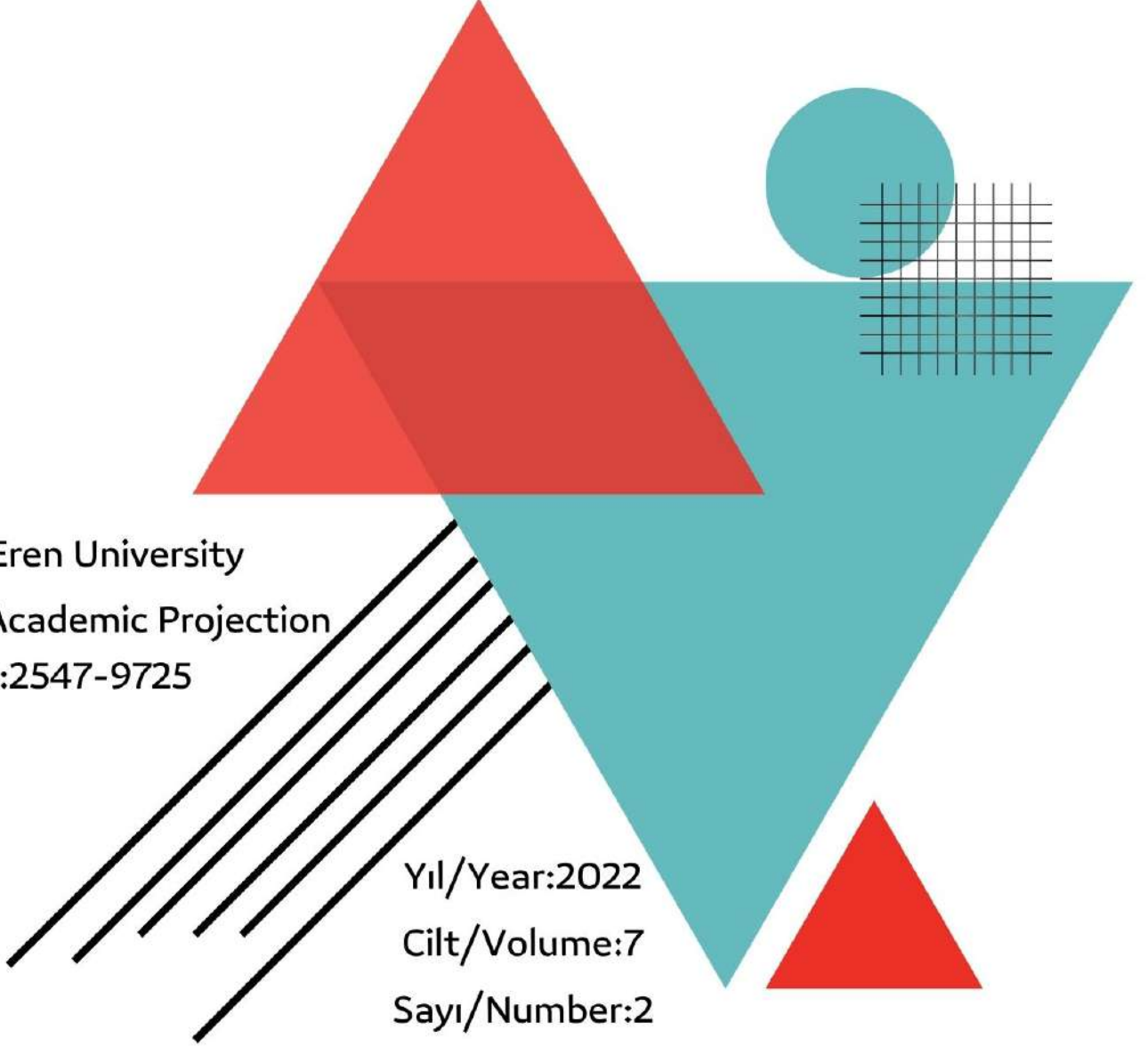




# BİTLİS EREN ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ



Bitlis Eren University

Journal of Academic Projection

ISSN:2547-9725

Yıl/Year:2022

Cilt/Volume:7

Sayı/Number:2

# AKADEMİK İZDÜŞÜM DERGİSİ



Bitlis Eren Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
**Akademik İzdüşüm Dergisi**

Bitlis Eren University

Faculty of Economics and Administrative Sciences

**Journal of Academic Projection**

**Yıl/Year: 2022 – Cilt/Volume: 7 – Sayı/Number: 2**

**ISSN: 2547-9725**

**Yazışma Adresi:**

Akademik İzdüşüm Dergisi, Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 13000,  
Merkez, Bitlis/ TÜRKİYE  
<http://dergipark.gov.tr/beuibfaid>



Bitlis Eren Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
**Akademik İzdüşüm Dergisi**

Bitlis Eren University

Faculty of Economics and Administrative Sciences

**Journal of Academic Projection**

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| <b>ISSN</b>             | : | 2147-9725   |
| <b>Yayın Tarihi</b>     | : | 20 Ekim 2022  |
| <b>Yayın Sezonu</b>     | : | Ekim 2022   |
| <b>Cilt</b>             | : | 7   |
| <b>Sayı</b>             | : | 2   |
| <b>İlk Yayın Tarihi</b> | : | 2016  |
| <b>Yayın Yeri</b>       | : | Bitlis  |
| <b>Yayın Dili</b>       | : | Türkçe ve İngilizce dillerindedir.  |
| <b>Adres</b>            | : | Akademik İzdüşüm Dergisi, BEÜ İİBF Bitlis Eren Üniversitesi<br>13000, Merkez, Bitlis/ TÜRKİYE |
| <b>E-posta</b>          | : | aid@beu.edu.tr  |
| <b>URL</b>              | : | <a href="http://dergipark.gov.tr/beuiibfaid">http://dergipark.gov.tr/beuiibfaid</a>           |

# AİD

## Akademik İzdüşüm Dergisi

Yıl/Year: 2022 • Cilt/Volume: 7 • Sayı/Number: 2

### Yayın Kurulu • Editorial Board

Bitlis Eren Üniversitesi Adına  
Sahibi/Owner

Baş Editör / Editor-in-Chief

Editörler / Editors

Yayın Kurulu Üyeleri / Editorial Board Members

Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ  
Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Yusuf ÇINAR  
Bitlis Eren Üniversitesi

Arş. Gör. Dr. Hakan KAYA  
Bitlis Eren Üniversitesi

Prof. Dr. Ferit İZCİ  
Bitlis Eren Üniversitesi  
Prof. Dr. Ağalar ABASALI  
Bakü Devlet Üniversitesi. (Azerbaycan)

Prof. Dr. İftikhar MALİK  
Bath Spa University (İngiltere)

Prof. Dr. Kutluk Kağan SÜMER  
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Nagihan ŞERMUHAMEDOVA  
Taşkent Devlet Üniversitesi (Özbekistan)

Doç. Dr. Ali ASKER  
Karabük Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşe Nur BUYRUK AKBABA  
Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Cemal ÖZTÜRK  
Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Coşkun ÇILBANT  
Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Erhan ÖRSELLİ  
Necmettin Erbakan Üniversitesi

Doç. Dr. Esra Banu SİPAHİ  
Necmettin Erbakan Üniversitesi

Doç. Dr. Hakan ÖZDEMİR  
İnönü Üniversitesi

Doç. Dr. Nilüfer NEGİZ  
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Saypjamal KORGANOVA  
Muhtar Auezov Güney Kazakistan Üniversitesi (Kazakistan)

Doç. Dr. Sultan KAVİLİ ARAP  
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Vedat YILMAZ  
Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Zeki UÇAR  
Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Gökhan DÖNMEZ  
Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Yahya DEMİRKANOĞLU  
Bitlis Eren Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin KOÇ  
Bitlis Eren Üniversitesi

Yazı İşleri Sorumlusu/Editorial Officer

Dil Editörü/Editorial Officer

Doç. Dr. Yusuf ÇINAR  
Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Yusuf ÇINAR  
Bitlis Eren Üniversitesi

# AİD

## Akademik İzdüşüm Dergisi

Yıl/Year: 2022 • Cilt/Volume: 7 • Sayı/Number: 2

### AKADEMİK İZDÜŞÜM DERGİSİ YAYIN İLKELERİ

Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi, Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından "**Uluslararası Hakemli Dergi**" statüsüne uygun yılda iki sayı olmak üzere yayımlanır. Dergi içeriği, tüm kullanıcılara açık, ücretsiz "açık erişimli" bir dergidir. Kullanıcılar yayımcıdan ve yazar/yazarlardan izin almaksızın, dergideki makaleleri tam metin olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, makalelerin çıktısını alabilir ve kaynak göstererek makalelere bağlantı verebilir. Bu dergide yayımlanan makalelerin ilim ve dil yönünden sorumluluğu yazarlarına aittir. Fikirlerden Fakültemiz ve Üniversitemiz sorumlu tutulamaz. Makalelerde belirtilen görüşler, Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisinin görüşünü yansıtmaz. Dergide yayımlanan makalelerin tüm yayın hakları Akademik İzdüşüm Dergisine aittir. Makalesi dergimizde yayımlanmış olan yazarlar makalenin Özet kısmının veya tamamının PDF olarak dijital ortamda yayımlanmasını kabul etmiş sayılırlar. Dergi yazım kurallarına uymayan makaleler değerlendirmeye alınmaz. Basılmama kararı verilen yazılar varsa hakem raporuyla birlikte yazarına iade edilir. Yayın için kabul edilen yazıların yayın hakkı, yayımlanan yazılarında her türlü telif hakları dergiye aittir. Yazara herhangi bir telif hakkı ödenmez.

Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi, yayın etiğinde en yüksek standartlara bağlıdır ve Committee on Publication Ethics (COPE) tarafından geliştirilen yayın etiği ilkelerini ve tavsiyelerini gözetir. Gönderilen tüm makaleler orijinal, yayımlanmamış ve başka bir dergide değerlendirme sürecinde olmamalıdır. Her bir makale editörlerden biri ve en az iki hakem tarafından çift kör değerlendirmeden geçirilir. İntihal, duplikasyon, sahte yazarlık/inkâr edilen yazarlık, araştırma/veri fabrikasyonu, makale dilimleme, dilimleyerek yayın, telif hakları ihlali ve çıkar çatışmasının gizlenmesi, etik dışı davranışlar olarak kabul edilir. Kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Buna yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de dâhildir. Olası bilimsel etik dışı davranışlar ve etik yayın ihlali durumunda, COPE Ethics Flowcharts dikkate alınır.

Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi, aşağıdaki indekslerce taranmaktadır:

- **ASOS (Acedemia Social Science Index)**
- **CiteFactor**
- **COSMOS (Cosmos Impact Factor)**
- **DRJI (Directory of Research Journals Indexing)**
- **ESJI (Eurasian Scientific Journal Index)**
- **JournalTOCs**
- **Rootindexing (Root Society for Indexing and Impact Factor Service)**
- **SOBIAD (Sosyal Bilimler Atf Dizini)**
- **SIS (Scientific Indexing Service)**

# AİD

## Akademik İzdüşüm Dergisi

Yıl/Year: 2022 • Cilt/Volume: 7 • Sayı/Number: 2

### Danışma Kurulu • Advisory Board

Prof. Dr. Asem Nauşabayeva HEKİMOĞLU-Kütahya Dumlupınar Ü.  
Prof. Dr. Bayram ÇOŞKUN-Muş Alparslan Üniversitesi  
Prof. Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ-Manisa Celal Bayar Ü.  
Prof. Dr. Harun ARIKAN- Çukurova Üniversitesi  
Prof. Dr. Haydar ÇAKMAK- Gazi Üniversitesi  
Prof. Dr. Murat OKÇU-Süleyman Demirel Üniversitesi  
Prof. Dr. Müslüme NARİN-Gazi Üniversitesi  
Prof. Dr. Neşe ÖZDEN- Ankara Üniversitesi  
Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. Zerrin TOPRAK KARAMAN-Dokuz Eylül Ü.  
Prof. Dr. Hüseyin GÜL-Süleyman Demirel Üniversitesi  
Prof. Dr. Kutluk Kağan SÜMER- İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Yakup ALTAN-Süleyman Demirel Üniversitesi  
Doç. Dr. Ali ASKER- Karabük Üniversitesi  
Doç. Dr. Ayşe Nur Buyruk AKBABA-Bitlis Eren Ü.  
Doç. Dr. Cemal ÖZTÜRK-Bitlis Eren Üniversitesi  
Doç. Dr. Ece DEMİRAY EROL Manisa Celal Bayar Üniv.  
Doç. Dr. Erkin EKREM- Hacettepe Üniversitesi  
Doç. Dr. Ester RUBEN-Yıldız Teknik Üniversitesi  
Doç. Dr. Ethem DUYGULU- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. İbrahim Güray YONTAR- Dokuz Eylül Ü.

Doç. Dr. Muhammed Şükrü MOLLAVELİOĞLU- YYÜ  
Doç. Dr. Sabahattin NAL-İstanbul Üniversitesi  
Doç. Dr. Sultan KAVİLLİ ARAP- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. Tümen SOMUCUOĞLU- Gazi Üniversitesi  
Doç. Dr. Nilüfer NEGİZ-Süleyman Demirel Üniversitesi  
Doç. Dr. Vecihi S. Fuat HEKİMOĞLU- Kütahya Dumlupınar Ü.  
Doç. Dr. Yunus Emre ÖZER- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. Zafer KANBEROĞLU- Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
Doç. Dr. Yahya DEMİRKANOĞLU-Bitlis Eren Ü.  
Dr Öğr. Üyesi Ahmet Arif EREN-Niğde Üniversitesi  
Dr Öğr. Üyesi Dilek MEMİŞOĞLU-İzmir Kâtip Çelebi Ü.  
Dr Öğr. Üyesi Ebru TOLAY- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Doç. Dr. Gökhan DÖNMEZ-Bitlis Eren Üniversitesi  
Dr Öğr. Üyesi Hakan ÖZDEMİR-İnönü Üniversitesi  
Dr Öğr. Üyesi İbrahim ARAP- Dokuz Eylül Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi İskender KARAKAYA- Bozok Üniversitesi  
Dr Öğr. Üyesi İsmail ŞAHİN- Karabük Üniversitesi  
Dr Öğr. Üyesi Kurtar TANYILMAZ-Marmara Üniversitesi  
Dr Öğr. Üyesi Nurcan H. ÇIRAKLAR- Dokuz Eylül Üniv.  
Dr Öğr. Üyesi Raşid TACİBAYEV- Hoca Ahmet Yesevi-  
Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi

# AİD

## Akademik İzdüşüm Dergisi

Yıl/Year: 2022 • Cilt/Volume: 7 • Sayı/Number: 2

*Dergimizin bu sayısındaki makalelerin değerlendirilmesinde hakem olarak katkı sunan değerli öğretim üyelerine teşekkürlerimizi sunarız.*

### Yayın Kurulu

#### BU SAYIDAKİ HAKEM KURULU / REVIEWERS OF THIS ISSUE

Prof. Dr. K. Batu TUNAY-Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet TÜRKAY- Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Nuray AKAR-Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Berat ÇİÇEK-Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Doç. Dr. Vesile ŞİMŞEK-Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi

Doç. Dr. Yıldız ATMACA- Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Vedat YILMAZ- Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Doç. Dr. Ali Kemal NURDOĞAN-Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Gökhan DÖNMEZ- Bitlis Eren Üniversitesi

Doç. Dr. Veysel ERAT- Bitlis Eren Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AYLAR-Bitlis Eren Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Fevzi KAÇER-Bingöl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi İnan KAYNAK-Muş Alparslan Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Lokman KANTAR-İstanbul Gelişim Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şaban ÖZTÜRK- Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza SAVAŞ- Bitlis Eren Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Galip GENÇYÜREK-Munzur Üniversitesi

Arş. Gör. Dr. Binali Selman EREN- Bitlis Eren Üniversitesi

Arş. Gör. Dr. Uğur TÜRKEL-Marmara Üniversitesi

Dr. Perihan ERTEN-Manisa Celal Bayar Üniversitesi

## TAKDİM

### **Çok değerli araştırmacılarımız ve okurlarımız merhabalar,**

Dergimizin 2022 yılının Ekim sayısını yayımlıyor olmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayın kalitesini artırmak ve değerlendirme süreçlerini üst seviyelere taşımak adına faydalı ve özgün akademik çalışmalarını siz değerli okuyucularımızla buluşturmak gayretindeyiz. Tüm sayılarımızda olduğu gibi, bu sayımızdaki makalelerin de bilimsel bilgi birikimine katkı sağlayacağına yürekten inanmaktayız. Bu sayımızda da çok geniş bir yelpazede, farklı disiplinlerden yazarlarımızın çalışmaları yer almaktadır. Bu doğrultuda dergimizde 9 araştırma makalesi ve 1 kitap incelemesi yayımlanmaya uygun görülmüştür.

Açık erişim politikasını benimseyen ve araştırmacıların engelsiz bir şekilde faydalanabileceği dergimizin içeriğini aşağıdaki çalışmalar oluşturmaktadır.

“Belediye Hizmetlerinden Vatandaşın Memnuniyet Düzeyinin Ölçülmesi: Bitlis İli Örneği” başlıklı araştırma makalesi Prof. Dr. Ferit İZCİ, Dr. Öğr. Üyesi Berfin GÖKSOY SEVİNÇLİ ve Dr. Öğr. Üyesi Kıvanç DEMİRCİ tarafından kaleme alınmıştır.

“Çalışma Hakkı ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: İstihdam Yaratma Programları” başlıklı araştırma makalesi Dr. Öğr. Üyesi Özge İZDEŞ tarafından kaleme alınmıştır.

“Örgütsel Psikolojik Sermaye Bağlamında İnovasyon ile Kurumsal İtibar İlişkisi” başlıklı araştırma makalesi Dr. Öğr. Üyesi Halil Şimşek, Dr. Öğr. Üyesi Levent YÜCEL ve Mert BECAN tarafından kaleme alınmıştır.

“Hilafetten Saltanata Hilafet Anlayışında Meydana Gelen Dönüşüm Üzerine Genel Bir Bakış (Hulefâ-yı Râşidîn-Emevîler Dönemi)” başlıklı araştırma makalesi Yusuf KAYA tarafından kaleme alınmıştır.

“Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşleri” başlıklı araştırma makalesi Prof. Dr. Hasan DEMİRTAŞ, Demet VAN YAZLAK ve Basri YAZLAK tarafından kaleme alınmıştır.

“Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Araştırmalarına Yönelik Bir Analiz” başlıklı araştırma makalesi Arş. Gör. Dr. Dilek ALMA SAVAŞ tarafından kaleme alınmıştır.

“Hirose Yöntemiyle Marka Değeri Analizi: Kâğıt ve Kağıt Ürünleri, Basım ve Yayın Sektöründe Bir Uygulama” başlıklı araştırma makalesi Doç. Dr. Çağatay ORÇUN ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can DEMİRTAŞ tarafından kaleme alınmıştır.

“Finansal Aracılık Koini Olan Ripple Üzerine Bir Değerlendirme” araştırma makalesi Dr. Mustafa Salim EREK ve Sevinj AHMADOVA tarafından kaleme alınmıştır.



“Employees Perception and Behaviors About an Organization Environmental Awareness Policy” başlıklı araştırma makalesi Doç Dr. Vedat YILMAZ ve Saman HAMAD AMEEN tarafından kaleme alınmıştır.

“Karşı Ütopyacı Bir İdeal: Isaiah Berlin’in “The Crooked Timber of Humanity” Kitabının İncelenmesi” başlıklı çalışma Emre METE tarafından kaleme alınmıştır.

Akademik İzdüşüm Dergisi’nin bu sayısına bilimsel çalışmalarını gönderen, hakemlerin istek ve tavsiyelerini hassasiyetle yerine getiren tüm yazarlarımıza teşekkür ediyoruz. Yazar ve araştırmacılarımızın kıymetli çalışmalarını okuyucularla buluşturmak için özenli ve özverili çalışmalarıyla dergiye katkı sağlayan alan editörlerimize, hakemlerimize, yayın ve danışma kurullarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bundan sonraki sayılarımızda birbirinden değerli yeni çalışmaları sizlerle buluşturma dileğiyle.

Saygılarımızla...

Prof. Dr. Ferit İZCİ

**BEÜ İİBF Dekanı**

# AİD

## Akademik İzdüşüm Dergisi

Yıl/Year: 2022 • Cilt/Volume: 7 • Sayı/Number: 2

### Araştırma Makaleleri / Research Articles

|  |         |
|--|---------|
| Ferit İZCİ, Berfin GÖKSOY SEVİNÇLİ ve Kıvanç DEMİRCİ<br><b>Belediye Hizmetlerinden Vatandaşın Memnuniyet Düzeyinin Ölçülmesi: Bitlis İli Örneği</b><br><i>Measuring Satisfaction Towards Municipal Services: The Example of Bitlis Province</i>  | 1-22    |
| Özge İZDEŞ TERKOĞLU<br><b>Çalışma Hakkı ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: İstihdam Yaratma Programları</b><br><i>Right To Work and Gender Equality: Employment Creation Programs</i>   | 23-40   |
| Levent YÜCEL, Mert BECAN ve Halil ŞİMŞEK<br><b>Örgütsel Psikolojik Sermaye Bağlamında İnovasyon ile Kurumsal İtibar İlişkisi</b><br><i>The Relationship between Innovation and Corporate Reputation in the Context of Organizational Psychological Capital</i>                         | 41-53   |
| Yusuf KAYA<br><b>Hilafetten Saltanata Hilafet Anlayışında Meydana Gelen Dönüşüm Üzerine Genel Bir Bakış (Hulefâ-yı Râşidîn-Emevîler Dönemi)</b><br><i>An Overview Of The Transformation In The Understanding Of The Caliphate From The Rashidun Caliphate To The Umayyad Sultanate</i> | 54-68   |
| Hasan DEMİRTAŞ, Demet VAN YAZLAK ve Basri YAZLAK<br><b>Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşleri</b><br><i>Preschool Teachers' Views on Social Media Use</i>  | 69-80   |
| Dilek ALMA SAVAŞ<br><b>Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Araştırmalarına Yönelik Bir Analiz</b><br><i>An Analysis of Sustainable Consumption and Environment Researches</i>  | 81-100  |
| Mehmet Can DEMİRTAŞ ve Çağatay ORÇUN<br><b>Hirose Yöntemiyle Marka Değeri Analizi: Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri, Basım ve Yayın Sektöründe Bir Uygulama</b><br><i>Brand Value Analysis with Hirose Method: An Application on Paper and Paper Products, Printing and Publishing Sector</i>   | 101-116 |
| Sevinj AHMADOVA ve Mustafa Salim EREK<br><b>A Review on Ripple, a Financial Intermediary Coin</b><br><i>Finansal Aracılık Koini Olan Ripple Üzerine Bir Değerlendirme</i>  | 117-130 |
| Vedat YILMAZ ve Saman Sidgi HAMAD AMEEN<br><b>Employees Perception and Behaviors About an Organization Environmental Awareness Policy</b><br><i>Bir Organizasyonda Çevre Bilinci Politikası ile İlgili Olarak Çalışanların Algı ve Davranışları</i>                                    | 131-147 |
| Emre METE-KİTAP İNCELEMESİ<br><b>Karşı Ütopycı Bir İdeal: Isaiah Berlin'in "The Crooked Timber of Humanity" Kitabının İncelenmesi</b><br><i>A Counter-Utopian Ideal: A Review of Isaiah Berlin's "The Crooked Timber of Humanit</i>  | 148-156 |

## Belediye Hizmetlerinden Vatandaşın Memnuniyet Düzeyinin Ölçülmesi: Bitlis İli Örneği\*

Prof. Dr. Ferit İZCİ\*\*  
Dr. Öğr. Üyesi Berfin Göksoy SEVİNÇLİ\*\*\*  
Dr. Öğr. Üyesi Kıvanç DEMİRCİ\*\*\*\*

### Öz

Yerel hizmetlerden duyulan memnuniyetin tespit edilmesi hem merkezi hem de yerel idareler açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Bitlis ilinin Merkez ilçesinde yaşayan bireylerin belediye hizmetlerinden duymuş oldukları memnuniyet düzeyinin tespit edilmesi ve yerel hizmet birimlerinin mevcut uygulamaları için nicel veriler sağlanması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında yerleşiklerin; belediye hizmetlerinden ve belediye personelinin hizmet anlayışından genel olarak memnun olmadığı, cinsiyet, eğitim ve yaş farklılıklarının belediye hizmetlerinden memnuniyet düzeylerinde anlamlı bir fark ortaya çıkartmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bitlis Belediyesi'nin toplum katılımı için etkin yönetim unsurlarını hayata geçirerek karar alma süreçlerine vatandaş katılımını sağlaması sorunların yerinde tespit edilmesi ve hızlı bir şekilde çözüme kavuşturulması açısından önemli görülmektedir. Demokratik, hesap verilebilir gibi iyi yönetim yaklaşımlarıyla hizmet kalitesinin ve vatandaş memnuniyet düzeyinin artırılabilirliği düşünülmektedir.

### Anahtar Kelimeler

Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet, Bitlis, Bitlis Belediyesi, Yönetişim.

### *Measuring Satisfaction Towards Municipal Services: The Example of Bitlis Province*

### Abstract

Determining satisfaction with local services is important for both central and local administrations. In this study, it is aimed to determine the level of satisfaction of the individuals living in the Central district of Bitlis with the municipal services and to provide quantitative data for the current practices of the local service units. Residents within the scope of the study; It has been concluded that the municipality services and the service understanding of the municipal personnel are not generally satisfied, and that the differences in gender, education and age do not reveal a significant difference in the satisfaction levels of the municipality services. It is ensure citizen participation in decision-making processes by implementing

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

\*\* Prof. Dr. Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [fizci@beu.edu.tr](mailto:fizci@beu.edu.tr),

0000-0001-6383-1280

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [berfingoksoy@gmail.com](mailto:berfingoksoy@gmail.com),

0000-0001-9686-509X

\*\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [kivandemirci4@gmail.com](mailto:kivandemirci4@gmail.com),

0000-0001-6598-6673

Atıf yapmak için / To cite this article: İzci, F. & Göksoy Sevinçli, B. & Demirci, K. (2022). Belediye Hizmetlerinden Vatandaşın Memnuniyet Düzeyinin Ölçülmesi: Bitlis İli Örneği. Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2), 1-22.

management elements for community participation, in terms of identifying problems on site and solving them quickly. It is thought that the quality of service and the level of citizen satisfaction can be increased with good governance approaches such as democratic and accountable.

### **Keywords**

Satisfaction towards Municipal Services, Bitlis, Bitlis Municipality, Governance

## **GİRİŞ**

Küreselleşme, yeni kamu yönetimi anlayışı, bilgi ve bilinç düzeyinin artışı, iklim değişikliği, yönetim düşüncesinin kamu yönetimi mekanizmalarında yer almaya başlaması, kırdan kente göç hareketleri gibi güncel gelişme ve ilerlemeler yerel yönetim birimlerinin görev ve sorumluluklarını çeşitlendirmiştir. Küreselleşmenin etkilerinin yaygın bir şekilde hissedilmeye başlandığı 1980 yılı öncesi süreçte nispeten daha az sayıda hizmet alan yerleşikler bu değişim ve dönüşümün etkisiyle daha kaliteli ve çeşitli hizmetler talep etmeye başlamıştır. Günümüzde yerel yönetim birimleri halkın bu isteklerine cevap verdikleri ölçüde başarılı sayılmaktadır. Yerleşiklerin yerel yönetim birimlerinden ihtiyaçlarına uygun şekilde hizmet almaları artık ayrıcalık olarak görülmemektedir (Sabuncu, 2016: 165).

Yönetişim düşüncesinin gelişmesi belediye hizmet birimlerinin önemini gittikçe artırmaktadır. 2000 sonrası süreçte idari ve mali anlamda yerel yönetimlerin güçlendirilmesine yönelik mevzuat hükümlerinin yürürlüğe girmesi ve kamu hizmetlerindeki etkinliğin artması hizmet belediyeciliğini görünür hale getirmiştir. İlgili yasal düzenlemelere göre, belli sürelerle seçimleri yenilenen belediye organlarının görevlerine devam etmeleri için etkin, verimli ve kaliteli hizmet sunmaları oldukça önemlidir.

Yerel yönetimler tarafından sağlanan hizmetlerin kalitesinin geliştirilmesi amacıyla ilgi alanına göre çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar sağlanan hizmetler hakkında yerleşiklerin bilgi ve memnuniyet düzeylerini ölçmek, yerel hizmetlerin kalitesinin artırılması için öncelikleri belirlemek, aynı yerel hizmeti veren farklı yerel yönetim birimlerini karşılaştırmak, zaman içerisinde algılar ve performanslar arasındaki değişiklikleri izlemek konuları üzerine odaklandığı görülmektedir (Boyle, 2020).

Bu çalışmada, Bitlis ilinin Merkez ilçesinde yaşayan bireylerin belediye hizmetlerinden duydukları memnuniyet düzeylerinin tespit edilmesi ve bu veriler ışığında Bitlis Belediyesi'nin yapacağı stratejik, imar, çevre düzeyi planları ve çalışma programlarına nicel veriler sağlanması amaçlanmaktadır. Çalışma temel olarak iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ilgi alanına göre yapılmış çalışmalar üzerinde durulduktan sonra ikinci bölümde, toplamda 193 kişiyle gerçekleştirilen anket görüşmesinin çıktılarına yer verilmiştir. Araştırma, Bitlis ilinde yapılması nedeniyle tüm Türkiye için genellenememesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır.

## **LİTERATÜR TARAMASI**

Konuyla ilgili literatür incelemesi EBSCO, Science Direct, Tr Dizin akademik bilgi tabanları üzerinden belediye, yerel, memnuniyet, kamu hizmeti, hizmet sunumu anahtar kelimeleri ve İngilizce karşılıkları kullanılarak yapılmıştır.

Zakaria vd (2012) tarafından yapılan belediye hizmetlerinin memnuniyetlerinin tarihçesinin ele alındığı çalışmada hizmet alıcılarının yerel yönetim performansını en iyi

değerlendirecek paydaşlar olduğu ifade edilmiştir. Malezya’da yerel yönetim yolsuzluklarının en büyük sorun olduğu üzerinde durulmuştur.

Akyıldız (2012) tarafından Uşak ilinde yaşayan yerleşiklerin belediye hizmetlerinden memnuniyetleri ölçülmüştür. Katılımcılar yol, kaldırım, geri dönüşüm ve imar hizmetlerinden memnuniyetsizlik duyduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal hizmet, park ve dinlenme yeri hizmetlerinden görece memnun oldukları sonucuna varılmıştır.

Akgül (2012) tarafından yapılan çalışmada vatandaşların Kırşehir Belediyesi’nden aldığı hizmetlerden duyduğu memnuniyet düzeyi değerlendirilmiştir. Vatandaşlar hizmet aldıkları binaların fiziksel kalitesinden, personelin bilgi düzeyinden, hizmet sunumundaki eşitlikten, engelliler için sağlanan altyapı hizmetlerinden ve vatandaşa bilgi verme uygulamalarından memnuniyet düzeyleri düşüktür. Belediye yetkililerine şikayetlerin kolayca ulaştırılabilmesi, personelin vatandaşlara olan dostane tavırları ve prezantabl görünüşleri olumlu olarak karşılanmaktadır.

Ryzın (2014) yaptığı çalışmada belediye tarafından verilen yerel kamu hizmetlerine ilişkin vatandaş memnuniyetlerinin ölçülmesine ilişkin önerilerde bulunmuştur. Ölçümlerde çok boyutlu soruların olduğu ölçeğin araştırmayı değerli kılacağı ifade edilmiştir.

Khale (2015) Tshwane Şehri sakinlerine sunulan belediye hizmetlerinden memnuniyetinin ölçüldüğü çalışmada katılımcıların yaklaşık %85’inin hizmetlerden memnun olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışma kapsamında çalışanların hizmet alanlara yönelik ayrımcılık yapmaması önemli bir hususken telefonla sorunların çözülememesi ise katılımcılar tarafından vurgulanan sorunların başında gelmektedir.

Holum ve Jakobsen (2016) belediyeler arasındaki işbirliğinin vatandaş memnuniyetine olan etkisine ilişkin yaptıkları çalışmada; işbirliği içerisinde hareket eden belediye sınırları içerisinde yaşayan bireylerin memnuniyet düzeyinin yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır. Siyasi işbirliğinin düşük olduğu çöp toplama hizmetinde ise işbirliğiyle doğru oranlı bir sonuca ulaşılamamıştır.

Zaki, Esmaeilpoor, Baraty (2017) Kano modeli kullanarak Minoodasht Belediyesi sınırları içerisinde yaşayan bireylerin belediye hizmetlilerinden memnuniyetleri ölçülmüştür. Dilencilerin uzaklaştırılması, yolların asfaltlandırılması, halkın şikayetlerinin dinlenmesi ve yıpranan alanların yenilenmesi çalışmada üzerinde en çok durulan başlıklar arasında yer almaktadır.

Bello, Juani ve Kasim (2017) Malezya’da belediye hizmetlerinin memnuniyetine ilişkin bir çalışma gerçekleştirmişleridir. Çalışmada yerel birimlerin kararlarının alım sürecinde vatandaş katılımına önem vermesi gerekliliği vurgulanmıştır. Belediye personelinin farkındalık eksikliği nedeniyle hizmet sunumundaki verimsizlik ve vatandaşların yerel hizmetler hakkında bilgilendirilmemesi çalışma kapsamında ifade edilen eksiklikler arasında yer almaktadır.

Bayrakçı, Örselli ve Kahraman (2017) tarafından Belediye Hizmetlerinden Vatandaş Memnuniyeti: Konya Belediyesi Örneği adlı çalışmada gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yer alan katılımcıların büyük çoğunluğu Konya’da yaşamaktan memnun olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların en büyük sorunu trafik ve ulaşım başlıklarının ortaya çıkmaktayken, gençlik odaklı bir kentsel yaklaşım en çok memnuniyet duyulan alanın başında gelmektedir.

Arfeen, Sarantis ve Pereira (2018) Guimares Belediyesi’nin katı atık hizmetine yönelik vatandaş algısını ölçen bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada vatandaşların katı atık

hizmetinden memnun olduğu, kamu hizmeti sunumunun memnuniyet düzeyine doğrudan etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Mutyambizii, Mokhele, Ndinda ve Hongoro (2020) tarafından yapılan çalışmada Güney Afrika bölgesindeki belediye hizmetlerinden duyulan memnuniyet düzeyinin ölçülmüştür. Katılımcıların %59'unun su kalitesinden memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Sanitasyon hizmeti, çöp toplanması ve elektrik arz hizmetlerinin geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Hernandez vd (2021) tarafından yapılan çalışmada İspanya'nın Badajoz ilinde yer alan nüfusu 20.000'den az belediyelerde su ve atık hizmeti konusunda memnuniyet derecesinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Katılımcıların su ve atık hizmeti konusundaki memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca belediyeler arası işbirliğinin hizmet sunumundaki etkinliği artıracağı vurgusu yapılmıştır.

## YÖNTEM

Bu başlık altında araştırmanın; amaçları, kapsamı, veri toplama araçları ile bu araçlara yönelik güvenilirlik analizi bulguları, araştırma soruları ve araştırmada kullanılan istatistiksel analiz yöntemleri üzerinde durulacaktır.

### Amaç ve Kapsam

Araştırmanın amacı Bitlis merkez ilçesinde yaşayan vatandaşların belediye hizmetlerinden ve belediye kurumundan genel memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Bununla birlikte gerek hizmet gerekse genel memnuniyet düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, son yerel seçimlerde oy verilen parti ve belediye hizmetlerine dair bilgi düzeyleri ile ilişkilerinin incelenmesi de araştırma kapsamında tutulmuştur.

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Bitlis İli Merkez ilçesi sınırları içerisinde yaşayan bireylerdir. Örneklem belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yöntemi içerisinde kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Bu yöntemde katılımcılar araştırmacının yargıları tarafından belirlenmektedir. Çok fazla karmaşık olmayan, benzer özellikler gösteren ana kütleden veri elde etmek amacıyla yaygın olarak kullanılan modeldir (İslamoğlu ve Alınacak, 2019).

### Veri Toplama Araçları

Araştırmada zaman ve kaynak tasarrufu gözetildiğinden çevrimiçi anket uygulaması veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Kullanılan anket formu üç kısımdan oluşmaktadır: Birinci kısım kişisel tanımlayıcı form, ikinci kısım genel memnuniyet ölçeği, üçüncü kısım ise hizmet memnuniyeti ölçeğini kapsamaktadır.

Araştırmanın ölçme araçları olan ölçeklere dair güvenilirlik seviyelerinin belirlenmesi amacıyla yapılan Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi bulguları Tablo 1'deki gibidir.

**Tablo 1. Ölçek Cronbach's Alpha Güvenirlilik Analizi Bulguları**

| Ölçek                     | Madde Sayısı | Cronbach's Alpha |
|---------------------------|--------------|------------------|
| Genel Memnuniyet Ölçeği   | 5            | 0.884            |
| Hizmet Memnuniyeti Ölçeği | 18           | 0.994            |

Tablo incelendiğinde Genel Memnuniyet Ölçeğinin çok iyi ( $0.8 < \text{Alpha} < 0.9$ ), Hizmet memnuniyeti ölçeğinin ise mükemmel derecede ( $0.9 < \text{Alpha}$ ), güvenilir ölçme araçları oldukları görülmektedir (Özdamar, 2016: 114).

### **Araştırma Soruları**

Araştırma kapsamında cevaplanması amaçlanan araştırma soruları şu şekildedir;

Araştırma sorusu 1: Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti cinsiyete göre değişmekte midir?

Araştırma sorusu 2: Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti yaş gruplarına göre değişmekte midir?

Araştırma sorusu 3: Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti eğitim seviyesine göre değişmekte midir?

Araştırma sorusu 4: Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti son yerel seçimlerde oy verilen partiye göre değişmekte midir?

Araştırma sorusu 5: Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti ile belediye hizmetlerine dair bilgi düzeyi arasında ilişki var mıdır?

### **Veri Analizi**

Araştırma kapsamında online ortamda toplanan 206 adet anket IBM SPSS 25.0 programları marifetiyle istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

Veri setinde yer alan gözlemler kayıp değer bakımından incelendiğinde 13 adet gözlemin değişkenlerin çoğunda kayıp değer içerdiği başka bir ifade ile soruların çoğuna cevap verilmediği görüldüğünden söz konusu gözlemler örneklem dışında bırakılarak 193 adet gözlem ile analizlere devam edilmiştir.

İzleyen bölüm bulgular bölümünün ilk kısmında örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. İkinci kısımda frekans dağılımları ve madde ortalama ve standart sapma değerleri raporlanmıştır. Üçüncü kısım ölçek değişkenleri için betimsel istatistikler ve normal dağılım test istatistiklerini içerirken, dördüncü kısımda araştırma sorularının cevaplanması amacıyla yapılan hipotez testleri yer almaktadır.

### **BULGULAR**

Araştırmanın bu kısmında anket verilerinin analizi doğrultusunda ulaşılan bulgular yer almaktadır.

## Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

| Özellik       | Kategori         | Frekans (n)   | Yüzde (%)     |
|---------------|------------------|---------------|---------------|
| Cinsiyet      | Kadın            | 94            | 48.7%         |
|               | Erkek            | 99            | 51.3%         |
|               | <b>Toplam</b>    | <b>193</b>    | <b>100.0%</b> |
| Yaş           | 24 Yaş Altı      | 39            | 20.2%         |
|               | 25-34 Yaş        | 79            | 40.9%         |
|               | 35-44 Yaş        | 28            | 14.5%         |
|               | 45-54 Yaş        | 27            | 14.0%         |
|               | 55 Yaş Üzeri     | 20            | 10.4%         |
|               | <b>Toplam</b>    | <b>193</b>    | <b>100.0%</b> |
| Eğitim        | Okuryazar Değil  | 1             | 0.5%          |
|               | Okuryazar        | 4             | 2.1%          |
|               | İlköğretim       | 9             | 4.7%          |
|               | Lise             | 49            | 25.4%         |
|               | Lisans-Ön lisans | 93            | 48.2%         |
|               | Lisans Üzeri     | 37            | 19.2%         |
| <b>Toplam</b> | <b>193</b>       | <b>100.0%</b> |               |
| Oy            | AK Parti         | 60            | 31.1%         |
|               | CHP              | 9             | 4.7%          |
|               | İYİ Parti        | 1             | 0.5%          |
|               | HDP              | 19            | 9.8%          |
|               | SAADET           | 6             | 3.1%          |
|               | Diğer            | 13            | 6.7%          |
|               | Belirtmedi       | 85            | 44.0%         |
| <b>Toplam</b> | <b>193</b>       | <b>100.0%</b> |               |

Örneklemin cinsiyete göre dağılımı şu şekildedir; %48.7 kadın (n=94), %51.3 erkek (n=99). Örneklemin yaş gruplarına göre dağılımları şu şekildedir; %20.2 24 yaş altı (n=39), %40.9 25-34 yaş (n=79), %14.5 35-44 yaş (n=28), %14 45-54 yaş (n=27), %10.4 55 yaş üzeri (n=20). Örneklemin eğitim seviyesine göre dağılımı şu şekildedir; %0.5 okuryazar değil (n=1), %2.1 okuryazar (n=4), %4.7 ilköğretim (n=9), %25.4 lise (n=49), %48.2 lisans-ön lisans (n=93), %19.2 lisans üzeri (n=37). Örneklemin son yerel seçimlerde oy verdiği partiye göre dağılımı şu şekildedir; %31.1 AK Parti (n=60), %4.7 CHP (n=9), %0.5 İYİ Parti (n=1), %9.8 HDP (n=19), %3.1 SAADET (n=6), %6.7 Diğer (n=13), %44 Belirtmedi (n=85).

## Frekans Analizleri

Vatandaşların belediye hizmetlerine dair bilgi düzeyi ile ilgili soruya verdikleri yanıtların frekans dağılımları ile soru ortalama ve standart sapma değeri tablo 3'teki gibidir.



**Tablo 3.** Belediye Hizmetleri Bilgi Düzeyi İstatistikleri

|                                  | Cevap              | Frekans(n) | Yüzde (%)    | Ortalama | Standart Sapma |
|----------------------------------|--------------------|------------|--------------|----------|----------------|
| Belediye Hizmetleri Bilgi Düzeyi | Bilgim yok         | 38         | 19.7         | 2.890    | 1.278          |
|                                  | Çok az bilgim var  | 34         | 17.6         |          |                |
|                                  | Biraz bilgim var   | 54         | 28.0         |          |                |
|                                  | Oldukça bilgim var | 46         | 23.8         |          |                |
|                                  | Çok iyi bilgim var | 21         | 10.9         |          |                |
| <b>Toplam</b>                    |                    | <b>193</b> | <b>100.0</b> |          |                |

Söz konusu soruya verilen yanıtların frekans dağılımı şu şekildedir; %19.7 bilgim yok (n=38), %17.6 çok az bilgim var (n=34), %28 biraz bilgim var (n=54), %23.8 oldukça bilgim var (n=46), %10.9 çok iyi bilgim var (n=21). Madde ortalaması incelendiğinde (2.980±1.278) soru için örneklem ortalamasının biraz bilgim var cevabına yakın olduğu görülmektedir.

Genel memnuniyet ölçeği frekans dağılımları ve ortalama ile standart sapma değerleri Tablo 4'teki gibidir.

**Tablo 4.** Genel Memnuniyet Ölçeği Frekans Analizleri

| Madde  | Hiç memnun değilim  |      | Memnun değilim |      | Ne Memnunum ne de değilim |      | Memnunum |      | Çok Memnunum |     | Ortalama | Standart Sapma |
|--|---|------|----------------|------|---------------------------|------|----------|------|--------------|-----|----------|----------------|
|  | n   | %    | n              | %    | n                         | %    | n        | %    | n            | %   |          |                |
|  | 1.Bitlis Belediyesi'nce verilen hizmetlerinin bir bütün olarak kalitesinden | 63   | 32.8           | 55   | 28.6                      | 40   | 20.8     | 27   | 14.1         | 7   |          |                |
| 2.Bitlis Belediyesi'nin genel imajından        | 60  | 31.4 | 56             | 29.3 | 43                        | 22.5 | 27       | 14.1 | 5            | 2.6 | 2.272    | 1.128          |
| 3.Bitlis' te yaşıyor olmaktan                  | 48  | 25.0 | 29             | 15.1 | 48                        | 25.0 | 49       | 25.5 | 18           | 9.4 | 2.792    | 1.322          |
| 4.Belediye yönetiminin sorunlara yaklaşımından | 71  | 37.4 | 50             | 26.3 | 40                        | 21.1 | 22       | 11.6 | 7            | 3.7 | 2.179    | 1.164          |
| 5.Belediye personelinin hizmet anlayışından    | 60  | 31.4 | 50             | 26.2 | 52                        | 27.2 | 22       | 11.5 | 7            | 3.7 | 2.298    | 1.138          |

“1.Bitlis Belediyesi'nce verilen hizmetlerinin bir bütün olarak kalitesinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %32.8 hiç memnun değilim (n=63), %28.6 memnun değilim (n=55), %20.8 ne memnunum ne de değilim (n=40), %14.1 memnunum (n=27), %3.6 çok memnunum (n=7). Madde ortalaması incelendiğinde (2.271±1.167) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“2.Bitlis Belediyesi'nin genel imajından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %31.4 hiç memnun değilim (n=60), %29.3 memnun değilim (n=56), %22.5 ne memnunum ne de değilim (n=43), %14.1 memnunum (n=27), %2.6 çok memnunum (n=5). Madde ortalaması incelendiğinde (2.272±1.128) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“3.Bitlis' te yaşıyor olmaktan.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %25 hiç memnun değilim (n=48), %15.1 memnun değilim (n=29), %25 ne memnunum ne de değilim (n=48), %25.5 memnunum (n=49), %9.4 çok memnunum (n=18). Madde ortalaması incelendiğinde (2.792±1.322) madde için örneklem ortalamasının ne memnunum ne de memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“4.Belediye yönetiminin sorunlara yaklaşımından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %37.4 hiç memnun değilim (n=71), %26.3 memnun değilim (n=50), %21.1 ne memnunum ne de değilim (n=40), %11.6 memnunum (n=22), %3.7 çok memnunum (n=7). Madde ortalaması incelendiğinde (2.179±1.164) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“5.Belediye personelinin hizmet anlayışından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %31.4 hiç memnun değilim (n=60), %26.2 memnun değilim (n=50), %27.2 ne memnunum ne de değilim (n=52), %11.5 memnunum (n=22), %3.7 çok memnunum (n=7). Madde ortalaması incelendiğinde (2.298±1.138) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

Hizmet memnuniyeti ölçeği frekans dağılımları ve ortalama ile standart sapma değerleri Tablo 5'teki gibidir.

