ruhunu temsil eder. CHP'nin altı oku, 1937

anayasa değişikliği ile benimsenmiş ve halkçılık en üst kanunda temsil edilmeye başlanmıştı. 1923'te çıktığı yurt gezisi sırasında Mustafa Kemal Atatürk, saltanat düzenini eleştirirken milli iradeye de şu sözlerle vurgu yapmıştı (Önder, 1972, s. 62):

Geçen ve tarihe karışan tarzı idarenin son zamandaki ismi ve şekli, meşrutiyet idaresi idi. Veya “saltanat” idi ve daha evvelki ismi de mutlakiyet idi. Yalnız beş altı yüz sene değil, bütün Türk tarihini karıştırdığımız her zamanda memleketi harabeye sevkeden ve milleti, hiçbir zaman kendi saadetiyle iştigale müsaade etmeyen serseri bir irade idi ve o irade tesis ettiği devletleri tarihe tevdi etmek mecburiyet ve mahkûmiyetinde kalmıştır. Halbuki bugünkü tarzı idare ki milletin hakimiyetini bila kayduşart kendi uhdesinde bulunduruyor. Milletin mukadderatını doğrudan doğruya şunun bunun elinde değil, kendi elinde tutuyor.

Yine başka bir konuşmasında Mustafa Kemal Atatürk, “bizim nokta-i nazarımız – ki halkçılıktır – kuvvetin, kudretin, hâkimiyetin, idarenin doğrudan doğruya halka verilmesidir, halkın elinde bulundurulmasıdır. Yine şüphe yok ki, bu dünyanın en kuvvetli bir esası, prensibidir” diyerek halka ve halk iradesine verdiği önemi ifade etmiştir (Toprak, 2013, s. 405).

Zaman içinde kaçınılmaz olarak Türkiye'nin elitleri haline gelen CHP'nin Halkçılık ilkesi *halka rağmen halk için* düşüncesini tasavvur ediyordu (Sunar, 1983, s. 2077; Köker, 2007, s. 138). Karaömerlioğlu'na (2009, ss. 282-283) göre Tek Parti döneminde *halka rağmen halk için* düşüncesinin temelinde köylü nüfusun Milli Mücadele'de pasif kalması yatmaktadır. Bu sebeple Cumhuriyet'in kurucuları ve dönemin önde gelenleri kendilerini kültürel olarak toplumdan bağımsız görürken, halkçılığı da toplumu dönüştürmek için bir enstrüman olarak düşünmüşlerdir. Halkçılık, Cumhuriyet'in yeni elitleri için halkın isteklerinden bağımsız olarak bir Batılılaşma programı haline gelmiştir.

CHP'nin modernleşme hareketinin ve icraatlarının yarattığı reaksiyon ise Türkiye'deki merkez sağ ve İslamcı sağ siyasi hareketinin popülizmine ön ayak olacak, “Kemalist aydın-elit” karşıtlığına, dışlanmış, ezilmiş köylü halk tasavvuruna ve anayasal demokrasiye duyulan şüphecilğe alan açacaktı. Öyle ki, Şerif Mardin'e göre (1973, s. 185), Demokrat Parti'nin (DP) iktidara gelmesi ile CHP ve DP arasındaki çekişme “gerçek popülistler” ve “bürokratlar” arasında bir mücadele olarak görülmeye başlanacaktı.

Türkiye'de merkez-sağ popülizmin asıl başlatıcısı Adnan Menderes liderliğindeki DP olarak kabul edilmiştir (Sunar, 1983, ss. 2079-2080; Sunar, 1990, ss. 749-750). “Yeter Söz Milletindir!” sloganıyla 1950 genel seçimlerini kazanan DP hem Türkiye'de çok partili hayata geçişi hem de sağ popülizmin sözcülüğünü başlatmıştır. DP lideri Menderes'e göre Cumhuriyet devrimlerinin asıl muhafızı Türk milletidir. Buna karşın “Kemalist elit,” CHP ve İstanbul aydınları halkı gerici ve zapt altında tutulması gereken bir cemiyet olarak görmektedir:

Bu memlekette irtica vardır demek sizlerin kütle halinde geri fikirde mutaassıp ve kara cehaletin pençesi altında bulunduğunuzu; ileriye doğru değil, bilakis Ortaçağ karanlıklarına müteveccih olduğunuzu iddia etmektir. Muhalefet çevrelerinin zihinlere salmak istediği korkuya bakılacak olursa, Türk cemiyeti her an dini bir irtica hareketine derhal geçmeye müheyya bulunan, fakat silah ve süngü tehdidi altında ancak zapt olunabilen geri bir cemiyettir. Bu, Türk cemiyetine hakaret etmektir... Muhalefete göre, bu memlekette bir avuç insan vardır. Bu münevverler ileri hamleler taraftarı ve inkılapçı insanlardır. Buna mukabil bütün sizler mutaassıpsınız, ileri hareket ve hamlelerin düşmanısınız (Ahmad, 1996, s. 367; Özkan, 2004, s. 43).

Yine 1954 yılındaki bir başka konuşmasında Menderes, CHP'li elitlerin DP iktidarını sürekli tehdit ettiğini belirtirken aslında CHP'nin azınlığın çoğunluk üzerinde tahakküm kurmak istediğini ileri sürmüştür. Menderes'e göre bu seçkinler demokrasiye inanmamakta, küçük bir azınlık olarak kendilerini milli iradenin üstünde görmektedirler (Neziroğlu ve Yılmaz, 2014a, s. 463).

Hiçbir zaman Demokrat Parti iktidarını, rızalarıyla kabul etmiş görünmemektedirler ve mütemadiyen bu memlekette bir psikoz yaratmak, ekalliyetin düşüncesini ve fikrini ekseriyete hâkim kılmak, ekseriyeti ekalliyete tâbi hale getirmek istemektedirler. Bu da, hiçbir zaman demokrasi sistemine, ekseriyet sistemine inanmamış olduklarından ileri gelmektedir. Kendilerini münevver müstebit addediyorlar ve mütemadiyen ve mütemadiyen ekalliyetin baskısı, altında memleketi idare etmek arzusunun güdülerini. Mademki rey ile iktidarı ve idareyi ele alamadık, bu defa şirretlikle iktidarı baskı altında bulundurur, iktidarı istediğimiz istikamete sevkederiz, diyorlar; Bunu politikalarının hedefi ve gayesi olarak tâyin etmişlerdir.

DP'nin başlatmış olduğu siyasal popülizmin ilk evreleri (1950-1958) “patronaj sistemine dayalı ılımlı [bir] popülizm(dir)” (Sunar, 1983, s. 2084; Baykan, 2017, ss. 168-169). Bu evrede DP kendisini seçimlerde destekleyen kasaba ve illere fabrikalar kurmakta, DP'li doktorlarla halkı ücretsiz veya düşük ücretlerle tedavi ettirmekte, orta ve büyük ölçekteki çiftçilere Marshall yardımlarının da sayesinde Ziraat Bankası kredileri sağlamak, tarımda makineleşmeyi hızlandırmakta ve kendisine yakın gazetelere ilan ve reklam gelirleri getirmektedir (Özkan, 2004, ss. 35-36, 39-40; Sunar, 1990, s. 753). Ancak, 1958'de yabancı sermayenin sınırlılığı, artan ithalat girdilerinin dış borçlanmayla karşılanması, tarımdaki yüksek devlet sübvansiyonları ve yükselen enflasyon ülkeyi ekonomik krize itmiş, nihayetinde DP'nin patronaj kaynaklarının tükenmesine neden olmuştur. Böylelikle, DP'nin başlatmış olduğu siyasal popülizm ikinci evresinde (1958-1960) “plebisiter ve otoriter [bir] popülizme” evrilmiş ve DP'nin yükselen dini ve milliyetçi referanslarına ve anayasal hak ve özgürlükleri kısıtlamalarına sebebiyet vermiştir (Sunar, 1983, s. 2084). Nihayetinde Türk Silahlı Kuvvetleri, 27 Mayıs 1960 darbesiyle, bir bakıma *halka rağmen halkçı* cumhuriyet devrimlerinden ödün veren DP popülizmine müdahale etmiştir.

DP'nin siyasal popülizmini Süleyman Demirel liderliğindeki AP miras almıştır. Süleyman Demirel'e göre AP Türk milletinin sinelerinden çıkan temiz, asil ve vakur bir partidir. Bu sebeple Türk milletinin sinelerinden çıkan diğer her şey gibi güzel ve canlıdır. En önemlisi DP'ye oy vermiş vatandaşın devamıdır ve koruyucusudur (Türk, 2017, s. 608, 612; Türk, 2018, s. 49).

AP'nin icraatları DP'nin icraatlarına büyük benzerlik göstermekteydi. Her iki parti de ülke çapında patronaj ağlarına sahipti, halkın dini duygularına seslenmekteydi ve sanayi teşviklerini ve çiftçinin sübvansiyonlarını seçim bazlı kullanmaktaydı. Yalnız, DP'nin popülizminde halk köylü ezilmiş yığınlar iken, AP'de halk, artık, devlet elitlerinin mağduriyetine uğratılmış olan (Müslüman-Türk milletinin) milli iradesidir:

Bizim için millet her şeydir. Biz millet dediğimiz zaman sınıf ve zümre ayrımı yapmadan, genç ihtiyar demeden, büyük bir bütünü, bir ve beraber bir bütünü düşünmekteyiz. Toplum içinde bütün kuvvetlerin kaynağı, bütün hakların sahibi, bütün hürriyetlerin maliki millettir. Onun üstünde bir kuvvet yoktur. İrade onundur. Hâkimiyet onundur. Onun sahip olduğu hakları, hürriyetleri tahdit etmeye yetkili bir şahıs, bir zümre, bir sınıf mevcut olabileceğine inanılmaz (Süleyman Demirel, “3. AP Büyük Kongresinde Yaptığı Konuşma”, 27.10.1966; Türk, 2018, s. 50).

Üstün irade milletin iradesidir. O irade burada tecelli eder. Türkiye’de hükümetler bu heyetin iradesiyle gelmeli, bu heyetin iradesiyle gitmelidir, diyoruz. Bunun dışında bir irade kabul etmiyoruz (Neziroğlu ve Yılmaz, 2014b, 285).

1965’ten 1971’e kadar olan AP tek parti hükümetleri döneminde halk kavramı kuramsal olarak milli iradeye dönüşmektedir ve bu aşamada dört nokta dikkatimizi çekmektedir. Birincisi, 1965-1971 yılları arasında AP iktidar partisi olsa da “askeri vesayet” devam etmektedir ve milli irade söylemi askere ve diğer bürokratik güçlere demokrasilerdeki meşruiyet kaynağını hatırlatmaktadır (Aydın ve Taşkın, 2016, s. 242-243).

İkincisi, milletin karşısında tasvir edilen elitler artık kimliği belli gerçek kişi veya kurumlar değildir. Bunun yerine AP elit tanımını ucu açık tutmuş ve milli iradenin karşısına Tek Parti Dönemi’ndeki gibi halkı cahil, gerici, hor gören zihniyetin hayali temsilcilerini koymuştur. Bu “elitist¹⁶ zihniyet” bir bakıma DP’yi 1960’da deviren, AP’yi de devirmeye çalışan darbe heveslileridir. Demirel’in aktarımına göre 1966 Senato seçimleri döneminde, Giresun’daki seçim konuşmasının hemen ertesinde kendisine bir not uzatılmış ve notta, “Menderes’i astınız, seni de asarız” ifadesi bulunuyormuş. Bu tehdit notuna karşılık Demirel, tekrardan kürsüye çıkarak “Menderes’i astınız, katil odunuz. Elinizden geleni ardınıza koymayın” karşılığını verdiğini belirtmektedir (Çavuşoğlu, 2016, s. 1044). Böylelikle, Türkiye’deki siyasal düşün hayatında elitler, halkın ve milli iradenin karşısına oturtulmuştur. Buradaki en büyük sorun, milletin tek tipleştirilmesi, fikir ayrılıklarından imtina edilmesi, kutsallaştırılması ve bu kutsallığın temsilcisi olduğunu ileri süren AP karşıtı demokratik muhalefetin de millet ve milli iradeye karşı gelen elitler olarak tasvir edilmesidir. Zira AP’nin merkez sağ pozisyonuna karşılık, tek parti iktidarı imajını *ortanın solu* fikriyle düzeltmeye çalışan muhalif CHP, AP’ye göre düşman Sovyetlerle iş birliği içerisinde (Moskovacıdır) ve *ortanın solu* [da aslında] *Moskova’nın yoludur* (Aslandaş ve Bıçakçı, 2006, s. 161).

Üçüncüsü, iktidarda olan AP popülizminde elit kavramı üstü kapalı olarak ideolojik bir tanımlamaya da gitmektedir. DP popülizminde elitler iç siyasetteki otoriter, laik, güçlü sivil-asker bürokratlar ve aydınlardır. AP’de ise elitler sadece “tek parti döneminin devamı olan sivil-asker bürokratlar ve aydınlık” değil, aynı zamanda yurtdışındaki yabancı tehditlerle ve düşmanlarla iş birliği yapan tüm solcu gruplar ve partilerdir.

Dördüncüsü, milli irade tasavvuruna göre Demirel – Çoban Sülü / Baba – ve AP milletin bir parçasıdır. Demirel bu milletin tek bir bedendeki temsilidir. Demirel’in konuşmalarında kendi kendine soru sorup cevaplaması en nihayetinde “milletin sesli düşünmesi[dir]” (Türk, 2018, s.52) ve *halkın akliselimiyle* siyasette ilk defa iletişime geçilmesidir. Bora ve Erdoğan’a (2003, ss. 635-636) göre, Türkiye siyasetinde sıkça bahsi geçen *halkın akliselimi* kavramı bir tür ortak duyu (*common sense*) veya *popüler* [bir] *bilinç*dir. Muhafazakâr popülist düşünce bu ortak duyu mazlumdur, kutludur ve kendisini gerçekleştirecek milli aydınları beklemektedir. Bu *aklıselim*, tek parti CHP iktidarının halka rağmen halkçı uygulamalarını olabildiğince geçiştirmeye çalışmıştır. Demirel’in Isparta ağzını da kullanarak kendi kendisine kısa, basit sorular sorup yanıtlaması aslında Demirel’in kendisini halkın yerine koyması ve *aklıselime* seslenmesinin ilk defa denendiği bir yoldur. Demirel’in halkın içinden çıkmış oluşu, ona göre CHP’nin Anadolu insanını umursamayışı ve millet ile seçkinler arasındaki ikilik kendi sözleriyle şu şekilde ifade edilmiştir:¹⁷

¹⁶ Oxford sözlüğe göre elitizm, bir toplumun veya sistemin elitler tarafından domine edilmesi anlamına gelmektedir (Yazarlar tarafından çevrilmiştir). <https://www.lexico.com/definition/elitism>

¹⁷ Süleyman Demirel belgeseli olan İslamköy’den Çankaya’ya için, bkz. https://www.youtube.com/watch?v=-8q1sw2_Xfg

İnsan karanlıkta oturabilir ama aç oturamaz. Onun içindir ki benim içinden geldiğim Anadolu köyü ve köylüsü, bilhassa 30’lu 40’lı yılları söylemek istiyorum, hem karanlıktaydı hem de mahsul olmadığı zaman hayvanı da açtı kendisi de açtı. Biz o ıstırapın içinde yetiştik. Biz yoksulluğun, fukaralığın ne olduğunu biliriz. Bunu ortadan kaldırmanın ne olduğunu da biliriz. Biz, henüz tanesi dolmadan kurumuş başakların arkasından geldik. Bu başaklar kurumamalıydı. Ona su lazımdı. Ve bizim kavgamız bozkırla yeşilin kavgasıydı. Bozkırı, yeşile çevirmeliydik.

1960’lar ve 1970’lerde, Demirel ve AP’nin DP’den devraldığı merkez sağcı popülizmin karşısında iki farklı popülist ideoloji bulunmaktaydı. Bunlardan ilki CHP içerisinde İsmet İnönü’nün fikirsel kurucusu olduğu *Ortanın Solu* fikri ve bu fikrin sol popülist yürütücüsü Bülent Ecevit’tir. Ecevit’in ortanın solu popülizmine göre halk adaletsizliğe, yoksulluğa, baskıya ve sosyal adaletsizliğe mahkûm edilmiş köylü, işçi ve gece konu sakini kitlelerden oluşan bir ezilenler bütünüdür (Aslandaş ve Bıçakçı, 2006, s. 183). Bu bakımdan Ecevit’in zihnindeki halk ve elit ayrışımı *ezilenler* ile *ezenler* arasındadır. Ecevit kendi sözleri ile halk ile halka ait olmayanları, yani elitleri, şu şekilde anlatmıştır (Ecevit (2008), ss. 1-2):

Toplumda kendilerini imtiyazlı gören, kendilerinde bazı imtiyazlar, herkesin yararlanamayacağı bazı olanaklar bulunması gerektiğini düşünen veya öyle olanakları elde etmiş olan ve bu olanaklardan yararlanarak emeğin artı değerinden dengesiz pay alabilen veya demokrasinin eşitlik ilkesinin ötesinde bir güç edinebilen, toplum yönetimine ağırlığını aşırı ölçüde koyabilen kimseler halk kavramının dışında görülebilir.

Halk, daha çok bedensel veya düşünsel emeğiyle yaşamını kazanmak durumunda olan ve tek başına sahip olduğu olanaklarla topluma ve devlet yönetimine yeterince ağırlığını koyma olanağını bulamayan insanların toplamıdır, diyebilirim.

1973 genel seçimleri öncesinde Sivas’ın Yıldızeli ilçesinde seçim gezisindeyken, yaşlı bir kadının Ecevit’i “Karaoğlan” olarak çağırması Ecevit’e kendi halkçı lakabını kazandırmış ve CHP’yi de “halkın içinden gelen, içinden gelmese bile halkı küçümsemeyen” bir partiye dönüştürmüştür (Esmer, 2008, ss. 80, 82). Burada şunu belirtmek gerekir ki, Ecevit’in popülizminin hedefi sadece merkez sağcı AP değildir. Ecevit için DP ve AP’nin yükselişine sebebiyet veren en önemli etkenlerden biri “halkı anlamayan özentici ve aktarmacı, sahte solcu aydınlar[dır]” ve bunların karşısında halka saygı duyan ve halkla bütünleşik gerçek solcular gereklidir (Erdoğan, 1998, ss. 29-30; Yetkin, 2010, ss. 66). Fakat merkez sağcı DP ve AP’nin aksine, merkez solcu Ecevit ve CHP’sinin popülizminde milli irade tahayyülü hor görülmuş, dışlanmış halkın siyasal güçlenmesi olarak değil, ekonomik kalkınması olarak tasarlanmıştır. Bu bağlamda, ortanın solu fikri işçilere, köylülere ve gecekonduculara sosyal adaleti ve eşitliği getirmeyi amaçlamaktaydı (Esmer, 2008, ss. 70, 78). Mesela, Ecevit CHP’sinin köy-kent projesi ülkede tarımsal verimliliğin artmasını, köylüye şehirleşmenin getirdiği ulaşım, iletişim ve sosyal hizmetlerinin ulaştırılmasını ve tarıma dayalı küçük ve orta boy sanayileşmenin geliştirilmesini hedefleyen sade bir ekonomik kalkınma önermesi değildi (Aydın ve Taşkın, 2016, s. 247). Bu aynı zamanda, tek parti iktidarı döneminde CHP’nin *halka rağmen halk için* hareketinin artık *halkla beraber halk içinci* bir karakter kazanmasıydı (Toprak, 1992, s. 58).

Demirel ve AP’nin DP’den devraldığı merkez sağcı popülizmin karşısında kalan ikinci popülist ideoloji ise Necmettin Erbakan liderliğindeki *Milli Görüş* hareketidir (Aytaç ve Elçi, 2019, s. 93). Öncelikle, Erbakan’ın fikir dünyasında halk değil, millet kavramı vardır ve bu millet sadece Türkleri değil, aynı inanç etrafında

bütünlenmiş Müslüman ümmetini içermektedir (Aslandaş ve Bıçakçı, 2006, s. 154). Bu bakımdan, Erbakan'ın *Milli Görüş*'ünde İslam milletinin adil düzen arayışı içerisinde karşısında durduğu "statükonun elitleri" kapitalist, Siyonist Batı devletleri (ABD, İsrail ve Avrupa Ortak Pazarı) ve bu devletlerin ülkemizdeki iş birlikçisi AP ve CHP'dir (bkz. Kamrava, 1998, ss. 288-289; White, 2007). Öncelikle, Erbakan için ülkenin sanayileşmesi bir savaş, var olma veya yok olma meselesiydi. Türkiye bu iktisadi savaşı "dış güçlere" ve "bir takım Siyonist lobiler[e]" karşı vermektedir (Türk, 2018). Böylesi bir şemada da Erbakan için AP ve CHP *taklitçi* [birer] *ikizlerdi*. AP ve CHP "sığ, anlayışsız, kopya işi" ile batılılaşmayı hedeflemekteydi ve bu gayede ülkeyi dışa bağımlı, işsizliği, baskıcı rejimi, borçları artmış, bölünmüş ve dış güçlerin sömürüsüne açılmış hale getirmişlerdi (Türk, 2018, s. 135).

Erbakan bu elit tanımını sıradan vatandaşa en basit ve en ulaşılabilir yollarla aktarabilmekteydi. Örneğin, Erbakan'ın Sultanahmet Meydanı mitinglerinden birinde dağıttığı *Taklitçi İkizlerin Parası*¹⁸ oyuncak para figürüne baktığımızda şunları görmekteyiz: paranın sağ tarafında sağ gözü bantlı CHP'li Ecevit, sol tarafında sol gözü bantlı AP'li Demirel vardır. Paranın ortasında (Ecevit ve Demirel için) *ikisi de materyalist, batıya bağlı, taklitçi, vergiyi fakirden alır, krediyi zengine verir, ortak pazarcı, montajcı ve gazozcu* denir. Paranın sağ üst ve sol altında *IMF siyonu* yazar ve orta alt kısmında Siyonizm'in fikirsel kurucusu *Teodor Hezl* adı ve imzası ve II. Abdülhamit'ten Filistin topraklarını satın almayı talep eden İtalyan Hahambaşı *Emanuel Karaso* adı ve imzası yer alır. Ayrıca, Demirel'in merkez sağcı popülizmi gibi, Erbakan'ın İslamcı popülizmi de sol ideolojinin karşısında durmaktadır. Fakat Erbakan için sadece CHP değil, AP de materyalist olduğu için soldur ve Demirel de "süratle komünizme giden bir zihniyet treninin içine oturmuş, komünizme giderken ben komünizme karşıyım şarkısını söyleyen gafil [bir] adam[dır]" (Türk, 2018, s. 138).

1980'ler ve 1990'larda ise Türkiye, ANAP lideri Turgut Özal'ın faydacı siyasal popülizmiyle tanışacaktı. Ancak, Özal'ın popülizmi ile ilgili tartışmalar mevcut olsa da (Taşkın, 2012), bazı çalışmalar Özal'ın kısmi olarak otoriter, kısmi olarak da muhafazakâr bir popülizmi olduğuna değinir (bkz. Yıldız, 2018, ss. 42-54). Demirel gibi Özal'ın halk kavramı da Müslüman-Türk halkıydı fakat Özal'ın fikir dünyası otoriter, milliyetçi-muhafazakâr bir popülizmi barındırmaktaydı (Bora ve Erdoğan, 2003, ss. 644). Özal'ın otoriter popülizminin payandası elit karşıtlığı ve bununla paralellik gösteren temsili demokrasi karşıtlığıdır (ya da doğrudan demokrasi taraftarlığıdır). Özal için elitler ülkeyi derin bir anarşiye, kaosa, yoksulluğa ve yokluğa iten 12 Eylül 1980 darbesinin yasaklı eski siyasetçileridir. Bu elitler Süleyman Demirel, Necmettin Erbakan, Bülent Ecevit ve Alparslan Türkeş'dir. Özal hem bu elitler hem de ordu ile angaje olurken referandumlara sıklıkla başvurmuş ve temsili demokrasi organlarının yetki ve denetimini es geçmeye çalışmıştır. Bu durumun ilki, ordunun siyasi yasakları Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde (TBMM) çözmekten yana olmasına karşın, Özal'ın bu sorunu 1987 yılındaki referandum ile çözmek istemesinde görülmüştür (Ahmad, 1995, ss. 274). Yine, 1989 yerel seçimlerini 1 yıl erkene çekmek için gerçekleştirilen 25 Eylül 1988 referandumu da halka doğrudan, referandumla gitme yönelimine başka bir örnektir. Ayrıca, Özal'ın Kanun Hükmünde Kararnamelerle (KHK'larla) meclisi pas geçerek karar almayı seçmesi ve meclis denetimini dışlaması otoriter popülizmini kemikleştirmiştir (Yıldız, 2018, ss. 43-44). Özal'a göre elitlerin karşısında *halkın akliselimini* sadece ve sadece kendisi gerçekleştirebilirdi ve bunun için de halka doğrudan, referandumla gitmek gerekirdi:

Bugün televizyonlarda boy gösterenler 1970-1980 arasında iktidarda olanlardır. Hiç farklı değildir. Vergi kanunu çıkarmadılar. Sonunda ülke 1979'da yokluklar içinde kaldı. O zaman bunu değiştirmek için Özal geldi. Ama bugün aynı hataya düşerseniz, aynı yanlışı yaparsanız beş tane Özal da gelse kurtaramaz. Ama benim vatandaşım akıllıdır kimin ne yaptığını bilir. Bunlar mı karşımızda olanlar? Bu eski siyasilere hiç önem vermiyoruz. Onların hesabını millet görecektir zaten.

¹⁸ Bkz. <https://www.pingudumuzayede.com/urun/831610/taklitci-ikizlerin-pa>

Önümüzde iki konuşma daha var. Bunları çok iyi dinleyin. Çok önemli şeyler söyleyeceğim. Bu sokaklar neydi? Hâkimiyet kayıtsız şartsız milletindir dediğimiz zaman, bunu yapıyor muyuz? Bunları yapmamız için ne lazım, onları söyleyeceğim. Bunlar ezeli muhaliftir. İktidarı görmezler. Bir insanın yüzünde meymenet yoksa kesin SHP’lidir... Benim eski patron [Süleyman Demirel] bangır bangır bağırıyor. Ona sormak lazım. Hükümetteyken bu milleti 70 sente muhtaç etmediniz mi?... Bu millet bunların elinden dokuz sene az mı çekti. 21. Asırda Türkiye, Avrupa ülkesi gibi olacak. Bu mu memleketi kötü idare etmek? Yoksa eski devirler mi? (Milliyet, 24.03.1989; Yetkin, 2010, s. 74)

Fakat *halkın akliselimini* gerçekleştirmek isteyen Özal’ın kendisini halktan birisi olarak da göstermesi gerekmektedir. Bu aşamada da İslam temelli muhafazakâr popülizmi görmekteyiz. Özal’ın muhafazakâr popülizminde elitler “laik Kemalist bürokrasidir.” Özal Çankaya Köşkü’nde Cuma namazlarını kılarak, Ramazan aylarında iftar davetleri vererek, Diyanet İşleri Başkanı’nın protokoldeki yerini yükselterek, Menzil Şeyhi’nin sürgününün sonlandırılmasını talep ederek, Balkanlar ve Türki Cumhuriyetlerdeki ziyaretlerinde Cuma namazı kıлып, cami ve türbe ziyaret ederek, başı örtülü annesi (Hafize Özal’la) Doğu ve Güney Doğu gezilerine çıkarak hem muhafazakâr halktan biri görünümü çizmektedir hem de “Kemalist bürokrasinin” siyasetten dışladığı dinci kesimleri siyasete yönlendirmektedir (Yıldız, 2018, ss. 52-54).

Kamrava’ya (1998, s. 279) göre Türkiye’deki siyasal yapı her dönemde popülist bir partinin çıkmasına ve güçlenmesine olanak sağlayacak doğadadır. Çünkü Türkiye’de parti siyaseti her zaman bir elit olgusu olmuştur. Siyaset alanı sürekli milli güvenlik vb. gerekçelerle kısıtlanırken sistem de belli aktörleri dışlamıştır. Bu sebeple demokratik hoşgörülü siyasal kültür hiçbir zaman gerçek anlamda yeşerememiştir. Bu bağlamda, eski Refah Partili (RP) İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ve AK Parti 2000’lerin popülizmine yön vermiştir.

1999 yılında okuduğu bir şiir dolayısıyla 10 ay hapse mahkûm edilen Erdoğan hem mevcut siyaset alanının hem de eski partisi RP’nin dışında bırakılmış bir siyasal figürdü. Burada, “siyasal statükonun” Erdoğan’ı dışlaması Erdoğan’a kendi mağduriyetinin aslında milletin yıllardır süregelen mağduriyeti olduğunu söylemesine imkân vermiştir:

Benim hikâyem kişisel hikâye olmaktan çıkmıştır. Artık bu hikâye milletin hikâyesidir. Millet durdurulabilir mi? Şimdi 3 Kasım daha da bir önem kazanmış durumda. Ya millet kazanacak, iktidar olacak. Ya da millete tepeden bakan, Anadolu’ya yabancı baskıcı ve dayatmacı azınlık bir grubun saltanatı devam edecek. Karar verme yetkisi milletindir ve yeter karar milletindir (Erdoğan, 25.10.2002¹⁹).