**Tablo 5. Hizmet Memnuniyeti Ölçeği Frekans Analizleri**

| Madde  | Hiç memnun değilim |      | Memnun değilim |      | Ne Memnunum ne de değilim |      | Memnunum |      | Çok Memnunum |     | Ortalama | Standart Sapma |
|--|--------------------|------|----------------|------|---------------------------|------|----------|------|--------------|-----|----------|----------------|
|  | n                  | %    | n              | %    | n                         | %    | n        | %    | n            | %   |          |                |
| 1. İmar ve Kadastro hizmetlerinden                             | 68                 | 35.8 | 35             | 18.4 | 64                        | 33.7 | 17       | 8.9  | 6            | 3.2 | 2.253    | 1.131          |
| 2. Tarihi ve kültürel yerlerin korunmasından, restorasyonundan | 77                 | 39.9 | 46             | 23.8 | 39                        | 20.2 | 29       | 15.0 | 2            | 1.0 | 2.135    | 1.133          |

|  |     |      |    |      |    |      |    |      |    |     |       |       |
|--|-----|------|----|------|----|------|----|------|----|-----|-------|-------|
| 3. Kent içi yol ve kaldırımların genel kalitesinden                        | 107 | 56.0 | 39 | 20.4 | 24 | 12.6 | 20 | 10.5 | 1  | 0.5 | 1.791 | 1.055 |
| 4. Temizlik ve katı atık hizmetlerinden                                    | 91  | 47.2 | 27 | 14.0 | 42 | 21.8 | 28 | 14.5 | 5  | 2.6 | 2.114 | 1.224 |
| 5. Yeşil alanlar ve parklardan   | 92  | 47.9 | 40 | 20.8 | 42 | 21.9 | 17 | 8.9  | 1  | 0.5 | 1.932 | 1.049 |
| 6. Park/yeşil alanların temiz ve bakımlı olmasından                        | 92  | 47.9 | 42 | 21.9 | 39 | 20.3 | 17 | 8.9  | 2  | 1.0 | 1.932 | 1.064 |
| 7. Kültür ve sanat etkinliklerinden  | 81  | 42.2 | 52 | 27.1 | 39 | 20.3 | 16 | 8.3  | 4  | 2.1 | 2.010 | 1.073 |
| 8. Sosyal yardımlardan   | 60  | 31.1 | 36 | 18.7 | 60 | 31.1 | 31 | 16.1 | 6  | 3.1 | 2.415 | 1.174 |
| 9. Gençlik ve spor hizmetlerinden  | 71  | 37.2 | 36 | 18.8 | 42 | 22.0 | 33 | 17.3 | 9  | 4.7 | 2.335 | 1.266 |
| 10. Ev çöplerinin atıldığı çöp kutusu / varili / konteyner yeterliliğinden | 64  | 33.2 | 36 | 18.7 | 35 | 18.1 | 46 | 23.8 | 12 | 6.2 | 2.513 | 1.331 |
| 11. Çöp toplama hizmetinin düzenli ve sürekli olmasından                   | 59  | 30.6 | 40 | 20.7 | 43 | 22.3 | 40 | 20.7 | 11 | 5.7 | 2.503 | 1.275 |
| 12. Cadde ve sokakların genel olarak temizliğinden                         | 77  | 40.3 | 38 | 19.9 | 42 | 22.0 | 27 | 14.1 | 7  | 3.7 | 2.209 | 1.217 |
| 13. Haşeratla mücadele ve ilaçlama hizmetinden                             | 67  | 34.9 | 38 | 19.8 | 54 | 28.1 | 27 | 14.1 | 6  | 3.1 | 2.307 | 1.178 |
| 14. Ulaşım ve trafik hizmetlerinden memnuniyetiniz                         | 79  | 40.9 | 41 | 21.2 | 42 | 21.8 | 26 | 13.5 | 5  | 2.6 | 2.155 | 1.176 |
| 15. Kent içi yolların bakımından   | 100 | 52.1 | 37 | 19.3 | 27 | 14.1 | 24 | 12.5 | 4  | 2.1 | 1.932 | 1.163 |

---

|   |     |      |    |      |    |      |    |      |    |     |       |       |
|---|-----|------|----|------|----|------|----|------|----|-----|-------|-------|
| 16. Kaldırımların yeterliliğinden         | 96  | 50.0 | 44 | 22.9 | 24 | 12.5 | 24 | 12.5 | 4  | 2.1 | 1.938 | 1.147 |
| 17. Cadde, sokak ve park aydınlatmasından | 74  | 38.3 | 30 | 15.5 | 35 | 18.1 | 43 | 22.3 | 11 | 5.7 | 2.415 | 1.344 |
| 18. Kent merkezinde otopark imkânlarından | 117 | 60.9 | 40 | 20.8 | 24 | 12.5 | 8  | 4.2  | 3  | 1.6 | 1.646 | 0.960 |

“1. İmar ve Kadastro hizmetlerinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %35.8 hiç memnun değilim (n=68), %18.4 memnun değilim (n=35), %33.7 ne memnunum ne de değilim (n=64), %8.9 memnunum (n=17), %3.2 çok memnunum (n=6). Madde ortalaması incelendiğinde (2.253±1.131) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“2. Tarihi ve kültürel yerlerin korunmasından, restorasyonundan.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %39.9 hiç memnun değilim (n=77), %23.8 memnun değilim (n=46), %20.2 ne memnunum ne de değilim (n=39), %15 memnunum (n=29), %1 çok memnunum (n=2). Madde ortalaması incelendiğinde (2.135±1.133) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“3. Kent içi yol ve kaldırımların genel kalitesinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %56 hiç memnun değilim (n=107), %20.4 memnun değilim (n=39), %12.6 ne memnunum ne de değilim (n=24), %10.5 memnunum (n=20), %0.5 çok memnunum (n=1). Madde ortalaması incelendiğinde (1.791±1.055) madde için örneklem ortalamasının ne memnunum ne de memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“4. Temizlik ve katı atık hizmetlerinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %47.2 hiç memnun değilim (n=91), %14 memnun değilim (n=27), %21.8 ne memnunum ne de değilim (n=42), %14.5 memnunum (n=28), %2.6 çok memnunum (n=5). Madde ortalaması incelendiğinde (2.114±1.224) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“5. Yeşil alanlar ve parklardan.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %47.9 hiç memnun değilim (n=92), %20.8 memnun değilim (n=40), %21.9 ne memnunum ne de değilim (n=42), %8.9 memnunum (n=17), %0.5 çok memnunum (n=1). Madde ortalaması incelendiğinde (1.932±1.049) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“6. Park/yeşil alanların temiz ve bakımlı olmasından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %47.9 hiç memnun değilim (n=92), %21.9 memnun değilim (n=42), %20.3 ne memnunum ne de değilim (n=39), %8.9 memnunum (n=17), %1 çok memnunum (n=2). Madde ortalaması incelendiğinde (1.932±1.064) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“7. Kültür ve sanat etkinliklerinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %42.2 hiç memnun değilim (n=81), %27.1 memnun değilim (n=52), %20.3 ne memnunum ne de değilim (n=39), %8.3 memnunum (n=16), %2.1 çok memnunum (n=4).

Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.01 \pm 1.073$ ) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“8. Sosyal yardımlardan.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %31.1 hiç memnun değilim ( $n=60$ ), %18.7 memnun değilim ( $n=36$ ), %31.1 ne memnunum ne de değilim ( $n=60$ ), %16.1 memnunum ( $n=31$ ), %3.1 çok memnunum ( $n=6$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.415 \pm 1.174$ ) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“9. Gençlik ve spor hizmetlerinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %37.2 hiç memnun değilim ( $n=71$ ), %18.8 memnun değilim ( $n=36$ ), %22 ne memnunum ne de değilim ( $n=42$ ), %17.3 memnunum ( $n=33$ ), %4.7 çok memnunum ( $n=9$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.335 \pm 1.266$ ) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“10. Ev çöplerinin atıldığı çöp kutusu / varili / konteyner yeterliliğinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %33.2 hiç memnun değilim ( $n=64$ ), %18.7 memnun değilim ( $n=36$ ), %18.1 ne memnunum ne de değilim ( $n=35$ ), %23.8 memnunum ( $n=46$ ), %6.2 çok memnunum ( $n=12$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.513 \pm 1.331$ ) madde için örneklem ortalamasının ne memnunum ne de memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“11. Çöp toplama hizmetinin düzenli ve sürekli olmasından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %30.6 hiç memnun değilim ( $n=59$ ), %20.7 memnun değilim ( $n=40$ ), %22.3 ne memnunum ne de değilim ( $n=43$ ), %20.7 memnunum ( $n=40$ ), %5.7 çok memnunum ( $n=11$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.503 \pm 1.275$ ) madde için örneklem ortalamasının ne memnunum ne de memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“12. Cadde ve sokakların genel olarak temizliğinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %40.3 hiç memnun değilim ( $n=77$ ), %19.9 memnun değilim ( $n=38$ ), %22 ne memnunum ne de değilim ( $n=42$ ), %14.1 memnunum ( $n=27$ ), %3.7 çok memnunum ( $n=7$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.209 \pm 1.217$ ) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“13. Haşeratla mücadele ve ilaçlama hizmetinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %34.9 hiç memnun değilim ( $n=67$ ), %19.8 memnun değilim ( $n=38$ ), %28.1 ne memnunum ne de değilim ( $n=54$ ), %14.1 memnunum ( $n=27$ ), %3.1 çok memnunum ( $n=6$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.307 \pm 1.178$ ) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“14. Ulaşım ve trafik hizmetlerinden memnuniyetiniz.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %40.9 hiç memnun değilim ( $n=79$ ), %21.2 memnun değilim ( $n=41$ ), %21.8 ne memnunum ne de değilim ( $n=42$ ), %13.5 memnunum ( $n=26$ ), %2.6 çok memnunum ( $n=5$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $2.155 \pm 1.176$ ) madde için örneklem ortalamasının memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“15. Kent içi yolların bakımından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %52.1 hiç memnun değilim ( $n=100$ ), %19.3 memnun değilim ( $n=37$ ), %14.1 ne memnunum ne de değilim ( $n=27$ ), %12.5 memnunum ( $n=24$ ), %2.1 çok memnunum ( $n=4$ ). Madde ortalaması incelendiğinde ( $1.932 \pm 1.163$ ) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“16. Kaldırımların yeterliliğinden.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %50 hiç memnun değilim (n=96), %22.9 memnun değilim (n=44), %12.5 ne memnunum ne de değilim (n=24), %12.5 memnunum (n=24), %2.1 çok memnunum (n=4). Madde ortalaması incelendiğinde (1.938±1.147) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“17. Cadde, sokak ve park aydınlatmasından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %38.3 hiç memnun değilim (n=74), %15.5 memnun değilim (n=30), %18.1 ne memnunum ne de değilim (n=35), %22.3 memnunum (n=43), %5.7 çok memnunum (n=11). Madde ortalaması incelendiğinde (2.415±1.344) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“18. Kent merkezinde otopark imkânlarından.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %60.9 hiç memnun değilim (n=117), %20.8 memnun değilim (n=40), %12.5 ne memnunum ne de değilim (n=24), %4.2 memnunum (n=8), %1.6 çok memnunum (n=3). Madde ortalaması incelendiğinde (1.646±0.96) madde için örneklem memnun değilim cevabına yakın olduğu görülmektedir.

### Betimsel İstatistikler ve Normal Dağılım Testleri

Ölçek değişkenleri için madde ortalamalarından elde edilen ölçek değerleri için hesaplanan betimsel istatistikler Tablo 6'daki gibidir.

**Tablo 6.** Ölçek Betimsel İstatistikleri

| Ölçek              | N   | Minimum | Maksimum | Ortalama | Standart Sapma |
|--------------------|-----|---------|----------|----------|----------------|
| Genel Memnuniyet   | 193 | 1.000   | 5.000    | 2.379    | 0.966          |
| Hizmet Memnuniyeti | 193 | 1.000   | 4.833    | 2.126    | 0.814          |

Genel memnuniyet ölçeğinin minimum 1.000, maksimum 5.000 değerleri arasında 2.379 ortalama etrafında 0.966 standart sapma değeri ile dağıldığı görülmektedir. Hizmet memnuniyeti ölçeğinin minimum 1.000, maksimum 4.833 değerleri arasında 2.126 ortalama etrafında 0.814 standart sapma değeri ile dağıldığı görülmektedir. Ortalamalar karşılaştırıldığında vatandaşların genel memnuniyet düzeyinin hizmet memnuniyeti ölçeğinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ait normal dağılım test istatistikleri ise Tablo 7'deki gibidir.

**Tablo 7.** Ölçek Normal Dağılım İstatistikleri

| Ölçek              | Kolmogorov-Smirnov |     |       | Shapiro-Wilk |     |       | S     | K      |
|--------------------|--------------------|-----|-------|--------------|-----|-------|-------|--------|
|                    | D                  | S.D | Sig.  | W            | S.D | Sig.  |       |        |
| Genel Memnuniyet   | 0.107              | 193 | 0.000 | 0.956        | 193 | 0.000 | 0.483 | -0.452 |
| Hizmet Memnuniyeti | 0.121              | 193 | 0.000 | 0.945        | 193 | 0.000 | 0.698 | 0.145  |

D: Kolmogorov-Smirnov Test İstatistiği, W: Shapiro- Wilk Test İstatistiği, S.D: Serbestlik Derecesi, S: Çarpıklık, K: Basıklık

Genel memnuniyet değişkeni normal dağılım testi istatistiklerine göre değişkeni %5 anlamlılık düzeyinde normal dağılıma uymamaktadır (D(193)=0.107, W(193)=0.956,  $p<0.05$ ). Hizmet memnuniyeti değişkeni normal dağılım testi istatistiklerine göre değişkeni %5 anlamlılık düzeyinde normal dağılıma uymamaktadır (D(193)=0.121, W(193)=0.945,  $p<0.05$ ). Normal dağılım testi istatistiklerine göre değişkenlerin normal dağılıma uymadıkları görülmektedir. Ancak sosyal bilimlerde ölçeklendirilerek toplanan verilerle normal dağılım testleri ile normal dağılımın bu şekilde sapması oldukça nadirdir. Böyle durumlarda; çarpıklık katsayıları incelenerek anlamlı bir çarpıklık yok ise normal dağılımın sağlandığı varsayılabilir (Tabachnick & Fidell, 2013). Bu bağlamda değişkenlerin çarpıklık katsayıları yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere mutlak değerce 1'den küçüktür. Çarpıklık katsayısının 1'den küçük olması değişkenlerin anlamlı bir çarpıklığa sahip olmadığını göstermektedir ( $|S|<1$ ) (Hair, 2013). Dolayısıyla değişkenler bağlamında hipotez testleri uygulanırken güvenilir olarak bilinen parametrik testlerin uygulanması uygun olarak görülmüştür (Karagöz, 2016; Kalaycı, 2006: 85).

### Hipotez Testleri

Araştırmanın bu kısmında hipotez testleri aracılığıyla cevaplanması gereken araştırma sorularının doğrulanması amacıyla yapılan hipotez testlerine dair bulgular yer almaktadır.

#### Hipotez 1

Cinsiyete göre genel ve hizmet memnuniyeti bakımından farkları sınamak amacıyla yapılan bağımsız örneklem T-testi bulguları Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8.** Cinsiyete Göre Memnuniyet Bakımından Farkları Sınayan Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları

| Ölçek       | Cinsiyet | N  | $\bar{X}$ | S.S   | Levene F       | T-Test        |
|-------------|----------|----|-----------|-------|----------------|---------------|
| Genel       | Kadın    | 94 | 2.371     | 0.923 | F(1,191)=2.304 | t(191)=-0.102 |
| Memnuniyet  | Erkek    | 99 | 2.386     | 1.010 | p=0.131        | p=0.919       |
| Hizmet      | Kadın    | 94 | 2.082     | 0.730 | F(1,191)=3.021 | t(191)=-0.718 |
| Memnuniyeti | Erkek    | 99 | 2.167     | 0.888 | p=0.084        | p=0.473       |

$\bar{X}$ : Ortalama, S.S: Standart Sapma, F: F Test İstatistiği t:T-test istatistiği, (Parantez içleri test serbestlik derecelerini içerir.) F(S.D.1, S.D.2), t(S.D)

Genel memnuniyet düzeyi bakımından kadın (2.371±0.923) ve erkek (2.386±1.010) vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır (t(191)=-0.102,  $p>0.05$ ).

Hizmet memnuniyet düzeyi bakımından kadın (2.082±0.730) ve erkek (2.167±0.888) vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır (t(191)=-0.718,  $p>0.05$ ).

*Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti cinsiyete göre değişmekte midir?* hipotezine ilişkin istatistiksel anlamlılık bulunamamıştır.

### **Hipotez 2**

Yaş gruplarına göre Genel ve Hizmet memnuniyeti bakımından farkları sınamak amacıyla yapılan Anova Testi bulguları Tablo 9’da sunulmuştur.

**Tablo 9.** Yaş Gruplarına Göre Memnuniyet Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

| Ölçek              | Yaş             | N          | $\bar{X}$    | S.S          | Levene F         | Anova           |
|--------------------|-----------------|------------|--------------|--------------|------------------|-----------------|
| Genel Memnuniyet   | 24 Yaş Altı     | 39         | 2.255        | 0.983        | F(2, 190)=4.467* | F(2, 190)=1.060 |
|                    | 25-44 Yaş Arası | 107        | 2.351        | 0.875        |                  |                 |
|                    | 45 Yaş Üzeri    | 47         | 2.545        | 1.135        | p=0.013          | p=0.349         |
|                    | <b>Toplam</b>   | <b>193</b> | <b>2.379</b> | <b>0.966</b> |                  |                 |
| Hizmet Memnuniyeti | 24 Yaş Altı     | 39         | 2.044        | 0.848        | F(2, 190)=4.388* | F(2, 190)=0.491 |
|                    | 25-44 Yaş Arası | 107        | 2.116        | 0.772        |                  |                 |
|                    | 45 Yaş Üzeri    | 47         | 2.216        | 0.886        | p=0.014          | p=0.613         |
|                    | <b>Toplam</b>   | <b>193</b> | <b>2.126</b> | <b>0.814</b> |                  |                 |

$\bar{X}$ : Ortalama, S.S: Standart Sapma, F: F Test İstatistiği t:T-test istatistiği, (Parantez içleri test serbestlik derecelerini içerir.) F(S.D.1, S.D.2), t(S.D)

Genel memnuniyet düzeyi bakımından 24 yaş altı ( $2.255 \pm 0.983$ ), 25 ile 44 yaş arası ( $2.351 \pm 0.875$ ), 45 yaş ve üzeri ( $2.545 \pm 1.135$ ) yaş gruplarında yer alan vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark saptanmamıştır (F(2, 190)=1.060,  $p > 0.05$ ).

Hizmet memnuniyet düzeyi bakımından 24 yaş altı ( $2.044 \pm 0.848$ ), 25 ile 44 yaş arası ( $2.116 \pm 0.772$ ), 45 yaş ve üzeri ( $2.216 \pm 0.886$ ) yaş gruplarında yer alan vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark saptanmamıştır (F(2, 190)=0.491,  $p > 0.05$ ).

Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti yaş gruplarına göre değişmekte midir? hipotezine ilişkin istatistiksel anlamlılık bulunamamıştır.

### **Hipotez 3**

Eğitim seviyesine göre genel ve hizmet memnuniyeti bakımından farkları sınamak amacıyla yapılan Anova Testi bulguları Tablo 10’da sunulmuştur.



**Tablo 10.** Eğitim Seviyesine Göre Memnuniyet Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

| Ölçek              | Eğitim            | N          | $\bar{X}$    | S.S          | Levene F                   | Anova                      |
|--------------------|-------------------|------------|--------------|--------------|----------------------------|----------------------------|
| Genel Memnuniyet   | Lise ve Altı      | 63         | 2.552        | 1.006        | F(2, 190)=0.646<br>p=0.525 | F(2, 190)=1.681<br>p=0.189 |
|                    | Lisans- Ön Lisans | 93         | 2.264        | 0.929        |                            |                            |
|                    | Lisans Üzeri      | 37         | 2.373        | 0.970        |                            |                            |
|                    | <b>Toplam</b>     | <b>193</b> | <b>2.379</b> | <b>0.966</b> |                            |                            |
| Hizmet Memnuniyeti | Lise ve Altı      | 63         | 2.212        | 0.802        | F(2, 190)=0.685<br>p=0.505 | F(2, 190)=0.527<br>p=0.591 |
|                    | Lisans- Ön Lisans | 93         | 2.082        | 0.799        |                            |                            |
|                    | Lisans Üzeri      | 37         | 2.089        | 0.881        |                            |                            |
|                    | <b>Toplam</b>     | <b>193</b> | <b>2.126</b> | <b>0.814</b> |                            |                            |

$\bar{X}$ : Ortalama, S.S: Standart Sapma, F: F Test İstatistiği t:T-test istatistiği, (Parantez içleri test serbestlik derecelerini içerir.) F(S.D.1, S.D.2), t(S.D)

Genel memnuniyet düzeyi bakımından lise ve altı (2.252±1.006), lisans-ön lisans (2.264±0.929), lisans üzeri (2.373±0.970) seviyede eğitime sahip vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark saptanmamıştır (F(2, 190)=1.681, p>0.05).

Hizmet memnuniyet düzeyi bakımından lise ve altı (2.212±0.802), lisans-ön lisans (2.082±0.799), lisans üzeri (2.089±0.881) seviyede eğitime sahip vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark saptanmamıştır (F(2, 190)=0.527, p>0.05).

Bitlis İlinde yaşayan vatandaşların belediye memnuniyeti eğitim seviyesine göre değişmekte midir? Hipotezine ilişkin istatistiksel anlamlılık bulunamamıştır.

#### Hipotez 4

Son yerel seçimlerde oy verilen partiye göre genel ve hizmet memnuniyeti bakımından farkları sınamak amacıyla yapılan Anova Testi bulguları Tablo 11'de sunulmuştur.

**Tablo 11.** Oy Verilen Partiye Göre Memnuniyet Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

| Ölçek              | Oy            | N          | $\bar{X}$    | S.S          | Levene F                    | Anova                        | Post Hoc  |
|--------------------|---------------|------------|--------------|--------------|-----------------------------|------------------------------|-----------|
| Genel Memnuniyet   | AK Parti      | 60         | 2.880        | 0.930        | F(2, 190)=3.379*<br>p=0.036 | F(2, 190)=17.779*<br>p=0.000 | 1>3><br>2 |
|                    | Diğer         | 48         | 1.862        | 0.729        |                             |                              |           |
|                    | Belirtmedi    | 85         | 2.317        | 0.944        |                             |                              |           |
|                    | <b>Toplam</b> | <b>193</b> | <b>2.379</b> | <b>0.966</b> |                             |                              |           |
| Hizmet Memnuniyeti | AK Parti      | 60         | 2.552        | 0.930        | F(2, 190)=3.452*<br>p=0.036 | F(2, 190)=16.524*<br>p=0.000 | 1>3><br>2 |
|                    | Diğer         | 48         | 1.732        | 0.553        |                             |                              |           |

|               |            |              |              |         |         |
|---------------|------------|--------------|--------------|---------|---------|
| Belirtmedi    | 85         | 2.047        | 0.716        | p=0.034 | p=0.000 |
| <b>Toplam</b> | <b>193</b> | <b>2.126</b> | <b>0.814</b> |         |         |

\* (%5) anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farkları simgeler,  $\bar{X}$ : Ortalama, S.S: Standart Sapma, F: F Test İstatistiği t:T-test istatistiği, (Parantez içleri test serbestlik derecelerini içerir.) F(S.D.1, S.D.2), t(S.D)

Genel memnuniyet düzeyi bakımından Ak Parti seçmeni (2.880±0.930), diğer parti seçmeni (1.862±0.729) ve oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen (2.317±0.944) vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farklar saptanmıştır. (F(2,190)=17.779, p<0.05). Farkın kaynağı olan grup veya grupların tespiti için gruplar arası varyansın heterojen olduğu bulgusu (F2, 190)=3.379, p<0.05) doğrultusunda yapılan Tamhane's T2 testi bulguları Tablo 12'deki gibidir.

Hizmet memnuniyet düzeyi bakımından AK Parti seçmeni (2.552±0.930), diğer parti seçmeni (1.732±0.553) ve oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen (2.047±0.716) vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farklar saptanmıştır. (F(2,190)=16.524, p<0.05). Farkın kaynağı olan grup veya grupların tespiti için gruplar arası varyansın heterojen olduğu bulgusu (F2, 190)=3.452, p<0.05) doğrultusunda yapılan Tamhane's T2 testi bulguları Tablo 12'deki gibidir.

**Tablo 12.** Oy Verilen Partiye Göre Memnuniyet Bakımından Farkları Sınayan Tamhane's T2 Post Hoc Testi Bulguları

| Ölçek              | Parti 1    | Parti 2    | Ortalama Fark (1-2) | S.H   | p     |
|--------------------|------------|------------|---------------------|-------|-------|
| Genel Memnuniyet   | AK Parti   | Diğer      | 1.018*              | 0.160 | 0.000 |
|                    |            | Belirtmedi | 0.563*              | 0.158 | 0.002 |
|                    | Diğer      | AK Parti   | -1.018*             | 0.160 | 0.000 |
|                    |            | Belirtmedi | -0.455*             | 0.147 | 0.007 |
|                    | Belirtmedi | AK Parti   | -0.563*             | 0.158 | 0.002 |
|                    |            | Diğer      | 0.455*              | 0.147 | 0.007 |
| Hizmet Memnuniyeti | AK Parti   | Diğer      | 0.819*              | 0.144 | 0.000 |
|                    |            | Belirtmedi | 0.505*              | 0.143 | 0.002 |
|                    | Diğer      | AK Parti   | -0.819*             | 0.144 | 0.000 |
|                    |            | Belirtmedi | -0.314*             | 0.111 | 0.017 |
|                    | Belirtmedi | AK Parti   | -0.505*             | 0.143 | 0.002 |
|                    |            | Diğer      | 0.314*              | 0.111 | 0.017 |

\* (%5) anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farkları simgeler, S.H: Standart Hata

Genel memnuniyet düzeyi için gruplar arası farkın kaynağı incelendiğinde tüm gruplar arası farkların %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir şekilde birbirinden farklı olduğu görülmektedir. (p<0.05) Ortalama farklar incelendiğinde ise AK Parti seçmeni vatandaşların genel memnuniyet düzeylerinin diğer tüm vatandaşlardan yüksek düzeyde olduğu görülürken, oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen vatandaşların genel memnuniyet düzeyleri de AK Parti dışında diğer partilere oy verdiğini belirten vatandaşlardan yüksek düzeydedir.

Hizmet memnuniyet düzeyi için gruplar arası farkın kaynağı incelendiğinde tüm gruplar arası farkların %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir şekilde birbirinden farklı olduğu görülmektedir. ( $p<0.05$ ) Ortalama farklar incelendiğinde AK Parti seçmeni vatandaşların hizmet memnuniyet düzeylerinin diğer tüm vatandaşlardan yüksek düzeyde olduğu görülürken, oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen vatandaşların hizmet memnuniyet düzeyleri de AK Parti dışında diğer partilere oy verdiğini belirten vatandaşlardan yüksek düzeydedir.

#### **Hipotez 5**

Belediye hizmetleri ile ilgili bilgi düzeyi ile genel ve hizmet memnuniyeti değişkenleri arasındaki Spearman Korelasyon matrisi Tablo 13'teki gibidir.

**Tablo 13.** Belediye Hizmetleri İle İlgili Bilgi Düzeyi İle Genel ve Hizmet Memnuniyeti Değişkenleri Arasındaki Spearman Korelasyon Matrisi

| Değişken                           | İstatistik | 1.Genel Memnuniyet | 2.Hizmet Memnuniyeti | 3.Belediye Hizmetleri Bilgi Düzeyi |
|------------------------------------|------------|--------------------|----------------------|------------------------------------|
| 1.Genel Memnuniyet                 | $R_{XY}$   | 1.000              | 0.738**              | 0.177*                             |
|                                    | p          | -                  | (0.000)              | (0.014)                            |
| 2.Hizmet Memnuniyeti               | $R_{XY}$   |                    | 1.000                | 0.250*                             |
|                                    | p          |                    | -                    | (0.000)                            |
| 3.Belediye Hizmetleri Bilgi Düzeyi | $R_{XY}$   |                    |                      | 1.000                              |
|                                    | p          |                    |                      | -                                  |

\* (%5) anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade eder,  $R_{XY}$ : İki değişken arasındaki korelasyon katsayısı

Tablo incelendiğinde genel memnuniyet düzeyi ile belediye hizmetlerine dair bilgi düzeyi arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli pozitif ve çok zayıf bir korelasyon ilişkisinin olduğu görülmektedir ( $0.00 < R_{XY} = 0.177 \leq 0.25$ ,  $p < 0.05$ ). Daha açık bir ifade ile vatandaşların belediye hizmetlerine yönelik bilgi düzeyleri artıkça genel memnuniyet düzeyleri de bir miktar artmaktadır.

Hizmet memnuniyet düzeyi ile belediye hizmetlerine dair bilgi düzeyi arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli pozitif ve çok zayıf bir korelasyon ilişkisinin olduğu görülmektedir ( $0.00 < R_{XY} = 0.250 \leq 0.25$ ,  $p < 0.05$ ). Daha açık bir ifade ile vatandaşların belediye hizmetlerine yönelik bilgi düzeyleri artıkça hizmet memnuniyet düzeyleri de bir miktar artmaktadır.

Belediye hizmetlerine yönelik bilgi düzeyi ile genel ve hizmet memnuniyeti arasındaki korelasyon ilişkileri birbirine oldukça yakın olmakla beraber hizmet memnuniyeti ile daha yakın korelasyon ilişkisi görülmüştür. Diğer yandan belediye ile ilgili genel memnuniyet ile hizmet memnuniyeti arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli ve yüksek dereceli pozitif bir korelasyon ilişkisi saptanmıştır ( $0.70 \leq R_{XY} = 0.738 \leq 0.89$ ,  $p < 0.05$ ).

## SONUÇ

Bu çalışmada, yerleşiklerin yerel hizmetlerden duyduğu memnuniyet Bitlis Belediyesi özelinde araştırılmıştır. Çalışmada genel memnuniyet düzeyi ile hizmet memnuniyet düzeyi olmak üzere iki ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekler; cinsiyet, yaş, eğitim, oy verilen parti ve belediye hizmetleriyle ilgili bilgi düzeyi unsurları üzerinden SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılanların %51.3'ü erkek %48.7'si kadın olmakla birlikte yaş gruplarına göre dağılımı şu şekildedir: %20.2'si 24 yaş altı, %40.9'u 25-34 yaş, %14.5'i 35-44 yaş, %14'ü 45-54 yaş, %10'u da 55 yaş ve üzeridir. Örneklemin eğitim durumu şöyledir: %0.5'i okuryazar değil, %2.1'i okuryazar, %4.7'si ilköğretim, %25.4'ü lise, %48.2'si lisans-ön lisans, %19.2'si lisans üzeri eğitim durumuna sahiptir. Örneklemin son yerel seçimlerde oy verdiği partiye göre dağılımı incelendiğinde ise oy verdiği partiyi belirtmek istemeyenler ile Ak Partiye oy veren katılımcıların ağırlıkta olduğu görülmektedir: %31.1'i AK Parti, %4.7'si CHP, %0.5'i İYİ Parti, %9.8'si HDP, %3.1'i SAADET Partisi, %6.7'si Diğer, %44'ü belirtmedi. Bu konuda dikkat çeken %44 oranındaki oy verdiği partiyi belirtmek istemeyenlerdir. Bu durum doğal bir tercih olmakla birlikte oranın yüksek olmasının nedenleri araştırılması gereken bir husustur. Belediye hizmetleriyle ilgili bilgi düzeyi ise ağırlıklı olarak biraz bilgim var şeklinde yanıtlanmıştır. Bu yanıt, katılımcıların belediye hizmetleriyle ilgili bilgi sahibi olmamaları dolayısıyla memnuniyet ile ilgili soruların cevabını da olumsuz olarak etkilemiştir.

Örneklemin belediye hizmetleriyle ilgili bilgi düzeyinin kısıtlı olması dolayısıyla vatandaş, belediyenin başarı ile gerçekleştirdiği hizmetleri ayırt etmekte zorlanmaktadır. Bu noktada belediye hizmetleriyle ilgili yeterli bilgilendirmenin yapılmasına özen gösterilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Nitekim araştırma çıktılarına göre, vatandaşların belediye hizmetlerine yönelik bilgi düzeyleri artıkça genel memnuniyet düzeyleri de artmaktadır. Yine benzer olarak vatandaşların belediye hizmetlerine yönelik bilgi düzeyleri artıkça hizmet memnuniyet düzeyleri de artmaktadır. Bilgi düzeyi ile genel ve hizmet memnuniyeti arasındaki korelasyon değerleri birbirine oldukça yakın olmakla beraber hizmet memnuniyeti ile daha yakın korelasyon ilişkisi olduğu görülmüştür.

Vatandaşların genel memnuniyet düzeyinin hizmet memnuniyeti ölçeğinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum genel hizmet bilgi düzeyinin düşüklüğüne bağlanabilecek bir husustur.

Genel memnuniyet ve hizmet memnuniyet düzeyleri bakımından cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyi bağlamında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. Diğer bir ifade ile cinsiyet, yaş grupları, eğitim düzeyi ölçeklerine bağlı olarak katılımcıların genel memnuniyet ve hizmet memnuniyet düzeyleri arasında bir ilişki yoktur. Katılımcıların; kadın veya erkek olması, yaşlarının farklılaşması, eğitim düzeylerinin çeşitlenmesi gibi unsurlar genel memnuniyet ve hizmet memnuniyet düzeylerine yansımamaktadır.

Genel memnuniyet ile hizmet memnuniyet düzeyleri bakımından Ak Parti seçmeni, diğer parti seçmeni ve oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen vatandaşlar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farklar gözlenmiştir. Bu farklar, Ak Parti dışındaki diğer parti seçmenlerinin (HDP, Saadet Partisi, İYİ Parti, CHP ve diğer) sunulan belediye hizmetlerini ideolojik bağlamda değerlendirdiklerinden memnuniyet düzeyinin düşük olduğu kanaatinin oluşmasına neden olmuştur. Ortalama farklar incelendiğinde, AK

Parti seçmeni vatandaşların genel memnuniyet düzeylerinin diğer tüm vatandaşlardan yüksek olduğu; oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen vatandaşların ise genel memnuniyet düzeylerinin AK Parti dışında diğer partilere oy verdiğini belirtenlerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hizmet memnuniyet düzeyi için ise ortalama farklar incelendiğinde AK Parti seçmeni vatandaşların hizmet memnuniyet düzeylerinin diğer tüm vatandaşlardan yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen vatandaşların hizmet memnuniyet düzeyleri de AK Parti dışında diğer partilere oy verdiğini belirten vatandaşlardan yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu tespitler neticesinde Ak Parti dışındaki diğer parti seçmenlerinin sunulan belediye hizmetlerini, yerel bir hizmet olarak değil ideolojik bağlamda değerlendirdikleri görüşünün ağırlık kazanmasına neden olmaktadır.

Hizmet memnuniyeti bağlamında değerlendirilen, tarihi ve kültürel alanların restorasyonu ve korunması, kent içi yol ve kaldırımların kalitesi, temizlik, katı atık, yeşil alan ve park hizmetleri, kent içi yolların bakımı ve kent merkezindeki otopark hizmetleri hususlarıyla ilgili memnuniyetsizlik düzeyi %60'ın üzerinde olarak tespit edilmiştir. Genel memnuniyet bağlamında değerlendirilen Bitlis Belediyesi tarafından verilen hizmetlerin genel kalitesi, belediyenin imajı, belediye yönetiminin sorunlara yaklaşımı ve belediye personelinin hizmet anlayışından memnuniyet düzeyleri de yüksek değildir. Dolayısıyla memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu alanlarda vatandaş katılımıyla sorunların çözümüne ilişkin plan ve stratejilerin geliştirilmesi oldukça önemlidir. Özellikle kent içi yolların ve kaldırımların bakımı, otopark, yeşil alan ve park hizmetleri üzerinde ivedilikle durulması gereken konuların başında gelmektedir. Tüm bunlarla birlikte belediye, halihazır başarılı bir şekilde gerçekleştirdiği ve şehirde üstlendiği hizmetlerle ilgili reklam ve bilgilendirici çalışmalarda bulunmalıdır. Bu sayede belediyenin aslında layıkıyla yerine getirdiği hizmetler vatandaşlarca daha iyi anlaşılacaktır. Zira araştırma sonucunda görülmüştür ki, vatandaşlar hangi hizmeti hangi kurumun üstlendiğini tam anlamıyla bilmemektedir.

## KAYNAKÇA

- Akgül, D. (2012). Measuring the Satisfaction of Citizens for the Services Given by the Municipality: the Case of Kırşehir Municipality. *Social and Behavioral Sciences*, 62, 555-560.
- Akyıldız, F. (2012). Belediye Hizmetleri ve Vatandaş Memnuniyeti: Uşak Belediyesi Örneği. *Journal of Yaşar Üniversitesi*, 26(7), 4415 - 4436.
- Bayrakçı, E., Örselli, E., & Kahraman, S. (2017). Citizen Satisfaction With Municipal Services: The Case Of Konya Municipality. *Global Journal of Sociology: Current Issues*, 7(1), 24-33.
- Bello, M. U., Juani, D. M., & Kasim, R. (2017). Municipal Awareness As A Tool For Enhancing Citizen Satisfaction In Municipal Councils Of Malaysia. *European Journal Of Social Sciences Studies*, 2(5), 109-121.
- Boyle, R. (2020). Measuring Customer Satisfaction In Local Government. *Local Government Research Series*. 01.04.2020 tarihinde [https://www.ipa.ie/\\_fileUpload/Documents/measuring.pdf](https://www.ipa.ie/_fileUpload/Documents/measuring.pdf) adresinden alındı.
- Hair, F. (2013). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.

- Holum, M. L., & Jakobsen, T. G. (2016). Inter-Municipal Cooperation and Satisfaction with Services: Evidence from the Norwegian Citizen Study. *International Journal of Public Administration*, 39, 597-609. DOI: :<https://doi.org/10.1080/01900692.2015.1029132>
- Irfanullah, M., Sarantis, D., & Pereira, A. F. (2018). Assessment Of Citizen Perception: A Case Study Of Municipal Solid Waste Management System In Guimaraes. *International Conference on Innovation and Entrepreneurship*.
- Hamdi İslamoğlu ve Ümit Alnıaçık (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. Beta Basım Yayın.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Ankara: Nobel.
- Khale, S. (2015). Assessment Of The Quality Of Municipal Services In The City Of Tshwane, South Africa. *Corporate Ownership & Control*, 13(1), 674-691.
- Mutyambizi, C., Mokhele, T., Ndinda, C., & Hongoro, C. (2020). Access to and Satisfaction with Basic Services in Informal Settlements: Results from a Baseline Assessment Survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2), 1-22.
- Özdamar, K. (2016). *Ölçek Ve Test Geliştirme*. Eskişehir: Nisan Yayın Evi.
- Ryzın, G. G. (2014). The Measurement of Overall Citizen Satisfaction. *Public Performance & Management Review*, 27(3), 9-28.
- Sabuncu, K., Yıldız, A., Öztürk M., Özkan K., Atalay A. ve Kara, G. (2017). Belediye Hizmetlerinde Vatandaş Memnuniyet Araştırması: Yalova Örneği. *Turkish Journal of Marketing*, 1(3), 164-177.
- Sanchez-Hernandez, M. I., Maldonado-Briegas, J. J., Sanguino, R., Barroso, A., & Barriuso, M. C. (2021). Users' Perceptions of Local Public Water and Waste Services: A Case Study for Sustainable Development. *Energies*, 14, 1-17. DOI: <https://doi.org/10.3390/en14113120>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. California: Pearson.
- Zakaria, Z., Ngah, K., Noordin, N., Sawal, M. Z., & Hussin, Z. H. (2012). Historical of Customer Satisfaction in Municipal Services. *IPEDR*, 142-146.
- Zaki, Y., Esmailpoor, H., & Baraty, A. (2017). Study of Citizen's Satisfaction about the Performance of Municipality Services Using Kano Model (Case Study: Minoodasht Municipality). *Geographical Urban Planning Research*, 4(4), 635-652.

## EXTENDED SUMMARY

Determination of satisfaction with local services is of great importance for both central and local administrations, since the understanding of governance in public administration increases its impact day by day. Central and local administrations increase the quality of their public services by developing their plans, projects and studies with the data they

have obtained in the light of these studies. The development of public-private-civil cooperation will ensure efficiency and productivity by ensuring the participation of the public in decision-making processes. Studies in the literature consider the increase in heterogeneity in decision-making processes as a criterion of success.

In this study, it is aimed to determine the level of satisfaction of the individuals living in the Central district of Bitlis with the municipal services and to provide quantitative data for the current practices of the local service units. In order to determine this aim, two scales, namely general satisfaction level and service satisfaction level, were used. These scales; were evaluated using the SPSS program over the elements of gender, age, education, the party that voted for, and the level of knowledge about municipal services. Residents within the scope of the study; It has been concluded that the municipality services and the service understanding of the municipal personnel are not generally satisfied, and that gender, education and age differences do not reveal a significant difference in the satisfaction levels of the municipality services. It has been determined that the general satisfaction level of the citizens is higher than the service satisfaction scale. It has been concluded that this situation can be attributed to the low level of general service knowledge. The level of dissatisfaction regarding the restoration and protection of historical and cultural areas, the quality of urban roads and pavements, cleanliness, solid waste, green space and park services, maintenance of urban roads and parking lots in the city center, which are evaluated in the context of service satisfaction, is over 60%. detected. The general quality of the services provided by the Bitlis Municipality, which is evaluated in the context of general satisfaction, the image of the municipality, the approach of the municipality to the problems and the level of satisfaction with the service understanding of the municipal personnel are not high either. Therefore, it is very important to develop plans and strategies for solving problems with citizen participation in areas where satisfaction levels are low. In particular, the maintenance of urban roads and pavements, parking lots, green areas and parking services are among the issues that need to be addressed urgently. In addition to all these, the municipality should carry out advertising and informative activities related to the services it has already successfully carried out and undertaken in the city. In this way, the services that the municipality actually performs properly will be better understood by the citizens. As a result of the research, it has been seen that citizens do not know exactly which institution undertakes which service.

In terms of general satisfaction and service satisfaction levels, statistically significant differences were observed at the 5% significance level between Ak Parti voters, other party voters and citizens who did not want to indicate the party they voted for. These differences have led to the opinion that the level of satisfaction is low, since the voters of other parties other than the Ak Party (HDP, Saadet Party, IYI Party, CHP and others) evaluate the municipal services offered in an ideological context. When the average differences are examined, it is seen that the general satisfaction level of the AK Party voters is higher than all other citizens; It has been determined that the general satisfaction level of the citizens who do not want to indicate the party they voted for is higher than those who stated that they voted for other parties other than the AK Party.

It is considered important for Bitlis Municipality to ensure citizen participation in decision-making processes by implementing effective management elements for community participation, in terms of identifying problems on site and solving them quickly. It is thought that the quality of service and the level of citizen satisfaction can be increased with good governance approaches such as democratic and accountable.



## Çalışma Hakkı ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: İstihdam Yaratma Programları\*

Özge İZDEŞ TERKOĞLU\*\*

### Öz

Keynesyen bir alternatif olan devletin son istihdam mercii rolünü üstlenerek istihdam yaratması politikasında devlet bir hak olarak istihdam edilme olanağı sunmaktadır. Bu çalışma istihdam garantisi politikasının kadınların ekonomik hayata katılımı ve ekonomik güçlenmesi açısından sonuçlarını tartışmayı amaçlamaktadır. Bir makroekonomik yaklaşım olarak benimsenmeksizin, yüksek işsizlik ve yoksullukla geçici mücadele araçları olarak farklı kapsamda ve içerikte uygulanan istihdam yaratma programları ise devletin makroekonomik politika ekseninde son istihdam mercii olarak bir istihdam garantörü olma rolünden daha sınırlı etki ve dönüşüm gücüne sahiptir. Bununla birlikte çalışmada ele alınan ABD, Güney Afrika, Hindistan ve Arjantin’de uygulanan kamu istihdam yaratma programlarının daha sınırlı kapsamda tasarlanmış haliyle dahi kadının ekonomik güçlenmesi üzerindeki etkileri ve programların cinsiyete duyarlı bir perspektifle tasarlanmasının yaratacağı fark dikkate değerdir.

**Anahtar Kelimeler:** İstihdam Garantisi, Kadın İstihdamı, Kadının Ekonomik Güçlenmesi, Çalışma Hakkı, H. Minsky

### *Right To Work and Gender Equality: Employment Creation Programs*

### Abstract

Employer of last resort (ELR) is a Keynesian policy alternative in which state creates employment and provides the guarantee to be employed as a right. The objective of the study is to discuss the potential positive outcomes of employment guarantee policy on women’s economic empowerment and economic participation. Employment creation programs with various scopes and targets have been adopted as policies in response to high unemployment and poverty across many countries. However due to their limited scope, duration and different objectives, those programs have rather limited transformative influence compared to the ELR framework. Nevertheless the public employment creation programs implemented in the US, South Africa, India and Argentina discussed here as cases show that, despite their limited scope, programs’ impact on women’s economic empowerment and the potential they entail when they are designed from a gender aware perspective is remarkable.

**Keywords:** Employment Guarantee, Women’s Employment, Women’s Economic Empowerment, Right To Work, H. Minsky

\*Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dış Ticaret Bölümü, ozge.izdes@iuc.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2012-2828.

Atıf yapmak için / To cite this article: İzdeş Terkoğlu, Ö. (2022). Çalışma Hakkı ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: İstihdam Yaratma Programları. Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2), 23-40

## GİRİŞ

İstihdam yaratmayan büyüme, yapısallaşan yüksek işsizlik ve istihdam göstergelerinin daha da bozulması tehdidini içeren sürekli ekonomik kırılganlık; daha istikrarlı ve insan odaklı kalkınma stratejilerinin geliştirilmesinin aciliyetine işaret etmektedir. Sistemin içsel dengesizliklerini görerek bir teori inşa etme gayretinde olan Keynesyen iktisat ve uzantısında şekillenen istihdam yaratma politikaları, istihdam odaklı kalkınma yaklaşımını savunmakta, hem ekonomik istikrar hem de geniş çalışan kesimlerin refahını artırma gücü olan bir alternatif ortaya koymaktadır.

Bugün Minsky'nin yapıtaşlarını tarif ettiği bu yaklaşımı benimseyen ve geliştiren yazının politika önerisine göre sürekli tam istihdam seviyesini koruyabilmek için devlet, işgücü piyasasında iş bulamayanların son istihdam mercii olarak, çalışmaya hazır ve istekli olan herkese, ırk, cinsiyet, iş deneyimi ayırımı yapmadan iş olanağı sunmalıdır. İstihdam miktarı ekonomik çevrimlerle ya da özel sektörün istihdam kapasitesiyle ters yönlü olarak değişecek ve böylece istihdam yaratma politikası talebi canlı tutan bir stabilizatör görevi görecektir. Program kapsamında sunulan ücret fiili asgari ücret olacaktır ve belirlenen asgari ücretin altında kalan kayıtdışı istihdam ile rekabet edecek, bu anlamda kabul edilemez istihdam koşullarının ortadan kalkmasında etkili olacaktır.

Bu çalışmanın amacı, devletin istihdam yaratma politikasını ve bu politikanın istihdamda cinsiyet eşitliğini sağlama açısından olası sonuçlarını tartışmaktır. Kadınlara çalışma hakkını, ayrımcılığı dışarıda bırakacak şekilde tanıma potansiyeli taşıyan bu politika, insana yakışır işler yaratarak kadınların emek piyasasına girişlerini kolaylaştırma potansiyeli taşımaktadır. Ayrıca eşitlikçi sosyal devlet politikalarıyla uyumlu çalışarak, program dâhilinde yaratılan işlerin, bakım yükünün sosyalleşmesi gibi önemli sorun alanlarını içererek, iki cinsinde hem bakım hem de ücretli çalışma rollerini gerçekleştirebilecekleri eşitlikçi bir toplum tahayyülüne yaklaşılması açısından önemli rol oynaması mümkündür. Bu anlamda öncelikle istihdam odaklı kalkınma perspektifiyle kamuda istihdam yaratma politikası tartışılacak, ikinci olarak istihdam garantisi programlarının cinsiyet eşitliği açısından olası etkileri ve cinsiyet farkındalığıyla tasarlanmasının önemi üzerinde durulacaktır. Son olarak bir makro politika olarak benimsenmekten ziyade kısa dönemli yoksullukla ya da işsizlikle mücadele programları olarak görece sınırlı kapsam ve içerikteki uygulama deneyimleri aracılığıyla istihdam yaratma programlarının kadınların ekonomik güçlenmesi üzerindeki etkileri ele alınacaktır.

## 1. KEYNESYEN BİR ALTERNATİF: SON İSTİHDAM MERCİ OLARAK DEVLET

Finansallaşmanın egemenliğiyle birlikte, üretken yatırımların arka planda kalması, özellikle 2000 sonrasında 'istihdam yaratmayan büyüme' sorununun ve dolayısıyla artan uzun dönemli işsizlik, gelir dağılımı eşitsizliği ve yoksulluk gibi sosyal maliyetlerin kalkınma tartışmalarının en önemli konuları haline gelmelerine neden olmuştur. 2008 Küresel Finans Krizi ve finans piyasalarındaki kuralsızlığın tüm kesimler için yüksek maliyetler yaratmış olması, öncelikle finans piyasalarının ve genel olarak piyasaların kendi haline bırakılmasının sonuçlarını tartışmaya açmıştır. Bugün bu anlamda anlamlı bir

değişiklikten söz etmek güç olmakla beraber 2008 krizinden bu yana ortadoks politikalarla ziyade piyasaların düzenlenmesi tezi ve Keynesyen alternatifler daha geniş karşılık bulmaktadır. COVID-19 pandemisi uzantısında içinde bulunduğumuz kriz ise, krizden çıkış politikalarında kamunun rolünün istihdamın ve ekonomik işleyişin sürekliliği açısından merkeziliğini göstermiştir.

Bu çalışmada ele alınan istihdam yaratma politikasının teorik kökleri Keynes'in tam istihdamı sağlayacak efektif talep teorisine ve Minsky'nin sistemik istikrarsızlık analizine ve çözüm önerilerine dayanmaktadır. Keynes, piyasanın kendi kendini düzeltmesine inancın derinden sarsıldığı 1929 Büyük Bunalım döneminde makro iktisat alanını belirginleştiren ve teorik bir yarılma yaratan analiziyle makroekonominin yönetilmesi gerektiğini savunmuştur. Piyasanın kendi haline bırakılması görüşüne karşı çıkarak, ücretlerin aşağı doğru esnek olması üzerinden piyasa dengesinin tesisinin mümkün olmadığını ortaya koyan Keynes, bu beklentinin aksine ekonomik durgunluğun ve işsizliğin birbirini besleyerek krizin derinleşmesine neden olduğunu göstermiştir (Skidelsky, 1994; Keynes, 1991).

Keynes piyasanın kendi kendine tam istihdam dengesini yakalayacağı görüşüne karşı çıkarken, tam istihdam dengesinin oluşmasının tesadüfi ve seyrek karşılaşılan bir durum olduğunu ve refah dönemlerinde dahi tam istihdam dengesinin sağlanması için özel sektör yatırımlarına güvenilemeyeceğini savunmuştur. Keynes, ekonomik istikrar için efektif talebin tam istihdam seviyesinde olmasını sağlayacak şekilde kamu müdahalesini savunur. Keynesyen makro politikayı neo-klasik yaklaşımla birleştiren sentez yaklaşım, bu müdahaleyi kamu harcamalarının çevrimlerle ters yönlü olarak artması ya da azalması olarak tarif eder. Keynesyen iktisadın banalleştirilmiş bir yorumu olan bu yaklaşıma göre daralma dönemlerinde kamu harcamalarının artmasıyla artan toplam harcamalar özel yatırımları tetikleyecek ve tam istihdam seviyesine yönelinecektir (Minsky, 2008). Burada bahsedilen toplam taleptir ve harcamaların tümünü içerir, öte yandan Keynes'in üzerinde durduğu efektif talep ise firmaların maliyet ve kar beklentileri uzantısındaki yatırım kararları ve dolayısıyla istihdam yaratma kararlarıyla ilişkilidir (Tcherneva, 2014).

Keynes'e göre, devletin politika araçlarını kullanarak, özel sektörün maliyet ve karlılık beklentilerini tam istihdamı sağlayabilecek düzeyde tutabilmesi mümkün değildir. Özel sektör üzerinden bu seviye yakalansa bile bu durum tesadüfi olacaktır. Dolayısıyla devletin hem daralma hem de genişleme dönemlerinde tam istihdam seviyesini korumak üzere açığı kapamak için son istihdam mercii rolünü üstlenerek müdahale etmesi gerekmektedir. Çalışmayı isteyen herkese belirlenen bir taban ücret karşılığı istihdam sağlanması işgücü piyasası geneli için bir standart yaratacak ve talebin en azından kısmen korunmasını sağlayacaktır. Özel sektörde istihdamı güç olan, toplumun en düşük nitelik ve gelir sahibi kesimlerine sabit bir gelir karşılığı çalışma olanağı sunulması, hem beşeri sermayeyi geliştirecek hem de gelir dağılımının iyileşmesini sağlayacaktır. Ayrıca Keynes, yaratılan kamu işlerinin ihtiyaç duyulan alanlarda kamu yararına dönük şekilde tasarlanmasının önemine işaret etmiştir (Keynes, 1980 ve 1991; Skidelsky, 1994; Tcherneva, 2014).

Keynesyen ekolün önemli isimlerinden Hyman Minsky (2008), Keynes'in yatırım ve istihdam teorisini geliştirmiş, sofistike bir finansal sistemin ve menkul kıymetler piyasasındaki gelişmelerin yaratacağı istikrarsızlığı öngörmüştür. Görüşlerinin, 2008 Küresel Finans Krizi'ni açıklama gücüne istinaden 'Bir Minsky Krizi mi?' tartışmalarının

odağına oturan görüşleri yeniden çokça tartışılmıştır. Keynes, yatırımların istikrarsızlığına vurgu yapmış, Minsky ise yatırımların finansmanının istikrarsızlığı üzerinde durmuştur. Minsky'e göre, modern finans piyasalarında; kararların takvime yayılmalarındaki farklılık, mukayeseli fiyatların yönlendirici gücünün sınırlı olması ve istikrarı bozan spekülasyon davranışların kârlı olması gibi finans piyasalarının işleyiş doğasına ilişkin nedenlerle yatırımlar da istikrarsızlaşır.

Minsky (2008), gelişmiş bir finans sisteminin egemenliğinde şekillenen kapitalizmin yeni yapısına işaret ederek, özel sektör yatırımlarındaki istikrarsızlığın sınırlandırılması için büyük bir devlete ihtiyaç olduğunu savunmaktadır.

Eşitsizlik ve atıllık acı da olsa bir ekonomik sistemin devamı için belli ölçüde eşitliğin ya da etkinliğin (adaletin) sağlanması gerektiğini söyleyen ne bilimsel bir kural ne de tarihsel bir deneyim mevcuttur. Ancak, varlık değerlerinde ve istihdamda ani kayıplar, yüksek enflasyon ve kontrolden çıkmış spekülasyon tehditleri arasında savrulan ve zaman zaman bu tehditlerin gerçekleştiği bir kapitalist ekonomi sürdürülebilir değildir. Piyasa mekanizmasının iyi çalışması için ekonomik çevrimlerden kaynaklanan belirsizliği sınırlamamız ve böylece yatırımları yönlendiren beklentilerin sakin bir gelişim algısını yansıtmalarını sağlamamız gerekir (Minsky, 2008:6).

Bu anlamda Minsky, finans sektörünün düzenlenmesi; daralma dönemlerinde açık, genişleme dönemlerinde fazla veren bütçe ile ekonomik dalgalanmaların sınırlandırılması ve özel sektör kararlarındaki dalgalanmayı sınırlandıracak vergi politikası gibi politikaları savunmakta, devletin tam istihdamı politikanın merkezine koymasını büyüme/kalkınma garantili bir alternatif olarak önermektedir. Ekonomik canlılık için özel tüketimlerin ve dolayısıyla istihdamın yüksek olması gerekmektedir. Özel sektör yatırımlarının istikrarsızlığı nedeniyle tam istihdamı sağlayacak efektif talep ancak kar beklentisi taşımayan devlet tarafından kalkınma politikası olarak gerçekleştirilebilir. Devletin tam istihdamı sürekli kılabilme adına istihdam olanağı sunmasını ve bu tür bir istihdam olanağının ekonomik çevrimlerle ters yönlü olarak daralıp genişlemesini önermiştir (Minsky, 2008).

Minsky'nin önerdiği devletin son istihdam mercii olarak ekonomik istikrar ve büyüme için tam istihdamı sağlama politikası Post-Keynesyen iktisatçıların bir kısmı tarafından benimsenerek geliştirilmiştir (Wray, 1998 ve 2000; Papadimitriou vd., 1998; Mitchell, 1998; Tcherneva, 2012; Forstater, 2004; Harvey, 1989). Son istihdam mercii olarak devletin tam istihdam sağlama politikasında; (i) istihdam programında belirlenen asgari ücret düzeyinden çalışmak isteyen herkese ayırım yapılmaksızın iş olanağı sunulmaktadır; (ii) Programın sağladığı istihdam miktarı, tam istihdam seviyesini korumak için çevrimlerle ters yönlü olarak değişecektir; (iii) program kapsamında sunulan ücret fiili asgari ücret olacaktır, belirlenen ücret seviyesi ve sosyal güvenlik hakları insanca yaşama hakkına özen gösterilerek belirlenmelidir; (iv) Programlar toplumun en düşük gelir grubunu hedeflemeli, özel sektör ve kamu istihdamının geri kalanıyla rekabet etmekten ziyade kayıtdışı istihdamın sınırlandırılmasında etkili olmalıdır; (v) istihdam süresince işçilerin anlamlı bir iş deneyimi ve işgücü piyasasında değerli olan donanımına sahip olmaları hedeflenmelidir; (vi) programlar kapsamında önerilen işler toplum refahını arttırmaya dönük üretken faaliyetler olmalıdır; (vii) program dâhilinde belirlenen projeler katılımcı bir anlayışla yerel halkın ve bizzat programda istihdam edilenlerin refahını arttırmaya dönük bir anlayışla belirlenebilirler. Bu anlamda özel sektörün karlı bulmadığı kamu refahını attırarak projelere yatırım yapılabilir (İzdeş, 2014:105-106).

Makroekonomik istikrar ve büyüme amacıyla savunulan istihdam hedefine dayalı politika, mevcut iş açığını insana yakışır işler yaratarak kapatmayı önermekte bu anlamda geniş kitlelerin refahını etkileme potansiyeli taşımaktadır (Wray, 2000; Forstater, 2004). Teorik ve ideal haliyle tam istihdamı hedefleyen istihdam yaratma programları, birçok ülkede farklı ihtiyaçlara cevap vermek üzere daha sınırlı kapsamda ve geçici olarak uygulanmıştır (Dejardin, 1996; Pankaj & Tankha 2010; Garzon de la Roza, 2006). İstihdam yaratma programlarının daha ziyade krizlere cevaben ya da yoksullukla mücadele politikaları olarak uygulandığı görülmektedir. Kuşkusuz sınırlı bir süre için ve sınırlı bir kapsamda tasarlanan istihdam yaratma programlarının etkileri de sınırlı kalmakta ve geçici olmaktadır (Tanzarn & Guiterrez, 2015). Bununla birlikte uygulanan programların geliştirilmesi ve olumlu, olumsuz sonuçlarından dersler çıkarılması hem sınırlı kapsamda uygulanan programların kalitesini yükseltecek hem de makro bir politika olarak benimsenmesi durumunda, programların nasıl tasarlanması gerektiği konusuna ışık tutacaktır. İstihdam yaratma programları, dikkatli planlandığında, makroekonomik sonuçlarının yanında, daha eşitlikçi bir toplumsal yapıya ulaşmanın, özellikle yoksullukla mücadelenin ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasının önemli bir aracı haline gelebilir. Bir sonraki bölümde istihdam garantisi politikasının cinsiyet eşitliği açısından taşıdığı dönüştürücü potansiyeli ele alınacaktır.

## 2. İSTİHDAM GARANTİSİ VE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ

Ücretli çalışma, günümüz toplumunda yaşamını idame ettirmenin yadsınamaz şartıdır ve kişinin kimliğinin temel belirleyenlerindedir. Çalışma, kişinin kendi geçimini sağlayabilmesi için gerekli olan gelirin yanısıra ve onunla ilişkili olarak kişinin kendini gerçekleştirebilmesinin, bağımsız karar alabilmesinin, yeni beceri ve bilgiler kazanmasının ve kendini topluma faydalı görmesinin ön koşuludur. Bu anlamda, bireysel varoluş, özgürleşme ve güç kazanma açısından 'ücretli çalışma' kadın-erkek eşitliğinin sağlanmasının en önemli belirleyenlerindedir. İstihdam odaklı makro politika yaklaşımı temel insan haklarından biri olan, 'çalışma hakkı'nı ayırım yapmaksızın herkese sunması, insana yakışır çalışma koşulları ve asgari bir ücret seviyesi sunması açısından önemlidir. İstihdam yaratma politikası, hem insana yakışır işlerde çalışmanın yaratacağı dönüştürücü potansiyeli hem de kamu istihdamı olmasının getirdiği özel koşullar sayesinde cinsiyet eşitsizliklerini gidermede önemli rol oynayabilir.

Her iki cinse de ayrımcılığa uğramaksızın çalışmayı ve gelir elde etmeyi bir hak olarak tanımak, maddi varlıklar üzerinde tasarruf sahibi olmalarının önünü açacaktır; kadınların maddi gücünün artması ise geleneksel cinsiyet normlarının zamanla dönüşmesinde etkili olur. Gelir ve varlık sahibi olma olanağının yanında; toplumsal cinsiyete duyarlı bir bakışla tasarlandığında istihdam yaratma programları, sosyal yapıyı ve normları dönüştürme potansiyeli taşır:

- (i) Kamu yararına olan hizmet açıklarının katılımcı bir yaklaşımla belirlenerek bu açıkları kapatmak üzere işler yaratılması, piyasanın işleyişi dâhilinde ele alınmayan yönleriyle de ihtiyaçlara cevap verecek ve toplum refahını arttıracaktır. Bu anlamda ücretli çalışmanın kapsadığı alanın genişlemesi; bakım emeğinin, sosyal yeniden üretimin ve doğal çevrenin korunmasını ve bakımını da içerecek şekilde ihtiyaç duyulan işlerin tanımlanması eşitlikçi bir toplum bakış açısının yerleşmesi açısından kritik önemdedir.

- (ii) İstihdam yaratma programları, kadınların işgücüne katılımının önündeki engelleri kaldırmanın aracı olarak kullanılabilir. Yaratılacak işlerin çalışma koşullarının ve çalışma programı projelerinin bu duyarlılıkla belirlenmesi gerekir. Bu anlamda: ücretsiz çalışma maliyetlerinin kısmen sosyalleştirilmesi, bakım emeğinin sosyalleştirilmesi, kamu ve sosyal altyapı hizmetlerinin geliştirilmesi, belediye hizmetlerinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması, herkese çalışma becerisi kazandıracak eğitimlerin ve anlamlı bir iş deneyimine sahip olma olanağının verilmesi kadınların ücretli çalışmaya katılmasının önünü açacaktır (Tcherneva, 2012:5).
- (iii) Yaratılan işlerin, hizmetlerin faydalanıcısı olan yerel halk tarafından belirlenmesi, bölge halkının ihtiyaçlarını yansıtması hem katılımcı demokrasi kültürünü geliştirecek hem de yaratılan işlerin sosyal faydası nedeniyle sahiplenilen ve saygı duyulan işler olmasını beraberinde getirecektir. Yaptığı iş ile çevresinin refahına katkıda bulunduğunu görmek hem kadınların özgüvenini hem de kadınların toplumdaki saygınlığını besleyecektir (Antonopoulos & Kim, 2008).
- (iv) Kadınların kalkınma politikaları çerçevesinde sunulan kaynakların tüketicisi konumundaki nesnelere, üretici ve kalkınma sürecine katkı veren önelere dönüşmeleri, sosyal hayata katılımlarını ve bireysel güçlenmelerini sağlayacaktır.
- (v) Küresel olarak kadınların yoksullar içindeki payı ve yoksullaşma riskleri yüksektir. İstihdam yaratma programlarının özellikle soyutlanmış, yoksul bölgelere yoğunlaşması ve burada ekonomik faaliyetleri canlandırması, kısır döngülerin kırılmasını ve kalkınma açısından verimli süreçlerin gelişmesini destekleyecektir (Antonopoulos & Kim, 2008).

İstihdam yaratma programları, kadınların ve erkeklerin farklı kısıtlarının ve ihtiyaçlarının olduğu farkındalığıyla kurgulanmalıdır. Aksi takdirde cinsiyet açısından tarafsız görünen uygulamalar kadınların aleyhine işleyecek, hem toplumsal dokuya hem de istihdam ilişkilerine sinmiş olan eşitsizlikler, kadınların programlardan faydalanması önünde engel teşkil edecektir. Programların duyurulmasından, planlamasına; değerlendirilmesinden bütçesine dek cinsiyet farkındalığına sahip olunması ve eşitlikçi hedeflerin açıkça deklare edilmesi önemlidir. Bu anlamda istihdam yaratma programlarının cinsiyet eşitliği perspektifiyle tasarlanması için:

- (i) Katılımda fırsat eşitliği sağlanmalı, programın duyurulmasında kadınlara ulaşmayı sağlayacak medya araçları kullanılmalı, kadınların katılımını arttıracak kadın grupları ile iletişime geçilmelidir. Kadınların katılımını mümkün kılmak amacıyla çocuk bakımını bir engel olmaktan çıkaracak kreş hizmeti sunulmalıdır ve kadınların programlara katılımı için kadın kotası konulmalıdır.
- (ii) Programların ana hedeflerinden biri olarak programın cinsiyet eşitliğine katkıda bulunması belirlenmeli ve duyurulmalıdır. Program başarısı değerlendirilirken cinsiyete duyarlı bir yaklaşımla yeni göstergeler ve cinsiyet temelinde ayrıştırılmış göstergeler kullanılmalıdır.
- (iii) Cinsiyet eşitliğinin sağlanabilmesi için gerekli kaynak ayrılmalı, cinsiyete duyarlı bütçeleme yapılmalıdır. Kadınların programlardan eşit şekilde faydalanabilmesi için gerekli olan: ayrı tuvaletlerin bulunması, çocuk bakım hizmeti, proje ekibine toplumsal cinsiyet uzmanı dâhil edilmesi, katılımcı projelendirme süreçleriyle kadınların ihtiyaçlarına cevap verecek projelerinde içerilmesi gibi maliyetler program bütçesine dâhil edilmelidir.
- (iv) Cinsiyet eşitliği hedefleri, süreçlere ilişkin zaman planlaması ve ayrılan kaynaklar arasında uyumun gözetildiği bir toplumsal cinsiyet stratejisi uygulanmalıdır.
- (v) Programlar dâhilinde eşit işe eşit ücret prensibinin uygulanması ve cinsler arası ücret uçurumunun azaltılması hedeflenmelidir.

- (vi) Programlarda işgücü piyasasındaki cinsiyet katmanlı yapıyı kırarak şekilde, geleneksel roller çerçevesinde belirlenen ayrımları aşan istihdam olanakları ve mesleki eğitimler sunulmalıdır (Tanzarn & Gutierrez, 2015).

İstihdam yaratma programlarının dönüştürücü potansiyeli ve cinsiyete duyarlı bir yaklaşımla tasarlanırken nelere dikkat edilmesi gerektiği bu bölümde anahatlarıyla ele alınmıştır. Takip eden bölümde ise bugüne dek farklı ihtiyaçlara cevaben, daha ziyade kısıtlı bir bütçe ile ve kısa süre için uygulanan belli başlı istihdam yaratma programları cinsiyet eşitliği perspektifinden değerlendirilecektir.

### **3. İSTİHDAM GARANTİSİ PROGRAMLARI DENEYİMLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Bugüne dek istihdam yaratma programları çok sayıda ülkede uygulanmıştır. Ancak bu politikaların yukarıda tarif edilen istihdam odaklı makro bir çerçeve kapsamında tasarlanmadığı, aksine mevcut ortadoks politikaların işsizlik ve yoksulluk gibi sosyal maliyetlerini hafifletmek amacıyla uygulanan mikro ve sınırlı süreli istihdam yaratma deneyimleri olduğu görülmektedir. Yoksullukla mücadele kapsamında uygulanan kamu istihdam programları tasarlanırken genellikle ayrılan sınırlı kaynağın geniş bir yoksul ve işsiz tabanına dağıtılarak geçici ve düşük bir etki yaratmakla, sınırlı sayıda faydalancılara ulaşım daha uzun evrimli sonuçlar elde etme arasında seçim yapılmaktadır. Programlar, sınırlı kaynaklarla çok sayıda yoksula sınırlı süreler için erişme yönünde tasarlandığı ölçüde hem yoksullukla mücadele hem de işgücü piyasasında etkili olma açısından yetersiz kalmaktadır. Bununla beraber uygulanan politikaların kaynak ve hedefleri daha etkin seçildiğinde işgücü piyasasını etkileyebilmekte ve istihdam dışında kalmış yoksulların aktif önelere dönüşmesi açısından faydalı olabilmektedir.

İstihdam yaratma programlarının işgücü piyasası koşulları üzerindeki etkilerinin başında işsizlik ve işgücüne katılım üzerindeki etkileri gelmektedir. Genellikle en yoksul ve 'istihdam edilemez' olarak görülen niteliksiz işgücünü hedeflemeleri itibariyle katılımcılarının bir kısmını hâlihazırda işsizler oluştururken bir kısmını ise daha önce ücretli çalışmaya katılmamış kesimler oluşturur. Bu anlamda hem işgücüne katılımın artmasına hem de mevcut işsizliğin azalarak piyasadaki atıl işgücü arzının sınırlanmasına neden olur. Ücretler üzerinde ise, (i) işgücü arz fazlasını azaltmasının yanında, (ii) işgücü talebindeki mevsimsel ya da sektörel dalgalanmaları stabilize ederek, (iii) özellikle kırsal işçilerin örgütlenme ve birarada hareket ederek haklarını aramaları konusunda bilinçlenmesiyle oligopsonist toprak sahiplerinin pazarlık güçlerini zayıflamasını sağlayarak ve (iv) çalışma süresince alınan iş eğitimleri sayesinde olumlu etki yapmaktadır (Nayyer, 2002: 9-10).

İstihdam yaratma programları kapsamında yaratılan işler, işçi hakları ve çalışma koşulları açısından ele alındığında en temel eksiklerinden biri programlarda çalışanların, uzun süreli çalışma sonucu elde edilen annelik izni, yıllık ücretli izin, kıdem tazminatı gibi haklardan faydalanamamalarıdır. Bu anlamda istihdam yaratma programları kapsamında sunulan işlerin, kamuda ya da hâlihazırda mevcut olan özel sektördeki açık işler olmaması, uygulanan politikanın kısa süreli istihdam ile güvencesiz işçi çalıştırma aracına dönüşmemesine dikkat edilmelidir. Devereux ve Solomon (2002) program deneyimlerinden yola çıkarak, UÇÖ (Uluslararası Çalışma Örgütü-International Labor

Organization, ILO) için hazırladıkları çalışmada istihdam yaratma programları için çalışma koşulları üzerine bir standart oluşturmaya çalışmışlardır. Uzun dönemli programlarda uygulanması daha çok mümkün olan bu kriterler uygulanan programlar açısından hedef çerçeve oluşturması açısından değerlidir. Devereux ve Solomon (2002)'a göre, istihdam süresi belirli olmalı; işe alımlarda cinsiyet, etnisite ya da sosyal grup ayırımı yapılmamalı; ücretler asgari ücret seviyesinde ya da niteliksiz işgücünün piyasa değeri seviyesinde belirlenmeli, eşit işe eşit ücret verilmeli; iş yerlerinde iş sağlığı ve işgüvenliği önlemleri alınmış olmalı, yaratılan işler sosyal güvenceli olmalı ya da en azından iş ile ilgili hastalık ya da yaralanmalar için sosyal güvencenin karşılığı sağlanmalı, çalışanlar örgütlenme ve diledikleri örgüte katılma hakkına ve olanağına sahip olmalıdırlar.

Güney Afrika'da kamu istihdam programları, emek hareketi aktörleriyle tartışılarak tasarlanmış; sendikalar bu programlarda çalışanların diğer formel işlerde çalışanlar ile eşit haklara sahip olmalarını istemişlerdir. Öte yandan, yoksulluk oranı daha yüksek olan Etiyopya'da programların yapısı hiç tartışmaya açılmamış, amaç sadece yoksulluğun etkilerini biraz olsun giderebilmek üzere kaynak aktarımı ile sınırlanmıştır (Devereux & Solomon, 2002: 20). İstihdam yaratma politikasının etkileri, uygulanan programların hangi koşullarda ve ne denli kapsamlı olduğuna bağlı olarak değişmektedir. Uygulanan politikaların deneyim birikimi daha geniş kapsamda programların tasarlanması ya da farklı amaçlara dönük programların oluşturulması açısından, özetle iş açığına devletin müdahale ederken nelere dikkat etmesi gerektiğini göstermesi açısından öğreticidir.

Uygulamaya konulmuş farklı amaç ve kapsayıcılıktaki istihdam programlarının toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların ekonomik güçlenmesi açısından etkileri üzerine yapılan saha çalışmaları çarpıcı sonuçlar ortaya koymaktadır. Dejardin (1996), 1980-1993 yılları arasında, Hindistan, Nepal ve sekiz Afrika ülkesinde uygulanan devletin istihdam sağlama programlarının etkilerini analiz ettiğinde daha erken dönem istihdam programlarının dâhi kadınların çalışması ve çalışma sahaları konusunda ne denli etkili olduğunu göstermektedir. Dejardin, kadınların ücretli çalışmaya katılımlarının sınırlandırıldığı durumlarda öncelikle kadın işi olarak tarif edilen işlere kanalize edilip daha sonra ise geleneksel normların dışına zamanla geçildiğini; 'kadın işi' konusundaki sosyal normların sanıldığı kadar katı olmadığını, kadınların istihdam programları dâhilinde daha önce hayal bile edilmeyen işlerde çalışabildiklerini görmüştür. Projelerin seçiminde, faydalanıcıların cinsiyet dengesi gözetenmediği; cinsiyet katmanlı yapının kırılması program hedefleri içinde olmadığı durumlarda programların sonuçları da cinsiyet eşitsizlikleri çerçevesinde şekillenmektedir. Dejardin (1996), kadınların ve erkeklerin iş yaratma programlarında farklı işlerde çalışmalarının, bu anlamda cinsiyet temelinde bir işbölümünün, işgücü piyasasındaki mevcut eşitsizliklerin yeniden üretilmesine ve ücret eşitsizliğine neden olduğunun altını çizmektedir. Özellikle uygulamaya konulan programların ağırlıklı olarak yol yapımı gibi daha çok ağır işlere dayanan altyapı yatırımları olması, programlarda kadın istihdam kotası olsa bile bu kotanın doldurulmasını güçleştirmektedir. Bu tür programlarda işlerin hafif, orta ve ağır işler olarak sınıflandırılması ve ücretlendirilmesi kadınların tipik olarak daha az gelir elde etmeleri sonucunu doğurmaktadır.

En geniş örneklem analizini içeren çalışmalardan biri olan Tanzarn & Gutierrez (2015), 1995-2013 arasında 27 farklı ülkede uygulanan 43 kamu istihdam programını analiz etmiş ve programların cinsiyete duyarlı bir şekilde tasarlanmasının dönüştürücü gücünü nasıl arttıracığını ülke değerlendirmeleri yaparak tartışmıştır. Tanzarn ve Gutierrez



(2015), (i) hedef kitlesini doğru belirleyen programların yoksul ve niteliksiz işgücüne sahip kadınların istihdama katılmasında etkili olduğunu; (ii) kadınlar ve erkeklerin ihtiyaçlarının farklı olduğunu gözeterek projeleri belirleyen programların payının tüm programlar içinde %20 ile sınırlı kaldığını; (iii) ve kadınların zaman yoksulu olduğunun bilinciyle bunu dönüştürme eğilimini programların %16'sında gözlediklerini söylemektedir (x-xiv).

İstihdam yaratma programları içinde en geniş çaplı uygulamalar sırasıyla ABD'de 1929 Bunalımı döneminde uygulanan *New Deal* programı; Hindistan'da 2005'de uygulamaya konulan *Mahatma Gandhi National Rural Employment Guarantee Act (MGNREGA)* ve Güney Afrika'da 2004'de uygulanmaya başlanılan *Public Works Expanded Programme (EPWP)*'dir. Bu alt bölümde bu üç büyük program dışında Arjantin *Plan Jefes* örneği ele alınarak tartışılacaktır.

### 3.1. ABD-New Deal

1929 bunalımının ardından %25'lere varan işsizlik sorununa cevaben 1933'de Roosevelt tarafından krizden çıkış politikası olarak uygulanmaya konan *New Deal* politikaları temelde işsizlikle devletten doğrudan geçici istihdam yaratması yoluyla mücadele edilmesidir. *New Deal* kapsamında uygulanan istihdam yaratma programlarında<sup>†</sup> ağırlıklı olarak büyük inşaat yatırımlarında çevre düzenlemesi ve altyapı projelerinde istihdam sağlanmış, yaratılan işler daha çok erkeklerin istihdam alanlarına yoğunlaşmıştır. Dönemin bakış açısını yansıtan ve programlara şekil veren eğilime göre, erkekler hane reisi olarak evin geçimini sağlar, dolayısıyla programlar öncelikle erkekleri hedeflemelidir (Manza, 2000:504). Bu bakış açısı 1930'larda periyodik olarak resmi ağızlardan tekrarlanmış, hane reisi rolünün sarsılmaması için aile babalarının öncelikle seçilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Rose, 2009). Kriz sonrasında, özellikle eşi çalışan kadınların işten çıkarılması daha meşru görüldüğünden kadınlar yaygın olarak iş kaybına uğramıştır. İşsizlikle mücadele programlarının da aynı bakış açısıyla erkeklere öncelik vermesi kadınları uzun süreli işsizliğe ve işgücü piyasasının dışına itmiştir. Kadınların ve 'renkli' olarak tanımlanan farklı etnisitelerin programlara dâhil olmaları için uygunluk kriterleri, kadınların katılımını sınırlandırmış, istihdam edilenler ise erkeklere göre daha az ücret alarak çalışmıştır. *New Deal* politikaları içerdiği ayrımcı uygulamaları nedeniyle eleştirilmekte ve programın istihdam yaratmadaki başarısına karşın bu açıdan eksikli olduğu vurgulanmaktadır (Rose, 2009; Manza, 2000).

1929 Bunalımı'yla teorik ve etkisi açısından karşılaştırılabilecek boyutta sarsıcı olan 2008 Krizi sonrasında ABD'de istihdam odaklı politikalar yeniden yaygın bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Sermaye kesiminin riske dayalı yüksek karlarının sonucunda ortaya çıkan krizin yükünü geniş kitlelerin taşımak zorunda kalması, sistemin istikrar sorununu ve devletin düzenleyici rolünü gündeme getirmiştir. Kriz sonrası yaşanan işsizlik

<sup>†</sup> Uygulanan programlardan (i)Federal Acil Yardım Yönetimi-*The Federal Emergency Relief Administration (FERA)* (1933-1935) iş yardımı ağırlıklı programdı, çalışma güclüğü olanlara nakit desteği de veriliyordu; (ii) İnşaat İşleri İdaresi-*The Civil Works Administration (CWA)*, 1933-1934 programında dört milyondan fazla işçi çalışmış kanalizasyon, okul, oyun alanı, havalimanı inşaatı gibi projeler gerçekleştirilmiştir; (iii) İstihdam Geliştirme İdaresi (*The Works Progress Administration (WPA)*), 1935-1943 ise en kapsamlı istihdam programıydı her ay programa yerleştirilenleri sayısı 4.4 milyona dek ulaşıyordu (Rose, 2009:1-2).

ve işsizliğin uzun süreli işsizliğe dönüşmesi, istihdam odaklı politikaları sadece makroekonomik açıdan daha istikrarlı olmaları açısından değil aynı zamanda sosyal sonuçları açısından da anlamlı kılmıştır. Yaşanan iş açığı sorununun yakıcılığının yanında çocuk, yaşlı ya da engelli ve bakıma muhtaç sürekli hastaların bakımıyla ilgili önemli bir açık mevcuttur. Bu kişilerin bakımının sosyalleşmesi hem bakım açığı, hem hane refahı hem de bu bakım yükünü üstlenen aile ferдинin özgürleşmesi açısından faydalıdır.

Antonopoulos ve Kim (2011) cinsiyete duyarlı bir kamu istihdam programı görüşünü savundukları çalışmalarında, bakım hizmetinin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından önemini ve bu alanda devletin istihdam yaratmasının; hem bakım ihtiyacındaki kişilerin refahı, hem işsizlik hem de istihdamda cinsiyet eşitliği açısından olumlu sonuçlarını ortaya koymaktadırlar. Bu çalışmada geçici işler olarak kamu istihdamı yaratılması değil büyük bir açık bulunan bakım sektörüne yatırım yapılması ve sürekli işler ile istihdam yaratılması halinde nasıl etkileri olacağı gösterilmektedir. Yapılan olası politika uygulaması simülasyonu programın sosyal faydalarının yanında çarpıcı olumlu makroekonomik sonuçları olacağını göstermektedir. ABD’de bakım harcamalarının sürekli hasta bakımı ve küçük çocuk bakımındaki açığı kapatmak amacıyla %50 artırılması halinde bunun 50 milyar dolara mal olacağını hesaplayan Antonopoulos ve Kim, böyle bir yatırımın ileri ve geri bağlarıyla beraber 1.2 milyon yeni iş yaratacağını ve çarpan etkisiyle milli geliri arttıracığını gösterilmektedir. Bakım sektörünün kadın istihdamının yoğunlaştığı sektörlerden biri olmasının kadın istihdam oranına etkisinin yanında yaratılan işlerin insana yakışır işler olması bakım sektöründe çalışma koşullarının da dönüşmesini beraberinde getirecektir (Antonopoulos ve Kim, 2011:17).

### 3.2. Güney Afrika - EPWP

1990’ların başında *apartheid*’in çözülmesi sonrasında Güney Afrika’da yüksek işsizlikle mücadele ve işgücünün niteliğinin artırılması amacıyla istihdam yaratma politikaları (Toplum Yararına Kamu İşleri Programı (*Community-Based Public Works Programme (CBPWP)*) ve Yoksulluk Yardımı Fonu (*The Poverty Relief Fund*)) uygulanmıştır. Bu politikaların olumlu etkileri sonucunda, başarılı yönlerinden esinlenilerek daha kapsamlı bir kamu istihdam programı olarak geliştirilen Genişletilmiş Kamu İşleri Programı (*Expanded Public Works Programme (EPWP)*) 2004’den beri uygulanmaktadır. 2004’de orta vadeli bir istihdam programı olarak tasarlandığında EPWP, ilk beş yıl içinde düşük nitelikli işsizler için bir milyon yeni (geçici, süreli) iş yaratmayı hedeflemiştir. Yeni işler yaratabilmek için üç ana kategoride tanımlanan emek-yoğun projeler geliştirilmiş, toplam bütçenin büyük kısmı fiziki altyapı projelerine ayrılmış ve çevre koruma-düzenleme projelerine, küçük bir bölümü de evde ya da topluluk bazında bakım hizmetlerinin sağlanmasına dönük kamu sosyal programlarına ayrılmıştır. Bakım hizmetleri projelerinin içinde erken dönem çocuk bakımı hizmetlerinin yanında artan HIV-AIDS ve sıtma vakalarına dönük bakım hizmetleri de mevcuttur (EPWP, 2022).

EPWP toplumsal cinsiyet eşitliği bakış açısıyla değerlendirildiğinde, programın: (i) %46 sınırına ulaşabilmekle birlikte %55 kadın istihdamını hedeflemesi; (ii) 3 alandan biri olarak gerçekleştirilen projelerin içinde erken dönem çocuk bakımının olması; (iii) kadınlar için pozitif ayrımcılık uygulanması; (iv) çalışma saatlerinin esnek olması, (v) yapılacak yatırımların katılımcı süreçlere dayanarak önceliklendirilmesi gibi yönleriyle olumlu bir örnek olduğu görülmektedir (Tanzarn & Gutierrez, 2015, Plagerson vd., 2019; Vaughan,

2016). Programa katılanların ağırlıklı olarak 'istihdam edilemez' olarak sınıflandırılan, iş deneyimi olmayan (%50.8) veya düşük nitelikli enformel işlerde çalışmış (%81,7) kadınlardan oluştuğu görülmüştür. Enformel olarak çalışan kadınlar piyasada 300-1200 rand aralığında gelir elde ederken program kapsamında daha önceki ortalama gelirlerinin iki katı tutarında olan asgari ücret almışlardır. Program sayesinde anlamlı bir iş deneyimine sahip olmaları, mesleki eğitim ve sertifika programlarına katılmaları sağlanmıştır. Kadınların programa katılımını arttırmak için cemaat önderleri ya da kadın grupları aracılığıyla iletişim kurulması gibi yöntemlere başvurulmuştur. Kadınların evdeki iş yükleri hem bakım hizmetlerine dönük projelerle hafifletilmeye çalışılmış hem de çalışma yerleri maksimum 30 dakikalık yürüme mesafesinde belirlenerek zaman sınırları gözetilmiştir. Yapılan görüşmelerde kadınlar; program sayesinde iş deneyimi ve gelir elde etmenin özgüvenlerini arttırdığını; hem aile hem de buldukları sosyal çevre içinde saygınlık kazanmalarını sağladığını dile getirmişlerdir. Ailenin bakımının ve çocukların okul masraflarının erkeğin sorumluluğu olarak görülmesi, kadınların elde ettikleri gelirin en azından bir kısmının kendilerine kalmasına imkân sağlamıştır. Bununla birlikte erkeklerin, kadınların da hane bütçesine gelir getirmesini olumlu karşıladıkları ve bunun kadınlara olan tavırlarını etkilediği ifade edilmektedir. Yapılan alan çalışmaları, kadınların ücretli çalışma ile birlikte zaten kısıtlı olan zamanları üzerinde daha yoğun bir baskı hissettiklerini ortaya koymakta, bununla birlikte kadınların zamanlarını değerlendirme konusunda bilinçlendiklerini de göstermektedir (Tanzarn & Gutierrez, 2015:130-133).

Güney Afrika'da yüksek işsizlik nedeniyle bir yandan zoraki atıllık sorunu yaşanırken bir yandan da kadınların ve çocukların evin temel ihtiyaçlarını sağlamak (su taşıma, hijyen, enerji kaynaklarına erişim ve bakım) için uzun süreler ücretsiz çalışmak zorunda kalmaları eş-anlı gerçekleşmektedir. Kamu altyapı hizmetleri olarak sunulması gereken birçok ihtiyacı kendi emekleriyle karşılamaya çalışan kadınlar ve çocuklar bu işler için harcadıkları zaman ve emek ile bir anlamda fazladan bir zaman vergisi ödemektedirler. Kamu istihdam programları bu ihtiyaçları karşılamaya dönük işler yaratarak hem işsizliği azaltabilir hem de kadınların ve çocukların üzerindeki zaman baskısını hafifletebilirler. EPWP kapsamında altyapı ve çevre projeleri ağırlıklı olmakla birlikte toplumsal cinsiyet eşitliği açısından son derece önemli olan bakım sektörüne dönük projelere ayrılan kaynak toplumsal bakım hizmeti ihtiyacını sağlayamayacak kadar sınırlıdır. Antonopolus ve Kim (2008) ihtiyaç duyulan bakım hizmeti doğrultusunda bir hesaplama yaparak, bu açığı kapamaya dönük kapsamda bir program olması halinde yaratılacak iş miktarını ve böyle bir programın makroekonomik etkilerini hesaplamışlardır. Yoksul hanelerdeki tüm çocukların erken dönem bakım hizmeti ve nüfusun %20'sine denk gelen daha çok evde bakım ihtiyacı olan HIV-AIDS ve sıtma hastalarına bakım sunulmasını öngören; 2 yıllık kontrat yapılacak toplumsal halk sağlığı işçileri, beslenme uzmanları, terapistler ve TB ve sıtma ofislerini de içeren bir sağlık ve bakım kadrosunun toplam maliyeti 9.2 milyar rand yani, milli gelirin %1'i devlet harcamalarının ise %3.5'i olarak hesaplanmıştır. Antonopoulos ve Kim (2008), EPWP kapsamında sosyal sektör harcamalarının milli gelirin %1'i oranında genişletilmesi durumunda 571.505 yeni iş yaratılacağını, bunun 192,893 tanesinin ileriye- geriye dönük diğer sektörlerle bağlantılar sonucunda yaratılan işler olacağını; yaklaşık olarak her 3 direk bakım sektöründe yaratılan işin bir tane dolaylı yeni iş yaratacağını öngörmüşlerdir. Yaratılan işlerin tamamına yakının niteliksiz işgücüne dönük işler olacağını ve bu canlanmanın sonucunda milli gelirin %1.8 oranında (15 milyar rand) büyüyeceği ortaya konmakta bu anlamda programın genişletilmesinin ekonomik

yükünü fazlasıyla karşılamaının yanında hem bakım açığı sorununa çözüm olması hem de cinsiyet eşitliği açısından önemi üzerinde durulmaktadır.