Menderes (DP) ve Demirel (AP)’de laik, güçlü, otoriter sivil-asker bürokrasinin merkezine karşı birleşen popülist ideolojinin benzerini Erdoğan’da da (AK Parti’de de) gözlemlemekteyiz (Aytaç ve Elçi, 2019). Yine Demirel ve Özal örneklerinde olduğu gibi Erdoğan’da da sürekli millete, milli iradeye ve halkın akliselimine referanslar vardır (Akman, 2010, ss. 8-9). 2007’deki 367 krizi, Cumhuriyet Mitingleri ve e-muhtırası ile 2008’deki AK Parti kapatma davası örnekleri milli iradenin yegâne temsilcisinin sadece Erdoğan-AK Parti olduğu ve bu iradeyi korumanın en güvenli yolunun da erken seçimlerle (2015) ve referandumlarla (2007, 2010, 2017) doğrudan millete gitmek olduğu yönelimini pekiştirmiştir:

¹⁹ Bkz. <https://www.yenisafak.com/arsiv/2002/ekim/25/politika.html>

Bunlar şimdi şu parlamentonun içinde seçime tahammül edemiyor. “Hadi millete gidelim,” ona da tahammül edemiyor. Ne istiyorsunuz arkadaş, ne istiyorsun? Yan yana koyuyoruz olmuyor, alt alta koyuyoruz, olmuyor. Ne istiyorsunuz yahu? Şunu söyleyin: Bana göre, bunlar demokrasiyi hazmedebilmiş değiller. Ve şu anda bunlar, demokrasiyi hazmedememenin maalesef, istikametini bu noktada belirleyememenin şaşkınlığı içindeler... Çok açık anlaşılmaktadır ki asıl tahammül edilemeyen milli iradedir, milletin söz sahibi olmasıdır. Çok partili hayata geçildiğinde o zaman “yeter söz milletindir” diyenler, bu ülkede gümbür gümbür iktidara gelmişti Menderes ile birlikte. Şimdi biz 3 Kasım’da ne dedik hatırlayın. Önce “yeter söz milletindir” süreci başlamıştı, şimdi “yeter karar milletindir” dedik ve yola böyle devam ettik. Şimdi bunu söylüyoruz; yeter, karar milletindir... Millete gideceğiz. Cumhurbaşkanlığında da genel milletvekilliği seçimlerinde de... (Erdoğan, 16.05.2007²⁰)

Burada, 2010 yılını kırılım olarak görmekteyiz. Bu kırılıma göre de hem Erdoğan’ın milli iradenin karşısına yerleştirdiği elit tanımının değiştiğini ve hem de popülizminin daha otoriterleştiğini gözlemlemekteyiz. 2010 referandumunu ile beraber yargının bağımsızlığı ve Balyoz ve Ergenekon davaları ile de ordunun sivil siyasetteki vesayeti gittikçe zayıflamıştır (Selçuk, 2016, s. 576). Böylelikle, “ordu ve yargının vesayetinden” de bağımsız kalan AK Parti artık tam anlamıyla tek parti iktidardır. Fakat, iktidarı tamamen elinde bulunduran bir popülist parti artık kendisi statüko olduğu için kimi elit olarak tanımlar sorusu yazını çokça meşgul etmiştir. Gözlemlenen odur ki, iktidardaki popülist parti için elitler artık düşman dış güçler ve onların iç siyasetteki iş birlikçileridir.²¹ Bu yönelim 2010 sonrasında iktidarı tamamen elinde tutan Erdoğan ve AK Parti için de geçerlidir. 2011’de MİT – İmralı arasındaki Oslo görüşmelerinin basına sızdırılması, 2012 MİT krizi, 2013 Reyhanlı saldırısı ve Gezi protestoları, 17-25 Aralık 2013 süreci, 2014 MİT turları krizi, 6-8 Ekim 2014 Kobane olayları, 2015-2016 yıllarındaki terörist saldırıları ve 15 Temmuz 2016 darbe kalkışması ve saldırılarının failleri FETÖ, PKK ve DAEŞ gibi dış devletlerin desteklediği terör örgütleridir.²² Erdoğan için muhalefetteki diğer tüm siyasal aktörler ve iş dünyası bu dış güçlerin terör ağının siyasetteki ve ekonomideki diğer sacayaklarıdır ve KHK’larla, Olağan Üstü Hallerle (OHAL), eski ve yeni medya platformları aracılığıyla, müdahaleci ekonomi politikalarıyla, milletinle beraber karşı konulmalı ve mücadele edilmelidir (Aytaç ve Elçi, 2019):

CHP, İYİ Parti, HDP, Saadet ittifakının en önemli hedefi, AK Parti düşmanlığı. Teröre mesafe koymayan bu 4’lü çeteye şunu hatırlatıyorum; Er veya geç eriyeceksiniz, biteceksiniz... Millet sizin yaptıklarınızı affetmeyecek. Bu dörtlünün bırakın azami müşteregini asgari müşterekleri var mı? CHP ile HDP arasında müşterekler olabilir. Zaten CHP, PKK ve FETÖ’ye teslim edilmiş... (Erdoğan, 16.02.2019²³).

²⁰ Bkz. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogan-demokrasinin-agirligini-tasimak-bizim-icin-onurdur-6524360>

²¹ Benzer örnekler Polonya ve Macaristan’da da görülmektedir (bkz. Kreko ve ark., 2018, ss. 13).

²² Bkz. <https://www.setav.org/24-haziran-secimleri-milli-irade-ve-karsitlari/>

²³ Bkz. <https://www.takvim.com.tr/ekonomi/2019/02/16/erdogan-chp-fetoye-ve-pkky-teslim-edildi>

Sonuç olarak: Türkiye’deki Siyasi Partilerin Popülist Eğilimlerinin Karşılaştırması

Peki, neredeyse modern Türkiye siyasetinin başlangıcından günümüze kadar irdelediğimiz popülist eğilimler, yazında diğer ülkelerde görülen popülizmle ne ölçüde benzerlik ve farklılıklar göstermektedir? Öncelikle Türkiye’deki popülist ideolojilere yakından baktığımızda üç farklı koldan ilerleyen halk tanımını gözlemlemekteyiz. Bu tanımlamalardan ilki 1960-70’lerde CHP’nin benimsediği “sıradan insanlardır”. CHP için bu sıradan insanlar köylüler, işçiler ve şehirde tutunmaya çalışan gece kondu sakinleridir. Kuramsal olarak bu sıradan halk tanımı, genel popülizm yazınında, özellikle Latin Amerika’da gördüğümüz, dominant kültür tarafından ezilen, küçük görülen sıradan insanlara (*the common people*) yakın durmaktadır (bkz. Panizza, 2005). Şunu da belirtmek gerekir ki, 1950’lerin DP popülizmi ile 1960-70’lerin CHP popülizmi yazında farklı alt tipolojilere düşmektedir. DP köylü halkı temel alan popülizmle köycü popülizm (*agrarian populism*) sınıfına yakındır (alt tipolojiler için bkz. Mudde ve Kaltwasser, 2015). İkinci Dünya Savaşı’nın ertesinde Avrupa’da DP gibi köylü halkı temel alan diğer birçok köycü popülist parti ülkelerinde başat aktör olabilmüş ve sonrasının siyasal tutum ve davranışlarını değiştirebilmiştir. Bu partilerin içerisinde en dikkat çeken Fransa’daki *devlet hikmetini* özellikle mali sebeplerden dolayı eleştiren ve sömürücü entelektüellere karşı *halk[ın] çocuğu* olarak karşı duran Pierre Poujade ve Poujade Hareketi’dir.²⁴ 1960-70’lerin CHP’si ise solcu popülizmle, özellikle Latin Amerika’da görülen, sosyal-ekonomik popülizme (*socioeconomic populism*) daha yakın durmaktadır. Bu bakımdan 1960-70’ler CHP’si gibi, Latin Amerika’da da (1929 Büyük Buhranından sonra) işçi sınıfıyla beraber bütün ezilen halklara seslenen iki başat sosyoekonomik popülist parti vardır ve bunlar Arjantin’deki Juan Domingo Peron’la, Brezilya’daki Getulio Vargas’tır (bkz. Toprak, 2017, s. 3).

Türkiye’deki popülist halk tanımlamasının ikinci ve belki de en güçlü kolu ise DP, AP ve ANAP’ın takip ettiği milli irade (*national will*) ve halkın akliselimi (*common sense*) çizgisidir ve bu tanım yazında halkı egemen (*the people as sovereign*) gören görüşe denk gelmektedir (Mudde ve Kaltwasser, 2015). Popülist egemen halk tanımında halk homojen ahlaklı bir bütündür ve bu bütünün ortak duyusunun ve akliseliminin (*common sense*) gerçekleştirilmesi asıl demokrasidir. Akliselimin üstünde azınlıkları koruyan anayasal haklar ise ‘gayri-demokratik’ kurumlardır (Mudde, 2010, s. 1175). Bu popülist egemen halk tanımının öngördüğü otoriterliği Türkiye özelinde DP ve AK Parti örneklerinde görmekteyiz. Avrupa’da ise bu tanımı kullanan ve mevcut demokratik kurumları sorgulayan en bariz siyasal aktör Front National (FN)’dir (bkz. Sural, 2002, s. 147). Yine yukarıda bahsettiğimiz tarihsel gelişmeleri değerlendirdiğimizde DP popülizmi Canovan’ın (1981, s. 229), seçkin ilericilere karşı gösterilen tepkisel-tutucu popülizmine (*reactionary populism*) denk gelmekteydi (Özkan, 2004, s. 34).

Türkiye’deki popülist halk tanımlamasının üçüncü kolu ise Milli Görüş’ün lideri Erbakan’ın İslam milleti (ümme) tanımlamasıdır. Yazında bu tanıma en yakın kalan yaklaşım halkı bütün bir ulusal topluluk olarak gören (*peoples as nations*) kavramıdır (Mudde ve Kaltwasser, 2015; Canovan, 1984). Yazında ulusal topluluk olarak görülen halk Hollandalılar, Brezilyalılar, Macarlar gibi tekil ülkelerle sınırlı iken Erbakan’ın popülizminde halk sınırlar ötesi, dini bir topluluktur. Hadiz’e (2014, ss. 5-6) göre ise Endonezya, Mısır ve Türkiye gibi Müslüman ağırlıklı nüfusa sahip ülkelerde Soğuk Savaş’ın ertesinde yeni bir İslami popülizm gelişmektedir. Bu popülist akımın halkı, millet veya akliselimden ziyade, ümmettir. Endonezya’daki Adalet ve Refah Partisi ile Mısır’daki Müslüman Kardeşler bu yönelime birer örnek oluştururlar. Şunu da not etmek gerekir ki, Hadiz (2014, ss. 4-6, 10, 15-16) araştırmasında Türkiye’deki İslami popülist parti olarak Fazilet veya Saadet Partisi’ne hiç bakmazken bunun yerine AK Parti’ye odaklanmıştır. Ayrıca, AK Parti’nin İslam’a dayalı muhafazakâr ahlak tanımı vurgusuna önem atfetmektedir. Fakat Hadiz kendi geliştirmiş olduğu Yeni İslami popülizm tanımının kurucu elementi olan ümmet vurgusunu AK Parti’de görüp görmediğini tartışmamıştır. Hadiz gibi Ateş de (2017, ss. 112-113, 120-121) AKP’yi Türkiye’deki İslamcı popülist parti olarak tanımlamaktadır. Bunun arkasında AK Parti’nin popülist söyleminin İslam’a dair referanslarını

²⁴ Poujade Hareketi’nin doğuşunun iktisadi, mali ve siyasi sebepleri için bkz. Bulutoğlu, 1958, ss. 173-186.

göstermektedir. Benzer bir tanımlamayı Kırdış ve Drhimeur'da da (2016, ss. 7-9) okumaktayız. Erdoğan-AK Parti'nin söylemindeki İslam referansları *halkın akliseliminin* içerisindeki bastırılan dini duygulara seslenme olarak ifade edilebilir. Ancak, AK Parti'nin popülizmin İslamcılıkla olan ilişkisini tartışan güncel yazında ilgili çalışmalar mevcuttur (ör., Park, 2018; Yabancı ve Taleski, 2018; Yılmaz ve Bashirov, 2018).

AK Parti ise hem DP-AP çizgisi hem de Milli Görüş'ün popülizmini harmanlamış bir siyasi parti olarak karşımıza çıkmaktadır. AK Parti, sadece Türkiye'deki elitler tarafından ezilmiş ve hor görülmüş İslam milletinin değil aynı zamanda dünyanın dört bir yanında ezilen Müslümanların da sesi olduğunu iddia eden bir siyasi partidir. AK Parti'ye göre sadece sivil-asker elitler değil, uluslararası kuruluşlar, lobiler, süper güçler eşitsiz bir sömürge sistemi yaratmış ve bu sistem Müslümanları hem Türkiye'de, hem dünyada ezmektedir. AK Parti sadece Türkiye'deki seküler sistemi koruyan sivil-asker elitleri değil, aynı zamanda, örneğin, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'ndeki beş daimi üyenin hegemonyasını da "Dünya beşten büyüktür" sloganı ile eleştirmektedir (Aytaç ve Elçi, 2019, s. 99).

Son olarak, Türkiye'deki siyasal popülizmin karşı çıktığı "statüko elitlerinin" tanımı partilerin muhalefette veya iktidarda olup olmamalarına ve sağ-sol ideolojik pozisyonlarına göre değişiklik göstermektedir. Muhalefette ve iktidar olup olmamasına bakmaksızın, 1960-70'ler CHP'si gibi merkez solcu popülist bir parti için "statükonun elitleri" iç siyasetteki siyasal-ekonomik egemen sınıflardır. Diğer yandan, 1946 DP'si gibi muhalefette olan ya da 2011 öncesi AK Parti gibi iktidarda olan ama "sivil-asker bürokrasi vesayeti" altında kalan merkez sağcı partiler için de "statükonun elitleri" güçlü laik sivil asker bürokrasi, CHP, İstanbul aydınları gibi iç siyasetteki etkili aktörlerdir. Fakat, 2010 sonrası AK Parti gibi iktidarını sağlamlaştırmış popülist hükümet partileri artık statükonun temel bir aktörü olmuştur ve karşı durulacak "statüko eliti" olarak dış siyasetteki elitleri, güçlü devletleri, düşmanları ve bu güçlerin iç siyasetteki iş birlikçilerini tanımlamaktadırlar.²⁵

Ancak, bu yönelim sadece Türkiye'ye has bir gelişme değildir. Örneğin, Macaristan'daki sağcı popülist hükümet partisi Fidesz (*Fiatal Demokraták Szövetsége*) lideri Viktor Orban için elitler artık Macar milletinin egemenliğine ket vurmak isteyen Avrupa Birliği'dir (Batory, 2016, ss. 289-290). Yine, 2015-2019 arasında hükümette olan sol popülist Syriza'nın (*Synaspismós Rizospastikís Aristerás*) lideri Alexis Tsipras için de elitler Yunanlıları kontrol altına almak isteyen Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund-IMF) ve Alman Finans Bakanı Wolfgang Schäuble vb. dış aktörlerdir (Aslanidis ve Kaltwasser, 201, s. 1080). 2017 genel seçimlerinde Avusturya koalisyon hükümetinin bir parçası olan FPÖ de Almanya ve Avrupa'daki diğer hükümetler ile İsrail'i, Avusturya'nın egemenliğine müdahale etmek isteyen dış aktörler olarak tanımlamaya başlamıştır (Taggart ve Kaltwasser, 2016, s. 356)²⁶.

AK Parti ile yeni bir kimlik kazanmış olan Türkiye popülizminin gelecekte nasıl bir düşünsel evrilimden geçebileceğini kestirmek kolay değildir. İktidarını sağlamlaştıran parti sistemi içindeki rakiplerini meşruiyet sınırları dışına konumlandırarak bir yeni çerçeve geliştirerek siyasi kutuplaşmayı besleyen bu yeni popülizmin karşısına nasıl bir düşünsel rakip çıkabilir? Mevcut kutuplaşma ve siyasal rekabet şartlarında bu rakip çevrelerin bir şansı olabilir mi? Yoksa popülist partilerin karşısında ancak yine bir başka popülist akım mı gerek düşünsel gerek demokratik siyaset pratiğinde ayakta durabilir? Bu soruların cevaplarını şu an için veremiyoruz. Ancak Türkiye tecrübesi popülist geleneğin anlaşılmasında önemli ipuçları sağlamaya devam edecektir.

²⁵ Buradaki tek istisna Milli Görüş lideri Erbakan'ın İslamcı popülizminin en başından beri "statüko elitlerini" Siyonist Batı devletleri ve bu devletlerin ülke içerisindeki iş birlikçileri olarak tanımlamasıdır. Erbakan'ın İslamcı popülizminin temelinde devletlerarası bir kitle olan ümmet esas alındığı için, böylesi bir uluslararası elitler tasavvuru kuramsal olarak anlaşılabilir görünmektedir.

²⁶ Ayrıca, bkz. <https://blog.politics.ox.ac.uk/making-enemies-the-silberstein-affair-and-the-austrian-election/>; <https://www.rt.com/news/459703-germany-austria-scandal-crusade/>

Kaynakça

- Ahmad, F. (1996). *Demokrasi sürecinde Türkiye: 1945-1980*, (A. Fethi, Çev.). İstanbul: Hil Yayınevi.
- Akman, C. A. (2010, Haziran). *Beyond the ballot box: Turkish democracy under tension between idealism and populism*, Canadian Political Science Association Konferansında sunulan bildiri, Montreal, Kanada. Erişim adresi: <https://www.cpsa-acsp.ca/papers/2010/Akman.pdf>
- Albertazzi, D., ve McDonnell, D. (2008). *Introduction: The sceptre and the spectre*. D. Albertazzi, ve D. McDonnell (Ed.), *Twenty-first century populism* (s. 1-11) içinde. London: Palgrave Macmillan.
- Altan, C. (2005). Populism and Peasant Iconography: Turkish painting in the 1930s. *Middle Eastern Studies*, 41(4), 547-560. <https://doi.org/10.1080/00263200500119266>
- Aslanidis, P., ve Kaltwasser, C. R. (2016). Dealing with populists in government: the SYRIZA ANEL coalition in Greece. *Democratization*, 23(6), 1077-1091. <https://doi.org/10.1080/13510347.2016.1154842>
- Aslandaş, A. S., ve Bıçakçı B. (2006). *Popüler siyasi deyimler sözlüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ateş, K. (2017). AKP, Dinsel Popülizm ve Halk-olmayan. *Mülkiye Dergisi*, 41(1), 105-130. Erişim adresi: <https://mulkiyederigi.info/wp-content/uploads/2021/02/MD-2017411.pdf#page=112>
- Aydın, S., ve Taşkın, Y. (2016). *60'tan günümüze: Türkiye tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aytaç, S. E., ve Elçi, E. (2019), *Populism in Turkey*. D. Stockemmer (Ed.), *Populism around the World: A Comparative Perspective* (s. 89-108) içinde. Cham: Springer.
- Barr, R. R. (2009). Populists, outsiders and anti-establishment politics. *Party Politics*, 15(1), 29-48. Erişim adresi: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354068808097890>
- Başlevent, C., Kirmanoğlu, H., ve Şenatalar, B. (2005). Empirical investigation of party preferences and economic voting in Turkey. *European Journal of Political Research*, 44(4), 547-562. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2005.00238.x>
- Batory, A. (2016). Populists in government? Hungary's "system of national cooperation". *Democratization*, 23(2), 283-303. <https://doi.org/10.1080/13510347.2015.1076214>
- Baykan, T. S. (2017). Halkçılık ve Popülizm: Türkiye Vakası ve Bir Kavramın Kullanımları. *Mülkiye Dergisi*, 41(1), 157-194. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/mulkiye/issue/37214/429474>
- Berlin, I., Hofstadter, R., MacRae, D., Schapiro, L., Seton-Watson, H., Touraine, A., ... ve Worsley, P. (1968). To define populism. *Government and Opposition*, 3(2), 137-179. Erişim adresi: <http://www.jstor.org/stable/44481863>

- Bora, T., ve Erdoğan, N. (2003). "Biz Anadolu'nun bağıryanık çocukları..." *Muhafazakâr popülizm*. T. Bora, ve M. Gültekingil (Ed.), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakarlık kitabı içinde (s. 632-644), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bos, L., Schemer, C., Corbu, N., Hameleers, M., Andreadis, I., Schulz, A., ... ve Fawzi, N. (2020). The effects of populism as a social identity frame on persuasion and mobilisation: Evidence from a 15-country experiment. *European Journal of Political Research*, 59(1), 3-24. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12334>
- Bulutoğlu, K. (1958). Vergiye karşı tipik bir reaksiyon: Poujade hareketi. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 0(4), 173-197. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuamamk/issue/771/8376>
- Busby, E. C., Gubler, J. R., ve Hawkins, K. A. (2019). Framing and blame attribution in populist rhetoric. *The Journal of Politics*, 81(2), 616-630. <https://doi.org/10.1086/701832>
- Canovan, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy, *Political studies*, 47(1), 2-16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>
- Canovan, M. (1984). 'People', Politicians and Populism 1. *Government and Opposition*, 19(3), 312-327. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.1984.tb01048.x>
- Canovan, M. (1981). *Populism*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Canovan, M. (1982). Two strategies for the study of populism. *Political Studies*, 30(4), 544-552. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1982.tb00559.x>
- Çavdar T. (1983). Halkevleri. *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi* (Cilt. 4, s. 878-884). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çavuşoğlu, H. (2016). Süleyman Demirel'in Siyasal Hayatı ve Kişisel Özellikleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3). Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduibfd/issue/24697/261204>
- Ecevit, B. (2008). *Demokratik Sol*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Elchardus, M., ve Spruyt, B. (2016). Populism, persistent republicanism and declinism: An empirical analysis of populism as a thin ideology. *Government and Opposition*, 51(1), 111-133. doi:10.1017/gov.2014.27
- Elçi, E. (2019). The rise of populism in Turkey: a content analysis. *Southeast European and Black Sea Studies*, 19(3), 387-408. doi: 10.1080/14683857.2019.1656875
- Erdoğan, N. (1998). Demokratik soldan Devrimci Yol'a: 1970'lerde sol popülizm üzerine notlar. *Toplum ve Bilim*, 78, 22-37. Erişim adresi: <http://www.korotonomedy.net/kor/index.php?id=6,39,0,0,1,0>

- Erdoğan, E., ve Uyan-Semerci, P. (2020). Against all winds: the populism–nationalism axis in the rhetoric of the Nationalist Action Party. *Reflektif Journal of Social Science*, 1(1), 81-105. doi: 10.47613/reflektif.2020.4
- Esmer, G. T. (2008). Propaganda, söylem ve sloganlarla ortanın solu, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 69-85. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/20.500.12397/5369>
- Freeden, M. (1998). Is nationalism a distinct ideology?. *Political Studies*, 46(4), 748-765. doi:10.1111/1467-9248.00165
- Hadiz, V. R. (2014). A new Islamic populism and the contradictions of development. *Journal of Contemporary Asia*, 44(1), 125-143. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.832790>
- Haspolat, E. (2011). Meşruiyetin üç halkçılığı ve Kemalist halkçılığa etkileri. *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 47, 557-584. https://doi.org/10.1501/Tite_0000000336
- Hawkins, K. A. (2010). *Venezuela's Chavismo and Populism in comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hawkins, K. A., Carlin, R. E., Littvay, L., ve Kaltwasser, C. R. (Eds.). (2018). *The ideational approach to populism: Concept, theory, and analysis*. London: Routledge.
- Hervik, P. (2012). Ending tolerance as a solution to incompatibility: The Danish 'crisis of multiculturalism'. *European Journal of Cultural Studies*, 15(2), 211-225. <https://doi.org/10.1177/1367549411432024>
- Ionescu, G., ve Gellner, E. (Eds.). (1969). *Populism: its meaning and national characteristics*. New York: Macmillian.
- İlgazi, A. (2002). Atatürk'ün halkçılık anlayışının Türkiye'nin çağdaşlaşmasındaki rolü ve önemi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8, 157-176. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/musbed/issue/23508/250462>
- Kaltwasser, C. R. (2014). The responses of populism to Dahl's democratic dilemmas. *Political Studies*, 62(3), 470-487. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12038>
- Kaltwasser, C. R., ve Van Hauwaert, S. M. (2020). The populist citizen: Empirical evidence from Europe and Latin America. *European Political Science Review*, 12(1), 1-18. doi:10.1017/S1755773919000262
- Kaltwasser, C. R., Taggart, P. A., Espejo, P. O., ve Ostiguy, P. (Ed.). (2017). *The Oxford handbook of populism*. New York: Oxford University Press.
- Kamrava, M. (1998). Pseudo-democratic politics and populist possibilities: the rise and demise of Turkey's Refah party. *British Journal of Middle Eastern Studies*, 25(2), 275-301. <https://doi.org/10.1080/13530199808705669>

- Karaömerlioğlu, M. A. (2009). Tek Parti Döneminde Halkçılık. *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm*, (Cilt. 2, s. 272-283). İstanbul: İletişim.
- Karaömerlioğlu, M. A. (2001). Tek Parti Döneminde Halkevleri ve Halkçılık. *Toplum ve Bilim*, 88, 163-187. Erişim adresi: <https://psi203.cankaya.edu.tr/uploads/files/Karaomerlioglu,%20Halkcilik.PDF>
- Kirdiş, E., ve Drhimeur, A. (2016). The rise of populism? Comparing incumbent pro-Islamic parties in Turkey and Morocco. *Turkish Studies*, 17(4), 599-617. <https://doi.org/10.1080/14683849.2016.1242068>
- Köker L. (2007). *Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kreko, P., Molnar, C., Juhasz, A., Kucharczyk, J., ve Pazderski, F. (2018). *Beyond populism: Tribalism in Poland and Hungary*. Macaristan: Political Capital Institute. Erişim adresi: http://turkishpolicy.com/files/articlepdf/beyond-populism-political-tribalism-in-polandand-hungary_en_4755.pdf
- Laclau, E. (2005). *On populist reason*. London, New York: Verso.
- March, L. (2017). Left and right populism compared: The British case. *The British Journal of Politics and International Relations*, 19(2), 282-303. <https://doi.org/10.1177/1369148117701753>
- Mardin, Ş. (1973). Center-Periphery Relations: A Key to Turkish Politics? *Daedalus*, 102(1), 169-190. Erişim adresi: <http://www.jstor.org/stable/20024114>
- Moffitt, B. (2015). How to perform crisis: A model for understanding the key role of crisis in contemporary populism. *Government and Opposition*, 50(2), 189-217. <https://doi.org/10.1017/gov.2014.13>
- Moffitt, B., ve Tormey, S. (2014). Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style. *Political studies*, 62(2), 381-397. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Mosca, L., ve Tronconi, F. (2019). Beyond left and right: the eclectic populism of the Five Star Movement. *West European Politics*, 42(6), 1258-1283. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1596691>
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C. (2010). The populist radical right: A pathological normalcy. *West European Politics*, 33(6), 1167-1186. <https://doi.org/10.1080/01402382.2010.508901>
- Mudde, C., ve Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. New York: Oxford University Press.