### 3.3. Hindistan- NREGA

Ulusal İstihdam Garantisi Sözleşmesi (National Rural Employment Guarantee Act- NREGA) 2005, zaman sınırı olmaksızın ülke genelinde uygulanmakta, Hindistan vatandaşlarına geçici (sürelili) istihdam garantisini bir hak olarak sunmaktadır. Yoksul kırsal kesim işçilerine asgari ücret karşılığı 100'er gün, daha ziyade altyapı projeleri olan emek-yoğun işlerde çalışma garantisi verilmektedir. İş garantisi sunan programa başvuran kişilerin 15 gün içerisinde ikametlerine en fazla beş kilometre mesafede bir işe yerleştirilmesi gerekmekte, aksi takdirde asgari ücretin 1/3'ünün ödenmesi taahhüt edilmektedir (Mahatma Gandhi National Rural Employment Guarantee Act, MGNREGA, 2022).

Kadınların ekonomik güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği programının ana hedeflerinden olmamakla birlikte programın yapısı ve kurgusu önemli kazanımlar içermektedir. NREGA: (i) kadınlara ve erkeklere eşit ücret verilmesi; (ii) kadınların toplam çalışma gününün en az 1/3'ü oranında istihdam edilmek üzere önceliklendirilmesi (ki bu hedefin ötesinde kadın katılımı %49.5 seviyesine ulaşmıştır) (iii) evli olmayanlarında programa dâhil olabilmesi; (iv) iş ve ev mesafesinin kısa olması; (v) altı yaşından küçük beşten fazla çocuk olması durumunda kreş hizmetinin verilmesi (vi) asayiş ve denetleme kademelerinde kadınların temsil edilmesi; çalışma dönemini ve ayları seçme de tanınan esneklik gibi özellikleri sayesinde kırsal kadınların katılımını kolaylaştıran ve özendirilen düzenlemeleri içermektedir (Tanzarn & Gutierrez, 2015; Pankaj & Tankha, 2010).

NREGA'nın kadınların güçlenmesi ve cinsiyet eşitliği açısından etkisini araştıran alan çalışmaları (Tanzarn & Gutierrez, 2015; Pankaj & Tankha, 2010; Khara & Nayak, 2009) programın olumlu yönde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Khara ve Nayak'ın alan çalışmasına katılan kadınların sadece 1/3'ünden azı son üç ay içinde program dışı işlerde ücretli çalışmış; büyük çoğunluğu çalışma olanağı bulamamıştır. Program dışı işlerde çalışanlar ise düzensiz ve düşük ücretli işlerde çalışmıştır. NREGA, ev içinde ücretsiz çalışan ve emekleri hem maddi hem de itibar açısından karşılıksız kalan kadınlara ev dışında ücretli çalışma olanağı sunmuştur (Khara & Nayak, 2009).

Kırsal bölgede erkek egemen aile yapısının norm olduğu bir sosyal yapı içinde çalışmanın kadınların tercihi olup olmadığı sorusu önemlidir. Pankaj ve Tankha (2010)'ya göre kadınların % 57.9'unun kendilerinin çalışmayı istediğini; %37.9'u ise bunun hane reisinin talebi olduğunu dile getirmiştir. Kadınların elde ettikleri gelire sahip olabilmeleri ve paranın nasıl harcanacağı konusunda karar haklarının olması da önemli bir göstergedir. Kadınların çoğu (% 68) ücretlerini bizzat aldığı, ancak memurların erkek hane reisine ödeme yapma eğiliminin de azımsanmayacak boyutlarda olduğu görülmektedir. Kadınların çoğunluğu elde ettikleri gelirin bir kısmını nasıl harcayacaklarına kendileri karar vermek üzere ellerinde tutabilmekte geri kalanını hane reisine vermektedir. Gelirin tamamına yakını kendi tasarrufunda tutanların oranı %5.8 iken, % 25'ine kadarını alıp gerisini hane reisine verenlerin oranı % 55.6'dır. Gelirlerinin ellerinde tuttukları kısmı ile gerçekleştirecekleri tüketim kararlarını büyük oranda kendileri alabilmekte; bu sayede ihtiyaçlarını kendileri karşılayabilmektedirler. Bu anlamda ev ihtiyaçlarından, kişisel

sağlık harcamalarına kadar hane içi karar alma süreçlerine katılması son derece sınırlı olan kadınlar, NREGA ile önemli bir kazanım elde etmişlerdir (Pankaj & Tankha, 2010: 50-54). Kadınlar gelirlerini hane reisine verdikleri durumda dahi daha önce hissetmedikleri şekilde değerli hissettiklerini ifade etmektedirler. Sosyal olarak kabul edilebilir bir işte çalışmak ve birinden iş istemek yerine bir hak olarak devlet için belirli çalışma koşullarında çalışmak kadınların ‘onurlarıyla’ çalıştıkları hissine sahip olmalarına yol açmaktadır (Khara & Nayak, 2009:5). Ayrıca programlara katılan kadınların kamu kurumları ve devlet memurlarıyla iletişime geçme pratikleri oluşmuş; kadınların kendi adlarına banka ve/veya postane hesabı açtırma oranları NREGA ile birlikte %16’dan %35.5’e yükselmiştir. Banka hesaplarındaki parayı kullanma şekillerinin değişmesi, bir kısmını tasarruf etme eğiliminin gelişmesi kuşkusuz uzun dönemli sonuçlara gebe dir (Pankaj & Tankha, 2010: 52-53). Ayrıca programın kadınlar üzerindeki olumlu etkisi, anneleri program dahilinde çalışan çocukların ve özellikle de kız çocuklarının okul başarısına yansımaktadır (Afridi vd., 2012).

Programın geliştirilmesi gereken önemli yönleri mevcuttur. Öncelikle işlerin parça başı iş olarak ücretlendirilmesi ve buradaki kıstasların ortalama bir erkeğin fiziksel özellikleri temel alınarak belirlenmiş olması kadınların, özellikle yaşlı ve fiziken zayıf kadınları asgari ücret elde edebilmek için daha çok çalışmalarını gerektirmektedir. Program dâhilinde öngörülmesine rağmen kreş hizmetinin yaygın olmaması, çocuklarını yalnız ya da birinin yanında bırakarak işe gelen annelerin duygusal açıdan huzursuz ve sıkışmış hissetmelerine neden olmaktadır. Çalışmanın iyi yanlarının yanında, ücretsiz evde çalışma ve bakım emeği ile birlikte kadınların toplam çalışma yüklerinin artması, dinlenme zamanlarını eritmiş, kadınların hem duygusal hem de fiziksel açıdan zorlanmasını beraberinde getirmiştir (Pankaj & Tankha, 2020:53-54).

### 3.4. Arjantin-Plan Jefes

Arjantin’de 2001 Krizi’nin ardından uygulanan *Plan Jefes* işsiz olan hane reisine (kadın ya da erkek) kamu projesinde asgari ücret karşılığında çalışmalarını sağlayan sınırlı süreli bir kamu işi garantisi sunulması projesidir. Uygulanan projeler yerel halkın refahını artırma ve ihtiyaçlarına cevap verebilme kaygısıyla, aşağıdan yukarıya tasarlanmıştır. Projenin faydalanıcılarının çoğunluğu kadınlar, özellikle de eğitim seviyesi düşük ve yoksul kadınlar olmuştur. Erkekler ve eğitilmiş kadınlar *Jefes* işlerini geçici olarak zorunlu kaldıklarından kabul etme eğiliminde olup, bir an önce ‘gerçek iş’ olarak görmedikleri toplum yararına işlerden özel sektöre sıçramayı hedeflemişlerdir. Özel sektör deneyimi sınırlı olan veya hiç olmayanlar ise edindikleri iş deneyiminden büyük ölçüde faydalanmış, ‘kadın işi’ olarak görülen *Jefes* işleri, toplumsal refah üzerindeki etkisi nedeniyle saygı görmüştür (Tcherneva, 2012; Garzon de la Roza, 2006).

*Jefes*, kadınların özel alan-kamusal alan ayrımını aşmalarına yardımcı olmuş, kadınların ev dışına çıkarak kamusal hayata üretken katılımını sağlamıştır. Projelerin, bizzat yerel halkın parçası olan katılımcıların ihtiyaçları doğrultusunda aşağıdan yukarıya doğru tasarlanması; kadınların, bölge halkının ihtiyaçlarını hedefleyen projeler geliştirmek üzere inisiyatif almalarını ve kendi ürettikleri projelerde yer almalarını beraberinde getirmiştir. Kadınlar sosyal faydası küçümsenemeyecek evsizlere barınma ve aş sağlama; yeniden dönüşüm; sağlık kooperatifleri; aile içi şiddet merkezleri; boş atık arazilerinin temizlenip kullanıma açılması gibi projeler geliştirmiştir. Program kapsamında kadınların

kamusal yaşama ve ücretli çalışmaya katılımlarının önündeki engelleri hafifleten altyapı düzenlemeleri, bakım merkezleri, okul-sonrası bakım hizmetleri, çocukların ödevlerine yardımcı olmak ve çocukların diğer geliştirici faaliyetlerde yer almaları için projeler geliştirilmiştir. Özellikle bakım yükünün sosyalleşmesi ve bu hizmetin aynı çevreden, akrabaların da dâhil olduğu kişilerin istihdamıyla verilmesi kadınların ücretsiz çalışma yükünü önemli ölçüde hafifletmiştir. Bunların yanında *Plan Jefes* toplumsal cinsiyet normlarının kırılmasında ve iki cinsin yaşantısının birbirine yakınlaşmasında da etkili olmuştur. Kadınlar, daha ziyade erkek işi olarak bilinen istihdamdaki toplumsal cinsiyet katmanlı yapıyı aşan işlerin (elektrikçi, inşaat işçiliği, marangozluk, ayakkabı tamirciliği, hukuki yardım gibi) eğitimini almış ve bu işlerde çalışmıştır (Tcherneva, 2012:8). Erkekler ise bu toplum yararına projelerde yer alma pratikleri içinde kadın ve çocuklarla daha çok sosyalleşmeleri sonucunda iş ve aile yaşamı üzerine görüşlerinde dönüşüm yaşamışlardır (Garzon de la Roza, 2006).

*Plan Jefes* Programı, daha sonra doğrudan nakit transferi programı olan *Plan Familias*'a dönüştürülmüştür. Yapılan alan çalışmaları ve anketler, *Plan Familias*'ın aynı gelir miktarını çalışmadan sunmasına rağmen programın ana hedef kitlesi olan yoksul ve düşük eğitilmiş kadınların çalışarak kazanılmış gelir elde etmeyi tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Zira kadınlar *Jefes*'e niye katıldıkları sorusuna, öncelikle işe yaramak, ikinci olarak iyi bir ortamda çalışmak, çevreme faydalı olmak, bir şeyler öğrenmek gibi maddi olmayan katkıları ön plana çıkararak cevap vermekte, gelir sahibi olmayı beşinci sıraya yerleştirmektedirler. Bu anlamda kadınların, eve kapalı kalarak, pasif bir şekilde sosyal yardım ödeneği almak yerine; hak ettiklerini düşündükleri bir gelir elde ettikleri, öz saygılarını arttıran, kamusal alana çıkma, onun saygı duyulan aktif bir üyesi olabilme ve ortak karar alma, hareket edebilme süreçlerinin dönüştürücü kazanımlarına sahip çıktıkları alan araştırmalarında yinelenmektedir (Tcherneva, 2012; Garzon de la Roza, 2006; Tcherneva & Wray, 2005).

## SONUÇ

İstihdam yaratma programlarında toplumun en alt kesimlerine istihdam olanağı tanınması, gelir eşitsizliğinden fırsat eşitsizliğine uzanan başlıklarda yol almak açısından da anlamlıdır. İstihdam yaratma programlarının hedef kitlesi olan yoksullar ve işsizler içinde kadınların payı yüksektir. Bu çalışmada istihdam yaratma programlarının kadınların işgücü piyasasına katılmaları ve istihdamda cinsiyet eşitliğinin sağlaması açısından önemi ve dönüştürücü gücü tartışılmıştır. Programlarının, cinsiyete duyarlı bir bakış açısıyla kadınların istihdama katılımının önündeki engellerin farkındalığıyla tasarlanmasının ve uygulanmasının yöntemleri vurgulanmıştır. İstihdam odaklı bir kalkınma programı olmaktan ziyade yüksek işsizlik ve yoksulluk gibi mevcut politikaların sosyal maliyetlerine cevaben uygulanan, farklı amaçlara ve kapsama gücüne sahip istihdam programlarının etkileri kuşkusuz çok daha sınırlı ve kısa ömürlüdür. Bununla beraber istihdam yaratma programları uygulayan ülke deneyimleri, sınırlı kapsama sahip ve cinsiyet eşitliğine duyarlı bir bakış açısıyla tasarlanmamış programların dahi önemli kazanımlar getirdiğini göstermektedir. Genelde katılımcı kadınların önemli kısmı daha önce formel ve anlamlı bir iş deneyimine sahip olmayan kadınlardan oluşmakta, programlar bu anlamda kadınların işgücü piyasasına girişlerinin önünü açmaktadır. Yaşadıkları çalışma deneyimi, kadınların kamusal alana katılıp, resmi makamlarla ilişkilene deneyimine sahip olmalarını, gelir

elde etmenin ve gerçekleştirdikleri üretken faaliyet ile toplumsal refaha katkı sunmanın gururunu yaşamalarını, özgüvenlerinin artmasını, hem aile içinde hem de yaşadıkları topluluk içinde daha çok saygı ve takdir görmelerini beraberinde getirmiştir. Uygulanan istihdam garantisi programlarının çoğunun cinsiyete duyarlı bir bakış açısıyla tasarlanmadığı ve cinsiyet eşitliğinin ana program hedefleri içinde yer almadığı görülmüştür, bu anlamda alınacak çok yol vardır. Öte yandan cinsiyet eşitliğini doğrudan hedeflememekle birlikte; uygulanan bazı programlarda, kreş hizmetinin sunulması, iş-ev mesafesinin kısa tutulması, kadınların programa katılımını sağlamak için yerel kadın gruplarıyla ilişki kurulması ve kadın kotaları konulması gibi uygulamaların kadınların programlardan faydalanabilmeleri açısından etkili olmaktadır.

İnsana yakışır işlerde çalışmayı bir hak olarak sunmayı öneren tam istihdam hedefinin benimsenmesi, günümüz işgücü piyasasına egemen olan eğreti çalışma ilişkileri ve yüksek işsizliğin yarattığı güvencesizlik hissi ile taban tabana zıt bir dünya vadetmektedir. Ekonomik istikrar ve büyümenin, insanca alternatifler yoluyla elde edilebileceğini savunan devletin son istihdam merci rolünü üstlendiği istihdam odaklı kalkınma yaklaşımı; doğru tasarlanması halinde cinsiyet eşitliği açısından önemli bir dönüştürücü araç olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Afridi, F., Mukhopadhyay, A. & Sahoo, S. (2012). Female Labour Force Participation and Child Education in India: The Effect of the National Rural Employment Guarantee Scheme. Discussion Paper Series, No 6593, Almanya: IZA.
- Antonopoulos, Rania & Kim, K. (2008). South Africa: Scaling up the Public Works Programme: A Social Sector Intervention Proposal. New York: Levy Economics Institute of Bard College, Research PROJECT No: 34.
- Antonopoulos, Rania & Kim, K. (2011). Public Job Creation Programs: The Economic Benefits of Investing In Social Care, Case Studies in South Africa and the United States. New York: Levy Economics Institute of Bard College, Working Paper No: 671.
- Dejardin Amelita K. (1996). Public Works Programmes, A Strategy for Poverty Alleviation: The Gender Dimension. Issues in Development Discussion Paper 10. Geneva: ILO.
- Devereux, S. & Solomon, C. (2006). Employment Creation Programmes: The International Experience. Geneva: ILO.
- EPWP (Expanded Public Works Programme). (2022). Expanded Public Works Programme Five Year Report 2004/05-2008/09. 25.08, 2022 tarihinde Public Works and Infrastructure-Republic of South Africa: <http://www.epwp.gov.za/> adresinden alındı.
- Forstater, M. (2004). Green Jobs: Addressing Critical Issues Surrounding Environment, Workplace and Employment. International Journal Environment, Workplace and Employment, 1 (1), 53-61.

- Garzon de la Roza, G. (2006). Continued Struggle for Survival: How Plan *Jefes y Jefas* Affected Poor Women's Lives in Greater Buenos Aires, 2002-2005. Georgetown University Development Management and Policy Program Collection.
- Harvey, P. (1989). Securing the Right to Employment. New Jersey: Princeton University Press.
- İzdeş, Ö. (2014). Makro İstikrar Arayışında İnsanca Bir Alternatif: Tam İstihdam Garantisi. Almanak 2012-2013 Analizleri. (Ed. Serap Ozturk). İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı, 97-118.
- Keynes, J.M. (1980). Activities 1940–46. Shaping the Post-War World: Employment and Commodities. Volume XXVII of Collected Works. (Ed. Moggridge). London, UK: Macmillan.
- Keynes, J.M. (1991). The General Theory of Employment, Interest, and Money. New York: Harcourt.
- Khara, R. & Nayak, N. (2009). Women Workers and Perceptions of the National Rural Employment Guarantee Act. Economic and Political Weekly: Vol XLIV, No 43, 49-57.
- Mahatma Gandhi National Rural Employment Guarantee Act (MGNREGA). (2005). MGNREGA Act. 20 08, 2022 tarihinde, MGNREGA-Ministry Of Rural Development, Government of India: [https://nrega.nic.in/Nregahome/MGNREGA\\_new/Nrega\\_home.aspx](https://nrega.nic.in/Nregahome/MGNREGA_new/Nrega_home.aspx) adresinden alındı.
- Manza, J. (2000). Political Sociological Models of the US New Deal. Annual Review of Sociology, 26, 297-322.
- Minsky, H. P. (2008). Stabilizing An Unstable Economy. New York: McGraw-Hill.
- Mitchell, Willam F. (1998). The Buffer Stock Employment Model and the NAIRU: The Path to Full Employment. Journal of Economic Issues 32(2), 547–556.
- Nayyer, R. (2002). The Contribution of Public Works and Other Labour-based Infrastructure to Poverty Alleviation: The Indian Experience. Issues in Employment and Poverty, Discussion Paper, 3. Geneva: ILO.
- Pankaj, A. & Tankha, R. (2010). Empowerment Effects of the NREGS On Women Workers: A Study In Four States. Economic and Political Weekly, XLV, No:43, 45-55.
- Papadimitriou, Dimitri B., Forstater, M. & Wray, R. (1998). Toward Full Employment Without Inflation: The Job Opportunity Program. New York: The Levy Economics Institute of Bard College, Report 8(3), 5–8.
- Plagerson, S., Hochfeld, T., & Stuart, L. (2019). Social Security and Gender Justice in South Africa: Policy Gaps and Opportunities. Journal of Social Policy, 48(2), 293-310.
- Rose, Nancy E. (2009). Lessons from the New Deal Public Employment Programmes. Monthly Review, 61 (5), 21-32.



- Skidelsky, R. (1994). John Maynard Keynes-The Economist As A Savior. Baskerville-ABD: Penguin Press.
- Tanzarn, N. & Gutierrez, M. T. (2015). Public Works Programmes: A Strategy for Poverty Alleviation: the Gender Dimension Revisited in Employment Intensive Investment Programmes (EIIPs) in 30 Countries in Africa, Asia, Latin America and the Caribbean. Geneva: ILO.
- Tcherneva, P. (2012). What do poor women want? Public Employment or Cash Transfers? Lessons from Argentina. New York: Levy Economics Institute Working Paper No:705.
- Tcherneva, P. (2014). Full Employment: The Road Not Taken. New York: Working Papers Levy Economics Insitute, No:789.
- Tcherneva, P. & Wray, R. (2005). Is Argentina's *Jefes de Hogar* an Employer of Last Resort Program?. New York: Center for Full Employment and Price Stability, Working Paper 43.
- Vaughan, A. (2016). Our Expanded Public Works Programme reflections on over a decade Pretoria: Department of Public Works, Government Printer.
- Wray, R. (1998). Understanding Modern Money: The Key to Full Employment and Price Stability. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Wray, R. (2000). The Employer of Last Resort Approach to Full Employment. New York: Center for Full Employment and Price Stability, Working Paper, No: 9.

### **EXTENDED SUMMARY**

High and persistent unemployment is a long standing global problem that is most likely to linger on and even get worse. The inadequate quantity of job creation affects quality of jobs that are available and greatly contributes to deterioration of working conditions. Labor markets are even less welcoming for women reproducing gender inequalities in access to jobs especially the better ones. This paper's objective is to introduce and discuss an employment targeting macroeconomic policy framework, i.e. Employer of Last Resort (ELR) policy and to address the potentials this policy entails in terms of advancing gender equality in the labor market and women's economic empowerment. With this objective the paper describes the possible gendered implications of a gender-aware ELR policy. The paper also traces the gendered impacts of rather limited employment guarantee programs implemented in many countries as poverty alleviation programs to ameliorate the severe costs of high unemployment.

State acting as the Employer of Last Resort (ELR) to close the employment generation gap in the economy is a Keynesian macroeconomic policy framework which is popular among Post-Keynesian economists. Keynes in his ground breaking work has shown that the market mechanism and flexibility of wages cannot lead to full employment equilibrium. In his theory where he analysed the dynamics of the effective demand he showed that, contrary to the conventional expectation, achieving full employment equilibrium via the market mechanism and private investment is not a rule but could be a rare occasion. Under the conditions of 1929 Great Depression, when the trust in market

mechanism was lost, Keynes was heard clear and loud. He led the way out of the crisis via his effective demand theory in which he argues for the state intervention to close the investment gap of the private sector to sustain the full employment level. Like Keynes, Minsky also showed that decentralized, unplanned market economy is not self-correcting. Minsky addressing the built in investment dynamics of the market economy showed that the normal path of the economy is cyclical. He argued for the government to act as the employer of last resort to ensure full employment level and to sustain stability as well as growth. Post-Keynesian economists who develop and advocate the ELR framework describe the policy as a direct job creation programme that provides employment at a basic wage for those who cannot otherwise find work. ELR policy is backed by a broader Keynesian macroeconomic policy framework compared to the implemented public employment creation programmes with limited scope. It is argued not to be a substitute for private employment but rather a permanent complement to private sector employment.

The ELR framework, especially when it is constructed with a gender-aware perspective is a very promising macroeconomic policy framework to advance gender equality in the labor market. Provision of employment guarantee to all without any discrimination based on gender, race and other socially constructed hierarchies ensures women's access to jobs. Additionally, if those jobs are decent jobs with decent working conditions with a liveable wage, they carry the potential also to alter the quality of jobs not only in the public sector but also in the private sector. Hence, ELR offering decent public employment conditions for all can play a great role in advancing gender equality in the labor market in terms of accessing better working conditions. An important gender aware aspect of the programs can be to address gender segregation in the labor market and to overcome the gender biases in terms of jobs suitable for men and for women. Finally thinking about the care sector as an integral part of the program and generating jobs in the care sector carries the potential of affecting both the supply and the demand side of women's employment. Such a program not only would enable women to participate in the labor market by provision of affordable and reachable care services but also would increase both the quantity and quality of care jobs. In addition to the discussion on potential gendered implications a full-fledged ELR program, the paper also discusses gender impacts of rather limited public employment creation programs implemented in the USA, India, South Africa and Argentina to alleviate extreme rates of unemployment and poverty. Despite the limited nature of the country/program cases discussed it is clear that the programs have been influential in terms of increasing women's economic participation, their feeling of self-worth and recognition. The cases also reveal that even within the scope of limited employment creation programs, there is a great potential in advancing gender equality if they can be constructed with a gender-aware perspective.

## Örgütsel Psikolojik Sermaye Bağlamında İnovasyon ile Kurumsal İtibar İlişkisi\*

Levent YÜCEL\*\*

Mert BECAN\*\*\*

Halil ŞİMŞEK\*\*\*\*

### Öz

Bu çalışmada, organizasyonların etkinliği ve verimliliği için gerekli olan fonksiyonlara bir girdi olarak değerlendirilen örgütsel psikolojik sermaye ile inovasyon ve kurumsal itibar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. İnovasyon, kurumsal itibar ve örgütsel psikolojik sermaye değişkenleri kullanarak oluşturulan araştırma modeli kolayda örneklem tekniğiyle toplanan 424 adet veri ile test edilmiştir. Katılımcılar, sanayi işletmelerinde farklı kademelerde görev yapmakta olan çalışanlardan oluşmaktadır. Kesitsel bir araştırma türü olan bu çalışmadaki veriler yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiştir. Araştırma neticesinde, inovasyon ile kurumsal itibar arasındaki pozitif yönlü yordayıcı ilişkide örgütsel psikolojik sermayenin dolaylı etkiye sahip olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** İnovasyon, Kurumsal İtibar, Örgütsel Psikolojik Sermaye, Sanayi İşletmeleri.

### *The Relationship between Innovation and Corporate Reputation in the Context of Organizational Psychological Capital*

### Abstract

In this study, the relationships between organizational psychological capital, which is considered as an input to the functions required for the effectiveness and efficiency of organizations, and innovation and corporate reputation are examined. The research model, which was created by using the variables of innovation, corporate reputation and organizational psychological capital, was tested with 424 data collected by convenience sampling technique. Participants consist of employees working at different levels in industrial enterprises. The data obtained in this study, which is a cross-sectional research type, were analyzed using structural equation modeling. As a result of the research, it is seen that organizational psychological capital has an indirect effect on the positive predictive relationship between innovation and corporate reputation.

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

\*\* Dr. Öğretim Üyesi, Onbeş Kasım Kıbrıs Üniversitesi, lyucel1991@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1774-1855

\*\*\*PhD, Haliç Üniversitesi, mert\_becan@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3322-2008

\*\*\*\*Dr. Öğretim Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, halilismsek@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8775-1688

Atf yapmak için / To cite this article: Yücel, L. & Becan, M. & Şimşek, H. (2022). Örgütsel Psikolojik Sermaye Bağlamında İnovasyon ile Kurumsal İtibar İlişkisi. Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2), 41-53.

**Keywords:** Innovation, Corporate Reputation, Organizational Psychological Capital, Industrial Enterprises.

## GİRİŞ

Yüksek ürün ikamesi, yoğun rekabet ve ileri derecede ürün farklılaştırmasının yaşandığı, özellikle doymuş pazarlara sahip sektörlerde arzın taleple eşleştirilmesinin zorlaştığı günümüzde (Barrena & Sánchez, 2009: 1002), işletmeleri diğerlerinden farklı kılabacak bir konumun rekabetçi taklit gerçekleşene kadar üstün bir getiri sağladığı düşünüldüğünde, kalıcı stratejiler geliştirme ve uygulama ihtiyacının oluştuğu gözlemlenmektedir (Fisher, 1991: 19; Teeratansirikool vd., 2013: 168).

Rekabet üstünlüğü sağlayacak kalıcı stratejiler geliştirmek isteyen işletmeler, yalnızca inovasyon yeteneklerini geliştirmekle kalmayıp, aynı zamanda inovasyon odaklı örgüt kültürünü organizasyonlarına yerleştirmek için gayret göstermektedir (Canning & Edralin, 2019: 89). Çünkü, bireysel inovasyon yadsınamaz bir gerçek olarak kabul edilmekle birlikte, örgütsel bir yapı içerisinde hareket eden işletmelerin başarılı olabilmeleri için inovasyonu tüm boyutlarıyla ve farklı yönlerden ele almaları gerekmektedir (OECD/Eurostat, 2018: 20).

Bu noktadan hareketle, sanayi işletmelerinde inovasyonun pek çok yönüyle değerlendirilebilmesi (Ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel), çalışmanın bu sektörde yapılma motivasyonlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Çünkü, inovasyonun çeşitli yönleriyle ele alınması; inovasyon, kurumsal itibar ve örgütsel psikolojik sermaye arasındaki etkileşimlerin de farklı boyutlarda değerlendirilebilmesini mümkün hale getirecektir.

Neticede sanayi işletmelerinde yapılmasının uygun olacağı değerlendirilen çalışmada; inovasyon, kurumsal itibar ve örgütsel psikolojik sermaye arasındaki etkileşimler gözden geçirilerek literatüre katkı sağlanması yanında, işletmelerin uygun strateji ve uygulamaları belirlemesine ışık tutulmaya çalışılmıştır.

## TEORİK ARKA PLAN VE HİPOTEZLER

### İnovasyon

İnovasyon, işletmelerin gelirlerini artırmak amacıyla ürün, hizmet, pazarlama ve organizasyonel faaliyetler ile süreçlerde gerçekleştirmiş oldukları değişiklik ve yenilikler olarak tanımlanabilmektedir. Fakat sadece yeni ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkması yeterli olmamakta bu fikirlerin günlük hayatta kullanılabilir hale getirilmesi gerekmektedir (Balaban, 2019: 15). İnovasyonun günlük hayatta uygulanabilir hale getirilmesi amacıyla geliştirme, yaygınlaştırma, çalışanların ve müşterilerin dahil edildiği özel yönetim yaklaşımları benimsenmektedir (Larisch vd., 2016: 1237; Kogabayev & Maziliauskas, 2017: 70, 71; Morgan vd., 2021: 257).

İnovasyonun, özel yönetim yaklaşımları ve değer temelli olarak benimsenmesi sonucunda işletmelerce kullanım alanlarına dahil edilmesi ile üretim faktörleri bağımlılığı azaltılmakta, üretim maliyetleri düşürülerek kalite ve kârlılık artışı sağlanabilmektedir (Webster, 2004: 733). İnovasyona gerekli desteğin ve kaynak arzısının sağlanması ve bu

etkilerin doğal sonucu ise sürdürülebilir rekabet avantajının önünün açılması olarak karşımıza çıkmaktadır (Gehani, 2013: 153; Gallardo-Vázquez vd., 2019: 18).

### **Kurumsal itibar**

Kurumsal davranış, değer ve kararlar ile aksiyonların önemli bir sonucu olarak ifade edilen kurumsal itibar (Foster, 2016: 11), işletmeler için önemi ve kapsadığı geniş etki alanı nedeniyle pek çok tanımla karşılığını bulmuştur (Barnett vd., 2006: 30-32). Bazı yazarlarca kurumsal itibarın, paydaşlar tarafından sahip olunan algılar ile şekillendiği belirtilirken (Fombrun & Van Riel, 1997: 6; Van Riel & Balmer, 1997: 342) maddi olmayan önemli bir değer ve varlık olgusuna vurgu yapılmaktadır (Hall, 1993: 608; Tucker & Melewar, 2005: 377; Kadıbeşgil, 2018: 59).

Kurumsal itibarın iç ve dış paydaşlar nezdinde doğru yönetilememesi başta finansal olmak üzere (Dunbar & Schwalbach, 2000: 123) işletmelere çok büyük zararlar verebilmektedir (Croucher vd., 2016: 353).

Diğer taraftan, kurumsal davranış beklentileri etrafında şekillenen kurumsal itibara gereken önemin verilmesi neticesinde, işletmelerin performans artışı (Deephouse, 2000: 1108; Caruana & Chircop, 2000: 54) ve rekabet avantajı (Pruzan, 2001: 51; Mahon, 2002: 420, 439; Eberl & Schwaiger, 2005: 839; Çınaroğlu & Şahin, 2012: 28; Deniz vd., 2017: 46) elde ettikleri görülmektedir.

### **Örgütsel Psikolojik Sermaye**

Örgütsel psikolojik sermaye, işletmelerin etkinlikleri ile verimliliklerini artırarak hayatta kalabilmelerini sağlamak için pozitif örgütsel özellikleri vurgulamaktadır (Luthans & Youssef, 2004: 18). Bu anlamda, pozitif birey ve erdem düşüncesi örgütsel psikolojik sermaye kavramı içerisinde kapsamlı olarak yer almakta, örgütlerdeki bireylerin yetenekleri ile bireyleri ve grupları kapsayan süreçler ile ilgilenilmektedir (Cameron vd., 2003: 4).

Kişilerin şahsi özellikleri, örgütsel grup dinamikleri ve duygu durumlarına göre şekillenen örgütsel psikolojik sermayenin hem çalışanlar hem de işletmelerin performansında etkileri bulunmaktadır (Caprara & Cervone, 2003: 67; Avey, 2014: 142). Bu etkinin kaynağını örgütsel psikolojik sermayeyi oluşturan boyutlar içerisinde aramak yerinde olacaktır. Öz yeterlilik ve umut boyutları ile örgütlerin hedefleri doğrultusunda çalışanların zorluklarla mücadele etmek için gereken güç, inanç ve isteğe sahip olması amaçlanmaktadır. İyimserlik ve dayanıklılık boyutları ile örgüt amaçları doğrultusunda hareket eden çalışanların, karşılaştıkları olumsuzluklardan kurtularak pozitif olayların etki düzeylerinin artırılması maksadıyla ihtiyaç duyulan pozitif düşünce ve güçlü durabilme yetisine sahip olması amacı dile getirilmektedir (Page & Donohue, 2004: 6).

Burada tartışılan literatürü göz önünde bulundurarak, aşağıdaki hipotezler formüle edilmiştir:

**H<sub>1</sub>:** İnovasyon, kurumsal itibarı pozitif yönde etkiler.

**H<sub>2</sub>:** İnovasyon, örgütsel psikolojik sermayeyi pozitif yönde etkiler.

**H<sub>3</sub>:** Örgütsel psikolojik sermaye, kurumsal itibarı pozitif yönde etkiler.

**H<sub>4</sub>:** İnovasyonun kurumsal itibar üzerindeki etkisinde örgütsel psikolojik sermayenin aracılık rolü vardır.

## YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, evren ve örneklem ile veri toplama araçlarına değinilmiştir.

### Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, işletmelerin iş ve süreçlerine dahil ettikleri inovasyon uygulamaları ile kurumsal itibar arasındaki varsayılan ilişki ve bu ilişkide örgütsel psikolojik sermayenin aracılık rolünün tespit edilmesidir. Bu kapsamda, araştırma hipotezleri çerçevesinde dolaylı ve doğrudan ilişkilerin incelenerek teorik ve pratik çıkarımlarda bulunulacaktır.

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de sanayi işletmelerinde görev yapan 6.472.000 çalışan oluşturmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu İşgücü İstatistikleri, Ocak 2021). Araştırma örneklemini ise 424 katılımcıdan oluşmaktadır. Evrenin tamamına ulaşabilmenin mümkün olmaması nedeniyle araştırma verileri, zaman ve maliyet kısıtları dikkate alınarak en çok girdinin sağlanabilmesi amacıyla kolayda örnekleme tekniğinden faydalanılarak, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu’nun 15.03.2022 tarihli ve 118/2 sayılı izni gereği 16 Mart 2022-20 Mayıs 2022 tarihleri arasında toplanmıştır.

Veri toplama amacıyla kullanılan anket, gönüllü katılım ve bilgilendirme formları doğrudan ve elektronik ortamda yanıtlayıcılara iletilmiştir. Çalışmaya katılım tamamen isteğe bağlı ve tüm çalışanları kapsayacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Dağıtılan anket setine 447 çalışan katılım sağlamıştır. Eksik ya da hatalı kodlanan anketlerin veri setinden çıkarılması neticesinde araştırma, 424 adet veri ile gerçekleştirilmiştir.

### Veri Toplama Araçları

Çalışanların inovasyon algıları Individual Innovation in the Workplace Ölçeği kullanılarak ölçülmüştür (Scott & Bruce, 1994, 593). İnovasyon ölçeği, inovasyon için destek (16 madde), ve kaynak arzı (6 madde) düzeylerini değerlendirmektedir. 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) kadar olan, beşli Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach’s alpha) 0,970 olarak tespit edilmiştir. Ölçüm modeline ilişkin gerçekleştirilen birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeksleri ise  $\chi^2/sd=4,13$ ; RMSEA=0,077; CFI=0,96, AGFI=0,85; SRMR=0,05 olarak bulunmuştur.

Çalışanların kurumsal itibar algılarını ölçmek için Fombrun ve arkadaşlarının (2000: 253) geliştirmiş olduğu ürün ve hizmet (4 madde), vizyon ve liderlik (3 madde), çalışma ortamı (3 madde), finansal performans (4 madde), kurumsal sosyal sorumluluk (3 madde) ve duygusal çekicilik (3 madde) boyutlarından oluşan Kurumsal İtibar Ölçeği kullanılmıştır. Tüm maddeler 1 ile 10 arasında değişen 10’lu katsayı sistemi ile

derecelendirilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's alpha) 0,978 olarak tespit edilmiştir. Ölçüm modeline ilişkin gerçekleştirilen birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeksleri ise  $\chi^2/sd=2,50$ ; RMSEA=0,064; CFI=0,95, AGFI=0,89; SRMR=0,04 olarak bulunmuştur.

Çalışanların örgütsel psikolojik sermaye algılarını ölçmek amacıyla Luthans ve diğerleri (2007b) tarafından geliştirilen Çetin ve Basım (2012: 133) tarafından uyarlanan ölçekten faydalanılmıştır. Örgütsel Psikolojik Sermaye Ölçeği iyimserlik (6 madde), psikolojik dayanıklılık (6 madde), umut (6 madde) ve öz yeterlilik (6 madde) alt boyutlarını içermektedir. 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) kadar olan, beşli Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's alpha) 0,914 olarak tespit edilmiştir. Ölçüm modeline ilişkin gerçekleştirilen birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeksleri ise  $\chi^2/sd=3,11$ ; RMSEA=0,078; CFI=0,95, AGFI=0,91; SRMR=0,07 olarak bulunmuştur.

## BULGULAR

Doğrulayıcı faktör analizleri neticesinde faktör yapısı doğrulanan inovasyon, kurumsal itibar ve örgütsel psikolojik sermaye arasındaki varsayılan ilişkileri görmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 1'de görülmektedir.

**Tablo 1.** Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları

| Ölçek (N=424)                         | Ort. | S.S. | 1     | 1a    | 1b    | 2     | 2a    | 2b    | 2c    | 2d    | 2e | 2f | 3 | 3a | 3b | 3c |
|---------------------------------------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|----|---|----|----|----|
| <b>1. İnovasyon</b>                   | 3,52 | ,89  |       |       |       |       |       |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 1a. İnovasyon İçin Destek             | 3,62 | ,88  | ,986* |       |       |       |       |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 1b. Kaynak Arzı                       | 3,27 | 1,03 | ,924* | ,848* |       |       |       |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| <b>2. Kurumsal İtibar</b>             | 7,86 | 1,88 | ,632* | ,519* |       |       |       |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 2a. Ürün ve Hizmet                    | 8,08 | 1,71 | ,525* | ,566* | ,874* |       |       |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 2b. Vizyon ve Liderlik                | 7,53 | 2,12 | ,669* | ,693* | ,926* | ,782* |       |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 2c. Çalışma Ortamı                    | 7,74 | 2,26 | ,595* | ,615* | ,962* | ,809* | ,888* |       |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 2d. Finansal Performans               | 7,86 | 2,00 | ,599* | ,609* | ,941* | ,769* | ,821* | ,896* |       |       |    |    |   |    |    |    |
| 2e. Kurumsal Sosyal Sorumluluk        | 7,83 | 1,98 | ,607* | ,603* | ,930* | ,713* | ,845* | ,879* | ,883* |       |    |    |   |    |    |    |
| 2f. Duygusal Çekicilik                | 8,05 | 2,19 | ,530* | ,549* | ,936* | ,784* | ,833* | ,873* | ,848* | ,882* |    |    |   |    |    |    |
| <b>3. Örgütsel Psikolojik Sermaye</b> | 3,74 | ,52  | ,653* | ,674* | ,512* | ,557* | ,495* | ,451* | ,420* | ,469* |    |    |   |    |    |    |

|                   |      |     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-------------------|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 3a. Öz yeterlilik | 4,12 | ,65 | ,598* | ,427* | ,492* | ,420* | ,370* | ,366* | ,374* | ,359* | ,798* |       |       |       |       |
| 3b. Umut          | 3,93 | ,68 | ,666* | ,672* | ,579* | ,574* | ,608* | ,537* | ,545* | ,501* | ,486* | ,832* | ,682* |       |       |
| 3c. İyimserlik    | 3,40 | ,61 | ,478* | ,488* | ,404* | ,330* | ,344* | ,340* | ,267* | ,318* | ,251* | ,831* | ,475* |       |       |
| 3d. Dayanıklılık  | 3,77 | ,54 | ,546* | ,573* | ,426* | ,444* | ,499* | ,414* | ,400* | ,413* | ,341* | ,935* | ,732* | ,743* | ,718* |

\* p <0.01

Hipotez testleri öncesinde yapılan korelasyon analizleri ile değişkenler arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Buna göre ( $r=0,632$ ,  $p<0,01$ ) şeklinde gerçekleşen inovasyon ile kurumsal itibar arasında pozitif yönlü bir ilişkinin her iki değişkenin alt boyutları ile teyit edildiği görülmektedir. Benzer şekilde, inovasyon ile örgütsel psikolojik sermaye arasında ( $r=0,653$ ,  $p<0,01$ ) ve örgütsel psikolojik sermaye ile kurumsal itibar arasındaki ( $r=0,512$ ,  $p<0,01$ ) pozitif yönlü ilişkilerin de alt boyutlar bazında doğrulandığı görülmektedir.

Korelasyon analizleri sonrasında, araştırma hipotezleri doğrultusunda öncelikle bağımsız değişken olarak tanımlanmış bulunan inovasyonun bağımlı değişken olan kurumsal itibar üzerindeki toplam etkisine bakılmıştır. Buna göre inovasyonun kurumsal itibarı istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönde yordadığını söylemek mümkün gözükmemektedir.  $0,632$  düzeyindeki beta katsayısının yanı sıra anlamlı şekilde gerçekleşen yordayıcı etkiyle birlikte kurumsal itibar üzerindeki varyansın %40'ının inovasyon tarafından açıklandığı görülmektedir. Modele ilişkin uyum indeksleri,  $\chi^2/sd=4,60$ ; RMSEA=0,075; CFI=0,91; AGFI=0,85; SRMR=0,06 şeklindedir. Buna göre "**H<sub>1</sub>**: İnovasyon, kurumsal itibarı pozitif yönde etkiler" hipotezi desteklenmiştir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki toplam etkisi aynı zamanda aracılık modeli için bir ön koşuldur ve elde edilen sonuç bu koşulun sağlandığını göstermektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezi, inovasyonun örgütsel psikolojik sermaye üzerindeki yordayıcı etkisine dair kurulmuştur. Yapısal eşitlik modeli ile test edilen hipotez sonucu, inovasyonun örgütsel psikolojik sermayeyi ( $\beta$ : 0,653;  $p<0,01$ ;  $R^2$ : 0,426) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif şekilde yordadığını ortaya koymaktadır. Modele ilişkin uyum indeksleri,  $\chi^2/sd=5,81$ ; RMSEA=0,071; CFI=0,90; AGFI=0,88; SRMR=0,07 şeklindedir. Buna göre "**H<sub>2</sub>**: İnovasyon, örgütsel psikolojik sermayeyi pozitif yönde etkiler" hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi, örgütsel psikolojik sermayenin kurumsal itibar üzerindeki yordayıcı etkisine dair kurulmuştur. Yapısal eşitlik modeli ile test edilen hipotez sonucu, örgütsel psikolojik sermayenin kurumsal itibarı ( $\beta$ : 0,512;  $p<0,01$ ;  $R^2$ : 0,262) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif şekilde yordadığını ortaya koymaktadır. Modele ilişkin uyum indeksleri,  $\chi^2/sd=4,04$ ; RMSEA=0,079; CFI=0,89; AGFI=0,86; SRMR=0,07 şeklindedir. Buna göre "**H<sub>3</sub>**: Örgütsel psikolojik sermaye, kurumsal itibarı pozitif yönde etkiler" hipotezi desteklenmiştir.

Son olarak inovasyon ile kurumsal itibar arasındaki ilişkide örgütsel psikolojik sermayenin aracılık rolü üstlenip üstlenmediğine bakılmıştır. Model, bootstrap 5000 yeniden örnekleme metodu ile %95 güven aralığında sınanmıştır. Aracılık etkisinin sınırdığı yapısal eşitlik modeli istatistikleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.



Tablo 2. Aracılık Modeli İstatistikleri

| Yapısal Model               | Örgütsel Psikolojik Sermaye |          | Kurumsal İtibar |        |
|-----------------------------|-----------------------------|----------|-----------------|--------|
|                             | $\beta$                     | Std.Hata | $\beta$         | S.Hata |
| İnovasyon                   |                             |          | <b>0,632*</b>   | 0,080  |
| $R^2$                       |                             |          |                 | 0,400  |
| İnovasyon                   | 0,653*                      | 0,022    |                 |        |
| $R^2$                       |                             | 0,426    |                 |        |
| İnovasyon                   |                             |          | <b>0,519*</b>   | 0,104  |
| Örgütsel Psikolojik Sermaye |                             |          | 0,173*          | 0,176  |
| Adj. $R^2$                  |                             |          |                 | 0,414  |
| Dolaylı Etki                |                             |          | 0,310*          |        |
| Bootstrap Güven Aralığı     |                             | LB       |                 | 0,290  |
| %95                         |                             | UB       |                 | 0,327  |

\*P<0,01

Analiz sonuçları, tüm değişkenler modele dahil edildiğinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki doğrudan etkisinin, beta katsayısındaki düşüşle birlikte devam ettiğini ( $\beta$ : 0,632 $\rightarrow$ 0,519) ve inovasyonun kurumsal itibarı örgütsel psikolojik sermaye vasıtasıyla dolaylı şekilde etkilediğini göstermektedir ( $\beta$ : 0,310). 0,290 lower bound ile 0,327 upper bound sınırları içerisindeki bootstrap güven aralığı değerleri ise aracı etki modelinin anlamlılığına işaret eder. Bununla birlikte modelin açıklama oranındaki artış ( $R^2$ : 0,400  $\rightarrow$  0,414) aracılık etkisinin varlığını teyit eden bir diğer etkidir. Modele ilişkin uyum indeksleri,  $\chi^2/sd=4,09$ ; RMSEA=0,066; CFI=0,93; GFI=0,91; SRMR=0,04 şeklindedir. Buna göre “**H<sub>4</sub>**: İnovasyonun kurumsal itibar üzerindeki etkisinde örgütsel psikolojik sermayenin aracılık rolü vardır” hipotezi desteklenmiştir.