- Mudde, C., ve Kaltwasser, C. R. (2015). Vox populi or vox masculini? Populism and gender in Northern Europe and South America. *Patterns of Prejudice*, 49(1-2), 16-36. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2015.1014197>
- Müller, J. W. (2014). The people must be extracted from within the people. *Constellations*, 21(4), 483-493. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12126>
- Neziroğlu, İ., ve Yılmaz, T. (2014a). *Başbakanlarımız ve Genel Kurul Konuşmaları: Cumhuriyet Hükümetleri Dönemi* (Cilt. 4) içinde. Ankara: TBMM Basımevi.
- Neziroğlu, İ., ve Yılmaz, T. (2014b). *Başbakanlarımız ve Genel Kurul Konuşmaları: Cumhuriyet Hükümetleri Dönemi* (Cilt. 6) içinde. Ankara: TBMM Basımevi.
- Oliver, J. E., ve Rahn, W. M. (2016). Rise of the Trumpenvolk: Populism in the 2016 Election. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 667(1), 189-206. doi:10.1177/0002716216662639
- Önder, M. (1972[1923]). İzmir yollarında: Atatürk'ün batı anadolu gezisi, 14 Ocak 1923-20 Şubat 1923. İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Öniş, Z. (2004). Turgut Özal and his economic legacy: Turkish neo-liberalism in critical perspective. *Middle Eastern Studies*, 40(4), 113-134. doi: 10.1080/00263200410001700338
- Özden, M. (2006). Türkiye'de Halkçılığın Evrimi 1908-1918, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 89-100. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/manassosyal/issue/49949/640124>
- Özkan, F. (2004). 1950'lerin Popülizm Açısından Bir İncelemesi. *Journal of Historical Studies*, 2, 32-47. Erişim adresi: https://www.academia.edu/24397949/1950lerin_Pop%C3%BClizm_A%C3%A7%C4%Is%C4%B1ndan_Bir_%C4%B0ncelemesi
- Panizza, F. (Ed.) (2005). *Populism and the Mirror of Democracy*. Londra: Verso.
- Pappas, T. S. (2016). The specterhaunting Europe: Distinguishing liberal democracy's challengers. *Journal of democracy*, 27(4), 22-36. doi:10.1353/jod.2016.0059
- Park, B. (2018). Populism and Islamism in Turkey. *Turkish Studies*, 19(2), 169-175. <https://doi.org/10.1080/14683849.2017.1407651>
- Pasquino, G. (2008). *Populism and Democracy*. D. Albertazzi, ve D. McDonnell (Ed.), Twenty first century populism (s. 15-29) içinde. Londra: Palgrave Macmillan.
- Rooduijn, M., ve Pauwels, T. (2011). Measuring populism: Comparing two methods of content analysis. *West European Politics*, 34(6), 1272-1283. <https://doi.org/10.1080/01402382.2011.616665>

- Selçuk, O. (2016). Strong presidents and weak institutions: populism in Turkey, Venezuela and Ecuador. *Southeast European and Black Sea Studies*, 16(4), 571-589. <https://doi.org/10.1080/14683857.2016.1242893>
- Spruyt, B., Keppens, G., ve Van Droogenbroeck, F. (2016). Who supports populism and what attracts people to it?. *Political Research Quarterly*, 69(2), 335-346. <https://doi.org/10.1177/1065912916639138>
- Stanley, B. (2008). The thin ideology of populism. *Journal of political ideologies*, 13(1), 95-110. doi: 10.1080/13569310701822289
- Stavrakakis, Y., ve Katsambekis, G. (2014). Left-wing populism in the European periphery: The case of SYRIZA. *Journal of Political Ideologies*, 19(2), 119-142. <https://doi.org/10.1080/13569317.2014.909266>
- Sunar, İ. (1983). *Demokrat Parti ve Popülizm*. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi (Cilt 8, s. 2076-2086) içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sunar, İ. (1990). Populism and patronage: The Demokrat Party and its legacy in Turkey. *Il Politico*, 745-757. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/43101143>
- Surel, Y. (2002). *Populism in the French party system*. Y. Meny, ve Y. Surel (Ed.), Democracies and the Populist Challenge (s. 139-154) içinde. Londra: Palgrave Macmillan.
- Taggart, P. (1995). New populist parties in Western Europe. *West European Politics*, 18(1), 34-51. <https://doi.org/10.1080/01402389508425056>
- Taggart, P., ve Kaltwasser, C. R. (2016). Dealing with populists in government: some comparative conclusions. *Democratization*, 23(2), 345-365. <https://doi.org/10.1080/13510347.2015.1076230>
- Taşkın, Y. (2022). *Populism in Turkey: Historical and contemporary patterns*. Tezcür G. M. (Ed.), The Oxford Handbook of Turkish Politics (s. 275-293) içinde. New York, US: Oxford University Press.
- Taşkın, Y. (2012). The conservative populist misrepresentation of Turgut Özal: Seeking legitimacy for the conservative elite. *International Journal of Turkish Studies*, 18(1/2), 63. Erişim adresi: <https://www.proquest.com/openview/2441484cde7f9620fc2dc31b88c39040/1?pqorigsite=gscholar&cbl=1746339>
- Tekdemir, Ö. (2021). *Left-wing populism in Turkey: The case of HDP*. Christofis N. (Ed.), The Kurds in Erdogan's "New" Turkey: Domestic and International Implications içinde (s. 111-128), New York: Routledge.
- Tindall, G. B. (1972). Populism: a semantic identity crisis. *The Virginia Quarterly Review*, 48(4), 501-518. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/26443307>
- Toprak, Z. (2017, Ocak). Janus'un iki yüzü: Popülizm ve demokrasi. *Perspektif*, 257, 32-35. Erişim adresi: <https://perspektif.eu/2017/01/01/janusun-iki-yuzu-populizm-ve-demokrasi/>

- Toprak, Z. (2013). *Türkiye'de popülizm 1908-1923*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Toprak, Z. (2002). Türkiye'de 'Narodnik' milliyetçiliği ve Halkçılık (1908-1918). H.C. Güzel, K. Çiçek ve S. Koca (Ed.), *Türkler* (Cilt 14, s. 801-806). Ankara: Yeni Türkiye Stratejik Araştırma Merkezi Yeni Türkiye Yayınları. Erişim adresi: https://www.academia.edu/22786674/T%C3%9CRK%C4%B0YEDE_NARODN%C4%B0K_M%C4%B0L_L%C4%B0YET%C3%87%C4%B0L%C4%B0C%C4%B0VE_HALK%C3%87ILIK_1908_1918
- Toprak Z. (1992). *Popülizm ve Türkiye'deki boyutları*. Üniversite Öğretim Üyeleri Derneği (Ed.), Tarih ve Toplum: Tarık Zafer Tunaya'ya Armağan kitabı içinde (s. 41-65), İstanbul: Cem Yayınevi.
- Türk, H. B. (2017). A glance at the constitutive elements of the leader-centered perspective in Turkish politics, *Turkish Studies*, 18(4), 601-623. <https://doi.org/10.1080/14683849.2017.1326824>
- Türk, H. B. (2018). *Muktedir: Türk Sağ Geleneği ve Recep Tayyip Erdoğan*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22. <https://doi.org/10.2307/422412>
- White, J. B. (2007). *Türkiye'de İslamcı kitle seferberliği*, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Yabancı, B., ve Taleski, D. (2018). Co-opting religion: How ruling populists in Turkey and Macedonia sacralise the majority. *Religion, State & Society*, 46(3), 283-304. <https://doi.org/10.1080/09637494.2017.1411088>
- Yetkin, B. (2010). *Bir siyasal iletişim tarzı olarak popülizm: Turgut Özal'ın "icraatın içinden" ve Recep Tayyip Erdoğan'ın "ulusa sesleniş" konuşmalarının karşılaştırılmalı incelemesi* (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yıldız, A. (2018). Liberalizm-muhafazakârlık sarkacında "informel" bir demokrat: Turgut Özal'dan kalan, *Muhafazakar Düşünce*, 15(55), 39-56. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/muhafazakar/issue/42797/704511>
- Yılmaz, I., ve Bashirov, G. (2018). The AKP after 15 years: emergence of Erdoganism in Turkey. *Third World Quarterly*, 39(9), 1812-1830. <https://doi.org/10.1080/01436597.2018.1447371>

Extended Abstract

Purpose

This article aims to examine how political parties in Turkey have adopted populism since the final period of the Ottoman Empire. We think this study is significant for two reasons. First, from a theoretical standpoint of populism as a thin-centered ideology (see Mudde, 2007), we want to demonstrate that populism is not restricted to a single party or ideology. We think an asymmetric understanding of populism will prevent the scholars' and policymakers' efforts to fully identify the causes and consequences of populist orientation in the Turkish society. Second, we want to reveal that the definitions of the people, the elites, and the people's will are not static in Turkish history. Such non-static definitions suggest that downplaying the evolution of Turkish populism over time and across the left-to-right ideological spectrum will prevent the scholarly comparison of populism dimensions.

Design and Methodology

We applied a theoretically informed comparative historical analysis to survey the three dimensions of populism (e.g., people-centrism, anti-elitism, and people's will) in Turkey. For this qualitative historical inquiry, we used a comprehensive set of primary sources (e.g., artwork, documentary, and speeches) and secondary source materials (e.g., books, book chapters, manuscripts, and newspaper articles) starting from the late Ottoman era to today's Turkey. Our target population comprises all political parties and leaders, starting with the first party organization ruling the country—the Committee of Union and Progress (*İttihat ve Terakki Partisi*). Our sampling of the used materials was non-random yet systematic in incorporating all the publicly available qualitative data into consideration. Therefore, the nature of our design is the historical review by tracing the evolution of the populism dimensions in the speech acts of Ottoman-Turkish politics from the first emergence to the latest development. Our goal is to place Turkish populism research in a historical context, demonstrate similarities and differences with current theoretical developments and identify future research directions. This research does not require ethics committee approval.

Findings

Starting from the late 19th-century Russian populism (*Narodism*) inspired the Ottoman intellectuals, particularly the Committee of Union and Progress members. In turn, these Ottoman intellectuals cultivated a peasant populism in Turkey (İlgazi, 2002; Toprak, 1992; Altan, 2005). The founders of the Turkish Republic later adopted the ideas of these intellectuals, and the Republican People's Party (*Cumhuriyet Halk Partisi*-CHP) embraced populism as a principle. Since then, populism has become an ingrained feature of Turkish politics, and characteristics of populism were embraced by various political parties even after the country's democratic transition.

Nonetheless, people and elites have been defined differently by Turkish left- and right-wing parties and over time. The first definition of the people comes from Turkey's center-right political tradition. These parties, such as the Democratic Party (*Demokrat Parti*-DP) and the Justice Party (*Adalet Partisi*-AP), placed a strong emphasis on the people's will and common sense, defining "the people as sovereigns." The second definition is "common people," which CHP adopted in the 1970s, especially after Bülent Ecevit was elected as the party's

chairman. The CHP's "common people" were the ones whom the economic elites had oppressed. Finally, the *Milli Görüş* (National Outlook) parties, led by Necmettin Erbakan, adopted the view of the Islam nation, which corresponds to the "people as nations" conceptualization in the literature, treating the people as a community (Canovan, 1984).

The AK Party has recently developed a new type of populism by combining the perspectives of center-right parties with *Milli Görüş* ideology. For its supporters, the AK Party is the savior of Turkey's authentic people and all oppressed Muslim people worldwide. For the AKP, while civil-military bureaucratic elites in Turkey hijacked the people's will, international institutions, lobbies, and great powers oppressed Muslim people worldwide through unjust political and economic systems (Aytaç & Elçi, 2019).

In Turkey, besides the undemocratic exclusion, the definition of elites is also influenced by whether parties are in power and where they fall on the ideological left-right spectrum. According to the CHP of the 1970s, the elites were the economically dominant classes who had exploited the people's labor. On the other hand, according to center-right parties such as DP and AK Party (until 2010), civil-military bureaucracy consists of the elites who influence daily politics and obstruct people's will. Foreign powers, terrorist organizations, and their domestic collaborators have emerged as new elites and enemies of the people, particularly since 2010 as the AK Party has become dominant in Turkey and limited the influence of civil-military elites. Based on our reading of the existing research, similar patterns can be seen in Hungary (Batory, 2016) and Greece (Aslanidis, & Kaltwasser, 2016), both have had populist governments.

Research Limitations

The main limitation of this historical review is that the in-depth evolution of populism dimensions in Turkey cannot be supplemented with descriptive and inferential statistics thoroughly in the same study. Even though we provide some qualitative evidence regarding the types of populism in Turkey, we still lack systematic research on how the degree of populism changes over time among various political figures when pre-specified and standardized measures of populism are tested in the elite profiles' speeches. Nevertheless, we believe that our qualitative historical analysis can deliver reference points for further populism studies.

Implications (Theoretical, Practical, and Social)

We suggest two key observable implications of our study. First, the historical pervasiveness of populism dimensions across the ideological left-right spectrum posits that when political elites problematize real or perceived socio-economic and political crises, a populist turn at the population level may occur, which will not be limited to one party or belief system. As a result, some benevolent policies may lead to an overarching populism combining the historical leftist and rightist understandings of people (oppressed working classes and devout Muslims) and elites (authoritarian-exclusionary state officials and foreign governments and lobbies) in the same pot. Second, Turkish political elites' contest to win the definition of the people, the elites, and the general will picture a flexible endurance of populism outside the usual West European contexts. Hence, we believe that the Turkish experience provides new ideas for understanding populism dimensions in non-Western contexts and enriches the literature on the timeline of populist orientation's evolution there.

Originality/Value / Özgün Değer

Our historical study extends prior work on populism in Turkey. First of all, we conduct the first comprehensive study examining the rise of populism in Ottoman-Turkish political figures' speeches throughout history. Previous work's scope focuses on a specific era, leader, or political parties such as Adnan Menderes, Turgut Özal, Bülent Ecevit, or Recep Tayyip Erdoğan. Our research shows that populism in Turkey has a long history in Turkey, stemming from the ideas of late-nineteenth-century Ottoman-Turkish intellectuals and those other leaders, such as Süleyman Demirel and Necmettin Erbakan, using populism to varying degrees. Secondly, our study is the first to consider the alignment between and evolution of the three critical dimensions of populism (e.g., people-centrism, anti-elitism, and people's will) from a historical perspective. Finally, our study is the first to include this in-depth theoretical focus on Turkish populism in a multi-national setting to lay the ground for future comparative historical and political behavior research on populism.

Araştırmacı Katkısı: Ali ÇARKOĞLU (%25), Ezgi ELÇİ (%25), Fatih EROL (%25), Cansu PAKSOY (%25).

Ankara Yapılarında Bacini Uygulamaları ¹

Yunus Emre KARASU²

Başvuru Tarihi: 26.12.2021

Kabul Tarihi: 16.03.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Seramikler günlük hayatı ve toplumların sosyo-ekonomik yapılarını yansıtmaları açısından önemli bir yere sahiptir. Aynı zamanda kültürel ve dönemsel olarak farklı form, bezeme ve kompozisyon özelliklerini yansıtmaktadır. Günlük yaşamın vazgeçilmez öğelerinden biri olan seramikler süs eşyası olarak da kullanılabilir. Ustaca yapılmış oldukça kaliteli ve yoğun bezemeli seramiklerin ağırlıklı olarak süs eşyası olarak kullanıldığı ve ticaretinin yapıldığı bilinmektedir. Ticaret aracılığıyla toplumların sosyo-kültürel etkileşiminde oldukça büyük etkisi olan seramiklerin mimari yapılarda da kullanıldığı görülmektedir. “Bacini” olarak tanımlanan mimari yapılarda seramik kullanımının ne zaman ve nerede ortaya çıktığı kesin olarak bilinmemektedir. Genellikle taş, tuğla ve alçı malzemeli yüzeye gömülen seramikler çeşitlilik göstermektedir. Anadolu ve Avrupa yapılarında görülen bacinilerin geniş bir dönem aralığında kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ankara’da bulunan çok sayıda yapıda da bacini kullanımı görülmektedir. Ankara yapılarında mihrap başta olmak üzere giriş kapısı ve beden duvarlarında örneklerine rastlanmaktadır. Çalışmamızda bacinilerin Ankara örneklerindeki kullanım amacı ve şekli, yapıların hangi kısımlarında tercih edildiği ve seramik özelliklerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ankara, Beylikler, Seramik, Bacini

Atıf: Karasu, Y. E. (2022). Ankara yapılarında Bacini uygulamaları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 349-384.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Bitlis Eren Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, yekarasu@beu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9604-6510

Bacini Applications in Ankara Buildings

Yunus Emre KARASU³

Submitted by: 26.12.2021

Accepted by: 16.03.2022

Article Type: Research Article

Abstract

Ceramics have an important place in terms of reflecting daily life and socio-economic structures of societies. At the same time, it reflects culturally and periodically different form, decoration and composition features. Ceramics, one of the indispensable elements of daily life, can also be used as ornaments. It is known that skillfully made high quality and densely decorated ceramics are mainly used as ornaments and traded. It is seen that ceramics, which have a great impact on the socio-cultural interaction of societies through trade, are also used in architectural structures. It is not known exactly when and where the use of ceramics in architectural structures defined as "Bacini" emerged. Ceramics, which are usually embedded in stone and stucco materials, show diversity. It is understood that the bacinis seen in Anatolian and European buildings were used in a wide range of periods. Bacini is also used in many buildings in Ankara. In Ankara buildings, examples are found especially on the mihrab, the entrance door and the main walls. In our study, it is aimed to determine the purpose and form of use of bacini in Ankara samples, in which parts of the structures they are preferred and to determine the ceramic properties.

Keywords: Ankara, Beyliks, Ceramic, Baccini

³ Bitlis Eren University, Faculty of Arts and Sciences, Art History Department, yekarasu@beu.edu.tr, ORCID: 0000- 0001-9604-6510

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca toplumların temel ihtiyaçlarından biri olan yemek yeme ile özdeşleşen seramiklerin yaygın şekilde kullanıldığı görülmektedir. Toplumların yemek kültürünü, sosyo-ekonomik yapısını yansıtan ve kültürel bir etkileşim aracı olan seramikler çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Temelde besinlerin tüketilmesinde bir araç olarak kullanılan seramiklerin zaman içerisinde bu fonksiyonu dışında süs eşyası olarak da kullanıldığı anlaşılmaktadır. Özellikle bezeme ve kompozisyon bakımından oldukça kaliteli olan örneklerin ticaretinin yapıldığı, devletlerin ve bölgelerin yönetici gibi önemli kişilerine hediye olarak götürüldüğü ve oldukça değerli hediyeler olduğu bilinmektedir. Belli merkezlerde ya da ticari amaçla farklı bölgelerde üretilen süs eşyası niteliğindeki seramiklerin mimari yapılarda da kullanıldığı görülmektedir. “Bacini” olarak isimlendirilen mimari yapılarda seramik kullanımının Anadolu ve İtalya başta olmak üzere Avrupa’nın çeşitli bölgelerinde sıklıkla ve geniş bir dönem aralığında kullanıldığı anlaşılmaktadır.

İtalyanca “Bacini” kelime anlamı olarak havza, leğen, küvet, havuzcuk, saksı gibi anlamlara sahip olmakla birlikte mimari yapılarda kullanılan kase, tabak, çanak gibi farklı formlara sahip seramiklere verilen isimdir. (Yılmaz, 1985, s.48; Parıgı, 2015, s.757) Bacini kullanımının tüccarlar ya da haclı seferinden dönen kişiler tarafından kiliseye sunulan hediyelerin sergilenmek istenmesinin bir sonucu olabileceği düşünülmektedir. (Gelichi, 1978, s.46) Bacininin sadece Müslümanlara karşı askeri üstünlüğü değil aynı zamanda barışçıl ticareti de yansıttığı belirtilmektedir. (Mathews, 2014, s.6, 23)

Yapıların dış yüzeyinde daha yoğun kullanılan bacinilerin en erken örneklerinin 10-11.yüzyıl Bizans ve Bizans’a yakın çevrelerde Bulgaristan (10-14.yüzyıl), Yunanistan, Makedonya yapılarında yoğun görülmesine karşın İstanbul’da yoğun olarak görülmediği belirtilmektedir. (Demiriz, 1943, s.189) Sırlı kaseler Bizans kilise cephelerini zenginleştirmek için genellikle pencere alınlıklarında 11. ve 12.yüzyılda yaygın olarak kullanılmaktadır. (Megaw, 1964, s.145) İstanbul’da ise Tekfur sarayı başta olmak üzere bazı yapılarda bacini kullanımı görülmektedir. (Nicolai and Vallauri, 1986, s.104)

Bacinilerin yerleştirilecekleri yapının yeri ve konumuna göre özel olarak yapıldığı belirtilmektedir. (Nicolai and Vallauri, 1986, s.104) Bu dekoratif uygulamanın tuğla, taş, mermer gibi mimari yüzeyleri hareketlendirmek için kullanılan ekonomik bir malzeme olduğu kabul edilmektedir. (Vallauri, 2011, s.186) Ayrıca bazı örneklerde bacinilerin inşa sürecinde yerlerinin belirlendiği ya da sonradan oyulan yüzeylere yerleştirilip tuğla ile çevreledikleri düşünülmektedir. (Mathews, 2014, s.8) Dekoratif amaçlı kullanılan bacini seramikleri dışında akustik amaçla kubbe, pandantif ve tonozlara yerleştirilen seramiklerle de karşılaşılabilir. (Cuteri and Fede, 2012, s.553)

Baciniler, tuğla ve mermer Roma tarzı bezeme geleneğinin bir parçası olarak 11.yüzyılda orta ve kuzey İtalya’da yaygın şekilde kullanılmıştır. (Blake, 1981, s.87) 11.yüzyıl Pisa’daki bacini seramikleri sadece Tunus, Fas, Mısır, Sicilya ve Endülüs bölgesinden gelmekle birlikte İslam’a karşı zaferin işaretleri olarak yorumlanmaktadır. (Mathews, 2014, s.5) Ancak bu dönemde İslam seramik sanatında kültürel birikiminin fazlalığı ve oldukça kaliteli seramiklerin üretilmesinin bu seramiklerin bezeme unsuru olarak Avrupa yapılarında kullanmış olmasına sebep olabileceği tahmin edilmektedir. İtalya’da 11.yüzyılda Mısır ve Suriye gibi yakın doğudan gelen çok renkli ve lüster seramikler; 12.yüzyılda erken dönem yapılarında ağırlıklı olarak lüster teknikli örnekler; 13.yüzyılda yerel üretim olabileceği düşünülen tek renk yeşil sırlı seramikler ile lüster, mayolika, turkuaz sırlı Rakka ve Bizans örneklerinin; 14.yüzyılda boyalı kazıma yerel mayolikalara yanı sıra bezemesiz; 15.yüzyılda ise arkaik kazıma astarlı, opak bacininin kullanıldığı görülmektedir. (Blake, 1978, s.96-97) Doğu’dan gelen en eski baciniler 10.yüzyılın son çeyreğinde San Zeno ve San Piero a Grado kiliselerinin cephelerinde görülmeyle birlikte 12.yüzyıla kadar Akdeniz, Endülüs, Sicilya, Kuzey Afrika ve Bizans’dan ithal örnekler 13.yüzyılda ise Güney İtalya, İspanya, Valencia hatta yerel Ligurya ve Toskana üretimi mayolika seramikleri kullanılmıştır. (Vallauri, 2011, s.188) İtalya ve Yunanistan’da 10-13.yüzyıl İslami dönem seramiklerinin ithal edilerek mimari yapılarda bezeme olarak kullanıldığı görülmeyle birlikte İslami dönem seramiklerinin Ortaçağ’da ticaretinin

yaygınlığını göstermesi bakımından da önemlidir. (Blake and Aguzzi, 1990, s.115; Sanders, 2015, s.620-621; Aguzzi, 1969, s.Fig. 1-3; Varvara, 2021, s.57; Gelichi, 2019 s.237-244) İtalya Pisa’da yapılan kazılar sonucunda 10-19.yüzyıl arasında geniş bir dönemi kapsayan seramik buluntuya ulaşılmakla birlikte genellikle süs eşyası olarak kullanılan ithal seramiklerin varlığı ticari limanlar, ekonomik ilişki ve ticaret yolları hakkında da çıkarım yapılmasını sağlamaktadır. (Giorgio, 2013, s.46, 54) 16.yüzyıl ve 19.yüzyılın başı arasında Osmanlı ve Venedik yapılarında Çanakkale, Kütahya ve Dimetoka üretimi seramiklerin bezeme olarak kullanıldığı görülmektedir. (Nicolaidis, Vallauri and Laharie, 2009, s.881-890)

Yunanistan, İtalya, Fransa, İspanya, Bulgaristan, Romanya, Sırbistan, Arnavutluk, Makedonya, Girit, Hırvatistan, Kıbrıs, Gürcistan gibi bölgelerde bacini kullanımı görülmektedir. (Megaw, 1964, s.145; Yangaki, 2017, s.140-149; Demiriz, 1943, s.176-190; Vallauri, 2011, s.186) Yunanistan’da Bizans, İtalya’da mayolika, Ankara’da erken Osmanlı dönemi bacinilerinde olduğu gibi seramiklerin yapıldığı çevreye yakın yerlerde ve yapıldıkları tarihten kısa süre sonra kullanıldığı görülmektedir. (Demiriz, 1973, s.192) Ankara’da özellikle Beylikler dönemi yapılarında bacini uygulamalarının görülmesi ise oldukça dikkat çekicidir.

Ankara’nın Tarihçesi

Anadolu’nun İç Anadolu bölgesinde bulunan Ankara tarih boyunca çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bölgedeki ilk yerleşim Friglere ait olmakla birlikte şehre sonrasında sırasıyla Lidyalılar, Persler, Romalılar ve Bizanslılar hakim olmuştur. (Sargon, 1991, s.202-203) Malazgirt savaşından sonra 1073 yılında Danişmentlilerin Ankara’yı egemenlikleri altına aldığı devamında ise Anadolu Selçuklularının bölgeye hakim olduğu görülmektedir. (Özaydın, 1991, s.204; Akyol, 2016, s.765) Bu dönemde bölgede ilk Türk yerleşimi iç kalede başlamış ve 13.yüzyıl başlarına kadar devam etmiş sonrasında yerleşimin kale ve sur dışına taşıdığı görülmüştür. (Akşit, 2018, s.77) Anadolu Selçuklu Devleti’nin yıkılmaya başlaması sonrasında Beylikler döneminde ahiler Ankara’da bir otorite kurmuş 1354 yılında Osmanlı fethine kadar bölgeye hakim olmuş ama sonrasında ahiler tekrar şehre 1362 tarihine kadar egemen olmuştur. (Çiftçioğlu, 2001, s.27-28) Şehir 1402 yılında Yıldırım Beyazıt ve Timur arasında yapılan Ankara savaşı ve 1482’de Cem Sultan ile II. Beyazıt arasındaki mücadeleler sırasında yeniden ön plana çıkmıştır. (Özdemir, 1991, s.205) Ankara savaşı sonrası fetret dönemine giren Osmanlı Devleti’nde şehir şehzadeler arasında el değiştirmiş ve 1413 yılında Çelebi Mehmet’in tahta çıkmasıyla bölge kalıcı olarak Osmanlı hakimiyetine girmiştir. (Başar, 1995, s.480-482) Anadolu Selçuklu dönemi ve sonrasında uzun bir süre bölgede Ahilerin etkin olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Osmanlı dönemi sonrasında 1462-1463 tarihli mufassal defterinde Ankara’da Ahi Elvan, Ahi Ali, Ahi Yusuf, Ahi Paşa, Ahi Baba, Ahi Tura ve Ahi Ahmet, Ahi Kemal, Ahi Tuğrul, Ahi Bahşayış, Ahi oğlu İvaz gibi çok sayıda ahiye tımar verildiği görülmektedir. (Hacıgökmen, 2012, s.281-287) Bu da bölgenin 13-15.yüzyılları arasında oldukça geliştiğini göstermektedir. 16-18.yüzyıllarda önemini koruyan Ankara şehri 18.yüzyılda gerilemeye başlamış ve 1807 yılından sonra vezir rütbeli paşalara arpalık olarak verilmiştir. (Özdemir, 1991, s.207)

Bacini Uygulamasının Görüldüğü Yapılar

Ankara yapılarında kullanılan bacinilerden bir kısmı çeşitli yayınlarda incelenmiştir. (Demiriz, 1973, s.175-208.; Eskici, 2002; Orhanlı, 2018) Ancak bazı yapılar bu yayınlarda yer almamakla birlikte Ankara özelinde kapsamlı ve bir bütün halinde bacini kullanımı değerlendirilmemiştir. Ayrıca yapılan çalışmalarda seramiklerin benzer örnekleri ve Anadolu’daki dağılımına değinilmeden kısaca bilgiler verilmiştir. Konumuz kapsamında Ankara merkezde bulunan Arslanhane Cami, Molla Büyük Mescidi, Ahi Yakup Mescidi, Örtmeli Mescidi, Hacı Ayvaz Mescidi, Hacı Doğan Mescidi; Yenimahalle’de Susuz Köyü Cami; Ayaş’ta Başayış Köyü Cami; Kalecik’te ise Kale Cami’nde bacini seramiklerin kullanıldığı görülmektedir. Seramik buluntuların

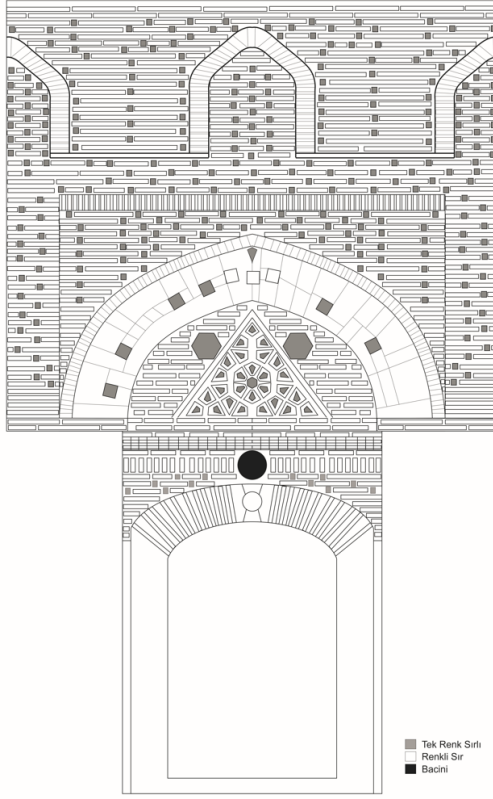
günümüzde mevcut olduğu örnekler yapıdaki konumu, kompozisyon içerisindeki yeri, seramik özellikleri dikkate alınarak incelenmiştir. Ayrıca hem benzer örnekleri göz önüne alınarak seramiklerin üretim aralığı hem de yapıların inşa tarihine göre seramiklerin tarih aralığı daha somut şekilde belirlenmeye çalışılmıştır.