## SONUÇLAR

İşletmelerin en önemli değerlerinden biri olan kurumsal itibarın tesis edilmesi için inovasyonun ve işletme paydaşlarının uygulama alanına dahil edilmesi yadsınamaz bir gerçek olarak kabul edilmektedir (Mattera & Baena, 2015: 236). İşletmelerin kaynaklarını doğru ve inovasyon odaklı kullanmaları gelecekteki olası başarılarını şekillendirmektedir. Kaynaklarını benzersiz bir şekilde kullanan ve sürekli olarak inovasyon çabaları içerisinde olan işletmeler tüketiciler tarafından takdir edilerek itibarlarında artışlar meydana gelmektedir (Höflinger vd., 2017: 1,11).

Araştırma neticesinde bu artışı destekler nitelikte, inovasyon uygulamalarının benimsenmesi ile işletmelerin kurumsal itibarlarında artışlar meydana geldiğini gösteren sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışma sonuçlarının literatürle uyum içerisinde olduğu görülmektedir. Ramos-González ve diğerleri (2021: 19), inovasyonun kurumsal itibar üzerindeki olumlu etkisini onaylarken, Henard ve Dacin (2010: 330), Ratten (2015: 316) ile Foroudi ve diğerleri (2016: 4888) ise inovasyonun kurumsal itibar üzerinde pozitif yönde etkisinin bulunduğuna değinmişlerdir.

Hem bireysel hem de örgüt düzeyinde sürekli bir değişimi ve yenilenmeyi de ifade eden inovasyon; çalışanların ve örgüt gruplarının öz yeterliliklerini öne çıkarmalarını, amaç ve hedeflerin net bir şekilde belirlenerek umut ve iyimserlik unsurlarına katkı sağlamaktadır.

Personelin organizasyon amaçları doğrultusunda desteklenmesi, inanç ve isteğe sevke edilmesi ise onlara zorluklara karşı dayanıklılık kazandırmaktadır.

Çeşitli stratejik örgütsel davranışlar üzerinde tesirleri bulunan benzersiz bir özellik ve temel bir kinetik enerji olarak da ifade edilen inovasyon, örgütsel performansı kolaylaştırmakta ve rekabet avantajını olumlu yönde etkilemektedir. Bu doğrultuda, iş ve siyasi bağlar ile sosyal sermaye ve inovasyon için insan sermayesi gibi kaynaklar vasıtasıyla bir dizi ağ oluşturma olumlu etkiler gösterdiği görülmektedir (Liu vd.,2020: 544-559).

İnovasyonun başarılı olabilmesi ve etki düzeyinin artırılabilmesi için yetenekli ve gerekli donanıma sahip çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu özelliklere sahip çalışanlara ve örgütsel psikolojik sermaye unsurlarına sahip bir işletme de inovasyonun değiştirici gücünde ve dolayısıyla kurumsal itibarında artışlar olacaktır.

Araştırma sonucunun literatürle benzerlik arz ettiği bir diğer husus ise inovasyon, kurumsal itibar ve örgütsel psikolojik sermaye arasındaki ilişkilerin de benzer sonuçlar içermesidir. İnovasyon odaklı, gelişmeyi destekleyen olumlu bir iş ortamının varlığı örgütsel psikolojik sermayenin pozitif yönde etkilenmesini sağlarken (Woolley vd.,2010: 445); örgütsel psikolojik sermayenin, kurumsal itibar ve organizasyon performansının artışı yönünde önemli katkılarının bulunduğu görülmektedir (Chen vd.,2020: 7; Olmedo-Cifuentes and Martínez-León, 2015: 215).

## TARTIŞMA

İşletmelerce, inovasyon türlerinin tamamını (ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel) organizasyonlarında uygulama alanına dahil etmenin gerekliliği kabul edilmelidir. Bu amaçla işletmelerin, inovasyon için gereken desteği ve yeterli kaynak arzını sağlamaları gerekmektedir. Pozitif örgütsel psikoloji enstrümanlarının doğru kullanılması neticesinde inovasyon uygulamalarının başarı şansında dikkat çekici artışlar olabilecektir. İşletmelerde süreklilik kazanmış bir inovasyon kültürünün doğal sonucu olarak, kazanılması güç fakat kaybedilmesi çok hızlı olan olumlu kurumsal itibarın tesis edilmesi sağlanabilecektir.

Emek yoğun bir iş ortamına sahip olan sanayi işletmelerinde inovasyon; sadece teknik boyutuyla ürün odaklı değerlendirilebilmekte, üst yönetim ve ar-ge gibi birimler haricinde gereken önemde yer bulamayabilmektedir. Değer temelli bir inovasyonun işletme iş ve süreçlerine dahil edilerek başarılı sonuçların alınması için süreklilik arz eden fakat esnek stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu stratejilerin başarılı olabilmesi maksadıyla çalışanların sistematik bir şekilde teşvik edilmesi, iç ve dış paydaşların görüş ve önerilerinin dikkate alınması yerinde olacaktır.

Kalıcı bir strateji geliştirme yolunda atılacak en önemli adımlardan biri organizasyonların organik yapıları içerisine dahil edilecek inovasyon iken, bir diğeri taklit edilmesi hayli güç ve genellikle zaman alıcı olan kurumsal itibarın işletmelere kazandırılmasıdır. Karşılıklı etkileşim içerisinde olan her iki kavramında, işletmelerde yer edinebilmesi, geçici heves boyutundan sürdürülebilir kalıcılık boyutuna geçebilmesi için örgütlerin iç dinamikleri olan çalışanlar ve örgüt grupları tarafından benimsenmesi ve uygulanması gerektiği kabul edilmelidir.

## Sınırlamalar ve gelecekteki araştırmalar için yönergeler

Çalışmanın uygulandığı bölge, sektör ve kapsam açısından bazı kısıtlar bulunmaktadır. İlk olarak, örneğimiz Türkiye'deki sanayi işletmeleri çalışanları ile sınırlıdır. Ülkelerin farklı kültür, ekonomik kalkınma ve refah düzeyine sahip olduğu düşüncesi ile araştırmanın diğer toplumlarda ve ülkelerde aynı veya benzer sonuçlar içermeyeceği değerlendirilmektedir. İkincisi, araştırma kapsamı sanayi işletmelerindeki çalışanları içerdiğinden, farklı sektör çalışanlarında uygulanmamış olması bir diğer sınırlılık olarak değerlendirilmektedir. Üçüncüsü, araştırma sınırlı sayıda çalışanın katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Evren büyüklüğü dikkate alındığında katılım sayısındaki azlık bir diğer sınırlılık olarak görülmelidir.

Bu çalışma, inovasyonun kurumsal itibar üzerindeki etkisinde örgütsel psikolojik sermayenin rolünü değerlendirmiştir. İleride yapılacak çalışmalarda, yeni değişkenlerin dahil edileceği veya mevcut değişkenlerin farklı açılardan ele alınacağı araştırmalar gerçekleştirilebilir. Araştırma kapsamı muhafaza edilerek farklı ülke veya sektörlerde yapılacak çalışmalar ise literatüre önemli katkılar sunabileceği gibi konunun derinlemesine incelenmesini de sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Avey, J. B. (2014). The Left Side of Psychological Capital: New Evidence on the Antecedents of Psychological Capital. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 21 (2), 141-149.
- Balaban, G. (2019). *İnovasyon ve Pazarlama*. Eftalya Kitap. İstanbul.
- Barnett, M.L., Jermier, J.M., & Lafferty, B.A. (2006). Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9 (1), 26-38.
- Barrena, R. & Sánchez, M. (2009). Using Emotional Benefits as a Differentiation Strategy in Saturated Markets. *Psychology and Marketing*, 26 (11), 1002-1030.
- Caning, M.C.M. & Edralin, D.M. (2019). Innovation practices of Entrepinays from Camarines Sur. *DLSU Business & Economics Review*, 28 (3), 80-90.
- Capraro, G. V. & Cervone, D. (2003). A Conception of Personality for a Psychology of Human Strength: Personality as an Agentic, Self-Regulating System. In L.G. Aspinwall and U.M Staudinger (Edt), *A Psychology of Human Strengths: Fundamental Questions and Future Directions for a Positive Psychology* (pp.61-74). DC: American Psychological Association, Washington.
- Caruana, A. & Chircop, S. (2000). Measuring Corporate Reputation: A Case Example. *Corporate Reputation Review*, 3 (1), 43-57.
- Chen, M. Y.C., Lam, L. W., & Zhu, J. N. Y. (2020). Should Companies Invest in Human Resource Development Practices? The Role of Intellectual Capital and Organizational Performance Improvements. *Personnel Review*, 1-18. <https://doi.org/10.1108/PR-04-2019-0179>
- Croucher, S. M., Zeng, C., & Kassing, J. (2016). Learning to Contradict and Standing Up for the Company: An Exploration of the Relationship Between Organizational Dissent, Organizational Assimilation, and Organizational Reputation. *International*

- Journal of Business Communication, 56 (3), 349-367.  
<https://doi.org/10.1177/2329488416633852>
- Çetin, F. & Basım, N. (2012). Örgütsel Psikolojik Sermaye: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 45 (1), 121-137.
- Çınaroğlu, S. & Şahin, B. (2012). Kurumsal İtibar ve İmajın Hastanelerin Performansı ile İlişkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30 (2), 27-56.
- Deephouse, D.L. (2000). Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories. *Journal of Management*, 26 (6), 1091-1112.
- Deniz, S., Çimen, M., Cizmeci, E., Erkoç, B., & Yüksel, O. (2017). Özel Hastane Çalışanlarının Kurumsal İtibar Algısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20 (1), 37-48.
- Dunbar, R.L. & Schwalbach, J. (2000). Corporate Reputation and Performance in Germany. *Corporate Reputation Review*, 3 (2), 115-123.  
<https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540106>
- Eberl, M. & Schwaiger, M. (2005). Corporate Reputation: Disentangling the Effects on Financial Performance. *European Journal of Marketing*, 39 (7/8), 838-854.
- Fisher, R.J. (1991). Durable Differentiation Strategies for Services. *Journal of Services Marketing*, 5 (1), 19-28.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A., & Sever, J.M. (2000). The Reputation Quotient: A Multi-Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *The Journal of Brand Management*, 7 (4), 241-255.
- Fombrun, C.J. & Van Riel, C.B.M. (1997). The Reputational Landscape. *Corporate Reputation Review*, 1 (1 and 2), 5-13.
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Melewar, T.C., & Foroudi, M.M. (2016). Influence of Innovation Capability and Customer Experience on Reputation and Loyalty. *Journal of Business Research*, 69, 4882-4889.
- Foster, C. (2016). Reputation Strategy and Analytics in a Hyper-Connected World. *Hiper Bağlı Bir Dünyada İtibar Stratejisi ve Analitiği*. Çeviren: Parlar A. (2019). Koç Üniversitesi Yayınları. İstanbul.
- Gallardo-Vázquez D, Valdez-Juárez L.E., & Castuera-Díaz Á.M. (2019). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. *Sustainability*, 11 (20), 5614, 1-28. <https://doi.org/10.3390/su11205614>.
- Gehani, R.R. (2013). Innovative Strategic Leader Transforming from a Low-Cost Strategy to Product Differentiation Strategy. *Journal of Technology Management and Innovation*, 8 (2), 144-155.
- Hall, R. (1993). A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 14, 607-618.

- Henard, D.H. & Dacin, P.A. (2010). Reputation for Product Innovation: Its Impact on Consumers. *Journal of Product Innovation Management*, 27 (3): 321-335.
- Höflinger, P.J., Nagel, C., & Sandner, P.G. (2017). Reputation for Technological Innovation: Does It Actually Cohere with Innovative Activity? *Journal of Innovation & Knowledge*, 3, 26-39. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jik.2017.08.002>.
- Kadıbeşegil, S. (2018). İtibar Yönetimi. 9. Baskı. Mediacat Kitapları. İstanbul.
- Kogabayev, T. & Maziliauskas, A. (2017). The Definition and Classification of Innovation. *Holistica*, 8 (1), 59-72.
- Larisch, L.M., Amer-Wählin, I., & Hidefjäll, P. (2016). Understanding Healthcare Innovation Systems: The Stockholm Region Case. *Journal of Health Organization and Management*, 30 (8), 1221-1241.
- Liu, C.H., Chang, A.Y.P., & Fang, Y.P. (2020). Network Activities as Critical Sources of Creating Capability and Competitive Advantage: The Mediating Role of Innovation Capability and Human Capital. *Management Decision*, 58 (3), 544-568. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2017-0733>
- Mahon, J.F. (2002). Corporate Reputation: Research Agenda Using Strategy and Stakeholder Literature. *Business Society*, 41: 415-445.
- Mattera, M., & Baena, V. (2015). The Key to Carving out a High Corporate Reputation Based on Innovation: Corporate Social Responsibility. *Social Responsibility Journal*, 11 (2), 221-241. <http://dx.doi.org/10.1108/SRJ-03-2013-0035>
- Morgan, T., Michael, O., & Robert D. J. (2021). Strategic Change and Innovation Reputation: Opening up the Innovation Process. *Journal of Business Research*, 132 (3), 249-259. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.055>.
- OECD/Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.
- Olmedo-Cifuentes, I. & Martínez-León, I.M. (2015). Human Capital and Creation of Reputation and Financial Performance. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 13 (3), 209-218.
- Pruzan, P. (2001). Corporate Reputation: Image and identity. *Corporate Reputation Review*, 4 (1), 50-64.
- Ramos-González, M.D.M., Rubio-Andrés, M., & Sastre-Castillo, M.Á. (2021). Effects of Socially Responsible Human Resource Management (SR-HRM) on Innovation and Reputation in Entrepreneurial SMEs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-29. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00720-8>.
- Ratten, V. (2015). Healthcare Organisations Innovation Management Systems: Implications for Hospitals, Primary Care Providers and Community Health Practitioners. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 3 (4), 313-322.

- Scott, S.G. & Bruce, R.A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37 (3), 580-607.
- Teeratansirikool, L., Siengthai, S., Badir, Y., & Charoenngam, C. (2013). Competitive Strategies and Firm Performance: The Mediating Role of Performance Measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63 (1&2), 168-184.
- Tucker, L. & Melewar, T. (2005). Corporate Reputation and Crisis Management: The Threat and Manageability of Anti-Corporatism. *Corporate Reputation Review*, 7 (4), 377-387.
- Türkiye İstatistik Kurumu. İşgücü İstatistikleri (Ocak 2021). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2021-37486>  
Erişim Tarihi: 03.03.2022.
- Webster, E. (2004). Firms' Decisions to Innovate and Innovation Routines. *Economics of Innovation and New Technology*, 13 (8), 733-745.
- Woolley, L., Caza, A., & Levy, L. (2010). Authentic Leadership and Follower Development. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18 (4), 438-448. <https://doi.org/10.1177/1548051810382013>
- Van Riel, C.B.M. & Balmer, J.M.T. (1997). Corporate Identity: The Concept, Its Measurement and Management. *European Journal of Marketing*, 31 (5/6), 340-355.

## **EXTENDED SUMMARY**

The aim of this article is to examine the relationship between innovation, corporate reputation and organizational psychological capital. In this context, the concepts of organizational psychological capital and innovation, which are considered as an input to the functions required for the effectiveness and efficiency of organizations, were examined and the interaction between these two variables was evaluated. In the continuation of the study, the role of corporate reputation in the assumed relationship between the variables was tried to be determined.

A research model has been developed based on the literature review of research using innovation, corporate reputation and organizational psychological capital questionnaires. The population of the research consists of 6,472,000 employees working in industrial enterprises in Turkey. Since it is not possible to reach the entire population, the research data were collected by using the convenience sampling technique in order to provide the most input, taking into account the time and cost constraints. The questionnaire, voluntary participation and information forms used for data collection were sent directly and electronically to the respondents. Participation in the study was completely voluntary and included all employees. 447 employees participated in the distributed questionnaire. As a result of removing the missing or incorrectly coded questionnaires from the data set, the research was carried out with 424 pieces of data.

The correlation analyzes performed before the hypothesis tests were used to examine the relationships between the variables. Accordingly, it is seen that a positive relationship between innovation and corporate reputation is confirmed by the sub-dimensions of both

variables. Similarly, positive relationships between innovation and organizational psychological capital and between organizational psychological capital and corporate reputation were also confirmed on the basis of sub-dimensions.

After the correlation analysis, first of all, the total effect of innovation, which was defined as the independent variable, on the dependent variable, corporate reputation, was examined in line with the research hypotheses. Accordingly, it seems possible to say that innovation predicts corporate reputation statistically significantly and positively. The second hypothesis of the study was established regarding the predictive effect of innovation on organizational psychological capital. The result of the hypothesis tested with the structural equation model reveals that innovation predicts organizational psychological capital in a statistically significant and positive way. The third hypothesis of the study was established regarding the predictive effect of organizational psychological capital on corporate reputation. The result of the hypothesis tested with the structural equation model reveals that organizational psychological capital predicts corporate reputation in a statistically significant and positive way. Finally, it was examined whether organizational psychological capital plays a mediating role in the relationship between innovation and corporate reputation. The results of the analysis show that when all variables are included in the model, the direct effect of the independent variable on the dependent variable continues with the decrease in the beta coefficient and that innovation indirectly affects corporate reputation through organizational psychological capital.

The implementation of the research in a specific sector and population brings some limitations. Therefore, the research can be carried out by focusing on different occupational sectors, occupational groups and considering more longitudinal studies in a more accurate and generalized understanding. Research results can be considered as an input to the functions necessary for the effectiveness, efficiency and sustainability of organizations. This article is the first study to examine the link between the beliefs and components of industrial enterprises employees about innovation, corporate reputation and organizational psychological capital.

## Hilafetten Saltanata Hilafet Anlayışında Meydana Gelen Dönüşüm Üzerine Genel Bir Bakış (Hulefâ-yı Râşidîn-Emevîler Dönemi)<sup>\*†</sup>

Yusuf KAYA \*\*

### Öz

Hiz. Peygamber kendisinden sonra devletin başına kimin geleceği konusunda açık bir beyanda bulunmamıştır. Onun vefatından sonra Ensâr ve Muhâcir arasında halifenin kim olacağı hususunda bir anlaşmazlık söz konusu olmuştur. Bu anlaşmazlık Hiz. Ebubekir'e biat edilerek çözüme kavuşmuştur. Hiz. Ebubekir'in halife seçilmesiyle İslam tarihinde dört halife dönemi başlamıştır. Bu dönemde halife seçilme kriterleri arasında Resulullah'a yakınlık, ehliyet ve fazilet gibi özellikler aranmıştır. Ancak bu dönemde halife seçiminde uygulanan belirli bir sistemin olmadığı görülmüştür. Buna karşılık Muâviye'nin hilafete gelmesiyle bu konudaki belirsizliği yeni bir sistemle çözüme kavuşturduğu gözlemlenmiştir. Bu sistemin adı veliahtlık sistemidir. Bu sistemle iş başına gelen Emevî halifeleri kendilerine birtakım ilkeler edinmişlerdir. Bu çalışmada bu geçiş sürecinden bahsedilecek ve bu ilkeler hakkında bilgi verilecektir. Bu konu hakkında değerlendirme yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Hulefâ-yı Râşidîn, Emevî Devleti, Halifelik, Veliahtlık.

### *An Overview Of The Transformation In The Understanding Of The Caliphate From The Rashidun Caliphate To The Umayyad Sultanate*

### Abstract

The Prophet hasn't made a clear statement about who will take over the state after him. After his death, there was a dispute between Ensâr and Muhâcir over who would be the caliph. This dispute was resolved by pledging allegiance to Ebubekir. Rashidun caliphate periods began in Islamic history with the election of Ebubekir as caliph. During this period, the criteria for choosing a caliph included proximity to the Messenger of God, driver's license and virtue. However, during this period, it was observed that Muâviye resolved the uncertainty in this regard with a new system when he came to the caliphate. Umayyad caliphs who came to work with this system, the Emevî Umayyad caliphs who came to work have adopted a number of principles for themselves. This issue will be evaluated.

**Keywords:** The Rightly Guided Caliphs, Umayyad State, Caliphate, Crown Prince.

\* Bu çalışmanın özet metni I. Uluslararası Rahva Teknik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi'nde sunulmuştur.

† Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, yusuf29kaya84@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-2069-2078

Atıf yapmak için / To cite this article: Kaya, Y. (2022). Hilafetten Saltanata Hilafet Anlayışında Meydana Gelen Dönüşüm Üzerine Genel Bir Bakış (Hulefâ-yı Râşidîn-Emevîler Dönemi). Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2): 54-68.



## GİRİŞ

Kelime anlamı itibarıyla arkadan gelme ve ardıl olma anlamlarına gelen halifelik, kökeni itibarıyla Medine’de Hz. Peygamber tarafından tesis edilen İslam devletinde Peygamber’in vefatı sonrası Sahabenin, dinî ve örfî kaynaklardan yararlanarak formüle ettiği siyasî yönetimin adıdır. Hz. Ebubekir’in seçilmesi ile birlikte Hulefâ-yı Râşidîn dönemi başlamıştır. Bu dönemde seçilen halifelerin seçim kriterleri bulunmaktadır. Bu kriterler arasında Hz. Peygamber’e yakınlık, Şûra ve ehliyet gibi seçilen kişide şartlar aranmaktadır. Ancak Emevî Devleti ile birlikte bu sistemde büyük değişiklikler yaşanmıştır. Emevîler, Muâviye b. Ebû Süfyân’ın hilafeti Hz. Hasan’dan anlaşma yoluyla almasıyla birlikte İslam devletinin yöneticiliğini üstlenmiş olan bir ailenin, hanedanın adıdır.(Taberi 1387a:162) Emevîlerin İslam tarihinde kendisine mahsus en belirgin özelliği İslam Devleti’nin yönetim şeklinde büyük bir değişiklik yapmış olmalarıdır. Bu değişiklik, babadan oğula ya da aile içi fertlerde değişen, velayet sistemidir. Emevîler İslam toplumunun yönetimini devraldıktan sonra diğer halifelerden farklı olarak yönetime gelmek için bazı kural ve şartlar uygulamışlardır. Bu kurallar yazılı olmayıp uygulama olarak gelmiştir ve halifelerin hayatlarına bakılarak belirlenmiştir.

Bu konuyu daha iyi kavrayabilmek için önce Hulefâ-yı Râşidîn dönemi halifelerin, hilafete nasıl geldiklerini bilmek gerekmektedir. Daha sonra ise Emevî Devleti’ni kurup veliaht sistemini getiren Muâviye b. Ebû Süfyân’ı ve onun nezdinde Emevî ailesini tanımak lazımdır. Muâviye b. Ebû Süfyân miladi 602 veya 603 yılında Mekke’de dünyaya gelmiştir.(Ayca 2014:25) Muâviye o günün Mekke’sinde aile ve ekonomik bakımından şehrin toplumunun yüksek kesimindedir. Muâviye’nin babası Ebû Süfyân ve annesi de Hint b. Utbe’dir. Bu sebeple Muâviye o dönemde Mekke’de en şerefli kabile olan Kureyş kabilesinin Ümeyyeoğulları kolundandır. Kâbe’nin hizmetleri sebebiyle süregelen Abduşşems ve Haşimoğulları arasında anlaşmazlıklar vardır. Bu sebepten Hz. Peygamber Haşimoğullarının içinden çıkınca Emevîlerin İslam’ı seçmeleri Mekke’nin fethinden sonra gerçekleşti. Nitekim Muâviye ve ailesinin İslam’a girişi Mekke’nin fethinden hemen sonradır. (İbn Kuteybe 2011:192)

Ebû Süfyân, İslam’a girdikten sonra Mekke’de sayılı okuma yazma bilenlerden biri olan oğlu Muâviye’yi Hz. Peygamber’e söyleyerek Muâviye’nin vahiy kâtipliği yapmasını istemiş ve Hz. Peygamber bunu kabul ettiği rivayet olunmuştur.(el-Belazuri 2013:541) Ebû Süfyân ve ailesi İslam’a girdikten sonra babasının riyaset makamına yükselmesiyle birlikte Muâviye, babasının yanında devlet işlerinde genç yaşta deneyim kazanmaya başlamıştır. Bu onu ilerideki yaşayacağı hadiselerde hem tecrübe kazanmasına hem de Kureyş kabilesinin ileri gelenlerinden sonraki olaylar karşısında kendisine destek bulmasına sebep olmuştur. Muâviye’nin önemli Arap dâhilerinden biri kabul edilmesiyle(Yüksel t.y.:350) birlikte hitabet gücünün etkili olması, parayla çözülecek olaylarda kılıçtan kaçınması gibi türlü hileleri bilip kullanması, Şam bölgesinin fethinde kardeşi ile birlikte aktif rol alması onu ilk iki halife döneminde öne çıkarmıştır.(el-Belazuri 2013:149)

Hz. Peygamber’in vefatından sonra Hulefâ-yı Râşidîn dönemi yaşanmıştır. Bu dönemde halifeler gerek Hz. Peygamber’e yakınlıkları gerek liyakatleri ve o dönemin toplumu olan sahabîlerin umum kabulü ile başa gelmişlerdir. Ancak Hz. Osman dönemi fetihlerinden sonra sınırların genişlemesi, farklı kültürlerle tanışılması devlete bazı yenilikler yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu dönemlerde halifenin belirlenmesi hariç birçok alanda bu yenilikler yapılmıştır. Emevî hilafeti ile birlikte Muâviye muallak olan halife seçimindeki esasları değiştirmiştir. Kendinden önce süregelen umurun kabulü anlayışından veliahtlık sistemine geçmiştir. Bu geçiş esnasında ilk defa bu yöntemle karşılaşan toplum, bu olaya tepkiler vermiştir. Bu tepkilerle birlikte yönetime gelen Emevî halifeleri kendi iktidarlarını korumak istemiştir. Bu noktada Emevî ailesi de halifelerine maddi, manevi yardımlar yapmışlardır.

Bizler de bu çalışmamızda tarihi olaylar ışığında Hulefâ-yı Râşidin döneminde halifeler nasıl hilafete geldiler? Bu dönemler de Muâviye hangi görevlerdeydi? İktidarı aldıktan sonra Muâviye sistemi nasıl değiştirdi ve sistem için neler yaptı? Bu sistemin ilk veliahtı olan Yezîd b. Muâviye bu işe layık mıydı? Emevî ailesi ona nasıl destek verdi? Halk, Yezîd'in hilafetine nasıl tepkiler verdi? İktidara gelen Emevî halifeleri kendi aralarında yaşanan gerginliklerde hangi çözüm metodlarını kullandılar? Emevîler iktidardan nasıl düştüler? Sorularına cevaplar bulacağız. Böylece Emevî halifelerinin devlet yönetiminde temel aldıkları ilkeleri de belirlemiş olacağız.

## 1. HULEFÂ-YI RÂŞİDİN DÖNEMİ

### 1.1. Hz. Ebubekir Dönemi (632-634/H.11-13)

Hız. Peygamber vefat ettiğinde daha defin işlemi yapılmadan Ensâr, Sakîfetü Benî Sâide'de Sa'd b. Ubâde'ye biat etmek üzere toplandılar. Bu durum Hz. Ebubekir'e haber edilince o da beraberinde Hz. Ömer ve Ebû Ubeyde b. Cerrâh ile Ensâr'ın bulunduğu yere gitti. Hz. Ebûbekir Ensâr'a: "Bu ne oluyor?" diye sordu. Ensâr: "Bizden bir emir, sizden bir emir olsun" dediler. Hz. Ebubekir "Emirler bizden vezirler sizden" dedikten sonra Hz. Ömer ile Ebû Ubeyde b. Cerrâh'dan birini halife seçmeleri için tavsiyede bulundu. Bunun üzerine Hz. Ömer erken davranarak, Hz. Peygamber'in öne geçirdiği kişiyi hanginiz gönül hoşluğuyla geri bırakabilir? diye soruyu o ortamdakilere yöneltti. Bu sorunun arkasından da Hz. Ebubekir'e biat etti ve oradaki Ensâr'da Hz. Ebubekir'e biat etti. (İbnü'l Esîr 1407a:189) Hz. Ebubekir'in bu şekilde halife seçilmesi tartışma konusu olmuştur.

Hız. Ömer kendi hilafet döneminde bu tür tartışmaları bitirmek için Hz. Ebubekir'in halifeliğinin hemen oluverdiğine gelmediğini ifade etmiştir. Devamında da Hz. Ebubekir'in, Hz. Peygamber vefat ettikten sonra en hayırlılarının olduğunu ve yanında ondan fazla kimseye daha fazla hürmet edilemeyeceğini demiştir. (İbnü'l Esîr 1407a:190) Başka bir rivayette ise Hz. Ömer'in Sakîfe'de Hz. Ebubekir'e biat ederken "Bizler senin başına emir olamayız, sen Muhâcirlerin en faziletlisin ve İslam dininin en değerli buyruğu olan namazda Hz. Peygamber'in halifesisin." dediği anlatılmıştır. (İbnü'l Esîr 1407a:193)

Söz konusu rivayetler esas alındığında Hz. Ebubekir'in halifeliğe sahabenin çoğunluğunun onayı ile geldiği görülmektedir. Bu rivayetlerden de görüyoruz ki sahabenin halife kriterleri arasında dikkat ettikleri önemli hususlardan biri de Hz. Peygamber'in sünnetine dikkat etmesi ve onu yaşamasıdır. Bu sebepten ötürüdür ki Hz. Ebubekir'in halife olmasını isteyenler onun kişisel özelliklerinden ve üstünlüklerinden bahsetmiştir. (Parlak 2012:135) Böylece Hz. Ebubekir'in hilafete gelmesinde yaşantısı, ahlakı, Hz. Peygamber'e yakınlığı itibarıyla en önde gelen olması ve bunu diğer sahabenin de kabul etmesidir.

### 1.2. Hz. Ömer Dönemi (634-644/ H.13-23)

Hız. Ebubekir vefatından kısa bir süre önce, Abdurrahmân b. Avf'ı yanına çağırarak Hz. Ömer hakkında ne düşündüğünü sordu. O da Hz. Ömer'in çok değerli bir insan olduğunu ancak biraz sertliğinin olduğunu söyledi. Bunun üzerine Hz. Ebubekir, Hz. Ömer'in sertliğinin sebebi olarak kendisini insanlara karşı yumuşak görmesidir dedi. Eğer hilafet işinin ona düşmesi halinde bugün yaptıklarının pek çoğunu yapmayacağını söyledi. Hz. Ebubekir, Hz. Ömer'den bahsederken onu uzun bir zaman gözetlediğini söyledi. Hz. Ebubekir daha sonra Hz. Osman'ı yanına çağırarak Hz. Ömer hakkında ne düşündüğünü sordu. Hz. Osman da onun hakkında aramızdakilerin en hayırlısıdır cevabını verdi. (İbnü'l Esîr 1407a:272) Bunun üzerine Hz. Ebubekir, Hz. Ömer hakkında sahabeye görüşmeye devam etti.

Talha b. Ubeydullâh halifenin Hz. Ömer hakkında soruşturma yaptığını duyunca onun yanına gidip insanların Hz. Ömer'den çekindiklerini söyleyerek onun sertliğinden şikâyet etti. Hz. Ebubekir'e ümmeti Hz. Ömer ile baş başa bırakıp, Rabbinle kavuşmaya gidersen eğer Rabbine bu konu hakkında ne diyeceksin diye sordu. Hz. Ebubekir de "Senin halkın üzerine halkının en hayırlısını halife bıraktım" diye cevap verdi. Bunun üzerine Hz. Osman'a bir ahitname yazdırarak mescitte herkese okuttu. Ahitte kendilerine Hz. Ömer'i halife olarak seçtiğini ve onu gönül hoşnutluğu ile kabul edip etmediklerini sordu. Mescitte bulunanlar da gönül hoşnutluğu ile kabul ettiklerini söylediler. Bundan sonra da Hz. Ömer'e tavsiyelerde bulundu. (İbnü'l Esîr 1407a:273) Daha sonra Hz. Ebubekir vefat etti ve Hz. Ömer halife oldu. (İbnü'l Esîr 1407a:277) Hz. Ömer'in halife olması olayında Hz. Ebubekir'in uyguladığı yöntem çok önemlidir. Önce Hz. Ömer'i gözlemlemesi, onun hakkında sahabenin önde gelenlerinin düşüncesini alması ve mescitte ona biat edilmesini istemesi oldukça dikkat çekicidir.

### 1.3. Hz. Osman Dönemi (644-656/H.23-35)

Hz. Ömer bir suikast sonucu yaralandığında, ondan kendi yerine birini veliaht tayin etmesini istediler. Hz. Ömer onlara şöyle dedi: "Şayet Ebû Ubeyde b. Cerrâh hayatta olsaydı onu yerime halife bırakırdım, çünkü Hz. Peygamber'in Ebû Ubeyde bu ümmetin emindir" dediğini işittim. Eğer Ebû Hüzeyfe'nin kölesi Sâlim hayatta olsaydı onu bırakırdım, çünkü Hz. Peygamber'in "Sâlim, Allah'a şiddetle muhabbet besleyen kişidir." dediğini duydum. Orada bulunanlardan biri de Hz. Ömer'den oğlu Abdullah'ı veliaht tayin etmesini istedi. Hz. Ömer bu soruya sinirlenerek Hattâb ailesinden bu zorlu ve hesabı ağır iş için ailesinden bir kurban olmasının yeteceğini söyledi. Bu işin Şûra'ya bırakılarak onların kendisinden sonra daha hayırlı birini seçeceğini söyledi. (İbnü'l Esîr 1407a:459)

Sonra orada bulunanlara Hz. Peygamber'in "Bunlar cennet ehliendir." dediği "Hz. Osman, Hz. Ali, Sa'd b. Ebû Vakkâs, Talha b. Ubeydillâh, Abdurrahmân b. Avf ve Zübeyr b. Avvâm'a bu işi havale ettim. Onlar kendi aralarında birini seçsin" demiştir. Ertesi gün bu altı kişiye mektup göndererek yanına çağırdı. Onlara, sizi bu ümmetin reisi ve ileri gelenleri olarak görüyorum, dedi. Bu halifelik işini mutlaka sizin aranızdan birisine vermenizi istiyorum, dedi. Çünkü Hz. Peygamber sizden razı olarak bu hayattan göçmüştür, dedi. Heyet bir araya geldi ancak ilk görüşmede sonuç alınmadı. Hz. Ömer o ortamda bulunanlara üç gün içinde bu Şûra'da karar alınmasını ve dördüncü gün muhakkak birinin seçilmesi gerektiğini söyledi. Oğlu Abdullah'ı da halife adayı olmamak kaydıyla Şûra heyetine müşavir olarak atadı. (İbnü'l Esîr 1407a:460) Hz. Ömer şehit olunca, onun belirlediği Şûra toplanarak Hz. Osman'ın halife olmasına karar verdi. (İbn Kesîr 1417a:208).

Tüm bunları ele alınca Hz. Osman'ın halife seçilmesinde de ahlakı, ümmetin ileri gelenlerinden olması, halifelik işine layık olması, Hz. Peygamber'e yakın olması ve ümmetin Hz. Osman'ın halifeliğini kabul etmesi gibi pek çok sebep söylenebilir. İslam aleminin üçüncü halifesinin seçiminde de ümmetin ittifakını görüyoruz. Şûra'dan Hz. Osman kararının çıkmasının birden çok sebebi vardır. Hz. Ömer'e kendisinden sonra halife olarak oğlunu bırakması tavsiye edilmesine rağmen kabul etmeyip ümmetin önde gelenlerinden bir heyet kurarak içlerinden birini halife olarak seçmelerini istemesi son derece dikkat çekicidir.

Bu dönemde başlığımızın temelini oluşturan Emevî ailesi çok büyük güç kazandı. Bu sebepten ötürü burada hem Muâviye'nin hem de Emevî ailesinin icraatlarından kısaca bahsetmek gerekir. Hz. Osman'ın hilafeti ile uzun bir zamandan sonra Ümeyyeoğulları yönetimi ele aldı. Onlar, Hz. Osman'ın akrabalarına aşırı bağlılığını kullanarak halifeye Hz. Ömer döneminden kalan Şam Valisi Muâviye hariç bütün valileri değiştirdiler. Böylece Ümeyyeoğulları devletin

önemli kademelerine hep akrabalarını getirdiler.(Aycan 2014:75) Emevî ailesi, Hz. Osman'ın hilafeti ile birlikte inanılmaz bir güç elde etti ve Hz. Osman'dan sonra da yönetimi bırakmayacak şekilde bir program çevresinde ilerlediler. Tüm bu imkanların sonucu olarak Hz. Ali'nin hilafet yıllarında Ümeyyeoğullarının toplum içerisinde kargaşa çıkarttıracak kadar güçlerinin olduğunu gördük.(Sarıçam 2015:253)

#### 1.4. Hz. Ali Dönemi (656-661/H.35-40)

Hz. Osman şehit edilince Hz. Peygamber'in ashâbı, Muhâcirler ve Ensâr, kalabalık bir cemaat halinde Hz. Ali'ye gelerek ona şöyle dedi: “İnsanlara mutlaka bir imam, yani devlet başkanı gerekiyor.” dediler. Hz. Ali de onlara cevaben: “Benim bu işinize herhangi bir müdahalem olmaz, siz kimi uygun görür ve seçersiniz ben de ona razı olurum.” dedi. Onlar da Hz. Ali'ye bu iş için senden daha ehil ve hak sahibi kimseyi görmüyoruz dediler. Ayrıca senin Hz. Peygamber'e akrabalık ve yakınlığın herkesten daha üstündür dediler.(İbnü'l Esîr 1407b:81)

Tüm bu ısrarlara rağmen Hz. Ali temkinli davrandı. İsrarların sonunda ise kendisine yapılacak biatin gizli olmaması için mescitte yapılmasını istedi. Mescidde Hz. Ali'ye ilk biat eden Talha b. Ubeydullâh sonra Zübeyr'dir. Daha sonra da Müslümanlar sırayla biat ettiler.(İbnü'l Esîr 1407b:81)

Hulefâ-yı Râşidîn'in son halifesi Hz. Ali'nin de hilafete seçilmesinde ehil olmasının etkili olduğunu görüyoruz. Bunu Hz. Osman isyancılar tarafından şehit edilmiş ve ortalık kargaşa halinde iken insanların halifelik makamı için Hz. Ali'ye ısrar etmelerinden anlıyoruz. Tabi bir de Hz. Ali'nin Hz. Peygamber'e yakınlığını da belirtmeleri hilafete uygun olmasının başka bir sebebidir.

Genel olarak Hulefâ-yı Râşidîn dönemine baktığımızda Şûra, ehliyet ve adalet ilkelerinin ön planda olduğunu görüyoruz. Bu ilkeler benimsenmiş ve uygulamaya konulmuştur.(Özkan 2015:102-3) Seçilen halifeler de gerek ahlaki gerek de siyasi yönleriyle ümmetin ön planına çıkmış insanlardır. Onların bu iki yönlerinin yanında Hz. Peygamber'e arkadaş ve aile bakımından yakın olmalarıdır. Halifenin herkesten biat almasının önemli sebeplerinden biri de “Ümmetin bu dönemde aynı zaman da asker olmasıdır. Askerin üzerine ittifak etmediği bir halifenin siyasi otoritesi düşünülemez. Fakat Emevîlerle birlikte her şeyin bir devlet mefhumuna dönüştüğünü ve bu konularda belirli sistemlerin getirildiğini gördük.(El-Cabiri 2020:280-81) Bu devlet mefhumuna Hulefâ-yı Râşidîn döneminde kurallaşmış bir halife seçim yönteminin olmayışı, Muâviye'nin veliahtlık sistemini getirmesini örnek verebiliriz.

Bu dönemden sonra asıl konumuz olan Emevîler'de hilafetin işleyişindeki temel konuları tarihi olaylar üzerinden ele alacağız.

## 2. MUÂVİYE'NİN HİLAFETİ (661-680/H.41-60) VE VELİAHTLIK SİSTEMİ

Muâviye'nin hilafete geliş kısmında konumuzun temeli itibariyle önemlidir. Çünkü Muâviye'ye hilafete gelmesinde ailesinin desteğini görüyoruz. Hz. Ali ise halifelik makamında daha otoritesini tam kurmadan muhalefeti ondan Hz. Osman'ın kanını dökenleri bulup cezalandırmasını istemesi onu zor bir duruma sokmuştu. Bunlardan bazıları, Hz. Ayşe, Zübeyr, Talha ve diğer bir kısım sahabe olup ondan Hz. Osman'ın katillerini bulmasını istiyorlardı.(el-Yakubî 1384:169)

Bu konuda ısrarları üzerine iki tarafı Cemel'de karşı karşıya getirdi. Burada konumuz çerçevesi bakımından Cemel Vakası'nı anlatmaktan ziyade, gruptakilere bakmaktır. Cemel

Vakası, Hz. Ali'nin Muâviye'nin üstüne gitmesini ertelemiş ve ona zaman tanımıştı. Cemel gurubunda; Emevî ailesi, Hz. Osman döneminde geldiği makamları korumak için ellerinden geleni yaparak Cemel Vakası'nda da Hz. Ayşe, Talha ve Zübeyr'den taraf olmuşlardı. Böylece Hz. Ali'nin karşı safına geçmişlerdi. Ümeyyeoğullarının önde gelen isimlerinden Mervân b. Hakem, Velîd b. Ukbe ve Sa'd b. El Âs Mekke'ye geçerek Cemel grubuna dahil oldular ve diğer Ümeyyeoğulları ise de Medine'den katılmışlardı.(Sarıçam 2015:257)

Cemel grubunun içindeki tüm gruplar aslında kendi emelleri için bir araya gelmişlerdi. Fakat Hz. Osman'ın kanını ise halifeye karşı bahane ediyorlardı.(Aycan 2014:102) Burada Muaviye'nin Cemel'e karşı tutumu önemlidir. Çünkü Muâviye'ye bir Emevî mensubu olarak Hz. Ali'ye karşı Cemel safında olması gerekirken o tam tersi Cemel'e katılmamıştır. Hatta Cemel'e katılanların savaşı Şam'da yapılması teklifini de kabul etmemiştir. Tüm bu ince hesapların yapıldığı Cemel savaşını Hz. Ali'nin ordusu kazanmıştır. Çok büyük kayıpların verildiği bu savaşta Zübeyr, Talha gibi sahabîlerin önde gelen isimleri de hayatını kaybetmişlerdir.(İbn A'sem 1411:471)

Cemel'den sonra Hz. Ali, Muâviye ile Sıffin Savaşı'nda karşı karşıya gelmiştir. Sıffin Savaşı'nı Hz. Ali kazanmak üzereyken mızraklara takılan Kur'an yaprakları ile olay tahkime taşınmıştır. (Halife bin Hayyât 1405:191-92) Hz. Ali Sıffin Savaşı'ndan sonra Muâviye'nin türlü türlü hileleri ile uğraşırken Kûfe'de bir Harici olan Abdurrahman b. Mülcem tarafından zehirli hançerle suikaste uğrayarak şehit edilmiştir. Hz. Ali'den sonra Hz. Hasan'a biat edilmiştir.(Halife bin Hayyât 1405:199)

Muâviye, Hz. Hasan'dan halifeliği aldıktan sonra diğer beldelerden de aldığı biatlerle halifeliğini İslam aleminin hepsine kabul ettirmiştir. Bu devir teslim ile Hulefâ-yı Râşidîn dönemi bitmiş artık Emevî Devleti dönemi başlamıştır.

## 2.1 Velihtlık Sistemi

Muâviye döneminin en önemli icraatlerinden biri velihtlık sistemidir. Velihtlık sistemini, kendisinden sonra halifenin yerine kimin geçeceğini daha hayattayken vefat etmeden seçme veya ilan etme olarak ifade edebiliriz. Bu sistem ne İslam öncesi Arap-kabile sistemine ne de dört halife dönemindeki Şûra sistemine benzemiştir. Bunu İslam alemindeki Müslümanların başına oluşturup sistemleştiren ilk kişi Muâviye b. Ebû Süfyandır. Bu velihtlık, Hz. Osman'dan itibaren yönetimde nasıl kalabiliriz hesabını ve planlarını yapan Emevî ailesi için muazzam bir sistemdir.