Arslanhane Cami

Arslanhane Cami (Ahi Şerafeddin Cami) Altındağ İlçesi, Ulus-Samanpazarı semtinde Kale mahallesinde yer almaktadır. Anadolu Selçuklular döneminde ahi kardeşler tarafından farklı tarihler öne sürülmekle birlikte 13.yüzyılda yapıldığı bilinmektedir. (Eyice, 1988, s.531; Akşit, 2018, s.178-179; Uysal, 1998, s.214) Boyuna dikdörtgen planlı beş sahnalı harim mekanına sahip olan yapının kuzeyinde taçkapısı yer almaktadır. Ayrıca yapının doğu ve batı cephesinin kuzeyinde birer kapı açıklığı bulunmaktadır. Kuzeyde yer alan taçkapı mermer malzemeden yapılmış olup her iki yan cephede yer alan birer kapı açıklığı tuğla örtüyle yapılmıştır. Yapının çini mozaik tekniğiyle yapılmış mihrabı dışında doğu ve batı kapı açıklıklarında ve minaresinde çini parçaları görülmektedir. Tuğla parçalarının simetrik şeklide dizilmesiyle oluşturulan doğu ve batı kapı açıklıklarında bacini seramikler de yer almaktadır. Ayrıca günümüzde mevcut olmamakla birlikte minare kaidesinde seramik izlerinin var olduğu, buraya ait olan seramiklerin Ankara Vakıflar Müdürlüğü'nde bulunduğu belirtilmektedir. (Demiriz, 1973, s.177) Günümüzde minare şerefe kısmı altında sekizgen alan üzerinde belirli aralıklarla yerleştirilmiş üç sıra şerit içerisinde turkuaz renkli toplam 32 adet küçük boyutlu bacini seramik yerleştirildiği görülmektedir. Minarenin yüksek bir kısmında yer alan bu seramiklerin küçük boyutlu kaseler olduğu anlaşılmakla birlikte büyük kısmı yapının son restorasyonu sırasında yenilenmiştir. (Resim 1)



Resim 1. Arslanhane Cami Minaresi Bacini Uygulaması



Çizim 1. Arslanhane Cami Batı Kapısı

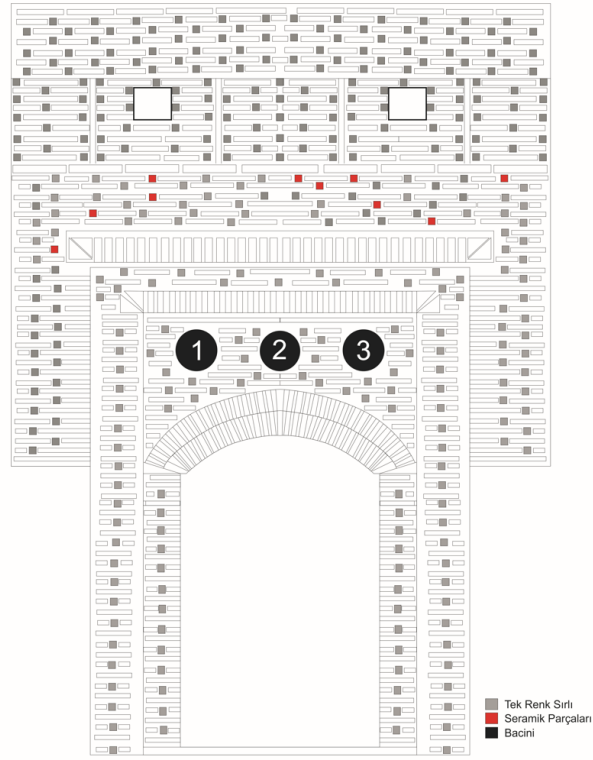


Resim 2. Arslanhane Cami Batı Kapısı Detay

Arslanhane Cami'nin batı giriş kapısı üzerinde tek renk sırlı ve renkli sır teknikli çini parçaları yanı sıra bir adet bacini yerleştirildiği anlaşılan çukur bir yüzey bulunmaktadır. (Resim 2) Basık kemerli giriş kapısının merkezi üzerine yerleştirildiği anlaşılan seramik günümüzde mevcut değildir. (Çizim 1) Ancak tuğla bezemelerle oluşturulan şeridin orta noktasında bulunan seramiğin mevcut konumundan çukur derin tabak olabileceği anlaşılmaktadır. Basık kemerli giriş kapısı üzerinde yer alan sivri kemerli alınlık içerisinde ise merkezde iç kısmında sekizgenlerin oluşturduğu bir kompozisyon bulunan bir üçgen, üçgenin her iki yanında da altıgen birer çini levha yer almaktadır. Sivri kemerli alınlığı çevreleyen bordür içerisinde tuğlaların keşiştiği kısımlara asimetrik şekilde çini parçaları yerleştirilmiştir. Bu çini parçalarından merkezde yer alan üç tanesinin renkli sır tekniğiyle yapıldığı diğerlerinin ise tek renk sırlı olduğu anlaşılmaktadır. Renkli sır teknikli örneklerin kompozisyona bakılmadan kesilerek yüzeye yerleştirildiği görülmektedir. Yapı içerisinde renkli sır teknikli çinilerin görülmemesi, yüzeye yerleştirilen parçaların kompozisyona bakılmaksızın geliş güzel şekilde olması ve genel bezeme anlayışıyla bağlantısı olmayan bu çinilerin yakındaki yapılardan gelmiş olabileceğini ya da restorasyon çalışmaları sırasında devşirilmiş olabileceğini göstermektedir. Basık kemerli giriş kapısı üzerinde yer alan sivri kemerli alınlık enine dikdörtgen bir şeritle sınırlandırılmıştır. Dikdörtgen şeridin üst kısmında merkezde tam her iki yanında ise yarımşar şekilde birer sivri kemerli kompozisyon yer almaktadır. Giriş kapısı üzerinde hemen her yüzeyde yatay olarak dizilmiş tuğla bezemeler arasında genellikle simetrik şekilde belirli bir düzenle yerleştirilmiş tek renk sırlı çiniler görülmektedir. Kare ve dikdörtgen formlarının görüldüğü çiniler turkuaz, lacivert ve yeşil renklidir. Simetrik şekilde dizilmiş tuğla bezemeler içerisine kakılan çini parçaları kompozisyonu tamamlayıcı birer unsur olarak kullanılmıştır. (Resim 3)



Resim 3. Arslanhane Cami Batı Kapısı



Çizim 2. Arslanhane Cami Doğu Kapısı

Tablo 1

Arslanhane Cami Doğu Kapısı Seramikleri

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri
1	Tabak	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Siyah
2	Kase	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Siyah
3	Tabak (?)	Seramik günümüzde mevcut değildir.		



Resim 4. Arslanhane Cami Doğu Kapısı

Arslanhane Cami'nin doğu giriş kapısı, batı kapısına benzer bir düzenlemeye sahiptir. Basık kemerli giriş kapısı ile kapıyı çevreleyen dikdörtgen bordur arasında kalan tepe kısımda simetrik şekilde üç adet seramik yerleştirildiği anlaşılan oyuk yer almaktadır. (Çizim 2, Resim 4) Seramiklerden biri tamamen olmamakla birlikte diğer iki seramiğin büyük kısmı mevcut değildir. (Resim 5) Büyük kısmı mevcut olmayan iki seramik parçası da şeffaf sıraltına mavi ve siyah renkli boyama bezemeli olup oldukça kaliteli örneklerdir. Giriş kapısının her iki yanında ve dikdörtgen bordürlerle sınırlandırılmış tepe kısımlarında simetrik şekilde enine yerleştirilen tuğla şeritler arasında kare ve dikdörtgen formlu tek renk sırlı seramiklerin yerleştirildiği görülmektedir. Ancak tek renk sırlı seramikler arasındaki bazı örneklerin seramik parçaları olduğu anlaşılmaktadır. Mavi-beyaz ve çok renkli sıraltı boyama teknikli seramiklere ait olduğu anlaşılan parçaların muhtemelen basık kemerli giriş kapısı üzerinde yer alan seramiklere ait olabileceği düşünülmektedir. Batı kapısında renkli sır teknikli çinilerin kullanılması gibi doğu kapısında da seramik parçaların gelişmiş şekilde yerleştirilmesi yapıdaki genel düzenlemeye aykırılık göstermektedir. Molla büyük Cami mihrabında bacini seramiklerin çevresine yerleştirilen küçük seramik parçaları bu tarz uygulamaların olabileceğini düşündürse de Arslanhane Cami doğu kapısında yer alan seramik parçalarının küçük kırıklar şeklinde olması, belli bir forma sahip olmaması ve herhangi bir kompozisyona bağlı kalmadan gelişmiş şekilde yerleştirilmesi bu parçaların kapı üzerinde yer alan üç seramiğe ait olabileceğini göstermektedir.



Resim 5. Arslanhane Cami Batı Kapısı

Doğu kapısında büyük kısmı mevcut olmayan ilk seramik parçasında merkezde beyaz astar üzerine lacivert ve siyah renklerle yapılmış altı kollu bir yıldız yer almaktadır. Yıldızın iç yüzeyi kafes tarama bezemeyle ara kısımlar ise noktalarla dolgulanmıştır. Altı kollu yıldız ile yıldız çevreleyen daire ve çokgen benzeri bir şerit arasında kalan kısımlar ise sitalize bezemeler yerleştirilmiştir. Kapı üzerinde yer alan ikinci seramik ise beyaz zemin üzerine mavi renkli olarak yapılmış olup merkezde bir daire içerisinde bir düğüm ve geçme motifi benzeri bir kompozisyon yer almaktadır. Merkezde yer alan kompozisyonu daire şeklinde bir şerit çevrelemektedir. Şeridin iç kısmında ise belirli aralıklarla yerleştirilmiş çintemani benzeri bir motif bulunmaktadır. Daire şeklindeki şeridin büyük kısmı mevcut olmayan üst kısmında ise sitalize bezemeler görülmektedir. Çok kollu yıldız Selçuklu yapılarında sıklıkla kullanılmakla birlikte Milet işi seramikler başta olmak üzere Beylikler ve Erken Osmanlı örneklerinde de görülmektedir. Sır ve kompozisyon özellikleri göz önüne alındığında 14.yüzyıla tarihlenebileceği düşünülen bu seramiklerin doğu ve batı giriş kapısının yapıldığı ya da onarıldığı dönemde eklendiği düşünülmektedir. Her iki kapıda yer alan seramikler yanı sıra özellikle batı kapısında yer alan iki adet altıgen seramik 14-15.yüzyılda yapıyla ilgili bir restorasyon yapılmış olabileceğini düşündürmektedir. Günümüzde yapılan son restorasyonda büyük ölçüde yenilenen tuğla bezeme arasında yer alan çini parçalarının Selçuklu mu yoksa Osmanlı döneminde mi yerleştirildiğinin anlaşılması oldukça zordur. Yapının Selçuklu döneminde yapılan mihrabı dışında doğu ve batı kapılarında ve minaresinde çini parçalarının tuğla yüzeylere kakıldığı görülmektedir. Doğu ve batı kapısı ve minarede görülen çini kakma parçaların benzerlerinin erken Osmanlı Dönemi yapılarında da kullanıldığı görülmektedir. (Karasu, 2020) Tuğla boyutlarıyla Beylikler dönemi yapılarıyla benzerlik gösteren doğu ve batı kapısının ikinci bir yapım aşamasına işaret ettiği düşünülmektedir. (Uysal, 1998, s.214)

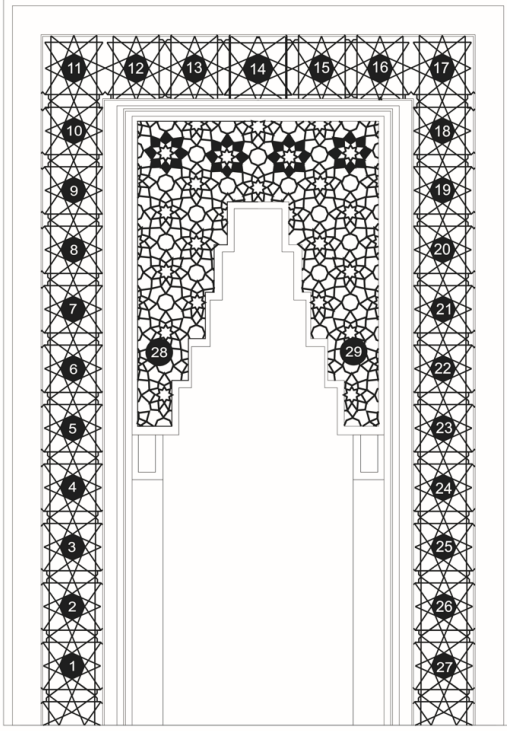
Molla Büyük Mescidi

Molla Büyük Mescidi Altındağ İlçesi, Ulus-Samanpazarı semtinde Kale mahallesinde yer almaktadır. Dikdörtgen planlı olan yapının 15.yüzyılda yapıldığı düşünülmektedir. (Öney, 1971, s.101; Anonim, 1983, s.426; Karaçay, 2002, s.125) Alçı mihrabı üzerinde toplam 29 adet seramik parçası bulunmaktadır. (Çizim 3, Resim 6-7) Mihraptaki kompozisyona göre kesilip yerleştirilen seramiklerin inşa tarihi ile aynı olduğu düşünülmektedir. (Eskici, 2002, s.78)

Yapının alçı mihrabı üç bordürden oluşmaktadır. Mihrabın en dış kısmında yazı kuşağından oluşan birinci bordür, çokgenlerin çevrelediği sekizgenlerin tekrarlanmasıyla oluşan ikinci bordür ve oldukça iç içe şekilde

birbirini tekrar eden geometrik bezemelerin bulunduğu üçüncü bordür mihrap yüzeyini çevrelemektedir. Mihrabı çevreleyen ikinci bordür içerisinde toplam 27 adet bacini seramik yer almaktadır. Birbirine dikey şekilde yerleştirilen iki adet dörtgenin merkezinde yer alan sekizgen alan içerisine farklı kompozisyonlara sahip birer seramik yerleştirilmiştir. Alçı mihrap üzerinde yer alan bezemeleri oluşturan dışa çıkıntılı şeritlerin içerisine oldukça ustaca yerleştirilen seramiklerin mihrap yapılırken konulduğu açık şekilde anlaşılmaktadır. Bacinilerin mihrap içerisine yerleştirilmesindeki ustalık mihrabı yapan kişinin bu konuda oldukça yetkin olduğunu da göstermektedir. Sekizgen ve çokgenlerden oluşan kompozisyonlar kare şeritle sınırlandırılmış olup kompozisyonlar arasında enine dikdörtgen boşluklar bırakılarak çokgenlerden devam ettirilen çizgilerle kompozisyonlar birbirine bağlanmıştır. Simetrik şekilde yapılan birbirini tekrar eden kompozisyonlar içerisine yerleştirilen seramiklerden mihrabın tam tepe noktasında bulunan örneğin diğerlerine oranla daha büyük ve derin olduğu bu sebeple de kompozisyonun taşıdığı görülmektedir.

Mihrabın çevreleyen üç bordür ile mukarnas kavsarası arasında kalan köşelik kısımlarında birbirini çapraz şekilde kesen iç içe yerleştirilmiş üç sekiz kollu yıldızdan oluşan kompozisyonlar ve bu kompozisyonlar arasında konulan sekizgenler tekrarlanmaktadır. Mihrap kavsarasının alttan üçüncü kuşağına denk gelen her iki köşelik kısımlarında birer adet seramik yer almaktadır. Bu seramikler mihrabı çevreleyen ikinci bordürde yer alan seramiklerden farklı olarak alçı kompozisyonla uyumlu değildir. Ancak mihrap gelenine bakıldığında simetrik şekilde yerleştirilmiştir. Ayrıca kavsara köşeliğinin tepe kısmında kalan dört, iç içe yerleştirilen sekiz kollu yıldızlardan oluşan kompozisyonun köşe kısmına seramik parçaları yerleştirilmiştir. Mihrabı çevreleyen ikinci bordürde yer alan seramiklerin dört yönden çevreleyen birer çini parçasının yerleştirilmesi, mihrap kavsarasının tepe kısmında yer alan yıldız köşeliklerinde benzer uygulamaların görülmesi oldukça dikkat çekicidir. Yerleştirildikleri kompozisyona göre kesilen bu seramik parçalarının benzer kullanım örnekleri görülmemekle birlikte bu tarz kullanımın çini mozaik tekniğinin farklı bir uygulaması olarak değerlendirilebileceği de düşünülmektedir. Sıraltı tekniğiyle yapılmış ve herhangi bir kompozisyon ortaya koymayan farklı sıraltı renklerinin görüldüğü bu parçaların hangi amaçla kullanıldığı net şekilde anlaşılamamaktadır. Ancak banî ya da usta isteği doğrultusunda bu tarz bir uygulamanın yapılmış olabileceği düşünülmektedir. Yoğun bezemeli alçı mihrapta ikinci bordürde ve kavsara köşeliklerinde bulunan geometrik kompozisyonlar içerisine palmet, rumi ve sivilize bitkisel bezemeler yerleştirilmiştir. Molla Büyük Mescidi'nin mihrabında yer alan baciniler gerek bezeme gerekse kompozisyon özellikleri bakımından oldukça önemli bir yere sahiptir.



Çizim 3. Molla Büyük Cami Mihrabı



Resim 6. Molla Büyük Cami Mihrabı

Tablo 2

Molla Büyük Cami Mihrabı'nda Yer Alan Seramikler

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri	Kompozisyon
1	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert	Bitkisel
2	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Şeffaf Turkuaz	Siyah	Bitkisel
3	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
4	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
5	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
6	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
7	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
8	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
9	Tabak	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Turkuaz, Kırmızı, Mavi, Siyah	Bitkisel
10	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel

Tablo 2

Molla Büyük Cami Mihrabı'nda Yer Alan Seramikler (Devamı)

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri	Kompozisyon
11	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Şeffaf Turkuaz	Siyah	Geometrik
12	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
13	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
14	Çukur Derin Tabak	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah, Yeşil	Bitkisel
15	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
16	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
17	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Şeffaf Turkuaz	Siyah	Bitkisel
18	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
19	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
20	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel
21	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
22	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert	Bitkisel
23	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
24	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
25	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
26	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Geometrik
27	Tabak	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Turkuaz, Kırmızı, Mavi, Siyah	Bitkisel
28	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert	Bitkisel
29	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert	Bitkisel

Molla Büyük Mescidi mihrabında toplam 29 adet seramik parçası kullanılmıştır. Form, bezeme ve kompozisyon bakımından incelenen seramikler oldukça çeşitli şekildedir. Bacini uygulamaları görülen yapılarda tabak ve kase gibi açık formlu örnekler tercih edilmektedir. Molla büyük Mescidi mihrabının tepelik kısmında yer alan büyük çukur derin tabak dışında kalan diğer örneklerin 2-3 cm derinliğinde oldukça sığ şekilde oldukları anlaşılmaktadır. (Eskici, 2001, s.78) Sığ gövdeli olan bu tabakların büyük çoğunluğunun ağız kısmının belirgin olmaması bu örneklerin oval gövdeli bir levhalar şeklinde görünmesine sebep olmuştur. Derin olmayan hafif iç bükey kavisli bir gövdeye sahip olan seramiklerin yapıya özel olarak üretilmeyişi

sonradan şekillendirildiği ve seramiklerin belli bir anlayışa göre dizilmediği görülmektedir. Ancak seramiklerin kesilerek yerleştirilecekleri yüzeye uygun konuma getirildiği de düşünülmektedir. (Eskici, 2001, s.78) Yapı özelinde seramik bezemenin yoğunluğu, uygulamada görülen farklılıklar muhtemelen bani isteklerinin mihrap bezemesinde etkili olduğunu göstermektedir. Mihrabın tepe kısmında yer alan daha büyük boyutlu çukur derin tabakta ise seramik gövde ve ağız kısmı arasındaki geçiş ve ağız kenarlıkları net şekilde görülmektedir. Aynı şekilde mihrap kavsara köşeliklerinde yer alan birer derin olmayan tabağın da ağız kenarları net şekildedir.

Sıraltı boyama tekniğiyle yapılan seramiklerde tek renkli, iki renkli ve çok renkli sıraltı renklerinin kullanıldığı görülmektedir. Sır rengi olarak ise renksiz şeffaf ve şeffaf turkuaz sıraltı kullanılmıştır. Tek renk sıraltı boyama örneklerinde renksiz şeffaf sıraltı lacivert ya da şeffaf turkuaz sıraltı siyah renkler; iki renkli sıraltı boyama örneklerinde renksiz şeffaf sıraltı lacivert ve siyah renkler; çok renkli sıraltı boyama örneklerinde ise renksiz şeffaf sıraltı yeşil, siyah, lacivert, mavi, turkuaz, kiremit kırmızısı renklere sahiptir.

Tablo 3
Molla Büyük Cami Mihrap Kavsara Köşeliklerinde Yer Alan Seramikler

	Sıraltı Boyama Renkleri	Sır Rengi	Adet
1	Tek Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	4
		Şeffaf Turkuaz	3
2	İki Renkli Sıraltı Boyama		20
3	Çok Renkli Sıraltı Boyama		2
Toplam			29

1 nolu seramikte merkezde şakayık benzeri sivilize bitkisel bir bezemeyi daire şeklinde bir şerit çevrelemektedir. Daire şeklindeki şeridin dış yüzeyine belirli aralıklarla yerleştirilmiş aralarında çintemani benzeri üç daireden oluşan bezeme bulunan oval şekilde sivilize bitkisel bezemeler yerleştirilmiştir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde ise geometrik kompozisyonlar bulunmaktadır.

2 nolu seramikte seramiğin yüzeyini kaplar şekilde kıvrım dallar ve sap çıkartmalarla birbirine bağlanan karanfil, sümbül ve yaprak motiflerinden oluşan natüralist bir kompozisyon yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde yer alan parçalarda ise tarama ve helezonik kıvrımlardan oluşan bezemeler yer almaktadır.

3 nolu seramikte daire şeklinde bir şeritle sınırlandırılmış alan içerisinde üçgen bir şerit yer almaktadır. Üçgenin iç yüzeyinde ve üçgeni çevreleyen daire ile arasında kalan boş kısımlarda ise oldukça girift şekilde kafes tarama, helezonik kıvrım ve geometrik bezemeler bulunmaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde ise tarama ve sivilize bezemeler görülmektedir.

4 nolu seramikte merkezde ortabağdan dört yana doğru uzanan kıvrım dallar bir eşkenar dörtgen oluşturarak palmet motifini andıran sivilize bitkisel bir kompozisyona dönüşür. Bu palmet motifini andıran sivilize bitkisel bezemeleri de içine alacak şekilde rumi benzeri karşılıklı yerleştirilmiş birer yaprak çevrelemektedir. Kompozisyonun köşe kısımlarında ise yaprak motifleri bulunmaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde ise geometrik ve bitkisel bezemeler yer almaktadır.

5 nolu seramikte iki üçgenin çapraz şekilde iç içe geçirilmesiyle oluşan bir mührü Süleyman motifi bulunmaktadır. Mührü Süleyman motifinin iç yüzeyi ve kompozisyonu çevreleyen daire arasında kalan kısımlarda helezonik kıvrımlar çok kollu yıldızın üçgen köşeliklerinde ise çarkıfelek motifini andıran bir bezeme görülmektedir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik ve bitkisel bezemeler yer almaktadır. Ayrıca iki parçada çok renkli sıraltı boyama seramiklerde görülen turkuaz rengi boyama renklidir.

6 nolu seramikte merkezde büyük bir şakayık motifi ve çevresinde kıvrım dallarla birbirine bağlanan yapraklardan oluşan bitkisel bir bezeme bulunmaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde tarama ve silitize bitkisel bezemeler görülmektedir.

7 nolu seramikte daire şeklinde bir şeritle çevrelenen alan içerisinde büyük boyutu gül benzeri silitize bitkisel bezeme yer almaktadır. Bitkisel bezemenin yaprakları tarama ve helezonik kıvrımlarla dolgulanmıştır. Daire şeklindeki şeridin dış kısmında ise dikey şeritlerle ayrılmış bölmeler içerisinde tarama ve helezonik kıvrımlarla dolgulanmış yaprak motifleri bulunmaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde helezonik kıvrımlı ve yapraklı dallara sahip bitkisel bezemeler yer almaktadır.

8 nolu seramikte 5 molu seramikte yer alan iki üçgenin çapraz şekilde iç içe geçirilmesiyle oluşan bir mührü Süleyman motifinin hemen hemen benzeri bir kompozisyon bulunmaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde mührü Süleyman motifinin başka bir kaba ait olduğu düşünülen bir parçasıyla geometrik bezemeler bulunmaktadır.

9 nolu seramikte büyük boyutlu olarak yerleştirilmiş lale benzeri silitize bitkisel bezeme ve boş kalan kısımlarda kıvrım dallarla birbirine bağlanmış yapraklardan oluşan bitkisel bezeme yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemelerden oluşan kompozisyonlar bulunmaktadır.

10 nolu seramikte daire şeklindeki şeridin bir kısmını kapsayacak şekilde yerleştirilen altıgen içerisinde hatayı motifinin iç kısmını andıran bitkisel bezemeler yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik bezemeler bulunmaktadır.

11 nolu seramikte çarkifelek motifini andıran çizgilerle çevrelenen beşgenden oluşan geometrik bir kompozisyon yer almaktadır. Kompozisyon arasında kalan boş kısımlar tarama ve helezonik kıvrımlarla hareketlendirilmiştir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik bezemelerden oluşan kompozisyon bulunmaktadır.

12 nolu seramikte helezonik kıvrımlardan oluşan bir şeritle çevrelenmiş alan içinde merkezde şakayık motifini andıran bitkisel bir bezeme yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde çizgilerden oluşan geometrik bezemeler bulunmaktadır.

13 nolu seramikte büyük boyutlu olarak yerleştirilmiş şakayık motifini andıran bitkisel bir bezeme çevresinde ise kıvrım dallar ucuna yerleştirilmiş yapraklardan oluşan bezeme yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde silitize bitkisel ve geometrik kompozisyonlar bulunmaktadır.

14 nolu seramikte merkezde altı yapraklı bir çiçek motifi ve bu motifi demet şeklinde iki sıra çevreleyen yaprak motiflerinden oluşan bitkisel bir bezeme yer almaktadır. Tabak iç yüzeyinde yer alan bitkisel bezeme bütün şekilde bir kompozisyon yansıtmaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik kompozisyonlar yer almaktadır.

15 nolu seramikte merkezde birbirini keser şekilde dört şerit arasında kalan kısımlarda helezonik kıvrımlardan oluşan bitkisel bezemeler yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik ve bitkisel bezemeler bulunmaktadır.

16 nolu seramikte büyük boyutlu olarak yerleştirilmiş silitize palmet motifini her iki yandan birer rumi motifini çevrelemektedir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik kompozisyonlar yer almaktadır.

17 nolu seramikte büyük boyutlu olarak yerleştirilmiş palmet benzeri bitkisel bezemeler yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde turkuaz sıraltına siyah ve renksiz şeffaf sıraltına lacivert ve siyah renkli olarak yapılmış bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmaktadır.

18 nolu seramikte merkezde daire şeklinde bir şerit yer almakta olup şeridin dış kısmında hatayı motiflerinden ve kıvrım dalların birbirine bağlanmasıyla oluşan bitkisel bezemeler yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde sıraltına lacivert ve siyah renkli ve turkuaz sıraltına siyah olarak yapılmış bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmaktadır.

19 nolu seramikte 15 nolu seramiğe benzer şekilde Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde merkezde birbirini keser şekilde dört şerit arasında kalan kısımlarda helezonik kıvrımlardan oluşan bitkisel bezemeler yer almaktadır. Seramik içerisinde yer alan bezemenin benzerinin 3 nolu seramiğin üzerinde yer alan beşgen parçada görülmektedir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmaktadır.

20 nolu seramikte merkezde kesişen şeritler sekiz yapraklı bitkisel bir bezeme meydana getirmiştir. 7 nolu seramikte benzer bezeme anlayışına sahip örnekte turkuaz sıraltına siyah ve renksiz şeffaf sıraltına lacivert ve siyah renkli olarak yapılmış bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmaktadır.