Bu sisteme her ne kadar Müslümanlar yabancı ise de Muâviye'nin Şam Valisi olması sebebiyle Bizans ve Sâsânî imparatorlukları hüküm süren bu sistemden haberdar olmadığını dersek yanlış yapmış oluruz. Zira bu fikri Muğîre b. Şûbe'nin Muâviye'nin aklına girmesinde sebep olduğu söylenir. Şöyle ki Muğîre b. Şûbe'yi Kûfe valiliğinden azlını engellemek ve görevden affını istemeye Şam'a gitmiştir. Şam'da Muâviye'nin oğlu Yezîd'in aklına girmiştir. Yezîd'in de babasına bu konuda baskı yaptığını kaynaklar bize göstermiştir. Muğîre bu fikrini Muâviye'nin önünde de beyan ederek Hz. Osman döneminden beri dökülen kanları ve ihtilafları hatırlatmıştır. Kendisinde sonra böyle ihtilafın çıkmaması için oğlu Yezîd'e biat almasını tavsiye etmiştir. (İbnü'l Esîr 1407a:349)

Muâviye'nin oğlunu veliht tayin etmesinin altında ikinci bir neden olarak ise Emevî-Hâşimi mücadelesi de sebep olmuştur. Zira Hz. Hüseyin'in hayatta olması, Muâviye'yi hilafet işini sağlama almasına neden olmuştur. Muâviye'ye velihtlık konusunda tavsiyede ilk bulunanın babası olduğu da söylenmiştir. Ebû Süfyân'ın, Hz. Osman ile birlikte hilafeti Emevîler arasında devretmesi gerektiğini söylemiştir.(Sarıçam 2015:300-301)

Arap dehalarından olan Muâviye'nin bu duruma karşı Yezîd'in prestijini artıracak şeyler yaptığı görülüyordu. Muâviye, Yezîd'i büyük vilayetlerde valilikten ziyade İstanbul kuşatmasına komutan olarak göndermesi aslında onun için artı olacaktı.(Vekîl 1995:176) İstanbul Muhasarasından sonra halk nezdinde itibarı daha da artması için onu hac emiri olarak vazifelendirdi.(Kılıç 1999:55)

Emevî ailesi bu durumu iyi karşıladı. Ancak Medine valisi olan Mervân b. Hakem'den Ziyad'a kadar hemen hemen bütün Emevî ailesi Yezîd'in bu vasıfları taşımadığı kötü alışkanlıklarının olduğunu ve bunu terk etmesi durumunda kabulünü istiyorlardı.(Aycan 2014:203) Ancak tüm bunlara rağmen Muâviye oğlu Yezîd için yedi yıl biat almaya uğraştı. Önce Yezîd için halk nazarında teşebbüslerde bulundu. Daha sonra elçilerle görüşüldü. Irak ve Şam'dan biatlar alındı. Tüm bu biatlerden sonra Hicaz Bölgesine yöneldi. Çünkü Medine'nin Yezîd'i benimsemesi ve kabul etmesi demek bir nevi umurun kabulü demekti.(Kılıç 1999:91) Gerek hac mevsiminde Mekke'ye gelenlerden gerekse başka şehirlerden gelen heyetlerle bu konuyu ikna için konuştu. Böylece Hz. Hüseyin, Abdullah b. Abbâs ve Abdullah b. Zübeyr gibi birkaç sahabe hariç genelin biatını aldı.(Halife bin Hayyât 1405:213-18)

Muâviye oğlu Yezîd'in kendisinden sonra halife olabilmesi için yaklaşık yedi yıl uğraştı. Bu kadar uzun süre uğraşmasının sebeplerinden biri de o döneme kadar oturmuş bir halife seçim sisteminin olmayışıdır. Kendisinin getirdiği veliahtlık sistemi İslam aleminde ilk defa uygulandı. Bu dönemde Yezîd'e tepki verilmesinin sebepleri vardı. Bu sebepler olarak sistemin yabancılığı, Yezîd'in döneminde kendisinden halk nazarında daha üstün ve ehil insanların bulunması gösterilmektedir.

### 3. YEZİD B. MUÂVİYE'İN HİLAFETİ (680-683/H.60-63) VE HİLAFETİNE KARŞI VERİLEN TEPKİLER

Muâviye H.60/680 yılında vefat etti ve aynı yılın Receb ayında Yezîd'e biatte bulunuldu. Medine, Mekke, Basra ve Kûfe Valileri Yezîd'e biatte bulundu. Yezîd hilafetteki ilk icraatlarından biri veliahtken kendisine biat etmeyenlerin biatını almak istemesi oldu. Yezîd, Medine valisi Velîd b. Utbe b. Ebû Süfyân'a mektup yazarak Muâviye'nin öldüğünü bildirdi. Daha sonra ikinci bir mektup yazarak kendisine biat etmeyen Hz. Hüseyin, Abdullah b. Ömer ve İbn Zübeyr'den kendisine zorla da olsa biat almasını istedi.(İbnü'l Esîr 1407b:377)

Yezîd'in bu biat çağrısına Abdullah b. Ömer ilk başlarda çekimser kalsa da daha sonra olumlu cevap verdi. Ancak Hz. Hüseyin ve İbn Zübeyr bu çağrıya sıcak bakmadılar.(İbnü'l Esîr 1407b:379) Bundan sonra Yezîd ile Hz. Hüseyin arasında Kerbelâ Olayı vuku buldu. İlk başta biat eden ve daha sonra da bu biatlerinden vazgeçen Medineliler ile de arasında Harre Vakası vuku buldu. Bu olayın hemen peşine de İbn Zübeyr için Mekke Muhasarası olayı vuku buldu.

#### 3.1.1.Kerbelâ Olayı (H.61/680)

İlk tepki olarak Kerbelâ hadisesinden kısaca bahsedelim. Kûfeliler, Muâviye vefat edince Hz. Hüseyin, Abdullah b. Ömer ve İbn Zübeyr'in Yezîd'e biat etmediklerini öğrendiler. Onları Yezîd'e karşı kıskırtmak istediler ve Hz. Hüseyin'e mektup yazdılar.(İbnü'l Esîr 1407b:385) Hz. Hüseyin bu mektuba cevaben amcasının oğlu Müslim b. Akîl'i gönderdi. Müslim, Kûfe'ye göndermesinin sebebi oradaki durumu ve kendisine verilecek desteği öğrenmekti.(İbnü'l Esîr 1407b:386) Müslim, Hz. Hüseyin'e mektup gönderdi. Mektupta kendisine 18.000 kişinin biat ettiğini yazdı. Bunun üzerine Hz. Hüseyin Kûfe'ye doğru yola çıktı.(İbnü'l Esîr 1407b:396) Müslim'in bu faaliyetlerinden haberdar olan Yezîd, Ubeydullah b. Ziyâd'ı görevlendirdi. Ziyâd

yaptığı araştırmalar sonucunda Müslim b. Akîl'i yakalatıp, öldürttü.(İbnü'l Esîr 1407b:397) Hz. Hüseyin Kûfe'ye doğru yola çıktı. Bu haberi alan Ziyâd, emniyet kuvvetlerinin başında olan Husayn b. Numeyr'i gönderdi. Hz. Hüseyin'e yolda karşılaştıkları herkes gitmemesini tavsiye etti. Hz. Hüseyin gitmekten vazgeçmedi.(İbnü'l Esîr 1407b:402-3) Hz. Hüseyin yolda giderken Müslim'in öldürüldüğü haberini öğrendi. Aralarından biri Hz. Hüseyin'e buradan geri dönmeyi teklif etti. Çünkü artık Kûfe'de ne bir yardımcın ne de bir taraftarın kalmadığını söyledi. Bu konuşma sırasında Müslim'in oğulları: "Ya intikamımızı alırız ya da bu yolda ölürüz." dediler. Hz. Hüseyin'in de bunun üzerine bütün bunlardan sonra yaşamının hayrı kalmamıştır, dediği rivayet edilir.(İbnü'l Esîr 1407b:403) Hz. Hüseyin'in, Yezîd'in gönderdiği orduyla yaptığı çatışmadan sonra beraberindekilerle birlikte şehit oldular. Bu hadise H.61/680 yılının Muharrem ayının onuncu gününde, Kerbelâ adı verilen mevkide vuku buldu.(İbnü'l Esîr 1407b:432)

Kerbelâ hadisesi genel itibariyle siyasidir. Hz. Hüseyin'in şehit edilmesindeki temel olgu Emevîlerin onu siyasi rakip olarak görmesinden kaynaklanmaktadır.(Onat 2007:6-7) Söz konusu süreç Hz. Hüseyin'in Yezîd'in halifeliğine biat etmemesi ile başlamıştır. Bu yoldan da tüm imkanların Yezîd'in elinde olmasına rağmen dönmemesi ile devam etmiştir. Hz. Hüseyin'in şehadetiyle son bulan bu hadise Yezîd'in halifeliğine karşı olarak değerlendirilen olaylardan biridir.

### 3.2. Harre Vakası (H.63/682-683)

Harre Vakası'nın oluşmasında hem ekonomik hem de dini boyut vardır. Yezîd'in Medine halkına tehdit içeren mektubu mescitte okutması ile birlikte artık olay geri dönmez bir yola girmiştir.(Küçükbaşcı 1997) Harre Vakası, Medinelilerin Yezîd'e olan biatlerini geri almalarıyla başladı. Medine halkı halifenin tayin ettiği Vali Osman b. Muhammed b. Ebû Süfyân'ı dışarı çıkartarak Ümeyyeoğullarını muhasaraya aldılar. Ümeyyeoğulları ise Mervân b. Hakem'in evinde toplandılar ve Yezîd'e mektup yazdılar. Ondan yardım istediler.(İbnü'l Esîr 1407b:455)

Yezîd bu olayın üzerine Medine'ye Müslim b. Ukbe'yi orduyla yolladı. Bu haberi duyan Medineliler bütün Ümeyyeoğullarını şehirden çıkarttılar. Müslim ordusuyla beraber Harre tarafından Medine'ye kuşattı. Oradakilere 3 gün mühlet verdi. Bunun üzerine Medinelilere "Barış mı yapacağız yoksa savaş mı yapacağız" dedi. Medineliler ise savaşmayı tercih etti.(İbnü'l Esîr 1407b:457) Savaşın sonunda Müslim üç gün süreyle Medine'nin talan edilmesine izin verdi. Askerler bu süre zarfında insanları öldürüp, malları yağmaladılar.(İbnü'l Esîr 1407b:457) Müslim savaşın sonunda Medineliler'den biat alarak bu olay bitirdi.(Küçükbaşcı 1997) Bu olayda Medinelilerin ise düzenli bir orduya karşı ne plan ne de stratejileri vardı. Medineliler kahramanlarına güvenerek bu yola çıktılar. Planlarının olmadığını rehin olarak kullanabilecekleri Ümeyyeoğullarını şehirden çıkarttıklarında görüyoruz.(Kister 1980) Bu sebeplerden ötürü gelen orduya fazla dayanamadılar.

Harre Vakasını, Yezîd'in halifeliğine karşı verilen tepkilerin içinde değerlendiriyorlar. Emevîlerin uyguladığı politikalardan ve Yezîd'in zevki sefasından rahatsız olan Medineliler verdikleri biatten vazgeçtiler. Ancak bu vazgeçmelerinin bedeli ağır oldu. Bu da tarihe Harre Vakası olarak geçti.

### 3.3. Abdullah b. Zübeyr ve Mekke Muhasarası (H.64/683-684)

Müslim, Medine'deki Harre Vakası'ndan sonra İbn Zübeyr'in üzerine yürümeye Mekke'ye gitti. Mekke'ye doğru giderken yolda Müslim öldü. Müslim öldükten sonra birliklerin başına Husayn b. Numeyr geçti. Ordu Mekke'ye varınca Hicaz'ın halkı İbn Zübeyr'e biat etmişti ve etrafında

toplantıydı. Önce Yezîd'in ordusu ile İbn Zübeyr'in askerleri arasında küçük çarpışmalar başladı. İbn Zübeyr'in askerleri akşam vakti olunca savaşı bırakıp evlerine gittiler.(İbnü'l Esîr 1407b:463) Şam ordusu savaşın geri kalan günlerinde Kabe'ye mancınıkla taş ve ateş attılar. Bu gelen ateşler sebebiyle Kabe'nin ahşap kısmı yandı. Şam'dan gelen ordu Yezîd'in ölüm haberi gelene kadar Mekke'yi muhasara altına aldı.(İbnü'l Esîr 1407b:464)

Yezîd'in vefat haberi ile Mekke Muhasarası sonuçlanmadan bitmiştir. Böylece Abdullah b. Zübeyr'in halifelik iddiası zaman kazanmıştır. Bu muhasara yaklaşık iki ay kadar sürmüştür. Mekke'nin asıl muhasarası Abdülmelik b. Mervân döneminde olmuştur.(Küçükbaşcı 2003) Yezîd'in halifeliğine ölünceye kadar bir tepki gösterilmiştir. Yezîd bu tepkileri silah yoluyla bastırmaya çalışmıştır. Bu tepkilerin içinde önemli kişilerin olması ve onların öldürülmesinden Yezîd sorumlu tutulmuştur. Siyasi boyutuna baktığımızda Yezîd oğlu II. Muâviye'yi veliaht olarak bırakmıştır. II. Muâviye'ye biat edilmesi ile Emevîler tarafından sistem olarak veliahtlığı benimsendiği anlaşılmaktadır.

#### 4. MERVÂN B. HAKEM DÖNEMİ(684-685/H.64-65) VE CÂBİYE TOPLANTISI

##### 4.1. Câbiye Toplantısı(684/H.64)

Emevîler II. Muâviye'nin ölümü ve veliaht bırakmaması üzerine kimi halife seçeceklerini belirlemek üzere Câbiye'de toplandı. Toplantı da Hâlid b. Yezîd ve Amr b. Said b. Âs gibi Ümeyyeoğullarının ileri kişileri de vardı. Ancak Câbiye'de yapılan toplantı da yaşça büyük ve tecrübeli olması sebebiyle Mervân b. Hakem'e biat edildi. Ardından da toplantıda Mervân'dan sonra Hâlid'in hilafetine karar verildi.(İbnü'l Esîr 1407b:479)

Mervân'a başka yerlerde de biat edildi. Mervân işeri yoluna koyduktan sonra hilafeti Hâlid b. Yezîd'e bırakacağını söylemişti. Ancak Mervân, Şam ve Mısır hakimiyetini ele aldıktan sonra söz sahibi oldu. Kendinden sonra veliaht olarak birinci oğlu Abdülmelik'i ve ikinci olarak da oğlu Abdülazizi'i bıraktı.(İbn Kesîr 1417b:713) Böylece Emevîler'de iktidar Süfyâniler kolundan Mervâniler koluna geçmiş oldu.

##### 4.2 Mervân b. Hakem'in Hilafeti

Mervân b. Hakem, Mekke'nin fethinden sonra Müslüman olanlardandır. Müslüman olduktan sonra da onları taklit etmek, sırlarını ifşa ve evlerini gözetlemek sebebiyle Hz. Peygamber tarafından Medine'den babası ile birlikte sürüldüler. Hz. Ebubekir ve Hz. Ömer dönemlerinde Medine'ye dönmek için izin isteseler de iki halife döneminde izin verilmedi. Hz. Osman'ın hilafeti ile Medine'ye geri dönen Mervan b. Hakem yirmili yaşlarında devlet katipliği görevine getirildi.(İbn Kesîr 1417b:706)

Mervân b. Hakem Cemel olayında, Muâviye b. Ebû Süfyân'ın iktidar mücadelelerinde bulunmuş, Yezîd b. Muâviye döneminde ise de valilik görevinde bulunmuştur. Muâviye b. Yezîd'in (II.Muaviye) kendisinden sonra veliaht bırakmadan vefat etmiştir. Emevî ailesinin başsız kaldığı bu dönemde siyaseten güçlü olan Abdullah b. Zübeyr'de Mekke'de hilafetini ilan etmiştir.(İbnü'l Esîr 1407a:467)

Bu belirsizlik döneminde Emevî ailesinin ileri gelenlerinden olan Merân ve Eşdak, Abdullah b. Zübeyr'e biat etmeye giderken yolda eski Basra valisi olan Ubeydullah b. Ziyad'a denk gelmişlerdir. Ziyad onlarla konuştuğundan sonra onları bu fikirlerinden vazgeçirmiştir.(Aycan 2004:226) O günlerde adeta bir baş bekleyen ve yavaş yavaş çözülen Emevî ailesi Ubeydullah'ın Mervân'ı biat fikrinden vazgeçirip Medine dolaylarından çıkarıp Şam'a gelince halife olarak biat



etmesiyle birlikte Emevî ailesi Mervân'ın etrafında toplanmışlardı. Böylece Süfyânî kolunda olan Emevî iktidarı Mervân b. Hakem'in hilafeti ile Mervaniler koluna da geçmiştir.(İbnü'l Esîr 1407a:477)

Kendisinden sonra da oğlunun iktidara geçmesi bu geçişin somut adımı olmuştur. Böylece yönetim Mervânilerden devam etmiştir. Burada dikkat çekilen hususun Emevî ailesinin yönetimi kaybetmemek için hemen karar alması olmuştur. Câbiye'de aslında Emevî Devleti'nin akıbeti için toplanılmıştır. Buradan çıkan karara hemen uyulması ve oradan da tekrardan siyasi birlik sağlanılmaya çalışılması önem arz etmiştir. Babasından sonra iktidara gelen Abdülmelik b. Mervan'ın halifelik döneminde diğer bütün halife adayları olan Abdullah b. Zübeyr, Muhtar es-Sekafi'yi gerek savaşla gerek siyasi bir oyunla bertaraf etmiştir. İslam aleminin yönetimini ve bütünlüğünü meşru zeminde sağlamıştır. Abdülmelik b. Mervan muhalefeti olan diğer halife adaylarını bertaraf edince İslam aleminde kalan en büyük sıkıntı Hariciler olmuştur.(Yıldız 1988)

## 5. VELİD B. YEZİD(743-744/H.125-126) VE YEZİD B. VELİD(744/H.126) ÇEKİŞMESİ

Velîd b. Yezîd, Hişâm b. Abdülmelik'in vefatından sonra halife oldu.(Taberi 1387b:215) Velîd, Hişâm'ın aksine toparlanan ekonomiyi bol bol ihsanlarda bulunarak bitirdi. Ama halkın tepkisine sebebiyet veren bu durumdan ziyade halifelik öncesi yaşamıydı. Velîd gelen rivayetlere göre eğlenme, içki, şarkı gibi o nemde hoş görülme-yen şeyleri yapar ve Hişâm'da Velîd'e bu konuda kızardı. Hatta Hişâm Velîd'i sayar ona hürmet gösterirdi ki bu huylarını öğrettikten sonra tavrı değişmişti.(Taberi 1387b:208) Tüm bunlara rağmen Velîd hilafete geçmişti. Ama ne yazık ki huyunu hiç değiştirmemişti.

Velîd'in halife iken Hişâm ailesine, Velîd b. Abdülmelik ve el-Ka'ka'a ailelerine yaptıkları, yine Hâlid b. Abdullah el-Kasrî'yi öldürtmesi, başta Yezîd b. Velîd olmak üzere Yemenîlerin kendisine karşı isyan etmelerine sebep oldu. Bunların içerisinde düşmanlık bakımından en şiddetlisi ve en önemlisi şüphesiz Yezîd b. Velîd idi. Çünkü insanlar Yezîd'in sözüne, dinine bağlı olmasından dolayı onu desteklemeye meyilli idiler. Yezîd ise bu durumu iyi değerlendirerek Halife Velîd'den razı olmayacaklarını belirtti. Ardından insanları onun öldürülmesi için teşvik etti.(Aksu 2000)

Bu durum Velîd dönemi diğer gelişmeler ve alttan alta gelen Abbasî ihtilalinin ayak sesleri ile halife karşı isyan ateşinin yanmasına sebep oldu. Yanan bu isyan ateşiyle birlikte Yezîd'in siyasi destekler alması ve planlar yapması süreci daha da hızlandırdı. Tüm bu yapıları haber alan ve Velîd'i çok seven Ermeniye valisi Mervân b. Muhammed, Yezîd'e uyarı gönderdi.(Taberi 1387b:217) Bu uyarıların sebebi ellerinde devlet nimeti olan Emevî hanedanının bu nimetten mahrum kalabileceklerine neden olabilmesiydi. Emevî hanedanı ne kadar Yezîd'i uyarsa da o bu uyarıları dinlemeyip, dikkate almadı. Yezîd halktan biat alarak Şam'a yürümeye başladı. 743 yılında Yezîd b. Velîd, amca oğlu Velîd b. Yezîd'i öldürdükten sonra hilafete geldi.(İbn Kesîr 1417a) Ama onun iktidara gelmesi güzel beklentilerin aksine fitne ve fesadın yılı oldu. Emevî hanedanının Yezîd'e karşı tutumunun ne kadar haklı olduğunu da göstermiş oldu.

## 6. MERVÂN B. MUHAMMED (II. MERVÂN) DÖNEMİ (744-750/H.126-132)

Ermeniye ve Azerbaycan Valisi olan Mervân b. Muhammed, Velîd'in kanı sebebiyle Halife Yezîd b. Velîd'e karşı harekete geçti. Bu süreçte Yezîd'in kardeşi Ğamr'ı da yanına alarak isyanını başlattı. Ancak Halife Yezîd, Mervân'a valilik verince halifeye biat etti. Yezîd salgın hastalıktan vefat edince kendisinden sonra veliaht tayin ettiği İbrahim b. Velîd halife oldu. Mervân bu duruma tekrar isyan etti. Bu sefer İbrahim'e biat etmeyenlerinde desteğini alarak

Şam'a yöneldi. Bu durum Halife İbrahim'e iletildi. Halife de Mervân'ın Şam'da bulunan iki oğlunu öldürttü. Mervân'ın ilerleyişi durmayınca İbrahim Tedmür'e kaçtı. Tüm bunlara rağmen Mervân Şam'a girince Süleyman b. Hişâm ve İbrahim b. Velîd'i affederek onlardan kendisine biat aldı.(İbnü'l Esîr 1407a:3)

Aslında Mervân'ın affetmesi sadece bunlardan ibaret değildir. Kendisine isyan eden kişilerle savaşmış sonra onları da affetmiştir. Mervân b. Muhammed'e bakılınca onda gerek uzun süre yaptığı valilik olsun gerek olayları iyi okuma olsun Emevî hanedanının Hişâm'dan sonra çıkardığı en iyi yöneticisi olmuştur. Ancak Mervân'ın hilafete geldiği dönem büyük şanssızlığı olmuştur. Çünkü artık merkezi otorite boşluğundan Abbasî ihtilalinin temelini oluşumu oturmıştır. Mervân'ın gelmesi sadece bu gelen seli biraz ertelemiş ama tabii ki de durduramamıştı. Artık Emevî hanedanını temsilen Mervân her ne kadar devleti toparlamaya ve düzeltmeye çalışsa da başarılı olamamıştır. Tüm bu çabalar gelen Abbasî ihtilalini durduramamış ve Mervân Abbasî kuvvetleriyle yaptığı çatışmalar sonunda Yukarı Mısır'da Busîr köyünde yine ona kavuşan Abbasî kuvvetleri tarafından öldürülmüştür.(Kurt 2004)

Böylece Emevî Hanedanının çoğu Abbasî ihtilalinde öldürülmüş, kaçanlar ise izlerini kaybettirmek zorunda kalmıştır.

## SONUÇ

Emevî Devleti, doksan yıllık hakimiyetinden sonra çeşitli sebepler sonucunda yıkılmıştır. Bu yıkılma sürecinde birden fazla etken söz konusu olmuştur. Burada halifelerin iktidarlara geliş süreçlerini ve iktidardaki tutumlarının sonuçları incelenmiştir. Böylece Muâviye'nin iktidara gelmesi ile birlikte İslam toplumu yeni olaylarla karşılaşmıştır. Bunlardan araştırmamızın temelini oluşturan veliahtlık sistemiydi. Bizler bu sistemde de gördüğümüz gibi kendinden önceki halifelerin hilafete geliş şekilleri birbirlerine yakındı. Hulefâ-yı Râşidin halifeleri ehliyet, liyakat, Hz. Peygamber'e yakınlık ve genel bir kabulle iş başına geldiler.

Muâviye ile birlikte başlayan Emevî Devleti bu konuda bir sistem olmayan halifelğe yeni bir sistem getirdi. Muâviye bu sistemin oturması için oğluna yedi yıl kadar biatler aldı. Bu sistemle Emevî ailesinin Hz. Osman ile birlikte başladığı yönetimi kimseye bırakmama ilkesinin meşru zemine oturmuş halidir. Bu meşru zeminde gelen yeni sistem ve o sistemin ilk adayı Yezîd b. Muâviye oldu. Böylece bu sistemde veliaht olabilmek için adayın Emevî ailesine mensup olması gerektiğini görüyoruz. Bunun yanında da dönemin halifesi tarafından da aday olarak gösterilmesi gerektiğini belirliyoruz. Yezîd'in halifelik için tam uygun olmadığı bütün Emevî ailesi tarafından bilinmektedir. Ancak yönetimde kullandıkları ilkeler çerçevesinde bu duruma ses çıkarmadılar. Yezîd'in hilafeti ile birlikte İslam toplumunun siteme karşı verdikleri ilk tepkileri görüyoruz. Bu tepkiler Yezîd'in nezdinde yeni sisteme verilmiştir.

Bu tepkilerin bastırılma yöntemi ve bu yöntemdeki valilerden yola çıkarak şunu diyebiliriz ki Emevî Devleti'nde valilik gibi önemli makamlarda Emevî hanedanına mensup olan kişilere öncelik verilmiştir. Bu öncelikler sonucunda iktidar her zaman kendilerine karşı rakip olacak kişilere karşı korunmalıdır ilkesinin olduğunu belirliyoruz. Yezîd'in oğlu II. Muâviye'nin kendisinden sonra veliaht bırakmaması Emevî hanedanını kısa bir süre başsız bırakmıştır. Bu dönemde dağılmak üzere olan Emevî ailesi Câbiye toplantısında Mervân'ın etrafında birleştiğini görüyoruz. Çünkü döneminde rakiplerine karşı Emevî yönetimini koruması ve tekrardan bir çatı altına toplaması gerekmiştir. Buradan da Mervân'ın etrafında birleşmesinde Emevî ailesinin şu ilkesini görüyoruz: Hilafet mücadelesinde veya yaşanan otorite boşluğunda yaşça ve tecrübe bakımından en iyi olan Emevî adayına her türlü destek, yardım ve tavsiye verilmelidir. Mervân'ın

kendisinden sonra oğullarını veliaht gösterip onların adına biatlar alınca veliahtlık sisteminin oturduğunu, artık tartışmaların o zeminden başka zemine kaydığını görüyoruz.

Abdûlmelik b. Mervân'ın rakiplerini saf dışı bırakarak hilafeti, Emevî yönetiminin elinde aynı Muâviye b. Ebû Süfyân dönemi gibi tek elde toplamıştır. Bu dönemden sonra yıkılış dönemini inceledik. O dönemde halifenin yaptıkları ve halifeye karşı yapılanları inceledik. Halife Velîd b. Yezîd amcasından aldığı hilafeti etkin kullanabilen son halife olmuştur. Ancak kendisi yaşamı ve tutumları sebebiyle eleştirilmiştir. Bu tutumuna karşı gelişen ve başında amcasının oğlu olan bir ihtilalle yıkılmıştır. Yezîd b. Velîd ise bu ihtilali yaparken kendisine karşı tavsiyeler verilmişti. O bu tavsiyeleri dinlemeyip hilafetin başına geçmişti. Burada ise Yezid'in meşru halifeye karşı yaptığı bu girişim öncesinde kendisine tavsiyede bulunulmuştur. Bu tavsiyeler Emevî hanedanının ileri gelenleri tarafından yapılmıştır. Tavsiyelerinde ihtilal gibi kargaşaya yol açabilecek bir olaya girmemesini istemişlerdir. Çünkü kargaşa demek yönetimin ellerinden kayıp gitmesine sebep olmak demektir. Bu tavsiyeler üzerine iki Emevî hanedanı üyesinin çekişmesi halinde ailenin büyüklerinin yani Ehlü'l hal ve'l-akd'in tavsiyeler vermiştir ve bunlara uyulması ilkesi benimsenmiştir. Tabi okun yaydan çıkması gibi olaylar kontrolden çıkmıştır. Bir diğer taraftan da gizliden başlayıp açığa dönen Abbâsî ihtilali baş göstermeye başlamıştır. Emevî hanedanının son halifesi Mervân b. Muhammed ise yukarıda belirttiğimiz gibi selin önünde duran son kişiydi. Her ne kadar da devletin ve yönetimin menfaatlerinde işler yapsa da kesin çözüm olmamıştır. Abbâsî ihtilali ile Emevî Devleti son bulmuştur.

Bizler bu çalışmamızda ele almış olduğumuz örneklerden hareketle Emevîlerin hilafete geliş sürecinde ilke edinmiş oldukları temel ilkeleri tespit etmeye çalıştık. Çalışmamız esnasında spesifik belli başlı olaylar üzerinden makalemizi şekillendirdik. Buradaki amacımız konu hakkında son noktayı koymak değil, özgün bir bakış açısı sunmak ve konu hakkındaki ilerideki yapılacak daha kapsamlı çalışmaların yapılmasına da ilham kaynağı ve vesile olmaktır.

## KAYNAKÇA

- Aksu, Ali. 2000. "Yezîd b. Velîd'in Hayatı ve Halifelîği". *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* (4):289-304.
- Aycan, İrfan. 2004. "Ebû Abdîmelik Mervân b. el-Hakem b. Ebi'l-Âs b. Ümeyye el-Ümevî". *Mervân I* 29:225-27.
- Aycan, İrfan. 2014. *Saltanata Giden Yolda Muaviye Bin Ebî Süfyan*. Ankara: Ankara Okulu.
- el-Belazuri, Ahmed b. Yahya b. Cabir. 2013. *Futûhu'l Büldân*. 1. bs. İstanbul: Siyer Yayınları.
- El-Cabiri, Muhammed Abid. 2020. *Arap Siyasal Aklı*. İstanbul: Mana Yayınları.
- Halife bin Hayyât. 1405. *Tarih-u Halife bin Hayyât*. 2. bs. Riyad: Dâru't-Tayyibe.
- İbn A'sem, Ebu Muhammed Ahmed. 1411. *Kitâb-ul Futuh*. C. 1-2. 1. bs. Beyrut: Daru'l-Edvâ.
- İbn Kesîr. 1417a. *El-Bidâye ve'n-Nihaye*. C. 13. 1. bs. Riyad: Dâru'l-Hicre.
- İbn Kesîr. 1417b. *El-Bidâye ve'n-Nihaye*. C. 11. 1. bs. Dâru'l-Hicre.
- İbn Kuteybe, Ebu Muhammed Abdullah b. Müslim. 2011. *el-Meârif*. 3. bs. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- İbnü'l Esîr, Ali. 1407a. *el-Kâmil fi't-Tarih*. C. 2. 1. bs. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- İbnü'l Esîr, Ali. 1407b. *el-Kâmil fi't-Tarih*. C. 3. 1. bs. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.

- Kılıç, Ünal. 1999. “Yezîd b. Muâviye”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kister, Meir Jacob. 1980. “Harre Vakası(Bazı Soyo-Ekonomik Tespitler)” editör M. Rosen. *Studies in Jahiliyya and Early Islam* 33-49.
- Kurt, Hasan. 2004. “Ebû Abdîmelik Mervân b. Muhammed b. Mervân b. el-Hakem el-Hımâr el-Ümevî el-Ca’dî”. *Mervân II* 29:227-29.
- Küçükaşçı, Mustafa Sabri. 1997. “Harre Savaşı”. 16:245-47.
- Küçükaşçı, Mustafa Sabri. 2003. “Mekke”. *Mekke* 28:572-75.
- Onat, Hasan. 2007. “Kerbelâ’yı Doğru Okumak”. *Akademik Ortadoğu* 2(1).
- Özkan, Mustafa. 2015. *Dört Halife ve Emevîler Döneminde Din-Devlet İlişkisi*. 2. bs. Ankara: Araştırma Yayınları.
- Parlak, Nizamettin. 2012. “Sakîfe’deki Halife Adayları”. *İSTEM* (19):121-36.
- Sarıçam, İbrahim. 2015. *Emevi- Haşimi İlişkileri (islam öncesinden Abbasilere Kadar)*. 4. bs. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Taberi, Muhammed Cerir. 1387a. *Târîhu’t-Taberi*. C. 5. 2. bs. Mısır: Dâru’l Mearif.
- Taberi, Muhammed Cerir. 1387b. *Târîhu’t-Taberi*. C. 7. 2. bs. Mısır: Dâru’l Mearif.
- Vekîl, Muhammed es-Seyyîd. 1995. *el-Emevîyyûn Beyne’s-Şarkî ve’l-Garbî*. Beyrut.
- el-Yakubî, Ebül-Abbâs Ahmed bin İshâk bin Cafer bin Vehb bin Vâzih. 1384. *Târîh-ul Yâ’kubî*. C. 2. Necef: Mektebetü’l-Haydâriyye.
- Yıldız, Hakkı Dursun. 1988. “Ebü’l-Velîd Abdûlmelik b. Mervân b. el-Hakem”. *Abdûlmelik b. Mervân* 1:266-70.
- Yüksel, Mücahit. t.y. “Duhâtu’l-Arab ( Arab Dâhileri) ve Hz. Ali’ye Karşı Konumları”. *İSTEM* (28):349-68.

## EXTENDED SUMMARY

The caliphate, which literally means to come after and to be a successor, was originally from the Prophet in Medina. In the Islamic state established by the Prophet, it is the name of the political administration formulated by the Muslims of the first period, consisting of the Companions, after the death of the Prophet, by making use of religious and customary sources. However, the Prophet did not appoint any candidate to be the head of state after him when he was alive. For this reason, the first Muslims chose to choose the person who would come to the caliphate. Therefore, Abu Bakr Ben-i Sakîfe, who came to the head of state after the Prophet, took a general allegiance upon Omar's proposal, and Omar; Upon the advice of Ebubekir to the Companions, Osman took allegiance and said; As a result of the election of the council committee established by Omar and Ali after the martyrdom of Osman, he was elected to the caliphate with a general allegiance in the mosque.

To put it briefly, the first four caliphs had come upon a general acceptance. However, in the Umayyad period, which started with the arrival of Muawiyah to the caliphate, there was a great change in the nature of the caliphate election model, which was applied in the previous periods, together with the heirship system, which meant that the caliphate, which was first applied by Muawiyah, was passed from father to son. Here, it is very important not only that Muawiyah

brought the system of heirship, but also that he tried to implement it. Because for the first time, he received allegiance from the whole Islamic world to his son Yazid. The crown system did not remain as Muawiya brought, but over time, it settled in the Islamic world with different events. One of the major crises experienced by the Umayyad State and in particular by the Umayyad Family was that Yazid's son, Muawiya II, left the caliphate without an heir.

According to some rumors, he left the caliphate because of his illness, and according to some rumors, he chose the life of asceticism. The aspect that was looked at here was that when he left the caliphate, he did not leave a heir. Because this situation was in favor of Abdullah b. Zubayr, who declared his caliphate in the same period. Even the notables of the Umayyads, such as Marwan b Hakam and Amr b Said al-Eshdak, were going to Mecca to pay allegiance to Abdullah b Zubayr in the face of this situation. Even the notables of the Umayyads, such as Marwan b Hakam and Amr b Said al-Eshdak, were going to Mecca to pay allegiance to Abdullah b Zubayr in the face of this situation. Of course, as a result of meeting and meeting with one of their former governors, Ubeydullah b Ziyad, on the way, they abandoned this decision and returned to Damascus. Due to the fact that he was the eldest of the Umayyad family and had experience in the state administration from the Osman period, Mervan b referee was given allegiance.

Here, Mervan b referee actually saved the Umayyad family's goal of not losing the administration they had been aiming for since the time of the Prophet Osman and united his family around himself. Because the caliphate of Marwan b Hakam would last for a year. A second aspect that we should look at in this period is that of the Umayyads; It was the transition of the administration from the Sufyani branch to the Marwani branch, together with Mervan b referee, as Muaviye, Yazid and II Muaviye. Because Marwan b Hakam continued with his sons as heirs after him, and Abdülmelik b Marwan, who was the first of this order, became the caliph. Abdülmelik b. Mervan brought the Umayyad State to its peak period with his youth and early youth in the state administration. From our point of view, the most important event in his period was the elimination of Abdullah b Zubayr and Muhtar es-Sakafi, who declared their caliphate in other regions, either by war or by war tricks. Just like Muaviye b Ebi Sufyan, the founder of the Umayyad State, he re-established political unity.

Of course, in this period, many works were given in the cultural and economic field. A period of crisis in the Umayyad State, on the other hand, unexpectedly disrupted the economy and order that Hisham b Abdulmalik had stabilized during his twenty-year caliphate, by the caliphs who came to the caliphate after him. Because Walid b Yazid, who came to power after Hisham, did not take into account the economic balances and carried out actions that disrupted this balance. However, the direction we are looking at here is Yazid b. Walid, who is disturbed by Walid's actions. As a result of the events that took place together with this situation, Yazid would revolutionize Walid and take him from the caliphate.

Before this painful event, the notables of the Umayyad Dynasty, the people we call Ehlü'l-hal ve'l-akd, did not follow the advice given to Yazid. This event also accelerated this process of a state that was in collapse. The Abbasid revolution, the infrastructure of which began in this period, would also be a great threat to the Umayyad Dynasty in the future. After all this period of turmoil, as a result of the events that took place after Yazid's six-month caliphate, it continues with Marwan II's taking over the caliphate. When he came to the caliphate, although he tried to do something with his superior management experience and skills, what he did was not enough. The Abbasid Operation, whose infrastructure was finished and took action, overthrew the ninety-year Umayyad Power and took over the administration together with the important figures of that period.

In this study, in the context of the heirship system in question, the process of coming to power of the members of the Umayyad dynasty, who were nominated as candidates for the caliphate during the Umayyad period, and the basic criteria for the caliph candidates of the election committee called Ehlü'l-hal ve'l-akd will be discussed in detail. In addition, the role, attitude and recommendations of the Umayyad family in the election of the caliph will be questioned. Thus, this study will also focus on how the new practices, which were first implemented during the Umayyad period, were welcomed in the Islamic world.

## Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşleri

Hasan DEMİRTAŞ\*

Demet VAN YAZLAK†

Basri YAZLAK‡

### Öz

Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerini ortaya koymak amacıyla yapılan bu araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 55 okul öncesi öğretmeni oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak demografik bilgilerin yer aldığı "Kişisel Bilgi Formu" ile "Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşlerini Belirleme Formu" kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yapılarak bulgular beş tema altında değerlendirilmiş, ayrıca araştırmada öğretmen görüşlerine de yer verilmiştir. Araştırma sonucunda öğretmenlerin sosyal medya uygulamalarından daha çok whatsapp uygulamasını tercih ettikleri; sosyal medya uygulamalarının 'bilgi edinme' açısından kolaylık sağladığını; sosyal medya uygulamalarının zaman kaybına neden olması açısından olumsuz olarak değerlendirildiği, mesleki açıdan ise bilgi ve belgelere kolay erişim sağlanması açısından kolaylık sağladığı ifade edilmiştir. Öğretmenlerin sosyal medya uygulamalarını daha çok bilgilendirme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Okul Öncesi, Öğretmenler, Sosyal Medya

### *Preschool Teachers' Views on Social Media Use*

### Abstract

Phenomenology, one of the qualitative research methods, was used in this study, which was conducted to reveal the views of preschool teachers on the use of social media. The study group of the research consists of 55 preschool teachers. "Personal Information Form", which includes demographic information, and "Pre-School Teachers' Opinions on Social Media Use Form" were used as data collection tools. The data obtained were analyzed by three different researchers by making content analysis, the findings were included under five themes, and the opinions of the teachers were also included in the research. As a result of the research, it was determined that teachers preferred whatsapp application more than social media applications; that social media applications provide convenience in terms of 'acquiring information'; It has been stated that social media applications are evaluated negatively in terms of causing time loss, and it provides convenience in terms of providing easy access to information and documents from a professional point of view. It has been determined that teachers use social media applications mostly for information purposes.

**Keywords:** Pre-school, Teachers, Social media

\* Prof. Dr., İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, 0000-0002-4223-5786, hasan.demirtas@inonu.edu.tr

† Milli Eğitim Bakanlığı, 0000-0003-0573-9245, demetyazlak44@gmail.com

‡ Milli Eğitim Bakanlığı, 0000-0003-3784-6432, basri44basri@hotmail.com

Atıf yapmak için / To cite this article: Demirtaş H., Van Yazlak D. ve Yazlak, B. (2022). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşleri. Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2): 69-80.

## GİRİŞ

Dünyada hızla değişen koşullarla birlikte yirminci yüzyılın son çeyreğinde itibaren bilgi toplumuna geçiş süreci başlamıştır. Böylece birçok alanda önemli bir değişim söz konusu olmuştur. Bu değişim sürecinde bireylerin ekonomik gücü bile sahip oldukları bilgi ve öğrenim düzeyleri ile belirlenmeye başlamıştır. (Ellul, 2012; Castells, 2011; Toffler, 1980; Karakaş ve Çiçek, 2020). Bu gelişmelerle birlikte bilginin üretim ve paylaşım merkezi olarak görülen eğitim kurumlarına olan bakış açısı değişmiştir. Birçok ülke kalkınmanın ve gelişmenin temeli olarak eğitimi görmüş ve merkezi bütçelerden en önemli paylar eğitim kurumlarına aktarılmaya başlamıştır.

Ülkelerin kaderlerine doğrudan etki edebilecek ciddiyete sahip olan eğitim, beşikten mezara kadar bireylerin yaşamının her anında var olan ve devamlılık arz eden bir süreçtir (Arıbal Arslanboğa, 2009). Tezcan'a (1997) göre eğitim; toplumsal yeteneğin, en elverişli düzeyde kişisel gelişimin elde edilmesi için seçilmiş ve okul gibi denetimli bir çevreyi içine alan toplumsal bir süreçtir. Ertürk (1984) ise eğitimi, bireylerde kendi yaşantısı yoluyla istenilen yönde davranış geliştirme süreci olarak tanımlar. Tanımlardan da anlaşılacağı üzere eğitim genelde öznesi öğretmen ve öğrenci olan bir etkileşim sürecini ifade etmektedir. Buradan hareketle bu araştırmada eğitimin en önemli unsurlarından olan öğretmenlere odaklanılmıştır.

Öğretmenler için çeşitli tanımlamalar yapmak mümkündür. Örneğin öğretmenler; “sınav yapan, disiplini sağlayan, güvenilir olan, yedek veli, öğrenci danışmanı, meslektaş ve toplumsal katılımcıdır” şeklinde tanımlanabilir. Öğretmenlerin değerlendirilmesinde bilgi, kişilik, çevreye uyum, çevre kalkınmasına katılma, halkla ilişkiler gibi ölçütler de kullanılmaktadır. Öğretmenler kısaca bir ülkenin geleceğinin mimarıdır (Çelikten, Şanal ve Yeni, 2005). Okul öncesi öğretmenliği ise çocukların sağlıklı bir şekilde yetiştirilip okula hazırlanması amacıyla fiziksel, ruhsal ve sosyal gelişmelerini sağlayan programları hazırlayıp uygulayan kişidir. Bu branşta uzmanlaşmış öğretmenlerin temel görevleri 0-6 yaş arası çocukların eğitimidir.

Sosyal medya, insanların çevrimiçi topluluklar oluşturmasına ve kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikleri paylaşmasına olanak tanıyan çevrimiçi platformlar olarak tanımlanabilir (Kim vd., 2010; Işık ve Kaptangil, 2018). Bu platformların en önemli özelliği üretilen içeriğin bizzat kullanıcılar tarafından oluşturulmuş olmasıdır (Bozarth, 2010). Başka bir ifadeyle sosyal medya, kendi kitlesi tarafından üretilen içeriklerin toplamıdır. Bu içerikler her türden farklı şeyler olabileceği gibi farklı yollardan da üretilebilmektedir. Örneğin Facebook bir yayıncılık şirketi değildir, içerik oluşturmaz, buna karşılık yaptığı iş kullanıcıların kendi adlarına içerik oluşturmalarına izin vermektir (Comm, 2009).

Internet World Stats (2021) sitesinin 2021 verilerine göre dünyadaki internet kullanıcıları yaklaşık 4,1 milyar kişiye (dünya nüfusunun %54,4'üne) ulaşmıştır. “We Are Social ve Hootsuite” tarafından yayınlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre; dünyadaki yaklaşık 2,8 milyar kişi ayda en az bir kere sosyal medya kullanılmakta ve bunların %91'inden fazlası mobil cihazlarla bunu yapmaktadır. Ortalama sosyal medya kullanıcısının her gün sosyal platformları kullanarak 2 saat 19 dakika harcadığını göstermektedir.(We Are Social, 2018; Çiçek ve Işık, ).

Yukarıdaki istatistiklerden de anlaşılacağı üzere sosyal medya hayatımızın önemli parçalarından biri haline gelmiştir. Günümüzde sosyal medya kullanımı yediden yetmiş toplumun her katmanında bir iletişim aracı olarak kullanılabilir (Perrin, 2015). İnsanlar artık bir bilgiye ulaşmak için uzun uğraşlar vermek zorunda kalmadan, mobil cihazlar veya bilgisayarlar vasıtası ile sosyal medya platformlarından bilgiye kolayca erişip, hızlıca dünyanın farklı noktalarındaki insanlarla iletişim kurabilmektedirler. Böylesine kolay erişimi olan bu mecraın olumlu ve olumsuz etkileri olabilmektedir (Hjorth ve Hinton, 2019). Öyle ki sosyal medya platformları bilgiye erişimi kolaylaştırdığı kadar (Schmidt, 2018) beraberinde bağımlılık sorunlarını da getirebilmektedir (Çiçek, 2020). Benzer şekilde mesleki bilgilere rahatça erişim imkânı verdiği gibi bireylerin mesleklerine ayıracağı zamandan da çalabilmektedir (Çiçek, 2020; Kaynak, 2021).