21 nolu seramikte beyaz şeritlerle sınırlandırılmış şekilde merkezde üç köşeli bir şekil ve çevresinde eşkenar dörtgen yer almaktadır. Merkezde yer alan üç kenarlı şeklin iç yüzeyi kafes tarama ile dörtgenler ise tarama ve daire şeklinde bezemelerle dolgulanmıştır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik ve bitkisel bezemeler bulunmaktadır.

22 nolu seramikte merkeze çok yapraklı bitkisel bir bezeme çevresine ise çarkıfelek motifi gibi andıracak şekilde altıgen oluşturan silitize rumi motifleri yerleştirilmiştir. Silitize bezemeler arasına yapraklar yerleştirilerek kompozisyon zenginleştirilmiştir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde geometrik ve bitkisel bezemeler bulunmaktadır.

23 nolu seramikte 5 ve 8 nolu seramiklerde görülen iki üçgenin çapraz şekilde iç içe geçirilmesiyle oluşan bir mührü Süleyman motifinin hemen hemen benzeri bir kompozisyon yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmakla birlikte çok renkli sıraltı boyama seramiklerde görülen turkuaz rengi boya da görülmektedir.

24 nolu seramikte farklı boyutlardaki eşkenar dörtgen ve üçgenler içerisinde helezonik kıvrımlar ve silitize bitkisel bezemeler yerleştirilmiştir. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmakla birlikte parçalardan bazılarında turkuaz rengi boyalar görülmektedir.

25 nolu seramikte 15 ve 20 nolu seramikte olduğu gibi orta noktada birbirini kesen dört şerit arasında kalan kısımlara tarama ve silitize bitkisel bezemelerle dolgulanmıştır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmakla birlikte parçalardan bazılarında turkuaz rengi boyalar görülmektedir.

26 nolu seramikte merkezde altıgen içerisinde çintemanı motifi yer almakla birlikte zemin zikzaklarla hareketlendirilmiştir. Altıgeni çevreleyen ve köşelerine dik olarak yerleştirilen çizgiler arasında kalan kısımlar kafes tarama, helezonik kıvrım ve silitize bitkisel bezemelerle dolgulanmıştır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmakla birlikte parçalardan bazılarında turkuaz rengi boyalar görülmektedir.

27 nolu seramikte büyük boyutlu olarak tek bir kıvrım dalla birbirine bağlanan lale ve şakayık benzeri silitize bitkisel bezemeler yer almaktadır. Seramik çevresine yerleştirilen beşgen alanlar içerisinde bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmaktadır.

28 nolu seramikte tabak ağız kenarında yer alan bordürde ve bordürün çevrelediği iç kısımda 4 nolu seramikte yer alan bezemeyi andıran kıvrım dallarla birbirine bağlanan silitize palmet ve rumi motifleri yer almaktadır.



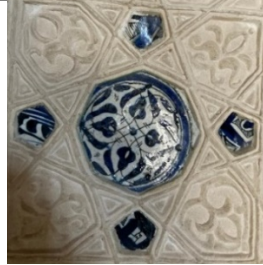
1



2



3



4



5



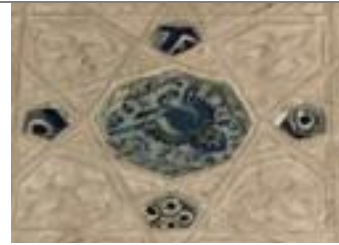
6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26



27



28

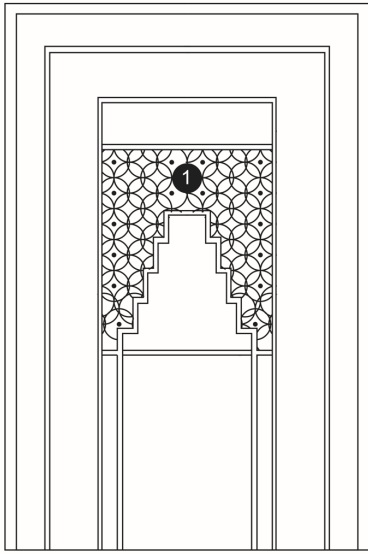


29

Resim 7. Molla Büyük Mescidi Seramikleri

Ahi Yakup Mescidi

Ahi Yakup Mescidi Altındağ İlçesi Ulus semti Hacı Bayram mahallesinde yer almaktadır. Yapının 13.yüzyılda yapılmış olabileceği düşünölmekle birlikte mihrabının 1392 yılında yapılan onarım sırasında eklendiği tahmin edilmektedir. (Öney, 1971, s.42; Demiriz, 1973, s.177; Karaçağ, 2002, s.82) Mescidin alçı mihrabının kavsara tepeliğinde günümüzde mevcut olmayan bir seramiğin yer aldığı anlaşılmaktadır. (Çizim 4, Resim 8) Vakıflar Genel Müdürlüğü arşivinde bulunan fotoğraftan anlaşıldığı kadarıyla renksiz şeffaf sıraltına lacivert renkli olarak bitkisel bezemeler yerleştirilmiştir. (Eskici, 2001, s.414) Bir dairenin merkezinde eşkenar dörtgen oluşturacak şekilde birbirini tekrar eden kompozisyonun yer aldığı kavsara kenarında seramik parçasının mihraba simetrik şekilde yerleştirildiği görölmektedir. 20 cm çapında 14.yüzyıl sonu 15.yüzyıla ait mavi, lacivert ve beyaz renkli bitkisel bezemeli İznik Milet işi bir kasenin yer aldığı belirtilmektedir. (Öney, 1971, s.41; Demiriz, 1979, s.178; Eskici, 2001, s.24) Günümüzde ise mihrapta herhangi bir seramik bulunmamaktadır.



Çizim 4. Ahi Yakup Mescidi Mihrabı

Resim 8. Ahi Yakup Mescidi Mihrabı

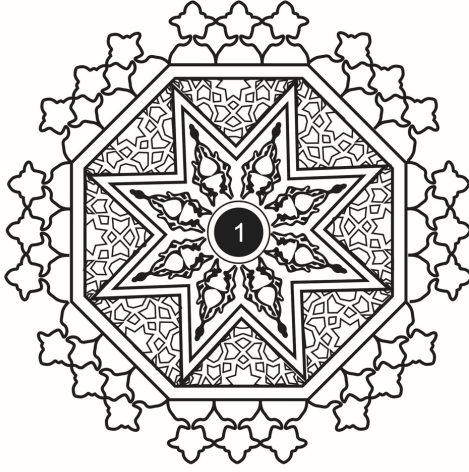
Tablo 4

Ahi Yakup Mescidi Mihrabında Yer Alan Seramikler

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri
1	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Beyaz

Hacı İvaz (Ayvaz) Mescidi

Hacı İvaz (Ayvaz) Mescidi Altındağ ilçesi Ulus-Samanpazarı semti Kale mahallesinde yer almaktadır. Yapının 15.yüzyılın ilk çeyreğinde Ankara savaşı sonrasında inşa edilmiş olabileceği düşünülmektedir. (Karaçağ, 2002, s.219; Beyazıt, 2007, s.180; Eyice, 1996, s.484) Ayrıca günümüzde mevcut olmamakla birlikte alçı mihrabın iki yerinde, harim kapısı üstünde ve kadınlar mahfili duvarındaki alçı kabartmaların göbeğinde birer tabak gömüldüğü belirtilmektedir. (Eyice, 1996, s.484; Demiriz, 1973, s.197) Ancak günümüzde yapının sadece kuzey cephesinde mahfil katı duvarı üzerinde alçı bir kompozisyon içerisinde seramik parçası mevcuttur. (Çizim 5, Resim 9) Kenarları birbirini tekrar eden palmet motifleriyle çevrelenen sekizgenin iç kısmına sekiz kollu bir yıldız yerleştirilmiş yıldızın tam merkezine de mavi beyaz bir seramik monte edilmiştir. Sekiz kollu yıldızın iç kısmında silitize palmet ve rumi motifi, sekiz kollu yıldız ile onu çevreleyen sekizgen arasında kalan kısımda ise Molla Büyük Mescidi mihrabında yer alan bezemeleri andıran çok kollu yıldız ve çokgenlerden oluşan geometrik bezemeler bulunmaktadır. Mavi-beyaz bezeme tekniğiyle yapılmış parlak sırlı seramik parçasının iç yüzeyinde kıvrım dallarla birbirine bağlanan çok yapraklı natüralist silitize bitkisel bezemeler görülmektedir. (Resim 10) Alçı kompozisyonla seramiğin yerleştirildiği kısım arasındaki boşluk ve seramik parçasının kenarları tabağın montajı sırasında ağız kısmının kırılıp sonrasında kesilerek düzeltilmiş olabileceğini düşünülmektedir. Harim mekanında günümüzde mevcut olmayan seramik tabak ise renksiz sıraltına mavi ve siyah renklerle yapılmış şakayık ve natüralist silitize bitkisel bezemelerin yer aldığı görülmektedir. (Demiriz, 1973, s.200) Harim kapısı üzerinde bulunduğu belirtilen bu tabağın 1996 yılında çalındığı bilinmektedir. (Beyazıt, 2007, s.189)



Çizim 5. Hacı İvaz Mescidi Bacini

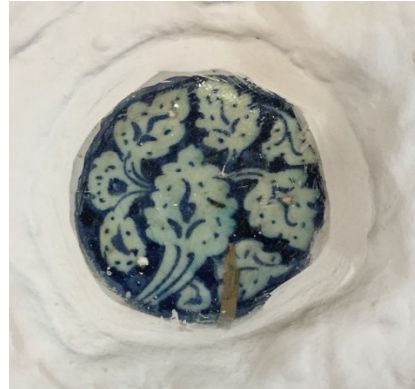


Resim 9. Hacı İvaz Mescidi Mahfil Katı Bacini

Tablo 5

Hacı İvaz Mescidinde Yer Alan Seramikler

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri
1	Tabak	Tek Renk Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi

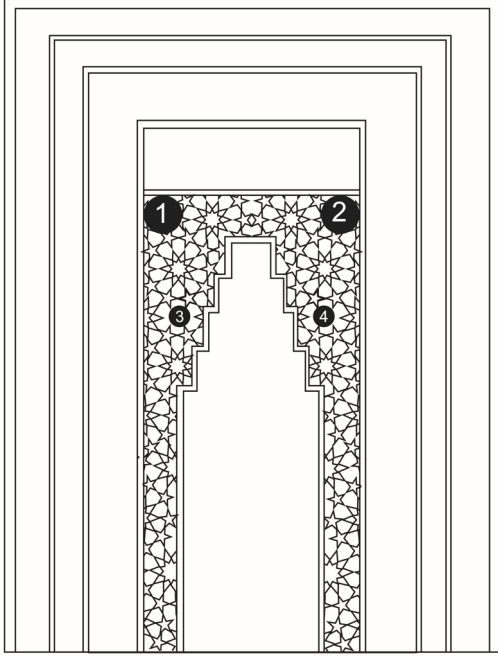


Resim 10. Hacı İvaz Mescidi Bacini Detay

Örtmeli (Hoca Hundi) Mescit

Örtmeli Mescit Altındağ ilçesi Ulus-Samanpazarı semti Kale mahallesinde yer almaktadır. Yapının 15.yüzyılın başlarında yapılmış olabileceği düşünülmektedir. (Demiriz, 1973, s.201; Eskici, 2001, s.37; Karaçağ, 2002, s.211) Örtmeli Mescit alçı mihrabının kavsara köşeliğinin üst kısmındaki her iki köşesinde ve üçüncü sıra kavsara köşeliğinin her iki yanında birer tane seramik yer almaktadır. (Çizim 6, Resim 11) Mihrap kavsara köşeliklerinde Molla Büyük Mescidi mihrabı ve Hacı İvaz Mescidi mahfil katı beden duvarında bulunan alçı kompozisyonlarla benzer şekilde çok kollu yıldızlardan oluşan bir kompozisyon görülmektedir. Kavsara

köşeliğinin tepe kısmında yer alan her iki kase parçası da şeffaf sıraltına mavi ve siyah renkli olarak yapılmış olup bitkisel ve geometrik bezemelere sahiptir. Üçüncü kavsara sırasının her iki yanında bulunan tek renk sırlı küçük boyutlu kaseler ise lacivert sırlıdır. Mihrap kavsarasına yerleştirilen seramiklerde üst köşe kısmında bulunanlar alçı kompozisyonla uyumlu değilken üçüncü sıra kavsara her iki köşe kısmında kalan tek renk sırlı kaseler kompozisyonla uyumlu şekildedir. Ayrıca mihrabın alınlık kısmını çevreleyen ilk bordürün tepesinde mihrabın tam orta noktasına gelecek şekilde lacivert tek renk sırlı çokgen bir çini parçası yerleştirilmiştir (Resim 12-13).



Çizim 6. Örtmeli Mescit Mihrabı



Resim 11. Örtmeli Mescit Mihrabı

Tablo 6

Örtmeli Mescit Mihrabında Yer Alan Seramikler

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri	Kompozisyon
1	Kase	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Siyah	Bitkisel, Geometrik
2	Kase	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Siyah	Bitkisel, Geometrik
3	Kase	Tek Renk Sırlı	Lacivert	-	-
4	Kase	Tek Renk Sırlı	Lacivert	-	-



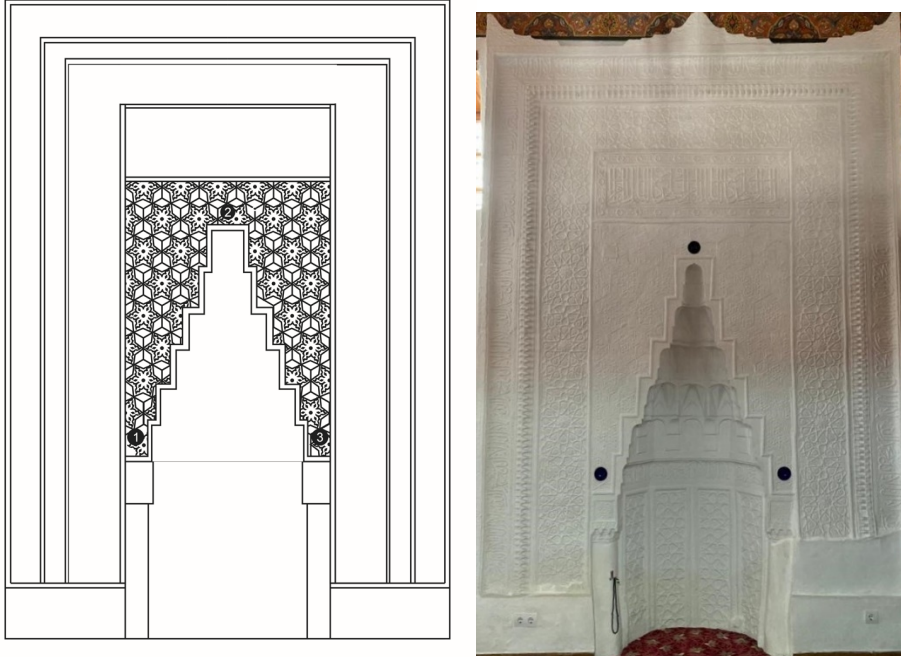
Resim 12. Örtmeli Mescit Üst Sıra Bacinileri



Resim 13. Örtmeli Mescit Alt Sıra Bacinileri

Hacı Doğan Mescidi

Hacı Doğan Mescidi Altındağ ilçesinin Ulus semtinde Hacı Doğan mahallesinde yer almaktadır. Yapının 14.yüzyıl sonu-15.yüzyıl, 15.yüzyıl başı ya da 15.yüzyılın ilk yarısında inşa edildiğine dair farklı görüşler bulunmaktadır. (Demiriz, 1973, s.194; Eskici, 2001, s.87; Karaçağ, 2002, s.120) Mescidin alçı mihrabına bacini bezemeler yerleştirildiği görülmektedir. (Çizim 7, Resim 14) Kalıpla yapılmış alçı mihrap niş köşeliğinin tepesi ve en alt her iki kavsara köşeliğinde birer adet parlak lacivert sırlı kase yer almaktadır. (Resim 15) Kavsara köşeliklerinde altıgen içerisine yerleştirilen altı kollu yıldızların tekrarlanmasıyla oluşan kompozisyonun iç kısımları ise sivilize bitkisel bezemelerle dolgulanmıştır. Kavsara köşeliklerinde bulunan üç kase kompozisyon düzeni dikkate alınmaksızın yerleştirilirken mihrap geneline bakıldığında simetrik şekildedir. Seramikler Örtmeli Mescit'te bulunan tek renk sırlı kaselerle hemen hemen aynı özelliklere sahiptir.

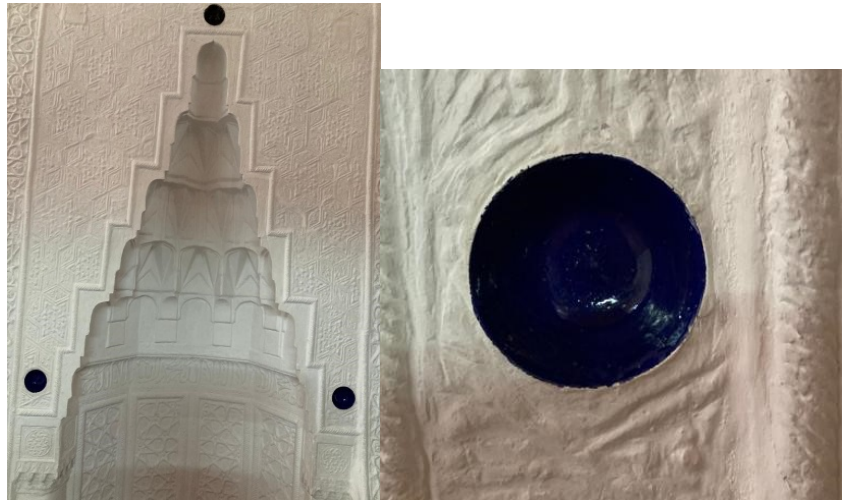


Çizim 7. Hacı Doğan Mescidi Mihrabı Resim 14. Hacı Doğan Mescidi Mihrabı

Tablo 6

Hacı Doğan Mescidi Mihrabında Yer Alan Seramikler

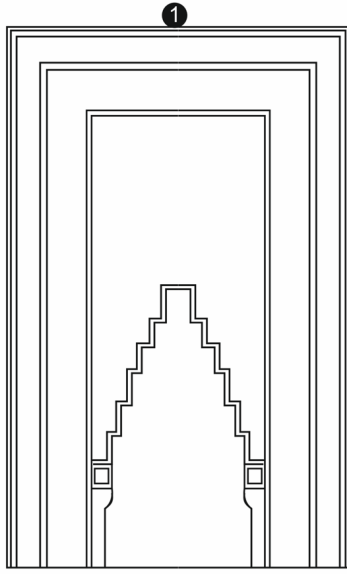
Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:
1	Kase	Tek Renk Sırlı	Lacivert
2	Kase	Tek Renk Sırlı	Lacivert
3	Kase	Tek Renk Sırlı	Lacivert



Resim 15. Hacı Doğan Mescidi Bacinileri

Susuz Köyü Cami

Ankara'nın Yenimahalle ilçesinde bulunan mimari ve bezeme özellikleri göz önüne alınarak 14.yüzyıl sonu veya 15.yüzyıl başı arasına tarihlendiği düşünülen Susuz Köyü Cami'sinin mihrabında bir Milet işi kase yer almaktadır. (Çerkez, 2007, s.210) (Çizim 8, Resim 16) Renksiz şeffaf sıraltına mavi ve siyah renklerle yapılan bezemelerde kıvrım dallarla birbirine bağlanan palmet motifi ve stilize bitkisel bezemeler bulunmaktadır. (Resim 17) Diğer Ankara yapılarında kullanılan bacini örneklerinden farklı olarak bu yapıda seramik mihrabın tepe kısmına mihrabın orta kısmına gelecek şekilde yerleştirilmiştir. İznik Milet işi tabağın duvar yüzeyine tam olarak gömülmeyp daha çok mihrap çıkıntısı üzerine yerleştirildiği görülmektedir. Bu da bani tercihiyle ya da mihrapta yer alan kompozisyon bütünlüğünü bozmamak adına yapılmış olabilir. Ayrıca mihraba kase eklenmesi fikrinin mihrap yapılmaya başlandığında ya da sonradan ortaya çıkmış olması veya yapıya eklenmesinin de bu tarz bir uygulamaya sebep olabileceği düşünülmektedir.



Çizim 8. Susuz Köyü Cami Mihrabı



Resim 16. Susuz Köyü Cami (Murat Çerkez Arşivi'nden)

Tablo 7

Susuz Köyü Mihrabında Yer Alan Seramik

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri	Kompozisyon
1	Tabak	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Siyah	Bitkisel, Geometrik



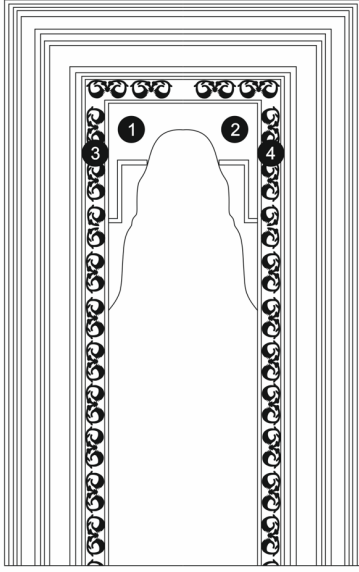
Resim 17. Susuz Köyü Cami Bacini Uygulaması (Murat Çerkez Arşivi'nden)

Ayaş Başayaş Köyü Cami

Başayaş Köyü Cami Ankara'nın Ayaş ilçesinin Başayaş Köyü'nde yer almaktadır. Yapının mimari, bezeme ve özellikle mihrap özellikleri göz önüne alındığında 14.yüzyıl sonu veya 15.yüzyıl başı ile 15.yüzyılda yapılmış olduğuna dair farklı görüşler bulunmaktadır. (Eskici, 2001, s.105; Yüksel, 2016, s.166) Yapının alçı mihrabının kavsarasının tam tepe noktasında bir seramiğin yer aldığı görülmektedir. Mihrap yüzeyinde yer alan seramiğin yağlı boya ile boyandığı bilinmektedir. (Eskici, 2001, s.104; Dişli ve Bahçeci, 2018, s.76)

Kalecik Kale Cami

Kale Cami Ankara'nın Kalecik İlçesinde Kale mahallesi'nde yer almaktadır. Yapı kitabesine göre 19.yüzyıla tarihlendirilmektedir. (Çağlar, 2008, s.31, 33; Yıldırım, 2013, s.545) Geç Osmanlı dönemine tarihlenen yapının alçı bezemeli mihrabında bacini örnekleri kullanılmıştır. (Çizim 9, Resim 18) İşçilik yönünden kaliteli olmayan alçı mihrabın kavsara köşeliklerinde ve üçüncü sıra bordürünün her iki yanında birbirinin aynı birer seramik yer almaktadır. Mihrap kavsara köşeliğinde bulunan seramiklerin mihrap yapılırken yerleştirildiği düşünülürken üçüncü bordür ile kavsara arasında bulunan tabakların sonradan yerleştirilmiş olabileceği düşünülmektedir. (Yıldırım, 2013, s.545) Bu görüşün tabakların bordür dışına taşması sebebiyle doğru olabileceği tahmin edilmektedir. Ancak alçı mihrap üzerinde yer alan seramiklerin mihrap yüzeyine tam olarak yerleştirilmesi bu seramiklerin de mihrap yapılırken yerleştirilmiş olabileceği ihtimalini kuvvetlendirmektedir. (Resim 19) Kavsara köşeliğinde yer alan seramikler renksiz şeffaf sıraltına mavi ve siyah renkli olarak merkezde çok yapraklı bir çiçek motifinin yer aldığı bitkisel bezemeli; mihrabı çevreleyen üçüncü bordürdeki seramikler ise renksiz sıraltına lacivert, sarı, yeşil, patlıcan moru ve siyah renklerle yapılmış merkezde natüralist çiçek motifi çevresinde ise "C" şeklinde üzerinde yapraklar bulunan kıvrımlı bir daldan oluşan bezeme bulunmaktadır. Alçı mihrapta batılılaşma dönemi Barok ve rokoko tarzı "s" ve "c" kıvrımlarından oluşan akantus yaprak bezemeler yer alırken kavsara köşelikleri bezemesiz şekilde bırakılmıştır.



Çizim 9. Kalecik Kale Cami Mihrabı

Resim 18. Kalecik Kale Cami
(Faruk Seğmen Arşivi'nden, Kasım 2020)

Tablo 8

Kalecik Kale Cami Mihrabında Yer Alan Seramikler

Kat. No.	Form	Teknik/Üslup	Sır Rengi:	Sıraltı Boyama Renkleri	Kompozisyon
1	Kase	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Lacivert	Bitkisel
2	Kase	İki Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Mavi, Lacivert	Bitkisel
3	Tabak	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Sarı, Yeşil, Patlıcan Moru, Siyah	Bitkisel
4	Tabak	Çok Renkli Sıraltı Boyama	Renksiz Şeffaf	Lacivert, Sarı, Yeşil, Patlıcan Moru, Siyah	Bitkisel



Resim 19. Kalecik Kale Cami (Faruk Seğmen Arşivi'nden, Kasım 2020)

Değerlendirme

Ankara merkez’de bulunan Arslanhane Cami, Molla Büyük Mescidi, Ahi Yakup Mescidi, Örtmeli Mescidi, Hacı İvaz (Ayvaz) Mescidi, Hacı Doğan Mescidi dışında Yenimahalle’de Susuz Köyü Cami’sinde; Ayaş’ta Başayaş Köyü Cami’inde; Kalecik’te ise Kale Cami’nde bacini seramiklerin kullanıldığı görülmektedir. Ankara yapılarında mihrap başta olmak üzere mahfil katı duvarı, minare ve giriş kapısında bacini bezemeler kullanılmaktadır. Arslanhane Cami giriş kapılarında tuğla diğer bütün örneklerde ise alçı malzeme içerisine yerleştirilen seramiklerin yapım sırasında planlanarak yüzeylere monte edildiği anlaşılmaktadır. Ankara yapılarında sıklıkla bezeme unsuru olarak kullanılan alçı malzemeli örneklerin seramikle zenginleştirildiği görülmektedir. Molla Büyük Mescidi mihrabında kompozisyonlara göre ağız kısımları kesilen seramikler dışındaki diğer örneklerin de mümkün olduğunca alçı bezemedeki kompozisyonla bütünlük göstermesi ve mihrap geneliyle simetrik olmasına dikkat edilmiştir. Ancak sipariş üzerine özel olarak üretilmediği ve satışı yapılan mevcut seramikler içerisinden seçilerek alındığı tahmin edilen örneklerin bazen Örtmeli Mescit’te olduğu gibi kompozisyondan dışa taşıdığı bazen de Hacı İvaz Mescidi’nde olduğu gibi kompozisyona göre küçük kaldığı ya da uygulama sırasında yaşanan sorun sebebiyle kompozisyona tam olarak yerleşmediği görülmektedir. Seramiklerin kompozisyon ve yüzey içerisine yerleştirilme işlemi her ne kadar önceden planlansa da ustanın el becerisine bağlı olarak işçilik farklılıklarının olabildiği de görülmektedir. Ayrıca seramikler nadir olarak Susuz Köyü Cami’sinde olduğu gibi mihraptaki bezemelerden bağımsız şekilde tepe kısma yerleştirilmektedir.