Araştırmanın temel problemi; okul öncesi öğretmenlerinin algılarına göre “Genel anlamda sosyal medya kullanımının olumlu mu? olumsuz mu olduğu?” ve “Mesleki açıdan sosyal medya kullanımının olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğu?” sorularına yönelik olmuştur.

Yukarıda açıklanmaya çalışılan sorunsaldan hareketle, bu araştırmada hayatımızda böylesine önemli yere sahip olan sosyal medya kullanımı okul öncesi öğretmenleri özelinde incelenmiştir. Böylece öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumlarının ortaya konulmasının yanı sıra sosyal medya kullanımına ilişkin mesleki açıdan ve günlük yaşamın seyri içerisindeki algılarının betimlenmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulguların mevcut durumun tespitinin yanı sıra alana yönelik birtakım öneriler aracılığıyla katkı sunması beklenmektedir.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmada okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

### **Problem Cümlesi**

Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri nasıldır?

### **Araştırmanın alt problemleri**

Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerini ortaya koymak amacıyla yapılan bu araştırmada aşağıda belirtilen alt problemlere yanıt aranmıştır.

- Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya uygulamalarını tercih etme durumu nasıldır?
- Sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin okul öncesi öğretmenlerinin algısı nasıldır?
- Sosyal medyanın olumsuz yönlerine ilişkin okul öncesi öğretmenlerinin algısı nasıldır?
- Okul öncesi öğretmenlerinin mesleki açıdan sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin algısı nasıldır?
- Okul öncesi öğretmenlerinin mesleki açıdan sosyal medyanın olumsuzluklarına ilişkin algısı nasıldır?
- Okul öncesi öğretmenlerinin ebeveynlerle iletişimde sosyal medya uygulamalarından yararlanma durumu nasıldır?

## **YÖNTEM**

Bu araştırmada olgu bilim deseninde nitel bir araştırmadır. Olgu bilim deseninde amaç bireylerin bir olguya ilişkin yaşantılarını, algılarını ve bunlara yüklediği anlamları belirlemektir. Olgu bilim araştırmaları nitel araştırmanın doğasına uygun olarak kesin ve genellenebilir sonuçlar ortaya çıkarmayabilir. Ancak bir olguyu daha iyi tanımamıza ve anlamamıza yardımcı olacak sonuçlar sağlayacak örnekler, açıklamalar ve yaşantılar ortaya koyabilir. Bu yönüyle hem bilimsel alan yazınına hem de uygulamaya önemli katkılar getirebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Nitel araştırmalar, sosyal sorunların anlamlarını yorumlamaya dayalı araştırma problemlerinin incelenmesini verilerin temalar haline getirilerek analiz edilmesini içermektedir (Creswell, 2013; Yıldırım ve Şimşek, 2011).

### **Araştırmanın Çalışma Grubu**

Yapılan araştırmada çalışma grubu oluşturulurken kolay ulaşılabilir örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 55 okul öncesi öğretmeni oluşturmaktadır. Çalışmada yer alan okul öncesi öğretmenlerinin kurallar gereği bilgileri gizli tutulmuş olup,

çalışmaya katılan okul öncesi öğretmenleri Ö1, Ö2, ... Ö55 biçiminde kod oluşturularak ifade edilmiş, görüşme sonucunda elde edilen sonuçlar bulgular bölümünde yer almıştır. Araştırmaya katılan öğretmenlere ilişkin bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Bilgileri

| DEMOGRAFİK ÖZELİKLER |                                 | N  | %     |
|----------------------|---------------------------------|----|-------|
| Cinsiyet             | Erkek                           | 4  | 7,3   |
|                      | Kadın                           | 51 | 92,7  |
| Yaş                  | 20-29                           | 1  | 1,8   |
|                      | 30-39                           | 32 | 58,2  |
|                      | 40-49                           | 22 | 40    |
| Eğitim               | Lisans                          | 46 | 83,6  |
|                      | Lisansüstü (Y. Lisans /Doktora) | 9  | 16,4  |
| Kıdem                | 1-4 Yıl                         | 1  | 1,8   |
|                      | 5-9 Yıl                         | 4  | 7,3   |
|                      | 10-14 Yıl                       | 24 | 43,6  |
|                      | 15-19 Yıl                       | 22 | 40    |
|                      | 20 Yıl ve Üzeri                 | 4  | 7,3   |
| <b>Toplam</b>        |                                 | 55 | % 100 |

Tablo 1’e göre cinsiyet açısından bakıldığında öğretmenlerin %7,3’ünün erkek, %92,7’sinin kadın olduğu; yaş açısından bakıldığında öğretmenlerin %58,2 sinin 30-39 yaş aralığında, %40’ının 40-49 yaş arası, %1,8’inin 20-29 yaş arasında olduğu; öğrenim durumu açısından bakıldığında %83,6’sının lisans düzeyinde, %16,4’ünün ise lisansüstü (YLS/Doktora) düzeyde olduğu, kıdem açısından bakıldığında %43,6’sının 10-14 yıl; %40’ının 15-19 yıl; %7,3’ünün 5-9 yıl; %7,3’ünün 20 yıl ve üzeri, %1,8’inin 1-4 yıl arasında olduğu görülmektedir.

### Veri Toplama Aracı

Araştırmanın veri toplama aracı, araştırmacı tarafından geliştirilen ve iki bölümden oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formudur. Görüşme formunda ilk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümünde ise katılımcıların sosyal medyaya ilişkin algılarını belirlemeye dönük “*sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanıyorsunuz?, Sosyal medyanın olumlu-olumsuz yanları nelerdir?*” gibi açık uçlu sorular yer almıştır. Veri toplama aracı Google Form olarak düzenlenmiş ve online olarak uygulanmıştır.

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verileri google form aracılığıyla online yapılan görüşmeler üzerinden toplanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler betimsel analiz ve içerik analiziyle çözümlenmiştir. Betimsel analiz yaklaşımına göre elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Veriler, araştırma sorularının ortaya çıkardığı temalara göre düzenlenebileceği gibi görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir. Betimsel analizde görüşülen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir. İçerik analizinde ise temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Analizde özetlenen ve yorumlanan veriler,

içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulur ve betimsel bir yaklaşımla fark edilmeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilmeye çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu bağlamda çalışmada katılımcıların her bir soruya verdiği cevaplardan yapılan doğrudan alıntılar, temalar altında toplanarak yorumlanmıştır. Katılımcıların yazılı metin şekline dönüştürülen ifadeleri tek tek okunarak, benzer veya aynı içeriğe sahip olanlar bir araya getirilmiş ve aynı tema altında toplanmıştır.

### Bulgular ve Yorumlar

Elde edilen veriler analiz edilmiş ve araştırmanın alt amaçları doğrultusunda sırayla ele alınmıştır. Buna yönelik sosyal medya uygulamalarına ayrılan süreye ilişkin öğretmenlerden alınan cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 2.** Sosyal Medya Uygulamalarına Ayrılan Süre

|   |                 | f  | %    |
|---|-----------------|----|------|
| <b>Sosyal Medya Uygulamalarına Ayrılan Süre</b> | 0-1 Saat        | 13 | 23,6 |
|   | 1-2 Saat        | 26 | 47,3 |
|   | 3-4 Saat        | 12 | 21,8 |
|   | 5 Saat ve Üzeri | 4  | 7,3  |

Tablo 2 incelendiğinde sosyal medya uygulamalarına ayrılan süre açısından bakıldığında öğretmenlerin %47,3'ünün 1-2 saat; %23,6'sı 0-1 saat; %21,8'i 3-4 saat; %7,3'ünün ise 5 saat ve üzeri zaman ayırdığı görülmektedir.

Araştırmada öğretmenlere “okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya uygulamalarını tercih etme durumu” sorulmuş verilen cevaplar analiz edilmiştir. Buna ilişkin cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 3.** Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya uygulamalarını tercih etme durumu

| <b>Öğretmenlerin Sosyal Medya Uygulamalarını Tercih Etme Durumu</b> | n        | %    |
|---|----------|------|
|   | FACEBOOK | 26   |
| TWITTER   | 18       | 32,7 |
| INSTAGRAM   | 43       | 78,2 |
| WATSAPP   | 53       | 96,4 |
| TELEGRAM  | 26       | 47,3 |
| BİP   | 2        | 3,6  |

Tablo 3'e göre sosyal medya uygulamalarını tercih etme durumuna bakıldığında öğretmenlerin %96,4'ü whatsapp; %78,2'si instangram; %47,3'ü telegram; %47,3'ü facebook, %32,7'si twitter ve %3,6'sının ise bip uygulamasını kullanmayı tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırma kapsamında öğretmenlere “sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin okul öncesi öğretmenlerinin görüşleri” sorulmuş, verilen cevaplar analiz edilmiştir. Buna ilişkin cevaplar Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4.** Sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin okul öncesi öğretmenlerinin algısı

| TEMA                                     | Kodlar                  | f  | KATILIMCILAR   |
|--|-------------------------|----|--|
| Sosyal Medya Kullanımının Olumlu Yönleri | Bilgi edinme            | 15 | Ö2, Ö5, Ö9, Ö10, Ö13, Ö15, Ö16, Ö25, Ö31, Ö32, Ö35, Ö37, Ö40, Ö52, Ö54 |
|  | Güncel Olayların Takibi | 12 | Ö2, Ö4, Ö14, Ö17, Ö22, Ö23, Ö29, Ö34, Ö38, Ö44, Ö46, Ö53               |
|  | Bilgiye erişim          | 13 | Ö2, Ö5, Ö13, Ö14, Ö16, Ö24, Ö26, Ö30, Ö35, Ö40, Ö47, Ö52, Ö54          |
|  | Etkinlikler             | 9  | Ö1, Ö3, Ö4, Ö8, Ö14, Ö26, Ö46, Ö47, Ö53                                |
|  | Kişisel Gelişim         | 6  | Ö1, Ö18, Ö22, Ö41, Ö44, Ö47,   |
|  | İletişim                | 5  | Ö7, Ö14, Ö19, Ö27, Ö49,  |

Tablo 4 incelendiğinde öğretmenler “sosyal medya kullanımının olumlu yönlerini” “bilgi edinme, güncel olayların takibi, bilgiye erişim, etkinlikler, kişisel gelişim ve iletişim” olmak üzere sıraladıkları görülmüştür.

Çalışmada yer alan öğretmenlerden Ö 35 “bilgi edinme” ye ilişkin görüşünü “İstedğim konu hakkında bilgi sahibi olmak”, Ö40 “Bilgiye daha hızlı ulaşmak ve bilgiyi daha hızlı paylaşmak” şeklinde ifade etmiştir. ‘Güncel olayların takibi’ ne ilişkin katılımcılardan Ö34 ‘Güncel çalışmalardan haberdar olmak.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

‘Bilgiye Erişim’ ilişkin katılımcılardan Ö6 ‘Faydalı bilgiler ve araştırmalar için kullanılırsa daha fazla bilgiye daha kısa sürede ulaşma imkanı sunuyor.’ şeklinde görüşüne ifade etmiştir. ‘Etkinlikler’e ilişkin katılımcılardan Ö47 ‘Kendi mesleğinle ilgili haberleri yapılan yeni değişik etkinlikleri takip edip katılabiliyorsunuz.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

‘Kişisel Gelişim’e ilişkin katılımcılardan Ö46 ‘Gündemi takip edebiliyorsunuz. İlgi duyduğunuz sanatsal, kültürel ve mesleki faaliyetleri takip edip katılabiliyorsunuz.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

‘İletişim’e ilişkin katılımcılardan Ö14 ‘Günceli takip edebiliyorum, dersimle ilgili etkinlikleri buluyorum diğer meslektaşlarımla iletişime geçiyorum.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında öğretmenlere “Sosyal medyanın olumsuzluklarına ilişkin okul öncesi görüşleri” sorulmuş, verilen cevaplar analiz edilmiştir. Buna ilişkin cevaplar Tablo5’te yer almaktadır.

**Tablo 5.** Sosyal medyanın olumsuzluklarına ilişkin okul öncesi öğretmenlerinin algısı

| TEMA                                      | Kodlar             | f  | KATILIMCILAR  |
|---|--------------------|----|---|
| Sosyal Medya Kullanımının Olumsuz Yönleri | Zaman kaybı        | 26 | Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö6, Ö9, Ö12, Ö13, Ö17, Ö19, Ö21, Ö23, Ö24, Ö25, Ö30, Ö31, Ö32, Ö33, Ö35, Ö37, Ö42, Ö46, Ö48, Ö50, Ö52, Ö53, Ö54 |
|   | Bağımlılık         | 9  | Ö6, Ö15, Ö20, Ö31, Ö33, Ö40, Ö41, Ö42, Ö48,   |
|   | Bilgi karmaşası    | 7  | Ö3, Ö10, Ö25, Ö26, Ö30, Ö34, Ö40, Ö41, Ö50  |
|   | Sağlık sorunları   | 6  | Ö21, Ö25, Ö33, Ö36, Ö41, Ö45  |
|   | Yanlış yönlendirme | 6  | Ö3, Ö4, Ö11, Ö30, Ö34, Ö54  |
|   | A sosyallik        | 4  | Ö27, Ö31, Ö33, Ö44,   |

Tablo 5 incelendiğinde öğretmenler “Sosyal medyanın olumsuzluklarına ilişkin algı” teması altında “Zaman kaybı, bağımlılık, bilgi karmaşası, sağlık sorunları, yanlış yönlendirme, a sosyallik.” olmak üzere sıraladıkları görülmüştür. ‘Zaman kaybına ilişkin katılımcılardan Ö1 ‘fazla vakit ayırıyorum kitap okuyamıyorum’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Bağımlılığa ilişkin katılımcılardan Ö41 ‘Aşırı kullanımda bağımlılık ve psikolojik sorunlar olması’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Bilgi karmaşasına ilişkin katılımcılardan Ö34 ‘Yanlış ve yönlendirici bilgilere kapılmak.’ Şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Sağlık sorunlarına ilişkin katılımcılardan Ö36 Vücut sağlığını yaydığı radyasyonla bozması’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Yanlış yönlendirme’ ye ilişkin katılımcılardan Ö30 ‘Bazen bilgi karışıklığı olması ve fazla zaman alması şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘A sosyallik’ e ilişkin katılımcılardan Ö27‘a sosyal bir ortam oluşturuyor” şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında öğretmenlere “mesleki açıdan sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin görüşleri” sorulmuş, verilen cevaplar analiz edilmiştir. Buna ilişkin cevaplar Tablo 6 da yer almaktadır.

**Tablo 6.** Okul öncesi öğretmenlerinin mesleki açıdan sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin algısı

| TEMA  | Kodlar  | f  | KATILIMCILAR   |
|---|---|----|--|
| Sosyal Medya Kullanımının Mesleki Açıdan Olumlu Yönleri | Mesleğe ilişkin bilgi ve belgelere kolay erişim | 18 | Ö1,Ö4,Ö14,Ö20,Ö21,Ö23,Ö27,Ö29,Ö30,Ö31,Ö32,Ö35,Ö41,Ö42,Ö46,Ö51, Ö53,Ö54 |
|   | Paydaşlarla işbirliği                           | 14 | Ö4,Ö7,Ö16,Ö18,Ö22,Ö24,Ö28,Ö32,Ö34,Ö36,Ö40,Ö43,Ö46,Ö53,                 |
|   | Kendini geliştirme                              | 11 | Ö10,Ö11,Ö13,Ö21,Ö22,Ö33,Ö37,Ö45,Ö50,Ö52,Ö53,                           |
|   | Yeniliklerden haberdar olma                     | 11 | Ö2,Ö6,Ö10,Ö13,Ö14,Ö19,Ö22,Ö37,Ö41,Ö44,Ö53                              |
|   | Özgün fikirler üretmek                          | 7  | Ö6,Ö14,Ö33,Ö35,Ö41,Ö44,Ö52,  |
|   | Arşiv oluşturma                                 | 5  | Ö1,Ö17,Ö20,Ö27,Ö53   |
|   | Uzmanlarla iletişim                             | 3  | Ö6,Ö46,Ö54   |

Tablo 6 incelendiğinde öğretmenlere “Mesleki açıdan sosyal medyanın olumlu yönlerine ilişkin algısı” teması altında “Mesleğe ilişkin bilgi ve belgelere kolay erişim, Paydaşlarla İş birliği, Kendini geliştirme Yeniliklerden haberdar olma, Özgün fikirler üretmek, Arşiv oluşturma, Uzmanlarla iletişim” olmak üzere sıraladıkları görülmüştür. ‘Mesleğe ilişkin bilgi ve belgelere kolay erişime ilişkin katılımcılardan Ö4 ‘Mesleki anlamda zümrelerimin neler yaptığını orijinal etkinlikleri sosyal yardım projelerini takip edebiliyorum.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Paydaşlarla İş birliğine ilişkin katılımcılardan Ö24 ‘Mesleğimle ilgili farklı deneyimlere fikirlere kişilere vb. çok çabuk ulaşabilirsiniz’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Kendini geliştirme’ ye ilişkin katılımcılardan Ö44 ‘Yeni fikirler üretmeme kendimi geliştirmeme sebep oluyor.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Yeniliklerden haberdar olma’ ya ilişkin katılımcılardan Ö22 ‘meslekteki tüm yenilikleri gelişmeleri takip ediyorum.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Özgün fikirler üretmek’ ilişkin katılımcılardan Ö6 ‘Farklı etkinlikler, oyunlar keşfediyorum. Çocuk psikolojisi açısından uzman yazılarına ulaşabiliyorum.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Arşiv oluşturma’ ya ilişkin katılımcılardan Ö1 ‘Etkinlik arşivim çoğalıyor.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Uzmanlarla iletişim’ e ilişkin katılımcılardan Ö46 ‘Mesleğimle ilgili grupları, uzmanları ve etkinlikleri takip etme imkanım oluyor.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında öğretmenlere “Okulöncesi öğretmenlerinin mesleki açıdan sosyal medyanın olumsuzluklarına ilişkin görüşleri” sorulmuş, verilen cevaplar analiz edilmiştir. Buna ilişkin veriler Tablo 7 de yer almaktadır.

**Tablo 7.** Okul öncesi öğretmenlerinin mesleki açıdan sosyal medyanın olumsuzluklarına ilişkin algısı

| TEMA  | Kodlar          | f | KATILIMCILAR                  |
|---|-----------------|---|-------------------------------|
| Sosyal Medya Kullanımının Mesleki Olumsuz Yönleri | Taklit          | 8 | Ö6,Ö7,Ö31,Ö32,Ö47,Ö51,Ö53,Ö55 |
|   | Bilgi kirliliği | 7 | Ö6,Ö7,Ö9,Ö19,Ö24,Ö39,Ö46,     |
|   | Sanal zorbalık  | 6 | Ö1,Ö9,Ö23,Ö24,Ö32,Ö51         |
|   | Rekabet         | 5 | Ö6,Ö8,Ö47,Ö51,Ö55             |
|   | Zaman kaybı     | 3 | Ö3,Ö36,Ö46,                   |

Tablo 7 incelendiğinde öğretmenlerin “Mesleki açıdan sosyal medyanın olumsuz yönlerine ilişkin algısı” teması altında “Taklit, Bilgi kirliliği, Sanal zorbalık, Rekabet, Zaman kaybı,” olmak üzere beş kod yer almaktadır. ‘Taklitle ilişkin katılımcılardan Ö53 ‘gerekli olmadığını düşündüğüm bir çok etkinlik herkes tarafından yapılmaya başlandı birbirinden görerek bu artış gösterildi.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Bilgi kirliliğine ilişkin katılımcılardan Ö7 ‘olumsuzlukları da hızlı bir şekilde yayıyor ve bilgi kirliliği oluşturuyor.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Sanal zorbalık’ a ilişkin katılımcılardan Ö24 ‘Kolaya alışma, bilgi kirliliği, sanal zorbalık, teşhircilik vs.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Rekabete ilişkin katılımcılardan Ö8 ‘Gereksiz mesleki yarışmalar sırf ön planda olmak için manasız etkinlikler öğretmene yakışmayan davranışlar görebiliyoruz ve bazıları bunu taklit ediyor.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Zaman kaybı’ na ilişkin katılımcılardan Ö3 ‘Zamanımı çok fazla alması kendime zaman ayıramıyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında öğretmenlere “öğretmenlerin ebeveynlerle iletişimde sosyal medya uygulamalarından yararlanma durumu” sorulmuş, verilen cevaplar analiz edilmiştir. Buna ilişkin veriler Tablo 8 de yer almaktadır.

**Tablo 8.** Okul öncesi öğretmenlerinin ebeveynlerle iletişimde sosyal medya uygulamalarından yararlanma durumu

| TEMA  | Kodlar                                    | f  | KATILIMCILAR   |
|---|---|----|--|
| Sosyal Medya Uygulamalarından Yararlanma Durumu | Bilgilendirme                             | 15 | Ö1,Ö2,Ö4,Ö6,Ö9,Ö14,Ö23,Ö26,Ö32,Ö33,Ö35,Ö37,Ö41,Ö53,Ö55 |
|   | Bilgi belge paylaşımı                     | 14 | Ö1,Ö2,Ö6,Ö8,Ö14,Ö16,Ö17,Ö23,Ö27,Ö33,Ö36,Ö40,Ö51,Ö53    |
|   | Eğitim içeriği, görsel/fotoğraf paylaşımı | 10 | Ö3,Ö6,Ö8,Ö14,Ö17,Ö32,Ö35,Ö36,Ö43,Ö52,                  |

Tablo 8 incelendiğinde öğretmenlere “Ebeveynlerle iletişimde sosyal medya uygulamalarından yararlanma durumu teması altında ‘Bilgilendirme, Bilgi belge paylaşımı, Eğitim içeriği, görsel/fotoğraf paylaşımı’ olmak üzere sıraladıkları görülmüştür. ‘Bilgilendirmeye

ilişkin katılımcılardan Ö53 ‘bilgilendirme yaparak aynı anda birçok kişiye ulaşabiliyorum’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Bilgi belge paylaşımına ilişkin katılımcılardan Ö6 ‘çocuklara kitap sevgisi aşılacak velilere çocukları ile kaliteli zaman geçirmelerini açısından kitap PDF gönderiyorum.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir. ‘Eğitim içeriği, görsel/fotoğraf paylaşımına ilişkin katılımcılardan Ö8 ‘sadece WhatsApp üzerinden bilgilendirme mesaj ve zaman zaman sınıf etkinlik fotoğrafı paylaşıyorum.’ şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

## SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerini ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada, “Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşlerini Belirleme Formu” kullanılarak elde edilen veriler içerik analizi yapılarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda öğretmenlerin %47,3’ünün günde 1-2 saat sosyal medya uygulamalarına zaman ayırdığı, %96,4 gibi büyük bir çoğunluğun WhatsApp uygulamasını kullandıkları görülmüştür. “Sosyal medya kullanımının olumlu yönleri, sosyal medya kullanımının olumsuz yönleri, sosyal medya kullanımının mesleki açıdan olumlu yönleri, sosyal medya kullanımının mesleki açıdan olumsuz yönleri ve sosyal medya uygulamalarından yararlanma durumu” olmak üzere beş tema altında bulgulara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda öğretmenler sosyal medya uygulamalarının ‘bilgi edinme’ açısından kolaylık sağladığını; sosyal medya uygulamalarının zaman kaybına neden olması açısından olumsuz olarak değerlendirildiği, mesleki açıdan ise bilgi ve belgelere kolay erişim sağlanması açısından kolaylık sağladığı ifade edilmiştir. Öğretmenlerin sosyal medya uygulamalarını daha çok bilgilendirme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Duran ve Bayar (2020) öğretmenlerin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerini inceledikleri çalışmada, öğretmenlerin sosyal medya uygulamalarını eğitim alanında daha verimli kullanmasına ilişkin bilgi ve belgelere ulaşma noktasında paylaşım yapmalarını, eğitim sayfaları ve gruplarla yeniliklerin takip edilmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

### Uygulayıcılar İçin Öneriler

- Genel olarak sosyal medyanın günümüzde oldukça yaygın ve özellikle pandemi döneminde uzaktan öğretim yapılırken daha çok da iletişim açısından kullanımı dikkate alındığında bu platformların eğitim-öğretim açısından eğitimsel içeriklerin kullanımı konusunda öğretmenlerin bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Sosyal medya kullanımının olumsuz yönleri konusunda öğretmenlerin, velilerin ve öğrencilerin bilgilendirilmesine yönelik eğitim çalışmaları düzenlenebilir.

### Araştırmacılar İçin Öneriler

- Sosyal medya kullanımına ilişkin okul yöneticilerinin ve farklı branşlardan öğretmenlerin algılarını belirlemeye dönük araştırmalar yapılabilir.
- Sosyal medyanın olumsuz etkilerinin kullanıcılarda yol açabileceği etkilere ve rahatsızlıklara yönelik araştırmalar yapılabilir

## KAYNAKÇA

- Arıbal Arslanboğa, T. (2009), *Türkiye eğitim sisteminde okul disiplininin avrupa birliği ülkeleri ile karşılaştırmalı analizi*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
- Bozarth, J. (2010). *Social media for trainers: Techniques for enhancing and extending learning*. John Wiley & Sons.
- Castells, M. (2011). Network theory: A network theory of power. *International journal of communication*, 5, 15.

- Comm, J. (2010). *Twitter power 2.0: How to dominate your market one tweet at a time*. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. WW. (2013). Nitel araştırma yöntemleri-beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çeviri Editörleri: M. Bütün, S. B. Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çelikten, M. (2005). Öğretmenlik mesleği ve özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 207-237.
- Çiçek, B. (2020). Organizasyonları aşındırıcı unsurlar olarak sosyal dışlanma ve sanal kaytarma ilişkisi ve bu ilişkide etik iklimin rolü. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 198-217.
- Çiçek, B. (2020). Öz Düzenlemenin nomofobi üzerindeki etkisi. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 5(2), 89-101.
- Çiçek, B., & Işık, M. (2019). *Sosyal ağlarda ceo'ların etkinliği: twitter örneği*. 18. Uluslararası İşletmecilik Kongresi, Osmaniye, 1673-1686.
- Duran, E., & Bayar, A. (2020). Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin
- Ellul, J. (2012). *Le bluff technologique* (p. 1). FR: Pluriel.
- Ertürk, S. (1986). *Türkiye'deki bazı eğitim sorunları üzerine düşünceler*. Ankara: Yelkentepe Yayınları.
- Görüşleri. *Iğdir University Journal of Social Sciences*, (4).
- Hjorth, L., & Hinton, S. (2019). *Understanding social media*. CA: Sage.
- Internetworldstats.com. (2021). *World internet users statistics and 2021 world population stats*. Available at: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Erişim Tarihi: 06/01/2022].
- Işık, M., & Kaptangil, İ. (2018). Akıllı telefon bağımlılığının sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliği ile ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerinden bir araştırma. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(2), 695-717.
- Karakaş, Y. E., & Çiçek, B. (2020). İmaj ve sosyal sorumluluk sadakat yaratabilir mi? Sivil havayolu işletmeleri örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1160-1179.
- Kaynak, İ. (2021). The impact of employees' crypto asset market tracking desire on cyberloafing. *Research Journal of Business and Management*, 8(4), 279-290.
- Kim, W., Jeong, O. R., & Lee, S. W. (2010). On social web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew research center*, 125, 52-68.
- Sarı, M. H. (2016). Okul, öğretmen ve öğrenci. *Pegem Atıf İndeksi*, 341-380.
- Schmidt, J. H. (2018). *Social media*. Wiesbaden: Springer VS.
- Şişman, M. (2011). Eğitim bilimine giriş.
- Tezcan, M. (1997). *Eğitim sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Toffler, A., & Alvin, T. (1980). *The third wave* (Vol. 484). New York: Bantam books.
- We Are Social. (2018). *Digital in 2017: Global Overview - We Are Social*. [online] Available at: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> [Erişim Tarihi: 06/01/2022].

## EXTENDED SUMMARY



With the rapidly changing conditions in the world, the transition process to the information society has started since the last quarter of the twentieth century. Thus, there has been a significant change in many areas. In the process of this change, even the economic power of individuals has begun to be determined by the level of knowledge and education they have. (Ellul, 2012; Castells, 2011; Toffler, 1980; Karakaş and Çiçek, 2020). With these developments, the perspective of educational institutions, which are seen as the production and sharing center of knowledge, has changed. Many countries have seen education as the basis of development and development, and the most important shares from central budgets have begun to be transferred to educational institutions.

Social media can be defined as online platforms that allow people to create online communities and share content created by users (Kim et al., 2010; Işık and Kaptangil, 2018). The most important feature of these platforms is that the content produced is created by the users themselves (Bozarth, 2010). In other words, social media is the sum of the content produced by its own audience. These contents can be all kinds of different things, as well as be produced in different ways. For example, Facebook is not a publishing company, it does not create content, in contrast, its job is to allow users to create content on their own behalf (Comm, 2009).

According to the 2021 data of the Internet World Stats (2021) website, internet users in the world have reached about 4.1 billion people (54.4% of the world's population). According to the "Digital in 2017 Global Overview" report published by "We Are Social and Hootsuite"; approximately 2.8 billion people in the world use social media at least once a month, and more than 91% of them do so with mobile devices. It shows that the average social media user spends 2 hours and 19 minutes using social platforms every day (We Are Social, 2018; Çiçek and Işık, 2019).

As can be understood from the statistics above, social media has become one of the important parts of our lives. Nowadays, the use of social media can be used as a communication tool in every layer of society from seven to seventy (Perrin, 2015). People can now easily access information from social media platforms via mobile devices or computers and quickly communicate with people in different parts of the world without having to make long efforts to access information. This medium, which has such easy access, can have positive and negative effects (Hjorth and Hinton, 2019). In such a way that social media platforms facilitate access to information as well as (Schmidt, 2018), they can bring addiction problems with them (Çiçek, 2020). Similarly, it provides convenient access to professional information and also steals the time that individuals will devote to their professions (Çiçek, 2020; Kaynak, 2021).

The main problem of the research is; According to the perceptions of preschool teachers, "Is the use of social media positive in general? is it negative?" and "Is social media use positive or negative from an occupational perspective?" it has been directed to the questions.

Based on the problematic tried to be explained above, in this research, the use of social media, which has such an important place in our lives, was examined specifically for preschool teachers. Thus, in addition to revealing the social media usage situations of teachers, it was aimed to describe their perceptions of social media usage from a professional point of view and in the course of daily life. In this context, a qualitative research was carried out. It is expected that the findings obtained will contribute to the current situation as well as through a number of recommendations for the field.

Preschool teachers in this research in order to put forward their views on the use of social media, "preschool teachers to determine their views on the use of social media in the form" by using the data obtained were analyzed by content analysis. As a result of the analyzes, it was found that 47.3% of teachers devote time to social media applications for 1-2 hours a day, and the vast majority, such as 96.4%, use the WhatsApp application. "Positive aspects of social media use, negative aspects of social media use, positive aspects of social media use from an occupational perspective, negative aspects of social media use from an occupational perspective and the situation of using social media applications" were included in the findings under five themes. As a result of the research, teachers found that social media applications provide convenience in terms of 'obtaining information'; it has been stated that social media applications are evaluated

negatively in terms of causing time loss, and from a professional point of view, they provide convenience in terms of providing easy access to information and documents. It has been found that teachers use social media applications more for informational purposes. Duran and Bayar (2020) emphasized that teachers should share information and documents about using social media applications more efficiently in the field of education, and that innovations should be followed up with educational pages and groups in a study in which they examined teachers' views on the use of social media.

## **Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Araştırmalarına Yönelik Bir Analiz\***

Dilek ALMA SAVAŞ†

### **Öz**

Sanayi devrimi sonrası yaşanan teknolojik gelişmeler bir yandan tüketim alışkanlıklarında değişime ve tüketim miktarında artışa neden olurken diğer yandan sınırlı olan doğal kaynakların hızla azalmasına neden olmuştur. İnsan yaşamının devamlılığı için önem arz eden doğal kaynakların ve çevresel dengenin korunması ihtiyacı, hem mevcut insanların hem de gelecek nesillerin tüketim düzeylerini koruma arzusu ve daha iyi bir yaşam isteği sürdürülebilir tüketimin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sürdürülebilir tüketim kavramıyla çok sayıda kavramın (yeşil tüketim, tasarruf, israf, medya vb.) birlikte kullanıldığı görülmekle beraber yaygın kullanılan kavramlardan birinin çevre kavramı olduğu söylenebilir. Bu çerçevede yapılan bu çalışmada da sürdürülebilir tüketim ve çevre konuları ele alınmakta, bu konuya ilişkin literatür taraması bibliyometrik analiz yöntemi ile yapılmakta ve analiz bulgularına yer verilmektedir.

### **Anahtar Kelimeler**

Sürdürülebilir tüketim, çevre, sürdürülebilirlik, bibliyometrik analiz.

### ***An Analysis of Sustainable Consumption and Environment Researches***

### **Abstract**

Technological developments experienced after the industrial revolution, on the one hand, caused a change in consumption habits and an increase in the amount of consumption, on the other hand, it caused a rapid decrease in limited natural resources. The need to protect natural resources and environmental balance, which is important for the continuity of human life, the desire to protect the consumption levels of both current people and future generations, and the desire for a better life reveal the necessity of sustainable consumption. Although it is seen that many concepts (green consumption, savings, waste, media, etc.) are used together with the concept of sustainable consumption, it can be said that one of the commonly used concepts is the concept of environment. In this study, carried out within this framework, sustainable consumption and environmental issues are discussed, the literature review on this subject is made with the bibliometric analysis method and the analysis findings are included.

### **Keywords**

Sustainable consumption, environment, sustainability, bibliometric analysis.

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

† Arş. Gör. Dr. Bitlis Eren Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 0000-0001-6246-8539, [dalma@beu.edu.tr](mailto:dalma@beu.edu.tr)

Atıf yapmak için / To cite this article: Savaş Alma D. (2022). Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Araştırmalarına Yönelik Bir Analiz. Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2): 81-100.

## GİRİŞ

Başlangıçta kalkınma kavramı ile tanınan sürdürülebilirlik, zaman içinde sürdürülebilir kent, sürdürülebilir enerji, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir girişimcilik vb. birçok kavramda kullanılmaya başlanmıştır. Yayılan ve genişleyen literatürde sürdürülebilirliğin “sürdürülebilirlik bilimi” ya da yeni bir disiplin olarak sunulması yönünde gayretler ortaya çıkmıştır (Komiyama & Takeuchi, 2006). Her şeyi sürdürülebilir kılmak istemenin temel gerekçesi gezegenimizin büyük bir tehlike altında olduğudur ve mal ve hizmetler konusundaki mevcut tüketim kalıpları bunun önemli nedenleri arasında görülmektedir. Bu durumun göstergelerinden biri yakın bir dönemde gerçekleşmiştir. İçinde bulunduğumuz 2022 yılının 28 Temmuz günü dünyanın bizlere sunmuş olduğu bir yıllık kaynakları tükettiğimiz limit aşım günü olarak belirlenmiştir. Bu tarih geçtiğimiz 2021 yılında 29 Temmuz olarak gerçekleşmiştir ve önceki yıllarla kıyaslandığında her yıl biraz daha erken bir tarihe doğru gitmektedir (WWF, 2022). Bunun diğer bir anlamı 28 Temmuz’dan itibaren 2023 yılının kaynaklarından tüketmeye başladığımızdır.

Bu nedenle çevre konusunda akla gelen ilk kavramlardan biri olan sürdürülebilirliğin benimsenmesi gereken başlıca alanlardan biri tüketimdir. Nitekim sürdürülebilirlik literatüründe, bu çalışmanın konusu olan sürdürülebilir tüketim günümüz toplumunun tüketim odaklı açıklamalara konu olması, içinde bulunduğumuz yüzyılı açıklayan postmodernizm gibi kavramların tüketim ile açıklanması, tüketimin; kalkınmanın ve kapitalist gelişimin temel taşlarından biri olması gibi nedenlere bağlı olarak ayrı bir öneme sahip olduğu ifade edilebilir. Ayrıca ilgili literatürde sürdürülebilir tüketimin sürdürülebilirlik biliminin bir konusu olması gerektiği açık bir şekilde belirtilmektedir (Brown, 2012) ve bu kapsamda sürdürülebilir tüketimi farklı açılardan ele alan birçok çalışma bulunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı sürdürülebilir tüketim ve çevre üzerine yapılan araştırmalara yönelik literatür incelemesini bibliyometrik analiz yöntemi aracılığıyla gerçekleştirmektir. Bu doğrultuda yapılan bu çalışma, iki ana başlıkta ele alınmaktadır. İlk bölümde sürdürülebilir tüketim ve çevre ilişkisi, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir tüketim kavramları ele alınırken, ikinci bölümde, sürdürülebilir tüketim ve çevre konulu çalışmaların tanımlayıcı bilgilerinin yanı sıra konu ile ilgili makale sayısı fazla olan ilk 10 kaynağa, makale sayısına göre ilk 10’da yer alan yazarlara, en çok atıf alan yayınların bilgilerine, kaynak dinamiklerine, yazar iş birlikteliklerine, bilimsel üretime, kelime bulutuna ve tematik evrime ilişkin bulgulara yer verilmektedir.

### 1. ANA HATLARIYLA SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM ve ÇEVRE İLİŞKİSİ

Sürdürülebilirlik sözcüğünün lügat düzeyinde tanımı, “bir durum veya herhangi bir şeyin devam etmesini sağlamak”, onu devamlı kılmaktır (TDK, 2022). Bu anlamıyla sözcüğün literatürde özgün bir yönü bulunmamaktadır. Ancak çevresel temelde sürdürülebilirlik gittikçe artan ve yayılan; teorik ve pratik boyutları olan bir kavramdır. Bu yönü o denli baskın hale gelmiştir ki Oxford Sözlüğü sürdürülebilirlik kavramının ikinci tanımını yukarıda verdiğimiz genel tanıma mutabık bir şekilde “uzun süre devam etme veya devam ettirme yeteneği” olarak yaparken; “doğal ürünlerin ve enerjinin çevreye zarar vermeyecek şekilde kullanılması” anlamını kavramın ilk tanımı olarak kabul etmiştir (Oxford Learner’s Dictionaries, 2022). Cambridge Sözlüğü de “çevreye hiç zarar vermeme ya da çok az zarar verme ve buna bağlı olarak uzun süre devam edebilme” şeklindeki çevre temelli tanımı kullanmıştır (Cambridge Dictionary, 2022).

Literatür açısından birçok çalışma sürdürülebilirliği araştırmaya ve tanımlamaya çalışmıştır. Bazıları terimin ne anlama geldiğine ilişkin görüşlerinde oldukça sınırlı bir yaklaşım benimserken, diğerleri sürdürülebilirliği onunla bağlantılı iktisadi, toplumsal ve çevresel yönlerle açıklama eğilimindedir. Bu nedenle araştırmacıların bakış açılarına göre farklı sürdürülebilirlik tanımları ortaya çıkmıştır (Kotob, 2000: 2). Diğer taraftan çoğu uygulama çalışması, sürdürülebilirliği değerlendirirken dahi bir tanım yapmaktan kaçındığı belirtilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri literatürde tutarlı bir tanımın bulunmamasıdır (Moore vd., 2017). Ancak tüm farklılıklara rağmen aşağıda ele alınacağı üzere sürdürülebilirlik tanımlarının altında ekolojik bir kaygı/yaklaşımın olduğu görülmektedir ve bu durum büyük oranda kavramın tarihi ile ilişkilidir.

Sürdürülebilirliğin temelinde yer alan gelecek için doğal kaynakların korunması kaygısının herhangi bir tarihle sınırlandırılmayacağını baştan belirtmek gerekir. Avcıların nesillerin tükenmesinden ve çiftçilerin toprak verimliliğinden endişe duymaları bunun ilk örnekleri olarak sayılabilir. Yine geleneksel inançların, sürdürülebilirliği telkin ettiği; Nijeryalı bir kabile şefinin “many dead, few living and countless others unborn/ çok sayıda ölü, az sayıda yaşayan ve sayısız diğer doğmamışlar” ifadesindeki tanımından anlaşılmaktadır. Kavram olarak sürdürülebilirliğin ilk olarak ormancılıkta ortaya çıktığı belirtilmektedir. Buradaki temel yaklaşım ormanın ürettiğinden daha fazlasını hasat etmemektir. Sürdürülebilirliğin Almanca karşılığı ilk defa 1713 tarihinde kullanılmıştır. Ancak insanlık ve doğa arasındaki ilişkiye dair her zaman biri uyumu vurgulayan, diğeri ise doğayı fethedilmesi gereken bir şey olarak gören iki karşıt görüş olmuştur. Bu ikinci görüş, en azından son yüzyıllarda Batı uygarlığında oldukça baskın olmuş olsa da onun karşıt noktası hiçbir zaman eksik olmamıştır. Bu nedenle her ne kadar ismen zikredilmese dahi sürdürülebilirlik sözcüğü, kaynakların kıtlığı nedeniyle ekonomistler için doğal bir çalışma konusu olmuştur. Mevcut tarım arazilerinin genişleyen bir nüfusu besleyememesine bağlı olarak baş gösteren kitlesel açlık hakkındaki teorisini 1798’de yayımlayan Thomas Malthus’un çalışmasının (1931’de Amerikalı bir ekonomist olan Harold Hotelling tarafından formüle edilerek) bugün hala geçerliliğini koruması bunun önemli bir göstergesidir. Sürdürülebilirlik kavramını benimseyen ve ona bugün sahip olduğu yaygın kabulü kazandıran asıl gelişme Brundtland Raporu olarak bilinen BM Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun raporudur. Yaklaşan tehlikeden bir çıkış yolu göstermesi nedeniyle rapor memnuniyetle karşılanmıştır (Kuhlman & Farrington, 2010: 3437).

Rapor kavramın yalın biçimi yerine sürdürülebilir kalkınmayı tanımlamaktadır. Rapora göre, “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma”, sürdürülebilir kalkınmadır (World Commission on Environment and Development, 1987). Bu tarihten sonra kavram hızla yayılmıştır. Rapordan iki yıl sonra 140 alternatif ve çeşitli şekillerde değiştirilmiş sürdürülebilir kalkınma tanımı yapılmıştır. 2007 yılında yazılan bir makaleye göre, çevre yönetimi ve onunla doğrudan veya dolaylı olarak bağlantılı olan ilgili disiplinler alanında “sürdürülebilirlik ve “sürdürülebilir kalkınma”nın yaklaşık üç yüz tanımı yapılmıştır. Bu durum sürdürülebilirliğin birçok anlama gelmesine neden olmuştur. Geliştirilen tanımlara herhangi bir itiraz olmasa dahi bunların bütüncül olmaktan uzak olması sürdürülebilirliğin; insan çabasının tüm ölçeklerinde, disiplinlerinde ve yönlerinde tanımlayan evrensel olarak uygulanabilir bir dizi ilke üretme ihtiyacını doğurmuştur. Bu nedenle sürdürülebilirliğin üzerinde uzlaşıya varılmış tekil bir tanım arayışından vazgeçilmesi

gerektiği (Owens, 2003); kavramı, prensipler ve etik ilkeler üzerinden açıklamanın daha doğru olduğu ileri sürülmektedir (Johnston vd., 2007).

Gittikçe yayılan sürdürülebilirlik literatürünün önemli yönlerinden biri de birçok alanda sürdürülebilirliğin öngörülmesidir. Bunlardan bazıları şu şekilde sayılabilir: Doğal kaynakları daha az tüketerek, toplumsal ve iktisadi açıdan kalkınmayı gerçekleştiren şehirlere sürdürülebilir şehirler (Öztürkoğlu vd., 2018; Haughton & Hunter, 2003); gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden gelişme ve hayatta kalma çabalarında insan ve diğer yaşam formlarını destekleyen doğal iklimsel, topografik ve biyofiziksel alana yapıcı bağımlılık anlamına gelen çevreye sürdürülebilir çevre (Olalekan vd., 2019: 37); ekolojik sistemlerin yok edilmeden ve kültürel mirası kayba uğratmadan gerçekleşen turizm faaliyetine sürdürülebilir turizm (Lansing & Vries, 2007). Bu listeyi uzatmak oldukça kolaydır. Nitekim basit bir Google taramasında sürdürülebilirliğin başında yer aldığı enerji, tarım, ev, tasarım, şirket gibi birçok kavram bulunmaktadır. Bu kavramlardan biri de çalışmanın konusu olan sürdürülebilir tüketimdir.

Mevcut tüketim kalıplarıyla birlikte (Briceno & Stagl, 2006) artan dünya nüfusuna bağlı olarak son elli yılda gıda talebi yaklaşık olarak üç katına çıkmıştır. Diğer taraftan insan tüketimi doğanın kendini yenileme kapasitesinden %30 daha fazla gerçekleşmiştir (Govindan, 2018: 419). Bu durum sürdürülebilir kalkınma ile ilgili uluslararası tartışmalarda tüketimin önemine dair bir kabulün önünü açmıştır. İnsanların diğerlerinden fazla belirli ürün ve hizmetleri tüketmek veya diğerlerinden fazla belirli şekillerde yaşamak için yaptıkları eylemler ve seçimlerin tamamının çevre ve sosyal eşitlik üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri vardır. Bu nedenle, son zamanlarda politika yapımcılar, sürdürülebilir kalkınma arayışında tüketim kalıplarına müdahale etmenin ve insanların davranışlarını ve yaşam tarzlarını etkilemenin mümkün olup olmadığı ve nasıl mümkün olabileceği sorusuyla ilgilenmeye başlamışlardır (Jackson, 2014). Böylece kalkınmayla birlikte toplumsal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğin odağında yer alan sürdürülebilir tüketim; en az diğer sürdürülebilirlik temaları kadar önemli olmuştur. Yaşadığımız toplumu tüketim üzerinden (tüketim toplumu) açıklayan (Baudrillard, 2008) ve içinde bulunduğumuz egemen kültürün tüketim odaklı olduğunu iddia eden (tüketim kültürü) (Featherstone, 2013) çalışmalarla birlikte düşünüldüğünde bu önem daha fazla anlaşılmaktadır.