Tablo 8

Ankara Yapılarında Bacini Kullanımı

Kat. No	Yapı	Yapı İnşa Tarihi	Bacini Seramiklerin Tarihi	Bacini Kullanılan Kısımlar
1	Arslanhane Cami	13.yüzyıl	13.yüzyıl, 14.yüzyıl-15.yüzyıl başı	Doğu ve Batı Giriş Kapısı, Minare Şerefe Altı
2	Molla Büyük Mescidi	15.yüzyıl	15.yüzyıl başı	Mihrap
3	Ahi Yakup	1392	14.yüzyıl sonu-15.yüzyıl başı	Mihrap
4	Hacı İvaz (Ayvaz) Mescidi	15.yüzyıl başı	15.yüzyıl başı	Harim girişi, Kuzey mahfil katı duvarı
5	Örtmeli Mescit	15.yüzyıl başı	15.yüzyıl başı	Mihrap
6	Hacı Doğan Mescidi	15.yüzyıl	15.yüzyıl başı	Mihrap
7	Susuz Köyü Cami	14.yüzyıl sonu-15.yüzyıl	15.yüzyıl başı	Mihrap
8	Ayaş Başayaş Cami	14-15.yüzyıl	15.yüzyıl başı	Mihrap
9	Kalecik Kale Cami	19.Yüzyılın	19.yüzyıl sonu-20.yüzyıl başı	Mihrap

Arslanhane Cami dışında büyük kısmı 14.yüzyıl sonu-15.yüzyıl başına tarihlenen yapılarda özellikle şahıslar tarafından yaptırılan mescitlerde bacini kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir. Hacı İvaz Paşa’nın Osmanlı dönemi ileri gelen şahsiyetlerinden olması dışında diğer baniler hakkında herhangi bir bilgi mevcut olmasına rağmen bu kişilerin sosyal statülerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. (Gökbilgin, 1977, s.81; Özcan, 1996, s.485-486) Ayrıca Ankara’da bulunduğu yıllara tarihlendiği düşünülen mescidin banisi ve mimarının Hacı İvaz Paşa olduğu düşünülmektedir. (Sönmez, 1996, s.486) Hacı, Molla gibi unvanlara sahip olan banilerin dini

yönden önemli şahsiyetler, Ahi unvanına sahip olanların ise ticaretle uğraşan ahilik teşkilatında görevli ileri gelen kişiler olabileceği tahmin edilmektedir. Ahi teşkilatının köy, kasaba, mahallelerin oluşumunda ve şehirlerin gelişmesinde kendi adlarına vakıf eserleri yaptırdıkları bilinmektedir. (Kaya, 2014, s.557) Ahi Yakup Mescidi'nde olduğu gibi bu eserlerin sebebiyle mahallelerinde aynı isimle anıldığı düşünülmektedir. (Hacıgökmen, 2005, s.195-196) Ayrıca Yenimahalle'de yer alan Susuz Köyü Cami ile Ayaş'ta bulunan Başayaş Cami'leri Ankara merkez yapılarında görülen alçı mihrap ve bacini uygulamasının görüldüğü taşra yapılarını oluşturmaktadır. Bu da yapı banilerinin muhtemelen bu bölgelerden olduklarını ya da burada yaşadıklarını göstermektedir. Ayrıca merkezden uzak bölgelerde de 15.yüzyıl merkez yapılarıyla paralel kamu yapılarının bulunması Ankara'nın bu dönem yerleşim yoğunluğu, sosyo-ekonomik yapısı ve ticareti hakkında bilgi vermektedir.

Baciniler ağırlıklı olarak mescitlerde kullanılmakla birlikte Arslanhane Cami ise Ankara merkezde bacini kullanımının görüldüğü tek camidir. Merkezi konumdaki Arslanhane, Hacı Bayram Veli gibi camilerin varlığı diğer banilerin toplumsal ihtiyaca göre mahalleler arasına mescitler yapmasını gerektirmiştir. Selçuklu dönemi sonrasında Ahiler ve Osmanlı dönemlerinde önemini koruduğu anlaşılan Arslanhane Cami'sinde giriş kapılarında bacini kullanımının görülmesi oldukça önemlidir. Yapıda yer alan mevcut seramiklerin benzer örneklerinin 14-15.yüzyılları arasına tarihlenmesi yapının bu dönemdeki restorasyonu ya da onarımı sırasında dönemin şartlarına göre bu kısımların yenilenmiş olabileceğini göstermektedir. Ayrıca 15.yüzyılda Ankara yapılarında popülerleşmeye başlayan bacini kullanımının ilk olarak Arslanhane Cami'sinde kullanılıp daha sonra diğer yapılarda mı görülmeye başladığı yoksa Ankara'da kullanılmaya başlayan bacini kullanımının Arslanhane Camisi'nin onarımı sırasında bu popülerleşme sonucu mu kullanıldığı bilinmemektedir. Ancak muhtemelen 1402 yılında yapılan Ankara savaşı sonrası şehzadeler arasında el değiştiren şehirde, İznik üretimi Milet işi seramikler mimari yapılarda bezeme unsuru olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ankara'da özellikle 14-15.yüzyıla ait çok sayıdaki mescit ve cami içerisinde belirlenen örnekler dışında bacini kullanımının görülmemesi yakın tarihlerde inşa edilen yapılarda seramiklerin bani istediği doğrultusunda kullanılmış olabileceklerini göstermektedir. Dönemin siyasi ve sosyo-ekonomik yapısı yanı sıra beğeni anlayışının etkisiyle çeşitli şekillerde bacini kullanımının popülerleştiği görülmektedir. Ayrıca bu dönemde İznik üretimi seramiklerin yaygınlaşmaya başlamasıyla bağlantılı şekilde yapılarda da bezeme unsuru olamaya başladığı düşünülebilir. Ankara'da özellikle küçük ölçekli mescitlerde bacini kullanımının yapıldığı ve 15.yüzyılın ilk çeyreği boyunca devam etmiş olabileceği düşünülmektedir. Pürüzsüz parlak sıraları, kaliteli işçilik ve bezemeleriyle Ankara yapılarında görülen İznik Milet işi seramiklerin benzer tarzda olduğu ve muhtemelen yakın tarih aralıklarında üretildikleri düşünülmektedir.

Anadolu Selçuklu döneminde yapılarda bezeme unsuru olarak sırlı tuğla, tek renk sırlı, çini mozaik, sıraltı boyama, minai ve lüster gibi tekniklerle yapılmış bezemeler görülmektedir. Özellikle tuğla, alçı, taş malzeme içerisine kakılan çini parçalarıyla yapılan bezemelerin Büyük Selçuklu ve Anadolu Selçuklu yapılarında tercih edilmektedir. Anadolu Selçuklu Dönemi yapılarında özellikle çini mozaik tekniği yoğun olarak kullanılmış Osmanlı döneminde ise çok fazla tercih edilmemeye başlanmıştır. (Karasu, 2020, s.437) Sıraltı boyama tekniği gibi işlevsel olarak daha kullanışlı tekniklerin çıkması bu tekniğin tercih edilmemesine sebep olmuştur. Ankara Osmanlı dönemi yapılarında ağırlıklı olarak alçı ve kalem işi süslemelerin kullanıldığı çini bezemelerin ise çok fazla tercih edilmediği görülmektedir. Ankara yapılarında Karaca Bey Cami, Arslanhane Cami ve Hacı Bayram Veli Cami'sinin beden duvarlarına Geç Osmanlı döneminde eklenen örnekler gibi az sayıda yapıda çini kullanıldığı görülmektedir. Konumuz kapsamında incelenen Örtmeli Mescit'te mihrap alınlığı üzerinde lacivert renkli çok kollu bir çini parçası da alçı zemin içerisine yerleştirilmiştir. Ankara yapılarında çini kullanımının çok fazla tercih edilmediği anlaşılırken bacinilerin çini mozaik tekniğini andıran bir işlevle muhtemelen 14.yüzyıl sonu-15.yüzyıl ilk çeyreği itibarıyla alçı ve tuğla yüzeye yerleştirilmesi bölgesel bir yenilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Anadolu'da bacini kullanımının en erken örnekleri 11-12.yüzyıllar arasında Doğu Anadolu'da Kemah ve Bayburt'ta bölgelerinde görülmekle birlikte Geç Osmanlı dönemine kadar yer yer kullanıldığı anlaşılmaktadır. (Vallauri, 2011, s.186)

Arslanhane Cami, Molla Büyük Mescidi, Ahi Yakup Mescidi, Hacı İvaz Mescidi, Örtmeli Mescit ve Susuz Köyü Cami'sinde görülen sıraltı boyama bezemeli seramiklerin birebir aynıları ya da benzerleri Gevale Kalesi (14-15.yüzyıl), Hasankeyf (14-15.yüzyıl), Edirne Zindanaltı Kurtarma Kazıları (14-15.yüzyıl), Balat İlyas Bey Külliyesi (14.yüzyıl-15.yüzyıl başı), Aphrodisias (14.yüzyılın sonu-15.yüzyıl), İznik (14-15.yüzyıl) gibi Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde görülmektedir. (Özdeniz, 2019, s.101-107, 129-147; Çeken, 2005, s.253-254; Yılmaz, 2009, s. 25-42; Gök Gürhan, 2010, s. 297-298; Öztaşkın, 2017, s.182; Çorum, 1976, s.288-290; Özkul Fındık, 2001, s.36-84.; İnan, 2006) Ankara yapılarında görülen bacinilerin birebir aynılarının çok sayıda bölgede de görülmesi özellikle 14-15.yüzyılda bu tarz Milet işi seramiklerin geniş bir dağılım alanına sahip olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca Ankara yapılarında kullanılan seramiklerin özel üretim olmadığı, bu seramiklerde aynı bezemenin birden çok kez kullanıldığını göstermektedir. Anadolu dışında İran (14-15.yüzyıl), Suriye (14-15.yüzyıl) ve Kırım (15.yüzyılın üçüncü çeyreği) gibi bölgelerde de benzer seramiklerin yaygınlığı uluslararası ticaretteki önemini göstermektedir. (Fehervari, 2000, s.223.225, 235, 248; Jenkins, 1984, s.110; Тесленко, 2021, s.259-260) Bu popülerliğin bir sonucu olarak Ankara yapılarında da bir dönem moda şeklinde kullanılması olması görülmektedir. Ayrıca 1302-1303 tarihli Ermenek Ulu Cami mihrabında da Milet işi seramikler kullanılmıştır. (Orhanlı, 2018, s.317-319) Molla Büyük Mescidi'nde yer alan yoğun bezeme anlayışının çini ve seramik malzemeli benzeri Gaferyad (Kazım Karabekir) Köyü Ulu Cami'sinin mihrabında da görülmektedir. (Yetkin, 1972, s.136, Fot. 63) Yapının 15.yüzyılda Beylikler dönemi onarımı sırasında yan kısmına eklenen alçı bezemeli alana bacini uygulamalarının yapıldığı belirtilmektedir. (Yetkin, 1972, s.136-137) Alçı bezemeli alan içerisinde bulunan seramiklerin kesilerek yerleştirilmiş olabileceği de muhtemel görülmektedir.

Ankara yapılarında görülen Milet işi seramiklerde kase ve tabakların iç yüzeyine natüralist bitkisel bezemeler yanı sıra geometrik kompozisyonların uygulandığı görülmektedir. Seramik yüzeylerine daire, üçgen, çokgen, eşkenar dörtgen, çok kollu yıldız, tarama, kafes tarama, helezonik kıvrım, çintemani, mührü Süleyman ve çarkifelek motifi gibi geometrik; hatayi, şakayık, lale, gül, karanfil, sümbül, palmet, rumi ve çok yapraklı çiçeklerden oluşan bitkisel bezemelerden oluşan kompozisyonlar yerleştirilmiştir. Daire, çokgen, üçgen ve çok kollu yıldızdan oluşan şeritlerle sınırlandırılan bitkisel bezemeli örneklerin üzerinde sap çıkarma ve yaprak bulunan kıvrım dallarla birbirine bağlandığı görülmektedir. Seramik yüzeyine yerleştirilen motif ve kompozisyonlar genel olarak büyük boyutlu şekilde betimlenmiştir. Bu da seramikler üzerinde yer alan kompozisyonların mimari yapılarda dahi kolayca algılanabilmesini sağlamıştır. Aynı zamanda açık ve koyu sıraltı renkleri birlikte kullanılarak zıtlık oluşturulmuş böylece hem kompozisyon vurgulanmış hem de motifler ön plana çıkarılmıştır. Işın demetleri şeklindeki kompozisyonların da merkeze yerleştirilen bitkisel bezemeleri vurgulamak ve kompozisyonu zenginleştirmek için sıklıkla tercih edildiği anlaşılmaktadır. Anadolu Selçuklu ve Beylikler döneminde de tercih edilen geometrik ve bitkisel bezeme anlayışının konumuz Milet işi seramiklerde de kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca geometrik ve bitkisel kompozisyonlar oldukça girift şekilde yerleştirilmiş parlak sır özelliklerinin de yardımıyla seramikler göz alıcı bir görünüme kavuşmuştur.

Arslanhane Cami minaresi, Örtmeli Mescit ve Hacı Doğan Mescidi'nde mihrabında turkuaz, lacivert ve kahverengi tek renk parlak sırlı seramiklerin kullanıldığı görülmektedir. Küçük boyutlu kaselerden oluşan Arslanhane Cami minaresinde bulunan seramiklerin benzerleri Sivas Ulu Cami (1196), Akşehir Ferruh Şah Mescidi (1224), Akşehir Küçük Ayasofya Mescidi (1236), Divriği Kameruddin Türbesi (1196) gibi Anadolu Selçuklu dönemi yapılarında görülmektedir. (Orhanlı, 2018, s.317-330) Bu sebeple yapının minaresinde yer alan seramiklerin 13.yüzyıl Anadolu Selçuklu dönemine ait olduğu ve ilk inşa aşaması sırasında yapıldığı düşünülmektedir. Doğu ve batı kapısındaki seramiklerin ise muhtemelen 14.yüzyıl-15.yüzyıl başı arasındaki bir dönemde onarım sırasında eklenmiş olabileceği tahmin edilmektedir. Örtmeli Mescit ve Hacı Doğan Mescidi mihraplarında yer alan küçük boyutlu ve oldukça parlak tek renk sırlı seramiklerin yapı inşa tarihleri göz önüne alındığında 15.yüzyılın ilk çeyreğine tarihlenebileceği anlaşılmaktadır.

Anadolu Selçuklu Dönemi önemli yapılarından olan Arslanhane Cami dışında Ankara’da inşa edilen yapıların özellikle 14-15.yüzyılda yoğunluk kazandığı görülmektedir. Konumuz kapsamında incelenen Molla Büyük, Ahi Yakup, Hacı İvaz, Örtmeli ve Hacı doğan Mescitlerinin 14.yüzyıl sonu-15.yüzyıl başı arasına tarihlendirilebilecekleri öngörülmektedir. Ancak büyük kısmının yapı inşa ve onarımıyla birlikte eklendiği düşünülen seramikler çoğunlukla 15.yüzyılın başına tarihlenmektedir. Bu da yapıların inşası ve devamındaki süreçte 1402 yılında yapılan Ankara savaşının etkili olabileceğini düşündürmektedir. Muhtemelen savaş öncesi inşasına başlandığı tahmin edilen yapıların savaştan hemen önce ya da kısa süre sonra tamamlanmış olabileceği muhtemel görünmektedir. Bazı yapıların ise Çelebi Sultan Mehmet’in tahta çıkarak fetret devrini bitirdiği döneme ait olabileceği düşünülmektedir.

Mevcut araştırmalarda Ankara yapıları içerisinde Geç Osmanlı dönemi bacini kullanımı görülen tek örnek Kalecik Kale Cami mihrabıdır. Ankara örneklerinde Anadolu Selçuklu ve özellikle Beylikler dönemi yapılarında görülen bacini uygulamalarının Geç Osmanlı dönemine tarihlenen Kale Cami’sinde de alçı mihrapla birlikte kullanılması bu uygulamanın Ankara yapılarında devam ettiğini göstermesi bakımından da önemli bir yere sahiptir. Mucurlu Hacı Ahmet tarafından yaptırıldığı belirtilen camide bacini kullanımının Geç Osmanlı dönemi yapılarında yaygınlaşmasının bir etkisi olarak kullanılmış olabileceği düşünülmektedir. (Çağlar, 2008, s.33) Seramik özellikleri ve yapının inşa tarihi göz önüne alındığında mihrapta yer alan bacinilerin 19.yüzyıl sonu-20.yüzyıl başına ait olabileceği tahmin edilmektedir. Geç Osmanlı Dönemi Adıyaman, Kahramanmaraş, Şanlıurfa, Gaziantep gibi bölgelerde bacini uygulamasının tekrar yaygınlaştığı görülmektedir. (Polat ve Orhanlı, 2020, s.691; Polat, 2021, s.1142-1145) Bu da Geç Osmanlı döneminde seramik üretiminde yaşanan aksaklık ve Batılılaşma etkisiyle açıklanabilmektedir.

Sonuç

Seramik sanatının sadece günlük yaşamda değil, ticaret, kültürel etkileşim, sosyo-ekonomik yapı gibi çok çeşitli alanda bilgi sahibi olmamıza katkı sağladığı görülmektedir. Mimari yapıda seramik kullanımına verilen “bacini” uygulamasının Anadolu’da geniş kullanım alanına sahip olduğu görülmektedir. Bizans sanatında keremoplastik seramik parçalarının bezeme unsuru olarak harçlar içerisine yerleştirilmektedir. Benzer şekilde Ortaçağ dönemi yapılarında akustik amacıyla yapıların kubbe ve duvar yüzeylerine seramik malzemenin yerleştirildiği de bilinmektedir. Ayrıca örtü sistemlerinde kullanılan seramiklerin hafifletme amacıyla kullanıldıkları da düşünülmektedir. (Gök, 2021, s. 583) Baciniler ise yapılarda bir bezeme elemanı olarak kullanılmaya başlamıştır. Çini bezemenin yerine farklı bir anlayışla kullanıldığı tahmin edilen seramiklerin Anadolu’da kültürel etkileşim sonucu yapılarda kullanıldığı tahmin edilmektedir. Çini malzemeye göre daha kolay ulaşılabilen, gösterişli ve fonksiyonel olması seramiklerin yapılarda kullanılmasında etkili olmuştur. Bizans ve sonrasında Avrupa yapılarında ilk örnekleri kazanılan zaferi temsil etmek amacıyla kullanılan bacinilerin daha sonrasında hediye olarak gelen seramiklerin sergilenmesi ve bir gelenek halini alarak yaygın olarak kullanılmaya devam ettiği görülmektedir.

Ankara yapılarında özellikle Beylikler döneminde çok sayıda yapıda bacini kullanılmıştır. Yapıların varsa kitabesi, Ankara yapılarında karakteristik bir özellik olan alçı bezeme özellikleri ve seramiklerin birlikte değerlendirilmesi sonucunda Molla Büyük Mescidi, Ahi Yakup Mescidi, Hacı İvaz Mescidi, Örtmeli Mescit, Hacı Doğan Mescidi, Susuz Köyü Cami’si ve Ayaş Başayaş Köyü Cami’sinde yer alan seramiklerin 15.yüzyılın ilk çeyreğine tarihlenmesinin kuvvetli bir ihtimal olduğu görülmektedir. Arslanhane Cami minaresinde bulunan seramiklerin 13.yüzyıl, doğu ve batı kapısı üzerindeki ise 14-15.yüzyıl başına; Geç Osmanlı dönemine tarihlenen Kalecik Kale Cami seramiklerinin ise 19.yüzyıl sonu-20.yüzyıl başına ait olabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aguzzi, F. (1969). Bacini arthitettonici a Pavia. *Atti della Societa Ligure di Storia Patria*, 83 (9), 113-115. Erişim adresi: <http://www.rmoa.unina.it>
- Akşit, A. (2018). Arslanhane Camii'nin inşa tarihine dair notlar. *USAD*, (9), 172-180. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Akşit, A. (2018). Ankara'nın Selçuklular devrindeki kentsel gelişimine dair notlar. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (21), 71-79. Erişim adresi: <https://sobider.com>
- Akyol, H. (2016). Ankara'nın Türk hakimiyetine girişi ve şehrin ilk Türk fatihi. *Bellekten*, 80(289), 757-772. Erişim adresi: <https://belleten.gov.tr>
- Andros N. and Vallauri, L. and Laure Laharie M. (2006). Exemples de bacini dans les églises de Chypre. *Actas del VIII Congreso Internacional de Cerámica Medieval en el Mediterráneo*, del 27 de febrero al 3 de marzo de 2006, Ciudad Real-Almagro, 1, in (881-890). Espana.
- Türkiye'de vakıf abideler ve eski eserler-I*. (1983). Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü.
- Başar, Fahamettin. (1995). Fetret devri. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 12, içinde (s.480-482). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Beyazıt, M. (2007). Ankara hacı ivaz mescidi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 47 (1), 179-201. Erişim adresi: <http://dctfdergisi.ankara.edu.tr>
- Blake, H. (1978). The bacini of North Italy. *La Ceramique Medievale En Mediterranee. Occidentale Xe-XVe Siecles*, (11-14 septembre 1978), Valbonne, in (93-111), Paris: Centre Nationsl De La Recherche Scientifique.
- Blake, H. (1981). I "bacini" umbri: ceramiche medioevali inserite negli edifici. *Ceramiche medioevali dell'Umbria*, (25 giugno - 12 luglio 1981), Firenze, in (87-91). Firenze: Nuova Guaraldi.
- Blake, H. and Aguzzi, F. (1990). Eleventh century islamic pottery at Pavia, North Italy: the Torre Civica Bacini. *The Accordia Research Papers*, (1), 95-147. Erişim adresi: <https://www.academia.edu/>
- Cuteri, F. and Fede, E. (2012). Bacini e vasi acustici nelle chiese del territorio di Megara (Attica – Grecia). *Atti del IX Congresso Internazionale sulla Ceramica Medievale nel Mediterraneo* (23-27 novembre 2009), in (529-535). İtalia: All'Insegna del Giglio.
- Çağlar, Y. (2008). *Kalecik Türk devri yapıları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çeken, M. (2005). *Hasankeyf (1991, 2001-2003 Yılı) kazı buluntusu fırın ve atölyeleri ile seramik malzemeleri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Çerkez, M. (2007). Ankara susuz köyü camii. *Ekev Akademi Dergisi*, 11(32), 209-224. Erişim adresi: <http://ktp.isam.org.tr>
- Çiftçioğlu, İ. (2001). Ahiler Döneminde Ankara'daki bazı ilim ve fikir adamları. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 27-35. Erişim adresi: <https://acikerisim.aku.edu.tr>
- Çorum, B. (1976). 1974 yılında Bursa Müzesi tarafından müsadere edilen İznik keramikleri. *Sanat Tarihi Yıllığı*, (6), 279-294. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Demirci, İ. (2006). *2004-2005 yılları arasında İznik Roma tiyatrosunda ortaya çıkarılan erken Osmanlı dönemi millet işi seramikleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Demiriz, Y. (1973). Mimari süslemede renk unsuru olarak kullanılan keramik çanaklar. *Sanat Tarihi Yıllığı*, (5), 175-208. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Demiriz, Y. (1979). *Osmanlı mimarisinde süsleme ı: erken devir (1300-1453)*. İstanbul: Kültür Bakanlığı.
- Dişçi, G. ve Bahçeci, M. (2018). Ayaş, Başayaş köyü'nde bir yeniden işlevlendirme önerisi: tarihi köy camii ve köy evi örneği. *Online Journal of Art and Design*, 6(3), 61-89. Erişim adresi: <http://www.adjournal.net>
- Eskici, B. (2002) *Ankara mihrabları*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Eyice, S. (1988). Ahi Şerafeddin Camii. *TDV İslam Ansiklopedisi*, I, içinde (s.531-532). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Eyice, S. (1996). Hacı İvaz Paşa Mescidi. *TDV İslam Ansiklopedisi* 14, (s.484). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Fehervari, G. (2000). *Ceramics of the Islamic world: in the Tareq Rajab Museum*. London-Newyork: İ. B. Tauris Publishers.
- Gelichi, S. (1978). I bacini ceramici della torre campanaria della ex chiesa di Sant'Antimo a Piombino. *Prospettiva*, (15), 46-52. Erişim adresi: <https://www.jstor.org>
- Gelichi, S. (2019). Ceramiche architettoniche medite dalle marche: San Prospero A Petritoli (Fm), *Al-Kitab*, in (s.237-244). Madrid: Espanola de Arqueologia Medieval.
- Giorgio, M. (2013). Dai bacini ai reperti da scavo: commercio di ceramica mediterranea Nella Pisa Bassomedievalei, *Atti XLV Convegno Internazionale della Ceramica*, 25-26 maggio 2021, in (s.43-56). Italia: All' Insegna del Giglio.
- Gök, S. (2021). Manisa Ulu Cami'nin örtü ve duvar sisteminde ortaya çıkarılan testiler. *Sanat Tarihi Dergisi*, 30 (1), 567-589. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>

- Gök Gürhan, S. (2010). “Balat İlyas Bey Külliyesi kazısında ortaya çıkarılan seramiklerin değerlendirilmesi (2007-2008)”, *XIII. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri*, 14-16 Ekim 2009, Denizli, içinde (s.291-305). İstanbul: Ege Yayınları.
- Gökbilgin, M. T. (1977). *Osmanlı müesseseleri teşkilatı ve medeniyeti tarihine genel bakış*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Hacıgökmen, M. A. (2005). Ankara ahilerinin ticari faaliyetleri ve baciyan-ı rum hakkında bir araştırma. *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, (18), 185-211. Erişim adresi: <https://dspace.ankara.edu.tr>
- Hacıgökmen, M. A. (2012). Anadolu’da ahiliğin esnaf teşkilatı haline dönüşmesi ve tımar sistemine yansımaları (Ankara örneği). *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (32), 263-291. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Jenkins, M. (1984). Mamluk underglaze-painted pottery: foundations for future study. *Muqarnas*, (2), 95-114. Erişim adresi: <https://www.jstor.org>
- Karaçağ, A. (2002). *Beylikler Devri mimarisinde alçı süslemeler* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karasu, Y. E. (2020). Osmanlı dönemi çinilerinde mozaik ve kakma teknikleri üzerine tespitler. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(47), 413-443. Erişim adresi: <https://sobider.com>
- Kaya, A. (2014). Anadolu’nun Türk ve İslam yurdu haline gelişinde ahilerin rolü ve önemi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 547-561. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr>
- Mathews, K. R. (2014). Other peoples’ dishes: Islamic bacini on eleventh-century churches in Pisa. *Gesta*, 53(1), 5-23. Erişim adresi: <https://www.journals.uchicago.edu>
- Megaw, A. H. S. (1964). Glazed bowls in Byzantine churches, *Deltion of the Christian Archeological Society*, IV, 145-162. Erişim adresi: <https://www.jstor.org>
- Nicolai A. and Vallauri L. (1986). A propos des céramiques ornementales sur les édifices médiévaux du sud de la France. *Archéologie du Midi médiéval*, 4, 103-111. Erişim adresi: <https://www.persee.fr>
- Orhanlı, O. (2018). *Anadolu Türk mimarisinde bezeme unsuru olarak seramik kullanımı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Öney, G. (1971). *Ankara’da Türk devri yapıları*. Ankara: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.
- Özaydın, A. (1991). Ankara (İslami dönem). *TDV İslam Ansiklopedisi*, 3, içinde (s.203-204). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.

- Özcan, A. (1996). Hacı İvaz Paşa. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 14, içinde (s.485-486). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Özdemir, R. (1991). Ankara (Osmanlılar devri). *TDV İslam Ansiklopedisi*, 3, içinde (s.204-209). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Özdeniz, H. H. (2019). *Gevale Kalesi kazılarında bulunan Ortaçağ seramikleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özkul Fındık, N. (2001). *İznik roma tiyatrosu kazı buluntuları (1980-1995) arasındaki Osmanlı seramikleri*. Ankara Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Öztaşkın, M. (2017). Byzantine and Turkish glazed pottery finds from Aphrodisias. *Glazed Pottery of the Mediterranean and the Black Sea Region, 10th-18th Centuries*, 2, in (165-188). Kazan: Stratum Plus Journal.
- Parığı, B. (2015). *Söz kitabı Türkçe-İtalyanca sözlük* (Çev. Yavuz Kartalhoğlu). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Polat, T. ve Orhanlı, O. (2020). Adıyaman camilerinde süsleme unsuru olarak “bacini” uygulamaları. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (35), 672-701. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Polat, T. (2021). Geç Dönem Osmanlı mimarisinde bölgesel bir süsleme: bacini (Şanlıurfa örnekleri üzerinden bir değerlendirme). *Sanat Tarihi Dergisi*, 30 (2), 1117-1145. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Sanders, G. D. R. (2015). William of Moerbeke's church at Merbaka: the use of ancient spolia to make personal and political statements. *Hesperia: The Journal of the American School of Classical Studies at Athens*, 84(3), 583-626. Erişim adresi: www.researchgate.net
- Sargon, E. (1991). Ankara. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 3, içinde (s.201-203). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Sönmez, Z. (1996). Hacı İvaz Paşa (Mimari). *TDV İslam Ansiklopedisi*, 14, içinde (s.486-487). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.
- Turan, O. (1951). Selçuklular zamanında Sivas şehri. *DTCF Dergisi*, 9(4), 447-457. Erişim adresi: <http://dtcfdergisi.ankara.edu.tr>
- Uysal, A. O. (1998). Ankara Arslanhane Camii üzerine bazı tespitler. *VII. Millî Selçuklu Kültür ve Medeniyeti Semineri: II. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazı-Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri*, 30 Nisan -02 Mayıs 1998, içinde (207-225). Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.

- Vallauri, L. (2011). Les “bacini”: disques de lumière en Méditerranée et sur les façades du Midi français. *Les couleurs de la ville: Réalités historiques et pratiques contemporaines*, Viviers, France, 185-194. Erişim adresi:
- Varvara, V. (2021). I Bacini di santa francesca romana al foro. *Storie [di] Ceramiche 7: Bacini Ceramici* 29 Ottobre 2020, in (53-58). İtalia: All’Insegna del Giglio.
- Yangaki, A. G. (2017). Immured Vessels in the Church of Panagia Eleousa, Kitharida, Crete. *Glazed Pottery of the Mediterranean and the Black Sea Region, 10th-18th Centuries*, 2, in (135-164). Kazan: Stratum Plus Journal.
- Yetkin, Ş. (1972). *Anadolu’da Türk çini sanatının gelişmesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Yıldırım, S. (2013). Ankara’nın Kalecik ilçesindeki camiler. *History Studies*, 5(2), 539-563. Erişim adresi: <http://isamveri.org>
- Yılmaz, G. (2009). Edirne-Zindanaltı kurtarma kazılarında erken Osmanlı seramikleri-I. *Türk Arkeoloji ve Etnografya Dergisi*, (9), 25-42. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Yılmaz, İ. (1985). *İtalyanca-Türkçe sözlük ve İtalyanca fiilleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Yüksel, A. E. (2016). Ankara cami ve mescitlerinde “Ankara üslubu. *Journal of History and Future*, 2(1), 154-177. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr>
- Тесленко, И. Б. (2021). *Керамика крима xv века*. kyiv: Institute of Archeology National Academy of Sciences of Ukraine.

Extended Abstract

Purpose

Ahi community is so effective in Anatolia trade. Ankara is one of the first conquered regions after Manzikert battle in 1071. In Ankara a great number of architecture was constructed by Ahi community. And this shows that craftsmans may had been preferred to use bacini ceramic in constructive building. Bacini is used in many buildings in Ankara. However, no comprehensive study has been conducted on these structures. In Ankara buildings, It is seen on the entrance door and building walls, especially on the mihrab. In our study, it is aimed to determine the purpose and form of use of bacini in Ankara samples, in which parts of the structures they are preferred, and to determine the ceramic properties. In addition, the position and dating of ceramics in sutucco compositions are aimed. It is thought that the bacini samples found in the buildings will contribute to the detailed dating of the excavations in Anatolia and the Iznik Miletian ceramics.

Design and Methodology

There are many studies on Ankara and the buildings in Ankara. In our study, a search was made on the publications about Ankara structures and bacini. In these publications, examples of the use of ceramics in Ankara architectural structures have been identified. The surfaces on which bacini is used in the buildings and their positions in the composition on which they are placed have been determined. It was tried to determine the construction date of the buildings and whether the ceramics were placed in this period. In this way, it was ensured that the ceramics were dated to a large extent.

Findings / Bulgular

Some of the bacinis used in Ankara buildings have been examined in various publications. However, although some structures are not included in these publications, the use of bacini has not been evaluated comprehensively and as a whole in Ankara. In addition, similar examples of ceramics and their distribution in Anatolia are given briefly in the studies carried out. Within the scope of our subject, Arslanhane Mosque, Molla Büyük Mosque, Ahi Yakup Mosque, Örtmeli Mosque, Hacı Ayvaz Mosque, Hacı Doğan Mosque; Susuz Village Mosque in Yenimahalle; Başyaş Village Mosque in Ayaş; In Kalecik, it is seen that bacini ceramics are used in Kale Mosque. It is seen that they are mostly used in the mihrab, door openings and building walls. Most of the buildings, in which ceramics produced by İznik Miletus are used, belong to the Ottoman period. Only Kalecik Kale Mosque is dated to the Late Ottoman period. The fact that the same bacini seen in Ankara buildings are seen in many regions indicates that this type of Miletian ceramics had a wide distribution area, especially in the 14th-15th century. In addition, it shows that the ceramics used in Ankara buildings are not special production, and the same decoration is used more than once in these ceramics. The prevalence of similar ceramics in regions such as Iran (14-15th century), Syria (14-15th century) and Crimea (third quarter of the 15th century) outside Anatolia shows their importance in international trade. It is seen that there are similar types of ceramics in Anatolia and outside Anatolia in various regions such as Iran, Syria and Crimea. In addition, it is very important for our subject to find an example of Molla Büyük Masjid, which has an intense bacini decoration understanding, in a similar style, added in the Mihrab of Gaferyad (Kazim Karabekir) Village Ulu Mosque during the Beyliks period. Bacini was used in many buildings in Ankara, especially during the Beyliks period. The epitaph of the buildings, if any, can be found in Molla Büyük Masjid, Ahi Yakup Masjid, Hacı İvaz Masjid, Örtmeli Masjid, Hacı Doğan Masjid, Susuz Village Mosque and Ayaş Başyaş Village Mosque as a result of the evaluation of the plaster decoration features and ceramics, which are characteristic features of Ankara structures. It is seen that there is a strong possibility that the ceramics in this area are dated to the first quarter of the 15th century. It seems likely that the structures, which are thought to have been built before the Ankara war, may have been completed just before or shortly after the war. It is thought that some of the

structures may belong to the period when Çelebi Sultan Mehmet ascended the throne and ended the interregnum. The ceramics found in the Arslanhane Mosque minaret are dated to the beginning of the 13th century, and the ones on the east and west doors are dated to the 14th century and beginning of the 15th century; It is thought that the Kalecik Kale Mosque ceramics dated to the late Ottoman period may belong to the end of the 19th century and the beginning of the 20th century

Research Limitations

The use of bacini is seen in many buildings in Anatolia. It is thought that the political structure of the Middle Ages had an effect on the fashion of the period. It is seen that people who were busy with trade lived in Ankara between the 13th and 15th centuries. This enabled easy access to Iznik Milet ceramics, which came through trade in the region. In our study, the bacini ceramics used in the buildings in Ankara were examined. The examples determined as a result of extensive research in existing publications were examined.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

In Anatolian examples, it is seen that bacini examples are used in structures dating to the Medieval and Ottoman periods. In some of the existing buildings, it is seen that some of the bacini ceramics have been removed from the buildings or they have been covered with oil paint. This damages the ceramics and makes it difficult to detect. Bacini examples, which have great historical and cultural value, should be preserved and transferred to future generations.

Originality

Comprehensive examination of the samples of bacini ceramics used in Ankara buildings, which were determined in current publications, constitutes an important part of our study. In addition, detailed dating experiments were carried out according to the construction and repair dates of the building. This contributes greatly to the dating of Iznik Miletus ceramics produced between the 14th and 16th centuries. In addition, emphasizing the place of Ankara bacini examples in Anatolian art is important for our subject.

Araştırmacı Katkısı: Yunus Emre KARASU (%100).

Teşekkür: Fotoğraf arşivinden yararlanmama izin veren Prof. Dr. Nurşen Özkul Fındık, Doç. Dr. Murat Çerkez ve Faruk Seğmen ile yardımlarından dolayı Murat Karasu'ya teşekkür ederim.

The Relationship between Prevention Focus, Money Attitude and Financial Behavior ¹

Durmuş YILDIRIM ² - Adem ÖZBEK ³

Submitted by: 27.08.2021

Accepted by: 16.03.2022

Article Type: Research Article

Abstract

This study aims to investigate the relationship between the prevention focus as a regulatory focus factor that affects individuals' decisions and money attitude and financial behaviour. Within the scope of the study, questionnaires were administered to 385 people and the study data were analyzed using the structural equation modelling technique. Results of the study reveal that the prevention-focus factor has no direct or indirect effect on financial behaviour. Further, prevention-focus is found to have a positive effect on power-prestige, retention-time, distrust and anxiety, which are among the factors that define attitude towards money. However, the retention-time factor is the only money attitude factor found to have a positive effect on financial behaviour.

Keywords: Regulatory Focus, Prevention Focus, Money Attitude, Financial Behaviour

Atıf: Yıldırım, D. ve Özbek, A. (2022). The relationship between prevention focus, money attitude and financial behavior. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 385-404.

¹ Due to the fact that the data used in the research was obtained from the participants through a questionnaire, the required Ethics Approval Certificate was obtained from the Social and Human Sciences Research and Publication Ethics Committee of Gümüşhane University (Date: 07/04/2020, Number: 2020/4).

² Ondokuz Mayıs University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, durmus.yildirim@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8004-3427

³ Gümüşhane University, Vocational School of Social Sciences, ademozbek@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6599-6337

Kaçınmacı Odak, Para Tutumu ve Finansal Davranış İlişkisi

Durmuş YILDIRIM⁴ - Adem ÖZBEK⁵

Başvuru Tarihi: 27.08.2021

Kabul Tarihi: 16.03.2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada bireylerin karar ve davranışlarında etkili olan düzenleyici odak unsurlarından kaçınmacı odak ile para tutumu ve finansal davranış arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışma kapsamında belirli gelir düzeyinde olan 385 kişiye anket uygulanmış ve çalışma verileri yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda kaçınmacı odak faktörünün finansal davranış üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak bir etkisine rastlanmamıştır. Bunun yanında kaçınmacı odağın para tutum faktörlerinden olan güç-prestij, elde tutma-zaman, güvensizlik ve kaygı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca para tutum faktörlerinden sadece elde tutma-zaman faktörünün finansal davranış üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Düzenleyici Odak, Kaçınmacı Odak, Para Tutumu, Finansal Davranış*

⁴ Ondokuz Mayıs Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, durmus.yildirim@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8004-3427

⁵ Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ademozbek@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6599-6337

Introduction

The concept of money has been studied from different perspectives by economists, psychologists and sociologists for years. Because money is not only a medium of exchange used in trade but also a tool that brings happiness to its owner and meets the need of respect for most people owing to its symbolic status as a sign of success (Maslow, 1943). Attitudes and emotions towards money shape people's behaviours and forms an integral part of their lives (Hanley & Wilhelm, 1992). Because of these attributes, researchers have attempted to make meaning of people's monetary attitudes by investigating the phenomenon from different aspects. Yamauchi and Templer (1982) discussed monetary attitudes by classifying them into power-prestige, holding-time, distrust and anxiety. Most studies that attempt to explain the relationship between personality variables such as greed, stinginess and risk-taking and monetary attitude factors consider demographic variables such as age and gender and attitudinal variables such as job and life satisfaction (Masuo, Malroutu, Hanashiro, & Kim, 2004), however, some studies have focused on the relationship between monetary attitude factors and financial behaviour. A review of these studies show that monetary attitudes have a significant effect on individuals' financial management skills, financial knowledge and welfare levels (Joo & Grable, 2004; Shim, Serido, & Xiao, 2009). Generally, similar studies have been observed that people with positive financial behaviour also possess effective money management skills and higher satisfaction levels.

Although the significance of money in making life easier is something undeniable, Belk and Wallendorf (1990) emphasizes that the emotional and qualitative meaning of money should not be neglected in contemporary social life. Available theoretical literature demonstrates attempts of some academicians to identify changes that affect the monetary attitudes of individuals by researching the depth of monetary attitudes. Several studies conducted within this context have found that individual differences (Brandstätter & Brandstätter, 1996; Brougham, Jacobs-Lawson, Hershey, & Trujillo, 2011) and the financial value of money (Garðarsdóttir & Dittmar, 2012) affect money management and associated level of financial welfare. On the other hand, Pereira and Coelho (2020) used the regulatory focus theory developed by Higgins (2006) which postulates that an individual's goal-oriented behaviours are regulated by two different motivation systems and found that regulatory focus factors are effective on monetary attitudes and consequently financial literacy. Contrarily, Pereira and Coelho (2020) examined the relationship between regulatory focus factors and financial literacy and found that such factors are insufficient in terms of which dimension(s) of financial literacy they relate to. Because, according to Holzmann (2010), financial literacy is a process that evolves from knowledge to skill, from skill to attitude and from behaviour attitude. The current study takes motivation from this statement and focuses on financial behaviour as a sub-dimension of financial literacy. This current study aims to investigate whether the prevention focus factor, a regulatory focus factor based on avoiding undesirable results and risk, affects individuals' monetary attitudes and financial behaviour

The findings of the study show that the prevention focus factor does not affect, direct or indirect, financial behaviour. Additionally, the prevention focus is found to have a positive relationship with money attitude factors. Further, it has been observed that money attitude factors, in particular retention time, has a positive effect on financial behaviour. This study contributes to the extant literature and therefore significant in that, it is the first study to investigate the effects of motivation factors on monetary attitude and financial behaviour in Turkey. The review of related literature, formulation of research hypotheses, and research methodology, as well as findings, are presented in subsequent sections of the paper.

Literature Review

Financial Behaviour

Researchers have offered varied definitions of the concept of financial literacy. In the available literature, financial literacy has been defined to mean the level of financial knowledge by Hogarth, Beverly, and Hilgert (2003), Moore (2003) defined it as the ability of individuals to obtain and use financial information, and Mandell and Klein (2007) as a conscious decision-making process in the presence of diverse financial products. When these definitions are evaluated comprehensively, researchers argue that financial literacy includes not only financial information but also different components. Huddleston-Casas, Danes, and Boyce (1999) measured financial literacy in three dimensions: financial behavior, financial knowledge, and self-evaluation. Moore (2003) divides financial literacy into four dimensions: financial knowledge, financial experience, financial behavior and borrowing. In this context, Atkinson and Messy (2012) focused on the differences in financial knowledge, behavior and attitude between and within countries according to socio-demographic characteristics by separating them in 14 different countries within the scope of OECD International Network on Financial Education. As a result of the research, it was seen that there is a positive relationship between financial knowledge and financial behavior in all countries. In addition, a positive relationship was found between financial behavior and financial attitudes.

The dimension of financial behaviour considered in this study can be generally defined as planning as to how the money will be spent, keeping an account of how money is spent, reviewing fixed expenses, creating a written budget, thus, actions involved in using and managing money effectively (Moore, 2003; Xiao, Sorhaindo, & Garman, 2006).

Financial behaviour is associated with financial outcomes and financial well-being. For example, some financial behaviours such as borrowing have a profound effect on individuals (Collins, 2011). Financial behaviour is also associated with non-financial aspects of life such as happiness and life satisfaction, hence, developing a positive financial behaviour can help achieve other successes in life (Totenhagen, Wilmarth, Serido, Curran, & Shim, 2019). Researches on financial behaviour have revealed that financial consultancy, planning, and education are important instruments that can be applied to improve the financial behaviour and decision-making abilities of individuals and households (Gillen & Kim, 2014; Lown, Kim, Gutter, & Hunt, 2015).

The relationship between financial literacy and financial behaviour has been discussed in different dimensions in extant academic literature. Lack of financial information has been associated with behaviour that leads to erroneous financial behaviours such as excessive borrowing, orientation to high-interest rate loans, and limited savings and investment among others (Lusardi, 2008). According to Chen and Volpe (1998), university students have insufficient knowledge about individual investments and this situation limits their ability to make informed financial decisions. Corroborative, Huddleston-Casas et al. (1999) also stated that individual financing can be taught and such actions will have a positive effect on the financial behaviour of both students and adults. It has also been observed that people with low levels of financial literacy are much less likely to invest in high-risk financial products such as stocks (Van Rooij, Lusardi, & Alessie, 2011). However, some studies also conclude that financial education has limited, if any, ability to influence future financial behavior (Fernandes, Lynch Jr, & Netemeyer, 2014; Hastings, Madrian, & Skimmyhorn, 2013).

Money Attitude

Vaughan and Hogg (2005) define attitude as a permanent organization of belief, emotion and behavioural tendencies towards socially important objects, groups, events or symbols. This definition explicitly acknowledges that attitudes have a significant effect on behaviour. People acquire their attitudes towards money through education, professional experience and monetary habits (Furnham & Argyle, 1998). Individuals' attitudes towards, and use of money change depending on their financial goals. Goldberg and Lewis (2000) stated that money is most commonly used in the pursuit of acquiring power, security, love and freedom. Further, social psychologist Krueger (1986) also emphasized that money is the most emotionally meaningful object in contemporary life. It is therefore an integral part of people's lives and motivates their behaviour in various ways irrespective of how it is spent.

To measure people attitudes towards money in general, researchers have developed three basic scales on psychometric-based money attitudes. Yamauchi and Templer (1982) developed the Money Attitude Scale (MAS), which includes power-prestige, retention-time, distrust, and anxiety to measure the impact of money on consumers' financial behaviour. Furnham (1984) developed the Money Beliefs and Behavior Scale (MBBS) to investigate the relationship between demographic variables and monetary beliefs. This scale includes obsession, spending ability, retention, security, incompetence and effort factors. Tang (1992) also developed the Money Ethics Scale (MES), which entails six main factors—good, bad, success, respect, freedom-power and budget. Elements in the power-prestige factor of the Money Attitude Scale by Yamauchi and Templer (1982) point to the use of money as a symbol of success to influence others. The retention-time factors correspond to a sense of conservation instinct, careful spending behaviour and the planning of monetary resources meticulously. The elements that make up the distrust factor reflect the scepticism of individuals regarding monetary issues, while the elements of the anxiety factor reflect distress and anxiety about money.

However, Yamauchi and Templer (1982) found that individuals' attitudes towards money are not related to their income level. Although, these results are not consistent with other studies. Furnham (1984); Lim, Teo, and Loo (2003) stated in their studies that people within the low-income groups and experiencing financial difficulties are more obsessed with money and, consequently, see money as a source of power. This directly affects the financial behaviour of individuals (Hanley & Wilhelm, 1992). Additionally, Lim et al. (2003) argued that men in Asia were more concerned with the power and anxiety dimensions of the attitude towards money, while women were more concerned with the attitude dimension. Moreover, Gambetti and Giusberti (2012) stated that individuals with high anxiety levels behave more conservatively in their financial decisions. Özgen and Bayoğlu (2005) found that university students' attitudes towards money with past and future inclinations were linked to some selected demographic variables, especially gender and age. In addition, the study points that positive past experiences of Turkish young adults concerning their financial situation differ according to age and their opinions on family's financial situation depend on the family type. In a similar study, Atta and Sayılır (2019) investigated the relationship between Money-holding and savings habit of university students in Turkey and found a significant relationship between retention-time and saving habits. However, a statistically significant relationship was not found between the factors of power, obsession and anxiety and the intention to save.

Regulatory Focus

The regulatory focus theory (Brockner & Higgins, 2001; Higgins, 2006) based on the hedonism doctrine and individuals' orientation towards pleasure and the avoidance of pain, aims to explain the motivational sources that guide individuals' decision-making processes and behaviours (Florack, Keller, & Palcu, 2013). According to the central tenets of the regulatory focus theory (Higgins, 1998), people have two different self-regulation

orientations, namely, the promotion regulatory focus and the prevention regulatory focus while pursuing their goals. In the promotion regulatory focus, individuals are concerned with their ideals and needs that enhance their wellbeing. This type of focus shows the desire of dominant individuals to be successful in achieving their goals with a positive approach. The promotion regulatory focus is also associated with a global (local) style of perception and creative thinking (Förster & Higgins, 2005). In the prevention focus, people are concerned with their thoughts and security needs. It is claimed that individuals with this focus show a desire to avoid pain and strive to minimize any negative consequences. The prevention regulatory focus is also linked with a local (versus global) perception style (Förster & Higgins, 2005) and analytical thinking (Seibt & Förster, 2004). As investment decisions are typically made to achieve goals at a different point in time, these decisions will likely be driven by regulatory focuses. Regulatory focus factors have been the subject of very few studies in the available finance literature. Pereira and Coelho (2020) analyzed the impact of regulatory focuses on money attitudes and financial literacy of young adults in Portugal and found that the prevention focus has a direct negative relationship with financial literacy. However, an indirect positive relationship on financial literacy was found via the prevention focus, thrift and distrust. This study fills an important gap in the literature as it examines the relationship between prevention focus, attitudes towards money and financial behaviour in adult individuals. Because Pereira and Coelho (2020) used a three-question scale developed by Lusardi and Mitchell (2008), which only measures the level of financial knowledge, as a financial literacy scale in their study in Portugal. In this study, the effect of psychological factors such as avoidance focus and monetary attitudes on financial behaviors rather than financial knowledge is investigated.

Research Hypotheses and Model

This study investigates the effect of the prevention focus factor on individuals' attitude towards money and financial behaviour. Within this context, we consider that the financial behaviour of individuals, dominated mainly by their safety and security motives, is directly or indirectly affected by the prevention regulatory focus. Nine hypotheses are created within the scope of the study.

It is concluded that individuals that are inclined to the prevention regulatory focus are susceptible to negative consequences due to the preponderance of caution, safety and security motives (Higgins, 1998; Kark & Van Dijk, 2007). As a direct consequence, the prevention focus should encourage careful financial planning for the future as a way of preventing something harmful from happening (Klenk, Strauman, & Higgins, 2011). For these reasons, we predict a positive relationship between prevention focus and financial behaviour, and we formulate our hypothesis as follows:

H₁: Prevention focus has a positive effect on financial behaviour.

Preventive-oriented individuals tend to value other people's preferences and social norms more (Pham & Higgins, 2005). Therefore, individuals with high prevention focus are extrinsically highly motivated (Kark & Van Dijk, 2007). We are of the ideal that the power-prestige motive of the possession of money offers in the society will have a positive effect on the preventive-oriented individual with extrinsic motivation. In this context, we construct a hypothesis as follows:

H₂: The prevention focus has a positive effect on power-prestige.

The prevention focus includes a concern about the presence or likewise of negative consequences (Crowe & Higgins, 1997). Thus, individuals with a high prevention focus should avoid risk and act more cautiously and sparingly. Therefore, we formulate a hypothesis to that effect as follows:

H₃: The preventive focus has a positive effect on the retention-time factor.

From a financial point of view, prevention-oriented individuals are likely to approach financial transactions with hesitation and suspicion since the prevention focus anticipate a “dangerous environment full of potential adverse events” (Pham & Higgins, 2005). Further, this uncertainty will increase the anxiety level of individuals. To this effect, we established our hypotheses as follows:

H₄: The prevention focus has a positive effect on distrust.

H₅: Prevention focus has a positive effect on anxiety.

Using money to gain power–prestige and influence over others can lead to a more wasteful financial behaviour in the pursuit of prestige. On the contrary, the thrifty factor reflects careful spending habit with the instinct of maintaining welfare level through meticulous planning and the use of monetary resources. Consequently, we are of the thought that power–prestige harms financial behaviour, and thriftiness has a positive effect. The hypotheses to this effect are formulated as follows:

H₆: Power–prestige harms financial behaviour.

H₇: Thriftiness has a positive effect on financial behaviour.

We are of the ideal that a person’s lack of self-confidence in issues regarding money, indecisiveness and feeling inadequate in financial matters will reflect positively on their financial behaviour. Because insecure individuals will avoid unnecessary spending and behave more carefully. Contrarily, compulsive buying behaviour is observed in anxious individuals (Roberts & Jones, 2001). Anxiety about money can lead to failure since it negatively affecting self-control and may result in individuals surrendering to impulses, preferring short-term satisfaction over long-term planning (Pereira & Coelho, 2020). The hypotheses developed for distrust and anxiety factors are as follows:

H₈: Distrust has a positive effect on financial behaviour.

H₉: Anxiety harms financial behaviour.

The study model created within the scope of research hypotheses is presented in Figure 1. The model includes one dependent variable, four mediator variables and one independent variable. Prevention focus is the dependent variable, power–prestige, retention-time, distrust and anxiety as mediator variables, and the independent variable is financial behaviour.

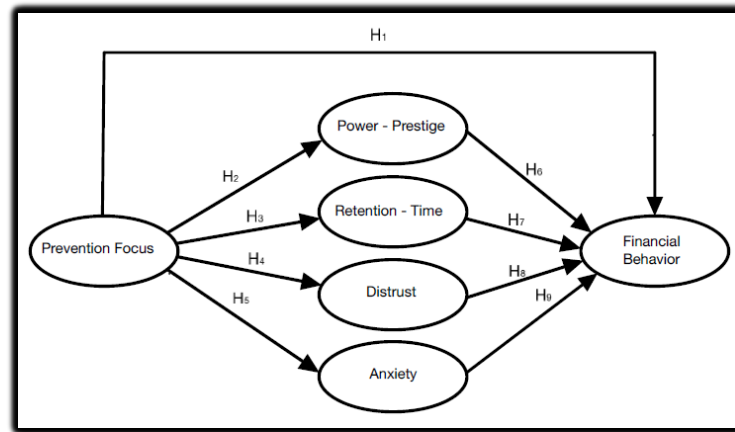


Figure 1. Research Model

Methodology

Data

Within the scope of the study, a questionnaire was created using the attitude towards money scale developed by Yamauchi and Templer (1982), the regulatory focus theory scale developed by Lockwood, Jordan, and Kunda (2002), and the financial behaviour scales developed by Atkinson and Messy (2012). The questionnaire was administered online to 385 participants with a certain level of income that was randomly selected. The questionnaire administered to the participants consists of four parts and includes 36 items in total. The first part contains questions on demographic characteristics (gender, age, educational status, marital status and monthly income) of the participants. Other sections consist of prevention focus, money attitude and financial behaviour scales. All of the scales are in five-point likert type and participants are asked about their degree of agreement with regards scale items (1 - I strongly disagree; 5 - I strongly agree). For this descriptive study, 'Ethics Committee Approval' was sought from Gümüşhane University Ethics Committee, numbered 2020/4 and dated 07/04/2020. During sample size determination, a total of 384 samples from a population size of more than 100,000 with a margin of error of 0.05 are considered sufficient (Altunişik, Coşkun, Bayraktaroğlu, & Yildirim, 2007). Therefore, the 385 questionnaires obtained for the present study are above the acceptable number. The Structural Equation Modelling technique used to determine the causal or correlational relationship between observed variables and unobservable (latent) variables is used in the analysis of the study data. SPSS 21 and AMOS 24 statistical programs were used to analyze the data.

Variable Measurements

Before analyzing the survey data, some pre-tests on the research scales are required. Consequently, the scales were tested in terms of reliability, confirmatory factor analysis, combination and decomposition validity.

Table 1
Scale Analysis

Factors	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha when Variable is deleted	Adjusted Variable Total Correlation.
Prevention	0,70		
S11		0,58	0,54
S12		0,45	0,63
S13		0,75	0,39
Power-Prestige	0,79		
S7		0,77	0,57
S8		0,72	0,64
S9		0,72	0,65
S10		0,76	0,58
Retention-Time	0,90		
S15		0,87	0,77
S16		0,89	0,68
S17		0,87	0,76
S18		0,86	0,80
S19		0,88	0,73
Distrust	0,82		
S20		0,79	0,62
S21		0,80	0,57
S22		0,75	0,73
S23		0,79	0,62
S24		0,81	0,55
Anxiety	0,63		
s25		0,61	0,39
s27		0,35	0,57
s29		0,61	0,38
Financial Behavior	0,76		
S30		0,73	0,51
S33		0,72	0,53
S34		0,59	0,76
S35		0,76	0,47

Reliability is the extent to which variable measures remain free from error. Reliability analysis is related to the measurement rate of the effects that show continuity from sampling to sampling (Netemeyer et al., 2003: 10). Depending on the alpha coefficient, if the reliability of the scale is $0.00 \leq \alpha < 0.40$ then the scale is considered not to be reliable, an alpha coefficient of $0.40 \leq \alpha < 0.60$ depicts a scale to be of low reliability. However, a score of $0.60 \leq \alpha < 0.80$ proves a scale is quite reliable, and a scale of $0.60 \leq \alpha < 0.80$ alpha coefficient is interpreted as a highly reliable scale (Kalaycı et al., 2005). In Table 1, reliability test results regarding the scales used in the study are presented.

When the Cronbach Alpha coefficients of the scales used in the study model Show that all the scales except for the anxiety scale (0.63) are larger than 0.70. Alpha values of the retention-time and distrust scales are higher than 0.80, indicating that the scales in question are quite reliable.

Table 2
Confirmatory Factor Analysis results

Factors		Std. Loadings	Non-std. Loadings	Std. Error	t Statistics
Prevention focus	S11	0.805	1.000		
	S12	0.734	0.905	0.094	9.585***
	S13	0.571	0.651	0.077	8.426***
Power-Prestige	S7	0.649	1.000		
	S8	0.740	0.979	0.087	11.213***
	S9	0.756	1.032	0.091	11.352***
	S10	0.683	0.785	0.074	10.634***
Retention-Time	S15	0.776	1.000		
	S16	0.883	1.192	0.064	18.693***
	S17	0.797	1.088	0.064	16.877***
	S18	0.776	0.942	0.060	15.807***
	S19	0.799	1.101	0.065	16.926***
Distrust	S20	0.646	1.000		
	S21	0.625	0.889	0.086	10.352***
	S22	0.761	1.078	0.096	11.280***
	S23	0.656	0.936	0.097	9.603***
	S24	0.688	1.012	0.096	10.543***
Anxiety	S25	0.620	1.000		
	S27	0.754	1.100	0.110	10.010***
	S29	0.548	0.781	0.101	7.699***
Financial Behavior	S30	0.656	1.000		
	S33	0.789	1.366	0.134	10.222***
	S34	0.488	0.643	0.086	7.453***
	S35	0.735	1.128	0.106	10.628***
Multivariate Normality	Critical Value: 9.895				
Goodness of Fit Values	χ^2 : 504,376***; χ^2 / df : 2,222; RMSEA: 0,055; GFI: 0,901 CFI: 0,931; RFI: 0,855				

Note: ***, **, and * indicates values at 1%, 5%, and 10% significance levels, respectively.

Table 2 shows the results of the confirmatory factor analysis, the multiple kurtosis criterion and the goodness of fit values of the model. Before analyzing data in structural equation model applications, problems related to the data should be resolved. The data to be included in the analysis should not have extreme values and missing values. Consequently, the compatibility of the questions in the model with regards to the assumption of normality was examined before confirmatory factor analysis. It is a widely accepted practice to have the multivariate normality below 10 in the normality test (Kline, 2015). In Table 2, the multivariate normality test result of 9.89 is within acceptable limits. This result shows that the data exhibits normal distribution and are suitable for structural equation modelling.

The $\chi^2 = 504,3$, $\chi^2/df = 2,222$ ratios are within acceptable limits as a measure of the goodness of fit of the model in terms of these factors. Moreover, the CFI (0.931) and RMSEA (0.055) values, other goodness of fit measures, were also within the acceptable fit limits. Since the RFI (0.855) value is above the acceptable value of

0.85, it is an indication that the model is a good fit. In the confirmatory factor analysis, it is concluded that all model values are within acceptable intervals and that the appropriate factor structure is reached by attaining the desired measure.

Table 3
Scale Validity and Correlation Values

Factors	CR	AVE	MSV	1	2	3	4	5	6
1. Power-Prestige	0.80	0.50	0.24	(0.70)					
2. Retention-Time	0.90	0.65	0.62	0.22	(0.80)				
3. Distrust	0.80	0.45	0.61	0.41	0.47	(0.67)			
4. Anxiety	0.68	0.41	0.61	0.49	0.36	0.78	(0.64)		
5. Prevention Focus	0.75	0.50	0.30	0.42	0.21	0.50	0.55	(0.71)	
6. Financial Behavior	0.76	0.45	0.62	0.12	0.78	0.37	0.25	0.16	(0.67)

Note: CR: composite or construct Validity, AVE: mean explained variance, MSV: square of maximum shared variance, values in parentheses show \sqrt{AVE} scores.

Following the confirmatory factor analysis in the study, the existence of combination and decomposition validity of the variable measurement model is investigated. It is accepted that composite/structure reliability (CR) is a better alternative than Cronbach alpha in variable measurement models (Kline, 2015). AVE, on the other hand, is the measure of the affinity validity between items representing an implicit structure. CR, AVE, MSV and \sqrt{AVE} values of factors were calculated for combination and decomposition validity. It is recommended to have $AVE > 0.5$; $CR > 0.77$ and $CR > AVE$ for convergence validity, and a correlation between $MSV < AVE$ and $\sqrt{AVE} >$ factors for decomposition validity (Gürbüz, 2019). The CR, AVE, MSV, \sqrt{AVE} and correlation values for the factors are presented in Table 5. Table 5 demonstrates that all scales except anxiety have high-reliability $CR > 0.7$. The fact that AVE values of power-prestige, retention-time and prevention focus scales are lower than CR and above 0.5 indicate that the relevant scales have combined validity. Further, the decomposition validity ensures the decomposition validity of the power-prestige, retention-time and prevention focus scales.

Findings and Discussion

Descriptive Statistics

In Table 4, frequencies and percentages regarding the demographic characteristics of participants are given. Participants were asked about gender, age, educational status, marital status, the sector they work in and their income status.

From Table 4, the distribution of the participants in terms of gender is seen to be balanced, 49.4% are in the age group of 25-34, 68.6% are university graduates and 58.4% are married. Further, it is understood that 49.1% of the participants work in public, 25.7% in private, 6.8% are self-employed, and 18.4% do have jobs. In addition, Table 4 shows that at least 81% of the participants have an income above the minimum wage.

Table 4
Demographic Distribution of Participants

Variables	Frequency	%	Variables	Frequency	%
Gender			Marital Status		
Male	189	49,1	Married	225	58,4
Female	196	50,9	Single	143	37,1
Age			Divorced	17	4,4
18-24	46	11,9	Sector		
25-34	190	49,4	Public Sector	189	49,1
35-44	105	27,3	Private Sector	99	25,7
45-54	35	9,1	Self-employed	26	6,8
55-64	9	2,3	Unemployed	71	18,4
Educational Status			Income Status		
Primary school	9	2,3	2.500 TL and below	70	18,2
High school	38	9,9	2.500 TL - 5.000 TL	129	33,5
Bachelor's Degree	264	68,6	5.001 TL - 7.500 TL	109	28,3
Master's Degree	52	13,5	7.501 TL - 10.000 TL	46	11,9
Doctoral	22	5,7	10.001 TL and above	31	8,1
Total Participants	385	100	Total Participants	385	100

Results of Structural Equation Model Analysis

The path diagram of the research model is given in Figure 2 above. The analyses performed on the research model were evaluated in terms of parameter values, error values of observed variables and standardized coefficients between observed and latent variables. No insignificant and abnormal value was found in the results obtained.

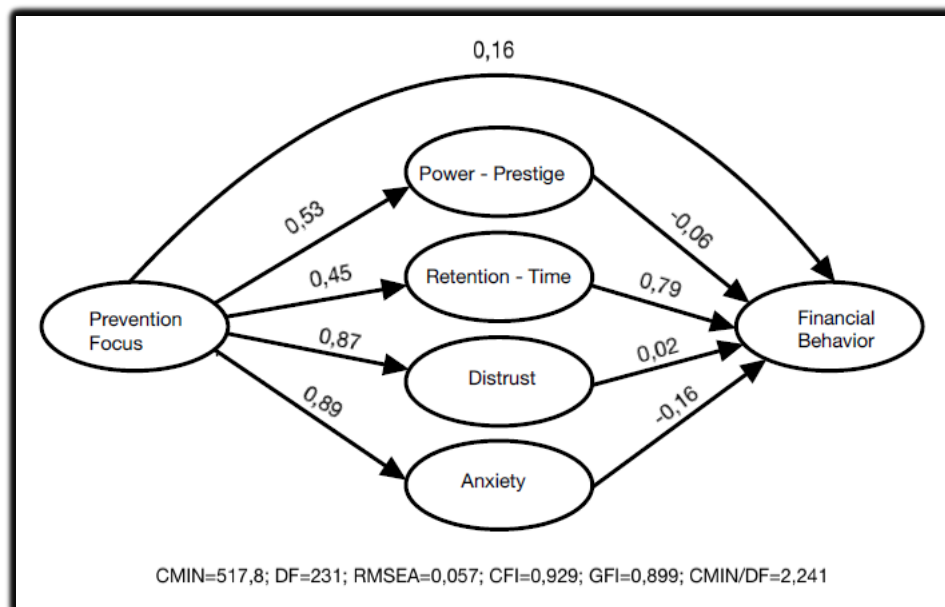


Figure 2. Path Diagram of Research Model

The $CMINx^2 = 517,8$ value of the study model is at an acceptable level since the sample size is acceptable. However, it may be misleading to evaluate the goodness of fit the model based on only this variable. It is desirable that the value of fx^2/df be close to zero or at least be less than 5. The x^2/df value of our model is

2.241 and it is seen as indicative of an acceptable level of fit. The RMSEA (0.057), CFI (0.929) and RFI (0.857) values of the model are within the acceptable measures of fit, while GFI (0.899) values are close to acceptable goodness of fit values.

Table 5
Results of the Structural Equation Model Analysis

Model Structural Relations	Stand. Loadings (β)	Stand. Error	t Stat.	Decision on Hypothesis
H ₁ : Prevention Focus Financial Behavior	0.162	0.641	0.301	Reject
H ₂ : Prevention Focus Power-Prestige	0.537	0.119	6.031***	Accept
H ₃ : Prevention Focus Retention-Time	0.458	0.127	5.989***	Accept
H ₄ : Prevention Focus Distrust	0.869	0.183	7.164***	Accept
H ₅ : Prevention Focus Anxiety	0.888	0.180	7.026***	Accept
H ₆ : Power-Prestige Financial Behavior	-0.068	0.064	-0.948	Reject
H ₇ : Retention-Time Financial Behavior	0.787	0.060	9.344***	Accept
H ₈ : Distrust Financial Behavior	0.018	0.191	0.076	Reject
H ₉ : Anxiety Financial Behavior	-0.161	0.247	-0.546	Reject

Note: ***, **, and * indicates values at 1%, 5%, and 10% significance levels, respectively.

From Table 5, the H₂(+), H₃(+), H₄(+), H₅(+) and H₇(+) hypotheses were accepted at a 0.01 significance level. If we examine the results independently, it is found that the prevention regulatory focus represented by our H₁ hypothesis has no significant effect on financial behaviour ($\beta = 0,162$). However, prevention focus was found to have a positive and significant relationship with money attitude factors holistically. These results are consistent with our hypotheses. If examined separately, the prevention focus positively affects power-prestige ($\beta = 0,537$; $p < 0,01$), retention-time ($\beta = 0,458$; $p < 0,01$), distrust ($\beta = 0,869$; $p < 0,01$) and anxiety ($\beta = 0,888$; $p < 0,01$). The H₇ hypothesis was accepted since the effect of retention time on financial behaviour was found to be positive ($\beta = 0,787$; $p < 0,01$). However, power-prestige, distrust and anxiety factors do not have a significant effect on financial behaviour. The study also investigated the indirect effect of the prevention focus on financial behaviour. According to the analysis results, the prevention focus has a positive, albeit statistically insignificant, indirect effect $\beta = 0,197$ on financial behaviour.

Conclusion

This study investigates the relationship between the prevention focus and its effect on people behaviour and the factors of attitude towards money and financial behaviour. Within the scope of the study, a questionnaire

was administered to 385 participants with a certain level of income and the results of the survey were analyzed with the structural equation model. To this effect, nine hypotheses were formulated. The hypotheses were organized in three stages. In the first stage, the relationship between prevention focus factor and financial behaviour and money attitude factors were assessed. The relationship between money attitude factors and financial behaviour were considered in the second stage and the indirect effect of prevention focus on financial behaviour with money attitude factors as a mediator in the third stage. Our findings do not show any direct or indirect effect of the prevention focus factor on financial behaviour. Further, prevention focus has been found to have a positive effect, as expected, on money attitude factors such as power-prestige, thriftiness, distrust and anxiety. The results obtained are consistent with the studies in the literature (Crowe & Higgins, 1997; Kark & Van Dijk, 2007; Pham & Higgins, 2005). When the relationship between prevention focusses and money attitude factors are evaluated separately, the results show that the motivation to acquire power and prestige that money provides in society is more effective in prevention-oriented individuals who are extrinsically motivated. Again, it has been revealed that preventive-oriented individuals who look at the future with anxiety towards uncertainty behave more cautiously and conservatively. In addition, with a concern of negativities in the environment, preventive-oriented individuals see themselves as inadequate in financial matters and do not trust their decisions, as a result, approach financial issues more carefully. Moreover, preventive-oriented individuals are found to have higher anxiety levels regarding monetary issues.

Research findings also show that only the monetary attitude factor is effectively related to financial behaviour. This result informs that individuals spend more carefully with the instinct of maintaining their welfare level and tend to pursue long-term planning in monetary matters rather than short-term pleasures. This prudent attitude positively reflects on the individual's financial behaviour. Power-prestige, distrust and anxiety factors are not effective on financial behaviour.

This study is significant because it is the first study to examine the relationship between regulatory focus, money attitude and financial behaviour in Turkey. Available literature in the context of Turkey reveals that the theories of money attitude and regulatory focus that explains the motivations behind decisions of individuals are not studied sufficiently by academicians. Extensive studies in this field should be conducted to better understand the psychological factors that affect individuals' financial decisions.

References

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yildirim, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Atkinson, A., ve Messy, F.-A. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* 15, OECD.
- Atta, Y. F. O., ve Sayılır, Ö. (2019). Money attitude and saving intentions of young adults in Turkey. H. Bal (Ed.), *Economics and Politics* (s. 77-90) içinde. Ankara: Akademisyen Kitabevi
- Belk, R. W., ve Wallendorf, M. (1990). The sacred meanings of money. *Journal of Economic Psychology*, 11(1), 35-67. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(90\)90046-C](https://doi.org/10.1016/0167-4870(90)90046-C)
- Brandstätter, E., ve Brandstätter, H. (1996). What's money worth? Determinants of the subjective value of money. *Journal of Economic Psychology*, 17(4), 443-464. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(96\)00019-0](https://doi.org/10.1016/0167-4870(96)00019-0)
- Brockner, J., ve Higgins, E. T. (2001). Regulatory focus theory: Implications for the study of emotions at work. *Organizational behavior and human decision processes*, 86(1), 35-66. <https://doi.org/10.1006/obhd.2001.2972>
- Brougham, R. R., Jacobs-Lawson, J. M., Hershey, D. A., & Trujillo, K. M. (2011). Who pays your debt? An important question for understanding compulsive buying among American college students. *International Journal of Consumer Studies*, 35(1), 79-85. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00923.x>
- Chen, H., ve Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial services review*, 7(2), 107-128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Collins, J. M. (2011). Mortgage mistakes? Demographic factors associated with problematic loan application behaviors. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 586-599. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9276-x>
- Crowe, E., ve Higgins, E. T. (1997). Regulatory focus and strategic inclinations: Promotion and prevention in decision-making. *Organizational behavior and human decision processes*, 69(2), 117-132. <https://doi.org/10.1006/obhd.1996.2675>
- Fernandes, D., Lynch Jr, J. G., ve Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861-1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>
- Florack, A., Keller, J., ve Palcu, J. (2013). Regulatory focus in economic contexts. *Journal of Economic Psychology*, 38, 127-137. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.06.001>
- Förster, J., ve Higgins, E. T. (2005). How global versus local perception fits regulatory focus. *Psychological science*, 16(8), 631-636. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01586.x>
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501-509. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(84\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0191-8869(84)90025-4)
- Furnham, A., ve Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. London: Routledge.
- Gambetti, E., & Giusberti, F. (2012). The effect of anger and anxiety traits on investment decisions. *Journal of Economic Psychology*, 33(6), 1059-1069. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.07.001>
- Garðarsdóttir, R. B., ve Dittmar, H. (2012). The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 471-481. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.008>
- Gillen, M., ve Kim, H. (2014). Older adults' receipt of financial help: Does personality matter? *Journal of Family and Economic Issues*, 35(2), 178-189. <https://doi.org/10.1007/s10834-013-9365-0>
- Goldberg, H., ve Lewis, R. T. (2000). *Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving, and Hating Money*: Wellness Institute/Self-Help Books, LLC.

- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hanley, A., ve Wilhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 5-18. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(92\)90049-D](https://doi.org/10.1016/0167-4870(92)90049-D)
- Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2013). Financial literacy, financial education, and economic outcomes. <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-economics-082312-125807>
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. *Advances in experimental social psychology*, 30, 1-46. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60381-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60381-0)
- Higgins, E. T. (2006). Value from hedonic experience and engagement. *Psychological Review*, 113(3), 439. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.113.3.439>
- Hogarth, J. M., Beverly, S. G., ve Hilgert, M. (2003). Patterns of financial behaviors: Implications for community educators and policy makers. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.196.5257>
- Holzmann, R. (2010). Bringing financial literacy and education to low and middle income countries: The need to review, adjust, and extend current wisdom. IZA Discussion Paper Series, No. 5114. World Bank.
- Huddleston-Casas, C. A., Danes, S. M., ve Boyce, L. (1999). Impact evaluation of a financial literacy program: Evidence for needed educational policy changes. *Consumer Interests Annual*, 45(6). Retrieved from <https://www.consumerinterests.org/assets/docs/cia1999/huddleston-casasdanesboyce.pdf>
- Joo, S.-h., ve Grable, J. E. (2004). An exploratory framework of the determinants of financial satisfaction. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 25-50. <https://doi.org/10.1023/B:JEEI.0000016722.37994.9f>
- Kalaycı, Ş., Albayrak, A., Eroğlu, A., Küçüksille, E., Ak, B., Karaltı, M., ve Öztürk, E. (2005). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd.
- Kark, R., ve Van Dijk, D. (2007). Motivation to lead, motivation to follow: The role of the self-regulatory focus in leadership processes. *Academy of management review*, 32(2), 500-528. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24351846>
- Klenk, M. M., Strauman, T. J., ve Higgins, E. T. (2011). Regulatory focus and anxiety: A self-regulatory model of GAD-depression comorbidity. *Personality and individual Differences*, 50(7), 935-943. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.12.003>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Publications.
- Krueger, D. W. (1986). *The last taboo: Money as symbol and reality in psychotherapy and psychoanalysis*. New York: Brunel/Mazel.
- Lim, V. K., Teo, T. S., ve Loo, G. L. (2003). Sex, financial hardship and locus of control: an empirical study of attitudes towards money among Singaporean Chinese. *Personality and individual Differences*, 34(3), 411-429. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00063-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00063-6)
- Lockwood, P., Jordan, C. H., ve Kunda, Z. (2002). Motivation by positive or negative role models: regulatory focus determines who will best inspire us. *Journal of personality and social psychology*, 83(4), 854. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.4.854>
- Lown, J. M., Kim, J., Gutter, M. S., ve Hunt, A.-T. (2015). Self-efficacy and savings among middle and low income households. *Journal of Family and Economic Issues*, 36(4), 491-502. <https://doi.org/10.1007/s10834-014-9419-y>
- Lusardi, A. (2008). Financial literacy: an essential tool for informed consumer choice?. National Bureau of Economic Research Working Paper Series. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w14084>
- Lusardi, A., ve Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare? *American Economic Review*, 98(2), 413-417. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.98.2.413>

- Mandell, L., ve Klein, L. S. (2007). Motivation and financial literacy. *Financial services review*, 16(2), 105–116. Retrieved from <https://www.proquest.com/openview/d10b89092db2fd4db6fa474537b831da/1?pq-origsite=gscholar&cbl=31458>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human behavior. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Masuo, D. M., Malrouu, Y. L., Hanashiro, R., ve Kim, J. H. (2004). College students' money beliefs and behaviors: An Asian perspective. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(4), 469-481. <https://doi.org/10.1007/s10834-004-5491-z>
- Moore, D. L. (2003). *Survey of financial literacy in Washington State: Knowledge, behavior, attitudes, and experiences*. Technical Report 03-39. Washington, DC: Social and Economic Sciences Research Center, Washington State University.
- Özgen, Ö., ve Bayoğlu, A. S. (2005). Turkish college students' attitudes towards money. *International Journal of Consumer Studies*, 29(6), 493-501. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00417.x>
- Pereira, M. C., ve Coelho, F. (2020). Regulatory focus, money attitudes and financial literacy: Evidence from Portuguese young adults. *Journal of Family and Economic Issues*, 41(4), 615– 625. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09662-3>
- Pham, M. T., ve Higgins, E. T. (2005). Promotion and prevention in consumer decision-making: The state of the art and theoretical propositions. In S. Ratneshwar & D. G. Mick (Eds.), *Inside consumption: Consumer motives, goals, and desires* (Vol. 1, pp. 36). London: Taylor & Francis Group.
- Roberts, J. A., ve Jones, E. (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213-240. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x>
- Seibt, B., ve Förster, J. (2004). Stereotype threat and performance: How self-stereotypes influence processing by inducing regulatory foci. *Journal of personality and social psychology*, 87(1), 38. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.1.38>
- Shim, S., Serido, J., ve Xiao, J. J. (2009). *Arizona pathways to life success for university students (APLUS): Cultivating positive financial attitudes and behaviors for healthy adulthood*. Tucson, AZ: University of Arizona. Retrieved from https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1070&context=hdf_facpubs
- Tang, T. L.-P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of organizational behavior*, 13(2), 197-202. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2488183>
- Totenhagen, C. J., Wilmarth, M. J., Serido, J., Curran, M. A., ve Shim, S. (2019). Pathways from financial knowledge to relationship satisfaction: The roles of financial behaviors, perceived shared financial values with the romantic partner, and debt. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(3), 423-437. <https://doi.org/10.1007/s10834-019-09611-9>
- Van Rooij, M., Lusardi, A., ve Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial economics*, 101(2), 449-472. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>
- Vaughan, G., ve Hogg, M. A. (2005). *Social psychology: An introduction*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Xiao, J. J., Sorhaindo, B., ve Garman, E. T. (2006). Financial behaviours of consumers in credit counselling. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 108-121. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00455.x>
- Yamauchi, K. T., ve Templer, D. J. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of personality assessment*, 46(5), 522-528.

Genişletilmiş Özet

Amaç

Yapılan araştırmalar bireysel farklılıkların ve paranın finansal değerinin para yönetiminde ve finansal refah düzeyi üzerinde etkili olduğu gözlenmiştir. Pereira ve diğ. (2020, s. 1-11) ise, Higgins (2006, s. 439) tarafından geliştirilen ve iki farklı motivasyon sisteminin bireyin hedefe yönelik davranışları düzenlediğini belirten düzenleyici odak teorisinden faydalanarak düzenleyici odak faktörlerinin parasal tutumlar üzerinde ve dolayısıyla finansal okuryazarlık üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Pereira ve Coelho (2020) her ne kadar düzenleyici odak faktörleri ile finansal okuryazarlık ilişkisini incelemiş olsa da bu etkinin finansal okuryazarlığın hangi boyut/boyutlarıyla ilişkili olduğu konusunda yetersiz kalmaktadır. Çünkü Holzmann (2010)'a göre finansal okuryazarlık bilgiden beceriye, beceriden tutuma ve tutumdan ise davranışlara yönelen bir süreçtir. Çalışmamız bu motivasyon noktasından yola çıkarak, finansal okuryazarlığın alt boyutlarından biri olan finansal davranışa odaklanmaktadır. Bu çalışmada düzenleyici odak faktörlerinden biri olan ve arzu edilmeyen sonuçlardan ve riskten uzaklaşmayı temel alan kaçınmacı odak faktörünün bireylerin parasal tutumları ve finansal davranışları üzerinde etkisi olup olmadığı araştırılmaktadır.

Tasarım ve Yöntem

Çalışmanın yöntem kısmında; çalışmanın türü (uygulamalı, kavramsal, kuramsal, derleme); eğer uygulamalı bir araştırma ise çalışmanın tasarımı (keşifsel, betimsel, nedensel); anakütlesi, örnekleme yöntemi, örnekleme süreci; veri toplama ve analiz tekniği açıkça ifade edilmelidir. Kavramsal ve uygulamalı olarak kurgulanmış keşifsel çalışma kapsamında oluşturulan ankette, Yamauchi ve Templar (1982), tarafından geliştirilen para tutum ölçeği, Lockwood ve diğ. (2002), tarafından geliştirilen düzenleyici odaklanma teorisi ölçeği ve Atkinson ve Messy (2012) tarafından geliştirilen finansal davranış ölçekleri kullanılarak sorular online olarak, tesadüfi olarak seçilmiş, belirli gelir seviyesine sahip 385 katılımcıya uygulanmıştır. Katılımcılara uygulanan anket dört bölümden oluşmakta olup, toplam 36 madde içermektedir. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve aylık gelir) ilişkin sorular sorulmuştur. Diğer bölümler ise kaçınmacı odak, para tutumu ve finansal davranış ölçeklerinden oluşmaktadır. Ölçeklerin tamamı beşli likert tipinde olup katılımcılara ölçek maddelerine (1- Hiç Katılmıyorum; 5- Tamamen Katılıyorum) katılım düzeyleri sorulmaktadır. Tanımlayıcı tipteki bu çalışma için, Gümüşhane Üniversitesi Etik Kurulundan 2020/4 sayılı ve 07/04/2020 tarihli 'Etik Kurul Onayı' alınmıştır. Araştırma verilerinin analizinde gözlenen değişkenler ile gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel veya korelasyonel ilişkiyi tespit etmek için kullanılan bir istatistik tekniği olan Yapısal Eşitlik Modeli kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise SPSS 21 ve AMOS 24 istatistik programlarından faydalanılmıştır.

Ölçekler güvenilirlik, doğrulayıcı faktör analizi, birleşim ve ayrışım geçerliliği yönünden sınanmıştır. Çalışma modelinde kullanılan ölçeklerin Cronbach Alfa katsayılarına bakıldığında kaygı ölçeği (0,63) hariç diğer ölçeklerin tamamı 0,70'den büyüktür. Elde tutma-zaman ve güvensizlik ölçeklerinin Alfa değerleri ise 0,80'den büyük olup söz konusu ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinde modelin tüm değerlerinin kabul edilebilir uyum değerleri aralığında olduğu ($\chi^2/df=2,222$, CFI (0,931), RMSEA (0,055) ve RFI (0,855)) ve istenilen ölçüye ulaşarak uygun faktör yapısına ulaşıldığı sonucuna varılmaktadır.

Bulgular

Araştırma örnekleminin %49,1'i erkek, %50,9 ise kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Yine katılımcıların %49,4'nün 25-34 yaş aralığında, %68,6'sının üniversite mezunu, %58,4'ünün ise evli olduğu görülmektedir.

Çalışma alanlarına göre ise katılımcıların %49,1'i kamu, %25,7'si özel, %6,8'i kendi işinde çalıştığı, %18,4'ünün ise çalışmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların en az %81'lik kısmının asgari ücretin üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında uygulanan yapısal eşitlik modelinin CMIN($\chi^2 = 517,8$) değeri örneklem büyüklüğü istenen düzeyde olduğu için kabul edilebilir bir seviyededir. Ancak sadece bu değer ile modelin uyumu hakkında değerlendirme yapmak yanıltıcı olabilecektir. χ^2/df değerinin sıfıra yakın olması veya en azından beşin altında olması arzulanmaktadır. Modelimizin χ^2/df değeri 2.241 olup, kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu görülmektedir. Modelin RMSEA (0,057), CFI (0,929) ve RFI (0,857) değerleri kabul edilebilir uyum ölçüleri arasında oldukları, GFI (0,899) değerlerinin ise kabul edilebilir uyum değerlerine yakın olduğu görülmektedir.

Çalışma sonucunda kaçınmacı odak faktörünün finansal davranış üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak bir etkisine rastlanmamıştır. Bunun yanında kaçınmacı odağın para tutum faktörlerinden olan güç-prestij, tutumluluk, güvensizlik ve kaygı üzerinde beklenildiği gibi olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar literatürdeki çalışmalarla uyumludur (Crowe & Higgins, 1997; Kark & Van Dijk, 2007; Pham & Higgins, 2005). Kaçınmacı odak ve para tutum faktörleri arasındaki ilişki ayrı ayrı değerlendirilecek olursa, çıkan sonuçlar dışsal motivasyona sahip kaçınmacı odaklı bireylerde toplumda paranın sağlayacağı güç ve prestiji elde etme güdüsünün daha etkili olduğu görülmektedir. Geleceğe karşı yani belirsizliğe karşı endişeyle bakan kaçınmacı odaklı bireylerin daha tedbirli ve tutumlu davrandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca olumsuzluklarla dolu bir çevre endişesiyle kaçınmacı odaklı bireyler finansal konularda kendilerini yetersiz görmekte ve kararlarına güvenmemektedir, bunun sonucunda da parasal konularda daha dikkatli davranmaktadırlar. Bunların yanı sıra kaçınmacı odaklı bireylerde parasal konularda kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Parasal tutum ile finansal davranış arasındaki ilişki incelendiğinde ise sadece tutum faktörünün finansal davranış üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Bu sonuç bireylerin refah düzeyini koruma içgüdüleriyle harcamalar konusunda daha dikkatli davrandığına ve kısa süreli hazlardan ziyade parasal konularda uzun vadeli planlamalara yöneldiğine işaret etmektedir. Bu ihtiyatlı tutum ise bireyin finansal davranışlarına olumlu yansımaktadır. Güç-prestij, güvensizlik ve kaygı faktörleri ise finansal davranış üzerinde etkili değildir.

Sınırlılıklar

Araştırmanın iki temel sınırlılığı vardır. Bunlardan ilki çalışmada bireylerin riskli durumlardan finansal davranışlarının etkilenmesi nedeniyle düzenleyici odak faktörlerinden sadece kaçınmacı odak faktörüne odaklanmaktadır. Bu nedenle çalışmada düzenleyici odak faktörlerinden yönelimci odak faktörü dikkate alınmamıştır. İkinci sınırlılık ise bireylerin yaşadıkları çevre ve kültürel alışkanlıkları kaçınmacı odak, para tutumu ve finansal davranışlar üzerinde etkili olabilmektedir. Ancak çalışmamızda örneklem seçiminde bireylerin çevresel ve kültürel özellikleridikkate alınmamıştır.

Öneriler (Teorik, Uygulama ve Sosyal)

Ülkemizde bireylerin finansal kararlarını etkileyen psikolojik faktörler üzerinde yapılan çalışmalar sınırlıdır. İleride araştırmacılar düzenleyici odak faktörleri ile borçlanma tutumları, finansal okuryazarlık, finansal refah vb. gibi farklı değişkenleri ekleyerek bu araştırmayı geliştirebilirler.

Özgün Değer

Ülkemizde, bireylerin kararlarını etkileyen motivasyonlardan olan para tutumu ve düzenleyici odak teorilerinin akademisyenler tarafından çok çalışılmadığı görülmektedir. Bu çalışma ülkemizde düzenleyici

odak, para tutumu ve finansal davranış arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk çalışma olması sebebiyle önem arz etmektedir.

Araştırmacı Katkısı: Durmuş YILDIRIM (%50), Adem ÖZBEK (%50).