Gelişmiş ülkelerin başını çektiği tüketim ve üretim kalıplarının değiştirilmesi gerektiği 1992'de gerçekleşen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansının (UNCED) açık bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Lorek & Spangenberg, 2014). Sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir üretim ile birlikte ilk kez Oslo'da gerçekleşen bir sempozyumda tartışılmıştır (Atrek & Madran, 2017). Sürdürülebilir tüketimin geniş ve yaygın olarak kullanılan tanımı, Birleşmiş Milletler sponsorluğunda düzenlenen Oslo Sempozyumu'nda (Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Konulu Oslo Yuvarlak Masa Toplantısı) geliştirilmiştir. Bu tanıma göre, sürdürülebilir tüketim, "yaşam döngüsü boyunca doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık ve kirletici emisyonlarının kullanımını en aza indirirken, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmamaktır". Bu tanım, birçok kesim için birden çok anlama sahip geniş ve zengin bir tanımdır. Birincisi hem üretim birimlerinin hem de bireysel tüketicilerin faaliyetlerini ifade eder. İkincisi, çevrenin korunması ve kaynak kullanımına eşit yaklaşmaktadır ve son olarak, mevcut ve gelecekteki tüketici popülasyonlarının refahı arasında bir denge arayışıyla ilgilenmektedir (Xiao & Li, 2011: 324-325). OECD' de hem Brundtland Raporu'nun sürdürülebilir kalkınma tanımına

hem de yukarıdaki tanıma paralel bir şekilde sürdürülebilir tüketimi, Norveç Çevre Bakanlığının 1994'te yaptığı tanıma referansla; “gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan doğal kaynakların, toksik maddelerin ve atıkların kullanımını en aza indirmek, temel ihtiyaçlara cevap vermek ve daha iyi yaşam kalitesi getiren mal ve hizmetlerin kullanılmasını sağlamak” olarak tanımlamıştır (OECD, 2002: 16).

Tanıma göre sürdürülebilir tüketim özünde çevreyi koruma ve ekolojik bütünlük adına bireyleri, şirketleri ve ulusları kaynak ayak izlerini azaltmaya çağıran normatif bir kavramdır. Bu yönüyle başlangıçta ekonomik büyümenin itici gücü ve refahın temel taşı olarak neoklasik ekonomide çağrıştırılan tüketici talebinin eski “kara kutusunu” sorunsallaştırmaktadır. Akademik anlamda yapılan çalışmalar ve politika söyleminde giderek yaygınlık kazanan sürdürülebilir tüketim teorisi ve pratiği, tüketicinin çevresel sorumluluk tartışmalarında tek başına “günah keçisi” yapılamayacağını göstermektedir. Özellikle gelişmiş dünyada aşırı tüketimi yönlendiren sosyal, kültürel ve sistemik dinamiklerin olduğu ve kültürel politikalar ile tüketim arasında bir bağın bulunduğu yapılan araştırmaların sonuçları olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle akademisyenler, aktivistler ve politika yapımcılar sürdürülebilir tüketimin yalnızca bireysel davranışlarla değil onunla birlikte kültür ve kurumların rolüyle gerçekleşeceğine inanmaktadırlar (Anantharaman, 2018). Diğer bir ifade ile sosyal bağlama gömülü olan sürdürülemez tüketim problemi, sadece bireylere yapılan “daha az tüket” yönündeki tembihle değil (Jackson, 2004: 1027), ayrıca sosyoekonomik yapılarla bağlantılıdır (Briceno & Stagl, 2006). Bu nedenlere bağlı olarak aşağıda inceleneceği üzere sürdürülebilirlik literatürü içerisinde sürdürülebilir tüketim ve çevre konusu oldukça farklı boyut ve bağlamlarla ele alınmıştır.

## 2. MATERYAL ve YÖNTEM

Bu çalışmada sürdürülebilir tüketim ve çevre ile ilgili yapılmış olan çalışmaların literatür incelemesi bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bibliyometrik analiz yöntemi, nitel literatür taramasından kullanılan bir istatistikler yöntem olmakla beraber literatüre ilişkin nicel bulgulara da yer vermektedir. Bir diğer anlatımla, bibliyometrik analiz yöntemi bireysel araştırmacıların, araştırma gruplarının, kurumların, ülkelerin ve dergilerin etkilerini değerlendirmek için genellikle nitel ve nicel yöntemlerin kullanıldığı analiz yöntemi olarak tanımlanabilmektedir (Krauskopf, 2018).

Bibliyometrik araştırma yöntemi temelde literatür taramasıyla benzerlik gösterse de bazı açılardan farklılaştığı görülmektedir. Bunlardan en önemlisi ve ilki, nitel yöntemlerin kullanılması ve literatürün istatistiksel yöntemler kullanarak incelenmesidir. Bir diğeri, bibliyometrik analiz yöntemleri, literatür taramasına kıyasla daha fazla yayını inceleyebilme avantajına sahip olmasıdır. Çünkü literatür taramalarında kaynaklar, manuel olarak tarandığından sınırlı sayıda yayın incelenmektedir.

Bibliyometrik analiz yöntemine ilişkin kullanımın artmasında ve yaygınlaşmasında yukarıda bahsi geçen gerekçelerin dışındaki şu iki ana unsurda etkili olmuştur; ilki, Scopus, web of Science gibi veri tabanlarından verilerin temininin sağlanması ve benzeri veri tabanlarının sayısındaki artıştır. İkincisi, verilerin analizini sağlayabilecek paket programların ulaşılabilirliğinin kolay olması ve R Studio’ da bulunan R Shiny programı, VOS Viewer, Leximancer gibi programların sayısının yıllar içine artmasıyla birlikte araştırmacıların kullanımına sunulmasıdır.

Bu çerçevede, yapılan bu çalışmada da Scopus veri tabanı kullanılmıştır. Scopus veri tabanı, yayınları taramada yaygın kullanılan ve araştırılan alanlarla ilgili geniş çerçeveli veri sağlayan önemli veri tabanlarından birisi olduğundan tercih edilmiştir. Arama kriterleri; sürdürülebilir tüketim ve çevre (“sustainable development” and “environment”) konuları ile 1993 ve 2022 zaman dilimini kapsayan dönemdir. Elde edilen veri seti R Studio’da bulunan Bibliometrix programında R Shiny ile incelenmiştir. R Shiny, Bibliometrix programının web arayüzüyle işlem yapılmasını sağlayan açık kaynaklı bir yazılımdır (Busayo vd., 2020) Bibliometrix programı diğer bibliyometri programlarına göre uygulama ve analiz safhalarında birçok avantaj sağlaması, kamuya açık bir program olması, uygulamada birçok analiz yöntemini desteklemesi vb. birçok unsurdan dolayı tercih edilmiştir.

Analiz öncesi, sürdürülebilir tüketim ve çevre ile ilişkili yayınların 1993-2022 zaman aralığındaki verilerine ilişkin temel bulgular incelediğinde; 695 dokümanın 403 farklı kaynağı (dergiler, kitaplar vb.) olduğu, yayın başına düşen ortalama atıf sayısının 27,84 olmakla birlikte, yıllık ortalama atıf sayısının ise 3,752 olduğu görülmektedir (Tablo 1). Toplam referans sayısı ise 40815 olarak gözlemlenmiştir. Ek olarak, 695 dokümanın 516’sı makaleden, 14’ü kitaptan, 66’sı kitap bölümünden, 54’ü konferans bildirilerinden, 4’ü editoryal, 3’ü nottan, 37’si eleştiri yazısından ve 1’i kısa anketten oluşmaktadır (Tablo 1).

Yayın yapan 1812 farklı yazarın, belgelerde görünüm sayısı 1998 olmuştur. Tek yazarlı yayın sayısı 144 iken, çok yazarlı yayın sayısı 1668’dir. Yayınların ezici çoğunluğunu, çoklu yazar yayınlarının oluşturduğu görülmektedir. Yayın başına düşen yazar sayısı 0.384 iken, yazar başına düşen belge sayısı 2.61’dir. Belge başına ortak yazar oranının 2.87 ve yazarlar arası iş birliği indeksinin 3.15 olduğu görülmektedir (Tablo 1).

**Tablo 1:** Verilere İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

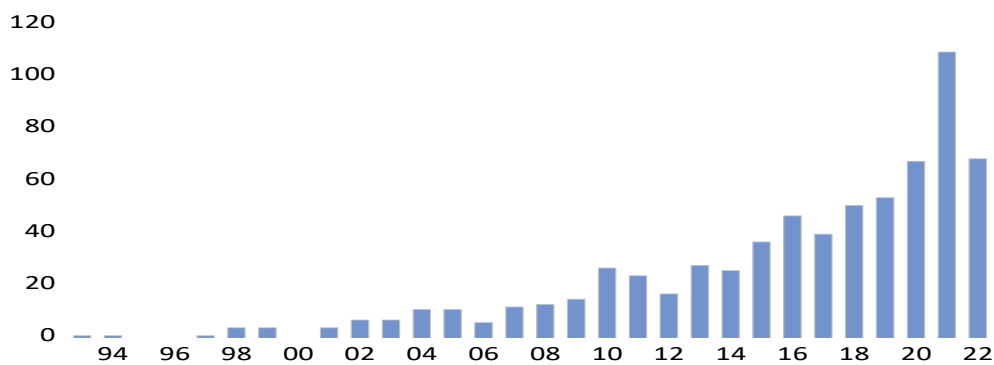
| TANIMLAR  | TANIMLAYICI BİLGİLER |
|---|----------------------|
| <i>Zaman aralığı</i>                            | 1993:2022            |
| <i>Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar, vb.)</i>      | 403                  |
| <i>Doküman</i>                                  | 695                  |
| <i>Belge başına ortalama atıf sayısı</i>        | 27,84                |
| <i>Belge başına yıllık ortalama atıf sayısı</i> | 3,752                |
| <i>Referanslar</i>                              | 40815                |
| <b>BELGE TÜRLERİ</b>                            |                      |
| <i>Makale</i>                                   | 516                  |
| <i>Kitap</i>                                    | 14                   |
| <i>Kitap bölümü</i>                             | 66                   |
| <i>Konferans bildirisi</i>                      | 54                   |
| <i>Editoryal belge</i>                          | 4                    |
| <i>Not</i>                                      | 3                    |
| <i>Eleştiri yazısı</i>                          | 37                   |
| <i>Kısa Anket</i>                               | 1                    |



| <b>BELGE İÇERİĞİ</b>                    |       |
|---|-------|
| Anahtar kelimeler (ID)                  | 2305  |
| Yazarların kullandığı anahtar kelimeler | 2014  |
| <b>YAZARLAR</b>                         |       |
| Yazar sayısı                            | 1812  |
| Yazar görünüm sayısı                    | 1998  |
| Tek yazarlı belgelerin yazar sayısı     | 144   |
| Çok yazarlı belgelerin yazar sayısı     | 1668  |
| <b>YAZARLAR ARASI İŞ BİRLİKTELİĞİ</b>   |       |
| Tek yazarlı belge sayısı                | 166   |
| Yazar başına düşen belge sayısı         | 0,384 |
| Belge başına yazar sayısı               | 2,61  |
| Belge başına ortak yazar sayısı         | 2,87  |
| İş birliği endeksi                      | 3,15  |

### 3. BULGULAR

Sürdürülebilir tüketim ve çevre ile ilgili yayınların yıllara göre sayıları Şekil 1’de verilmiştir. 1993 yılından itibaren artma trendine sahip olan yayın sayısı, bazı yıllarda bir önceki yıla kıyasla nispi olarak azalma gösterse de 1993-2022 zaman aralığındaki genel trend artış yönündedir. Yayın sayısı bakımından zirve yapılan yıl 2021 olduğu görülse de 2022 yılının sona ermediği ve yapılacak olası çalışmaların analize dahil edilmediği hususu göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda, 2021 (110 yayın) yılı tüm yıllara kıyasla sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda en fazla yayının yapıldığı yıl olmakla birlikte, 68 yayımla 2020 yılı ikinci sırada yer almaktadır. Analize dahil edilen yıllar itibarıyla en az yayın 1995-1996-2000 yıllarına aittir ve bu yıllarda hiçbir araştırmacı tarafından yayınlanmamıştır (Şekil 1).



Şekil 1: Yıllar İtibarıyla Yayın Sayıları

Son yıllarda popülerlik kazanan sürdürülebilir tüketim ve çevre konularının yayınlandığı ilk 10 kaynak Tablo 2’de verilmiştir. *Sustainability* dergisi 51 makale ile ilk sırada yer almaktadır. *Journal of Cleaner Production* dergisi 36 makale ile ikinci sırada yer alırken, *Sustainable*

*Development* dergisi 18 makale ile üçüncü sırada yer almaktadır. Sürdürülebilir tüketim ve çevre yayınlarının bazı dergilerde yoğunlaşmak yerine yakın kapsamlı farklı dergilerde yayınlandığı Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2:** Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusundaki İlk 10 Kaynak

| Kaynak Listesi                                      | Makale Sayısı |
|---|---------------|
| <i>Sustainability</i>                               | 51            |
| <i>Journal of Cleaner Production</i>                | 36            |
| <i>Sustainable Development</i>                      | 18            |
| <i>International Journal of Consumer Studies</i>    | 16            |
| <i>Business Strategy and the Environment</i>        | 11            |
| <i>Environmental Science and Pollution Research</i> | 9             |
| <i>Journal of Industrial Ecology</i>                | 9             |
| <i>Resources Conservation and Recycling</i>         | 9             |
| <i>Sustainable Production and Consumption</i>       | 9             |
| <i>Ecological Economics</i>                         | 8             |

Araştırma kapsamında ele alınan önemli bir diğer husus, öne çıkan yazarlar ve yayın sayılarıdır. Yazarlar iki farklı hususta değerlendirilmektedir: Atıf sayılarına ve yayın sayılarına göre. Tablo 3’ de yazarlar yayın sayısına göre sıralanmıştır. Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda en çok yayın yapan yazardan en az sayıda yayın yapan yazara doğru yapılan sıralama da, Lju, J., Lju, X. ve Seyfang, G. en çok yayın yapan yazarlarken, 10. Sırada yer alan Banyte, J. ise 3 makale ile ilk 10 listesinin sonunda yer almaktadır. Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusundaki ilk 10’da yer alan kaynak bulgularına benzer durum ilk 10’da yer alan yazar listesindeki bulgularda da görülmektedir. Diğer bir anlatımla, sürdürülebilir tüketim ve çevre konusuna ilk 10 listesinde yer alan hem kaynaklar hem de yazarlar perspektifinden tam anlamıyla odaklanılmadığı ifade edilebilir.

**Tablo 3:** Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusunda Yayın Yapan İlk 10 Yazar

| Yazarlar              | Yayın Sayısı |
|-----------------------|--------------|
| <i>Liu, J.</i>        | 6            |
| <i>Liu, X.</i>        | 6            |
| <i>Seyfang, G.</i>    | 6            |
| <i>Camilleri, MA.</i> | 4            |
| <i>Dovaliene, A.</i>  | 4            |
| <i>Hobson, K.</i>     | 4            |
| <i>Stø, E.</i>        | 4            |
| <i>Tukker, A.</i>     | 4            |
| <i>Wang, Y.</i>       | 4            |
| <i>Banyte, J.</i>     | 3            |

Akademik hayatta öne çıkan unsurlardan birisi atıf sayısıdır ve bir yayının çok sayıda atıf alması o yayının daha çok kabul gördüğüne bir işaret olduğu söylenebilir. Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunun incelendiği bu çalışmada N.M.P. Bocken, S.W. Short, P. Rana, S. Evans'ın (2014, A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes, *Journal of Cleaner Production*, 65,42-56) künyeli yayını 1565 toplam atıf sayısı ve 173,89 yıl başına toplama atıf sayısı ile ilk sırada bulunmaktadır. W. Young, K. Hwang, S. McDonald & C.J. Oates' in (2010, Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour When Purchasing Products. *Sustainable Development*, 18: 20-31) künyeli yayını 815 toplam atıfla listenin ikinci sırasında yer alırken G. Seyfang' in (2010- Community Action for Sustainable Housing: Building A Low-Carbon Future. *Energy Policy*, 38(12), 7624–7633) künyeli yayını 225 toplam atıfla 10. sırada yer almaktadır. Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda en çok atıf alan ilk 10 yayını incelendiğinde, listede iki yayınıla yer alan tek yazarın, E.G. Hertwich (2005a-2005b; 5. ve 7. sırada)'in olduğu Tablo 4'te görülmektedir.

**Tablo 4:** Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusunda En Çok Atıf Alan İlk 10 Yayın

| Yayın Listesi  | Toplam Atıf Sayısı | Yıl Başına Toplam Atıf Sayısı |
|--|--------------------|-------------------------------|
| <i>Bocken, N.M.P. &amp; Short, S.W. &amp; Rana, P. &amp; Evans, S. (2014). A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes, Journal of Cleaner Production, 65,42-56.</i> | 1565               | 173,8889                      |
| <i>Young, W., Hwang, K., McDonald, S. and Oates, C.J. (2010), Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour When Purchasing Products. Sustainable Development, 18: 20-31</i>                           | 815                | 62,6923                       |
| <i>Hargreaves, T. (2011). Practice-İng Behaviour Change: Applying Social Practice Theory to Pro-Environmental Behaviour Change. Journal of Consumer Culture, 11(1), 79–99.</i>                             | 554                | 46,1667                       |
| <i>Inge Røpke (2009) Theories of Practice — New Inspiration For Ecological Economic Studies on Consumption, Ecological Economics,68 (10), 2490-2497</i>  | 405                | 28,9286                       |
| <i>Hertwich, E.G. (2005a), Consumption and the Rebound Effect: An Industrial Ecology Perspective. Journal of Industrial Ecology, 9: 85-98</i>  | 389                | 21,6111                       |
| <i>Jackson, T. (2005), Live Better By Consuming Less?: Is There A “Double Dividend” in Sustainable Consumption?. Journal of Industrial Ecology, 9: 19-36</i>   | 324                | 18                            |
| <i>Hertwich, E. G. (2005b). Life Cycle Approaches to Sustainable Consumption: A Critical Review. Environmental Science &amp; Technology, 39(13), 4673–4684</i>   | 306                | 17                            |
| <i>Biswas, A., &amp; Roy, M. (2015). Green Products: An Exploratory Study On the Consumer Behaviour İn Emerging Economies of the East. Journal of Cleaner Production, 87, 463–468</i>                      | 261                | 32,625                        |
| <i>Morgan, L. R., &amp; Birtwistle, G. (2009). An Investigation of Young Fashion Consumers' Disposal Habits.</i>   | 235                | 16,7857                       |

|  |     |         |
|--|-----|---------|
| <i>International Journal of Consumer Studies, 33(2), 190–198</i>   |     |         |
| <i>Seyfang, G. (2010). Community Action for Sustainable Housing: Building A Low-Carbon Future. Energy Policy, 38(12), 7624–7633.</i> | 225 | 17,3077 |

Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda yapılan bu araştırmada, konu üzerine çalışan araştırmacıların bağlı olduğu kurumlar da önem arz etmektedir. Şöyle ki, hangi kurumların hangi spesifik konulara yoğunlaştığını, odaklandığını ve belirli araştırma alanlarında kendilerini farklılaştırdığını, geliştirdiğini anlamak araştırma çıktılarının artmasını, bireysel ve toplumsal anlamda çözüm önerileri üretilmesini ve nihayetinde gelecek nesillere bilginin aktarılmasını sağlayacaktır (Savaş, 2022).

Bu çerçevede Tablo 5’te sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda en çok yayın yapan 10 kurumun listesi verilmektedir. Tablo 5’e göre University of East Anglia 13 yayın ile ilk sırada bulunurken, Technical University of Cluj-Napoca ve University of Helsinki kurumlarının 8 makale ile 2. sırada yer aldığı görülmektedir. Kurumlar buldukları ülkeler perspektifiyle incelendiği zaman Avrupa ülkelerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Akademik yazında Amerika Birleşik Devletleri’ndeki üniversiteler önemli bir paya sahipken sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda, Amerika Birleşik Devletlerinden herhangi bir kurumun bu listede yer almaması dikkat çekmektedir.

**Tablo 5:** Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusunda Öne Çıkan İlk 10 Kurum

| Kurum Listesi  | Yayın Sayısı |
|--|--------------|
| <i>University of East Anglia</i>                       | 13           |
| <i>Technical University of Cluj-Napoca</i>             | 8            |
| <i>University of Helsinki</i>                          | 8            |
| <i>Federal Institute of Education</i>                  | 7            |
| <i>National Institute for Consumer Research (Sifo)</i> | 7            |
| <i>Dalian University of Technology</i>                 | 6            |
| <i>Delft University of Technology</i>                  | 6            |
| <i>Sun Yat-Sen University</i>                          | 6            |
| <i>The Bucharest University of Economic Studies</i>    | 6            |
| <i>Universiti Teknologi Malaysia</i>                   | 6            |

Bu çalışmada ele alınan diğer bir konu, sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda önde gelen ilk 5 kaynağın, ilgili alandaki yayınlarının yıllara göre gelişiminin incelenmesidir. Şöyle ki, söz konusu kaynakların hangi yıllardan sonra sürdürülebilir tüketim ve çevre konusuna ağırlık verdikleri ve yayınların sayısı Tablo 6’ da verilmektedir. Tablo 6’ da söz konusu ilk 5 kaynaktan 1993 yılından 2005 yılına kadar sürdürülebilir tüketim ve çevre konusu ile ilgili herhangi bir yayının yayınlanmadığı görülmektedir. Konu ile ilgili ilk yayının 2005 yılında *Business Strategy and the Environment*’ de yayınlandığı, en çok yayının *Sustainability*’ de yayınlandığı ve 2014

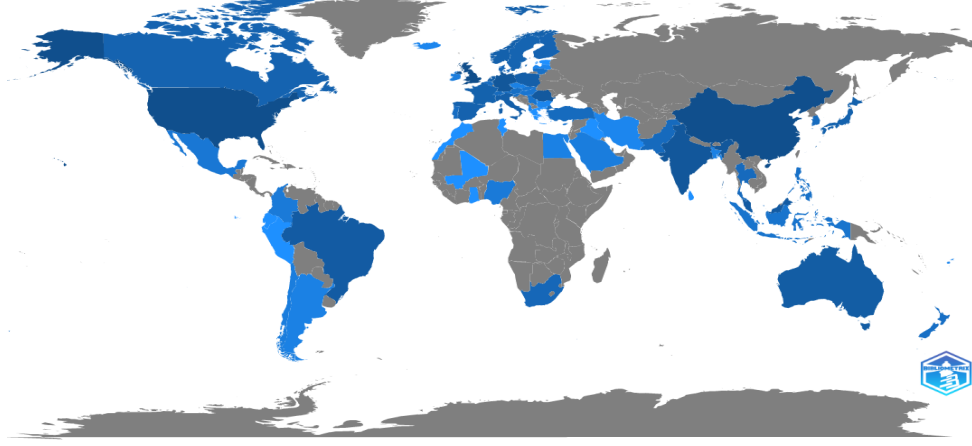
yılına kadar bu dergide konuyla ilgili herhangi bir yayının olmamasına rağmen sonraki yıllarda özellikle 2018 yılından günümüze kadar olan yayın sayısında hızlı bir artışın olduğu Tablo 6’da görülmektedir.

**Tablo 6:** Kaynak Dinamikleri

| <i>Yıl</i> | <i>Sustainability (Switzerland)</i> | <i>Journal of Cleaner Production</i> | <i>Sustainable Development</i> | <i>International Journal of Consumer Studies</i> | <i>Business Strategy and the Environment</i> |
|------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|--|--|
| 1993       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 1994       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 1995       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 1996       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 1997       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 1998       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 1999       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 2000       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 2001       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 2002       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 2003       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 2004       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 0  |
| 2005       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 0  | 2  |
| 2006       | 0                                   | 0                                    | 0                              | 1  | 3  |
| 2007       | 0                                   | 1                                    | 0                              | 1  | 3  |
| 2008       | 0                                   | 2                                    | 2                              | 2  | 3  |
| 2009       | 0                                   | 3                                    | 2                              | 6  | 3  |
| 2010       | 0                                   | 4                                    | 5                              | 6  | 4  |
| 2011       | 0                                   | 4                                    | 5                              | 6  | 5  |
| 2012       | 0                                   | 4                                    | 6                              | 7  | 6  |
| 2013       | 0                                   | 5                                    | 7                              | 8  | 7  |
| 2014       | 1                                   | 7                                    | 7                              | 9  | 7  |
| 2015       | 2                                   | 8                                    | 8                              | 13   | 7  |
| 2016       | 5                                   | 15                                   | 10                             | 14   | 7  |
| 2017       | 6                                   | 16                                   | 12                             | 14   | 9  |
| 2018       | 12                                  | 22                                   | 16                             | 15   | 10   |
| 2019       | 16                                  | 27                                   | 17                             | 15   | 11   |
| 2020       | 22                                  | 32                                   | 18                             | 16   | 11   |
| 2021       | 43                                  | 33                                   | 18                             | 16   | 11   |
| 2022       | 51                                  | 36                                   | 18                             | 16   | 11   |

Çalışma kapsamında ele alınan bir diğer konu ülkelerin sürdürülebilir tüketim ve çevre konusundaki bilimsel üretimidir. Şekil 2’de dünya haritasındaki koyu mavi renkler daha fazla yayın yapan ülkeleri, açık mavi renkler daha az yayın yapan ülkeleri ve gri renk ise yayını olmayan ülkeleri temsil etmektedir. Birleşik Krallık, Çin, Amerika Birleşik Devletleri ve

Almanya'nın yayın sayısını Hindistan, Romanya, Brezilya ve Malezya'nın takip ettiği görülmektedir (Şekil 2).



**Şekil 2:** Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusunda Ülkelerin Bilimsel Üretimi

Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda bilimsel üretimlerin yanı sıra ülkelerin aldıkları atıflara da yer verilen bu çalışmada, Birleşik Krallık'ın 5916 toplam atıf ile ilk sırada gelen ülke olduğu Tablo 7'de görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri 2032 toplam atıfla ikinci sırada yer alırken, yayın sayısı bakımından ilk 10' da yer almayan Norveç, en çok atıf alan ülkeler arasında 835 toplam atıfla üçüncü sırada yer almaktadır (Tablo 7).

**Tablo 7:** Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusunda En çok Atıf Alan İlk 10 Ülke

| Ülke                  | Toplam Atıf Sayısı | Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı |
|-----------------------|--------------------|------------------------------------|
| <i>United Kingdom</i> | 5916               | 105,64                             |
| <i>USA</i>            | 2032               | 46,18                              |
| <i>Norway</i>         | 835                | 75,91                              |
| <i>China</i>          | 734                | 16,31                              |
| <i>Germany</i>        | 687                | 32,71                              |
| <i>Denmark</i>        | 590                | 118,00                             |
| <i>Australia</i>      | 557                | 27,85                              |
| <i>Malaysia</i>       | 535                | 24,32                              |
| <i>India</i>          | 510                | 19,62                              |
| <i>France</i>         | 442                | 36,83                              |

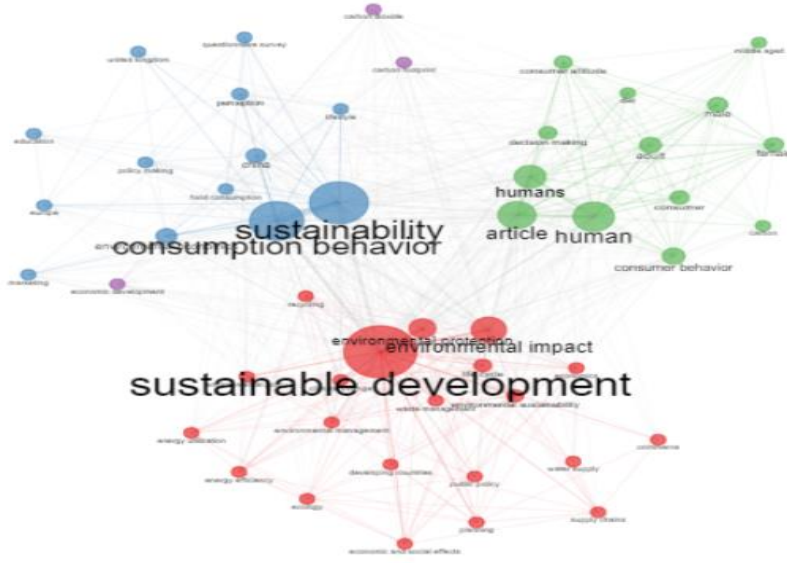
Kelime bulutu, anahtar kelimelerde en sık kullanılan kelimelerin gösterimi için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde, sık kullanılan anahtar kelimeler daha büyük puntolarla gösterilirken daha seyrek kullanılan anahtar kelimeler ise daha küçük puntolarla gösterilmektedir (Savaş, 2022). Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusuna ilişkin en sık kullanılan anahtar kelime

sürdürülebilirlik kavramı iken, ikinci sırada tüketici davranışları kavramı, üçüncü sırada çevresel etkiler kavramı ve dördüncü sırada insan kavramı yer almaktadır (Şekil 3).



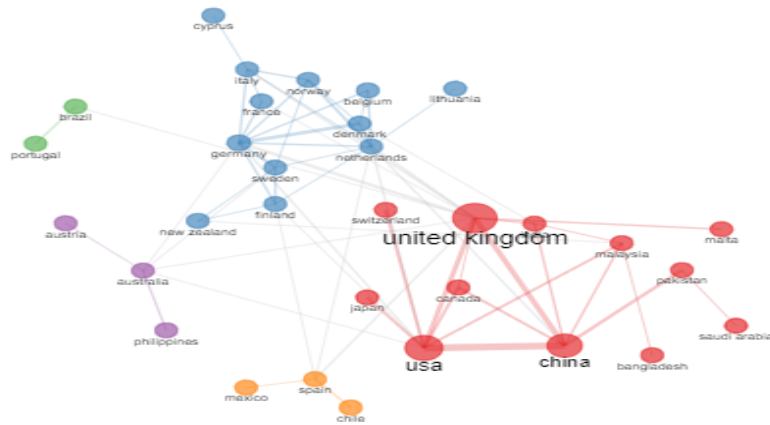
Şekil 3: Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusuna İlişkin Kelime Bulutu

Birlikte oluşum ağı, anahtar kelimeler arasındaki birlikte görülme sıklığının farklı renk gruplarına ve farklı büyüklüklere göre görsel olarak gösterimidir. Farklı renkler farklı gruplamaları gösterirken, kelimelerin kullanım sıklığı farklı büyüklüklerle ifade edilmektedir. Bu kapsamda, sürdürülebilir tüketim ve çevre konusuna yönelik yapılan bu çalışmada, sürdürülebilir kalkınma sıklıkla kullanılmış ve çevresel etkiler, çevresel koruma, iklim değişikliği, ekonomi gibi konularla birlikte oluşum göstermiş ve kırmızı renkle bu grup temsil edilmiştir. Sürdürülebilirlik kavramı, diğer bir grubun en sık kullanılan anahtar kelimesi olurken, tüketici davranışı, Çin, çevresel ekonomi, algı, pazarlama, gıda tüketimi anahtar kelimeleri ile birlikte oluşum ağı oluşturmuş ve mavi renkle temsil edilmiştir. Diğer bir birlikte oluşum grubu yeşil renkte gösterilmiştir. Yeşil ile gösterilen bu grupta en sık kullanılan anahtar kelime ise insan kavramıdır ve insan kavramı makale, karar alma, yetişkin, tüketici davranışı, erkek, kadın, diyet karbon gibi anahtar kelimeler ile birlikte oluşum ağını oluşturmuştur. Mor ile temsil edilen ve diğer gruplara kıyasla daha küçük bir birlikte oluşum ağını temsil eden grup ise karbondioksit, karbon ayak izi, ekonomik kalkınma anahtar kelimelerinden oluşmaktadır (Şekil 4).



Şekil 4: Sürdürülebilir Tüketim ve Çevre Konusuna İlişkin Birlikte Oluşum Ağı

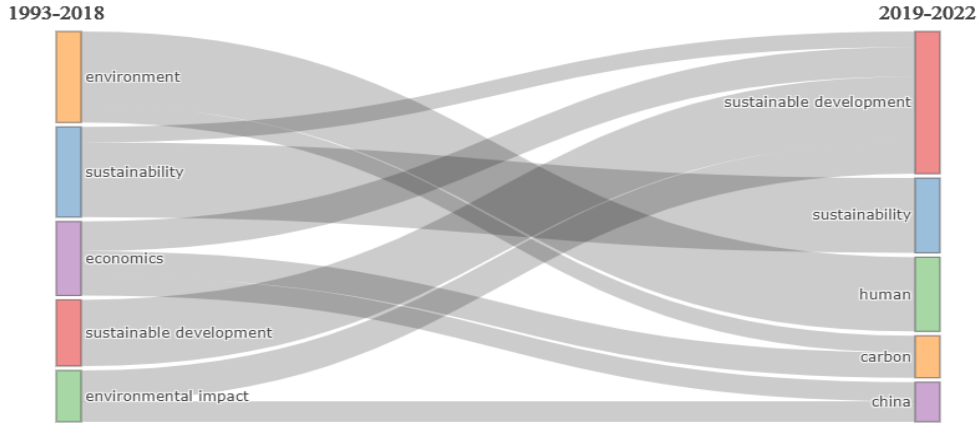
Çalışma kapsamında araştırılan bir diğer konu, araştırmacıların ülke iş birliktelikleridir. Araştırmacılar arasında ülke bazlı iş birliktelikleri Şekil 5' de gösterilmiştir. Diğer bir anlatımla, araştırmacıların hangi ülkelerdeki araştırmacılarla iş birliği yaptığı ve renk gruplarının çoğunlukla iş birliği yapan ülke gruplarını olduğu gösterilmektedir. Şekil 5'te yer alan renkli dairelerin büyüklüğü ve çizgilerin kalınlıkları ortak ilişkinin büyüklüğünü göstermektedir (Nunen vd., 2018). Sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunda yayınlanan çalışmalarda, en çok iş birlikteliği Birleşik Krallık, Çin, Amerika Birleşik Devletleri Malezya, Japonya, Kanada gibi ülkelerin bulunduğu ve kırmızı renkle temsil edilen ülkeler arasında yapılmıştır. Diğer bir iş birlikteliği ise Almanya, Hollanda, İtalya, Norveç, Fransa, Finlandiya, İsveç, Danimarka gibi ülkeler arasında yapılmış ve mavi renkle gösterilmiştir (Şekil 5). Ayrıca Şekil 5'te Brezilya ve Portekiz'deki araştırmacıların iş birliktelikleri (yeşil renkle gösterilen); Avusturalya, Avusturya ve Filipinler'deki araştırmacıların iş birliktelikleri (mor renkle gösterilen); İspanya, Meksika ve Şili'deki araştırmacıların iş birliktelikleri (turuncu renkle gösterilen) gösterilmektedir.





### Şekil 5: Araştırmacıların Ülke İş Birliklikleri

Çalışmada, farklı zaman dilimlerinde yer alan yayınlara ilişkin temaların nasıl evrildiği Şekil 6’da gösterilmiştir. Çalışmada, tematik evrim iki farklı zaman aralığında incelenmiştir: 1993-2018 ve 2019-2022. İlk zaman aralığında; çevre, sürdürülebilirlik, iktisat, sürdürülebilir kalkınma ve çevresel etki temaları yer alırken, ikinci zaman aralığında ise sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilirlik, insan, karbon ve Çin temaları yer almaktadır.



Şekil 6: Tematik Evrim

Tematik evrim çerçevesinde ilk zaman aralığından ikinci zaman aralığına olan evrimin yönünü açıklamak gerekirse, iktisattan; karbona, Çin’e ve sürdürülebilir kalkınmaya doğrudur. 1993-2018 yılları aralığında kullanılan çevre teması; 2019-2022 yılları aralığında karbona ve insana doğru evrilirken çevresel etki teması ise; Çin’e ve sürdürülebilir kalkınmaya doğru evrilmiştir. Ayrıca bahsi geçen yıl aralığında sürdürülebilirlik temasının; sürdürülebilirliğe ve sürdürülebilir kalkınmaya doğru evrildiği görülmektedir (Şekil 6).

## SONUÇ

Çevre tahribatının insan yaşamını gözle görünür bir biçimde tehdit etmesine karşı bir tedbir olarak ortaya atılan sürdürülebilirliğin nitelediği kavramlardan biridir sürdürülebilir tüketim. Ancak öteden beri iktisadın inceleme konularından ve hem çevresel tahribatın önemli nedenlerinden hem de üretimin belirleyicilerinden biri olan, nihayetinde değişen kalıplarıyla günümüz dünyasını tanımlayan bir kimlik olarak tüketim, sürdürülebilirliğin belki de izlenmesi gereken en önemli konularından biridir. Tüketim kavramının çevresel bağlamda düşünülmesiyle ortaya çıkan sürdürülebilir tüketim kavramı ilk olarak 1992’de BM tarafından gerçekleştirilen konferansa konu olmuştur. Aynı zamanda bu tarih sürdürülebilir tüketim üzerine yapılan çalışmaların başlangıcı ve bunun bir sonucu olarak bu çalışmanın doğal sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer bir ifade ile sürdürülebilir tüketim ve çevre üzerine yapılan araştırmalara yönelik literatür incelemesini bibliyometrik analiz yöntemi aracılığıyla gerçekleştirmeyi amaçlayan bu çalışmanın ilk verilerine 1992 tarihinden sonra ulaşılmaktadır.

Bu kapsamda sürdürülebilir tüketim ve çevre konusunu arama kriteri olarak kabul eden çalışmada 1993 ve 2022 zaman dilimi, Scopus veri tabanına dayalı olarak ve Bibliometrix

programında R Shiny ile inceleme yapılmıştır. Anılan tarih aralığında 695 yayın yapılmıştır. İlk yayınların 1993'te yapıldığı ve sonraki yıllarda zaman zaman düşmeler yaşansa da (1995, 2001, 2006, 2011, 2012, 2014, 2017) genel olarak artış eğiliminde olduğu görülmüştür. Diğer bir yorumlama ile çevre bağlamlı sürdürülebilir tüketim çalışmaları literatürde önemini yitirmeden artmaya devam etmiştir. Bu çalışmaların en fazla yayımlandığı ilk on dergiden 9'u doğrudan sürdürülebilirliği ya da çevreyi tema olarak belirleyen dergilerdir (Sustainability, Journal of Cleaner Production, Sustainable Development vb.). Yalnızca bir derginin teması tüketici çalışmalarıdır (International Journal of Consumer Studies).

Atıf sayıları açısından ele alınan ilk on çalışmadan en fazla atıf alan çalışmanın (1565) ana konusu sürdürülebilir iş modelleridir. Bu yönüyle çalışma sürdürülebilir tüketim ve çevre konusuyla dolaylı bir şekilde bağlantılıdır. Benzer bir şekilde atıf sayısında üçüncü olan çalışma (554) da doğrudan tüketimi değil genel olarak çevre dostu davranış değişikliğini amaç edinmiştir. Listedeki diğer çalışmalar doğrudan sürdürülebilir tüketim ve çevre ile ilişkilidir. Konuyu çalışan kurumlar açısından incelendiğinde Avrupa ülkelerinde yer alan kurumların başı çektiği anlaşılmaktadır. Ülkeler açısından da durum paralellik göstermektedir. Bazı Avrupa ülkeleri ile birlikte ABD, Çin, Hindistan, Brezilya ve Malezya gibi ülkeler sürdürülebilir tüketim ve bilim konusunda bilimsel üretimi yüksek olan ülkeler arasına girmiştir. Benzer bir şekilde en çok atıf alan ilk on ülke arasında Avrupa ülkeleri çoğunluktadır (İngiltere, Norveç, Almanya, Danimarka, Avusturya, Fransa). Bilimsel üretimde ilk ona girmiş olan ABD, Çin, Hindistan ve Malezya da ilk ona dahil olan diğer ülkelerdir. Norveç bilimsel üretim noktasında ilk ona girmezken atıf alma noktasında üçüncü ülke olmuştur. Romanya ve Brezilya ise bilimsel üretimde yer alırken atıf listesine girememiştir. Ülkeler arasındaki en çok iş birlikteliği Birleşik Krallık, Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Malezya, Japonya, Kanada gibi ülkeler arasında olmuştur.

Çalışmalarda sıklık düzeyine göre kullanılan kelimelerin başında sürdürülebilirlik gelmektedir. Bunu tüketici davranışı, çevresel etki ve insan kavramları izlemiştir. 1993-2018 aralığında; çevre, sürdürülebilirlik, iktisat, sürdürülebilir kalkınma ve çevresel etki temaları; 2019-2022 aralığında ise sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilirlik, insan, karbon ve Çin temaları öne çıkmıştır.

Sonuç olarak değerlendirildiğinde sürdürülebilir tüketim ve çevre konulu literatürün her geçen gün geliştiği anlaşılmaktadır. Ancak bu literatürü bilimsel üretim, atıf sayısı, yayın sayısı, menşe ülke gibi faktörler açısından genellikle gelişmiş ülkelerin sırladığı görülmektedir. Yayınlar genellikle sürdürülebilirliği/çevreyi tema olarak belirleyen dergilerde yer bulmuş ve diğer sosyal bilimler dergilerinde ihmal edilmiştir. Yayın ve atıf sayısı artmasına rağmen konu ile ilgili etki düzeyi yüksek çalışmaların küreselleşmediği sonucuna varılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Anantharaman, M. (2018). Critical Sustainable Consumption: A Research Agend. *Journal of Environmental Studies and Sciences*(8), 553-561.
- Atrek, B., & Madran, C. (2017). Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistemik Derleme Çalışması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi* (19), 1-31.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Biswas, A., & Roy, M. (2015). Green Products: An Exploratory Study On the Consumer Behaviour in Emerging Economies of the East. *Journal of Cleaner Production*, 87, 463–468.

- Bocken, N.M.P. & Short, S.W. & Rana, P. & Evans, S. (2014). A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65,42-56.
- Briceno, T., & Stagl, S. (2006). The Role of Social Processes for Sustainable Consumption. *Journal of Cleaner Production*, 14(7), s. 1541-1551.
- Brown, H. S. (2012). Sustainability Science Needs to Include Sustainable Consumption. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 54(1), 20-25.
- Busayo, E.T., Kalumba, A.M., Afuye, A.G., Abayomi, G., Ekundayo, O.Y. & Orimoloye, I.R. (2020). Assessment of the Sendai Framework for Disaster Risk Reduction Studies Since 2015. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50, 1- 7.
- Cambridge Dictionary. (2022, 09 21). 2022 tarihinde Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sustainability?q=Sustainability+adresinden+alindi>
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Govindan, K. (2018). Sustainable Consumption and Production in The Food Supply Chain: A Conceptual Framework. *International Journal of Production Economics*(195), 419-431.
- Hargreaves, T. (2011). Practice-İng Behaviour Change: Applying Social Practice Theory to Pro-Environmental Behaviour Change. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 79–99.
- Haughton, G., & Hunter, C. (2003). *Sustainable Cities*. London: Routledge.
- Hertwich, E.G. (2005a). Consumption and the Rebound Effect: An Industrial Ecology Perspective. *Journal of Industrial Ecology*, 9: 85-98.
- Hertwich, E. G. (2005b). Life Cycle Approaches to Sustainable Consumption: A Critical Review. *Environmental Science & Technology*, 39(13), 4673–4684.
- Jackson, T. (2004). Negotiating Sustainable Consumption: A Review of the Consumption Debate and its Policy Implications. *Energy & Environment*, 15(6), s. 1027-1051.
- Jackson, T. (2005). Live Better By Consuming Less?: Is There A “Double Dividend” in Sustainable Consumption?. *Journal of Industrial Ecology*, 9: 19-36.
- Jackson, T. (2014). Sustainable Consumption. G. Atkinson, S. Dietz, E. Neumayer, & M. Agarwala içinde, *Handbook of Sustainable Development* (s. 279–290). Northampton: Edward Elgar.
- Johnston, P., Everard, M., Santillo, D., & Robèrt, K.-H. (2007). Reclaiming the Definition of Sustainability. *Env Sci Pollut Res*, 14(1), s. 60-66.
- Komiyama, H., & Takeuchi, K. (2006). Sustainability Science: Building A New Discipline. *Sustain Sci*. (1), 1-6.
- Kotob, F. (2000). *What Is Sustainability?* 09 21, 2022 tarihinde [https://www.researchgate.net/publication/282184670\\_What\\_Is\\_Sustainability](https://www.researchgate.net/publication/282184670_What_Is_Sustainability) adresinden alındı
- Krauskopf, E. (2018). A Bibliometric Analysis of the Journal of Infection and Public Health: 2008–2016. *Journal of Infection and Public Health*, 11(2), 224–229.

- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is Sustainability? *Sustainability*(2), s. 3436-3448.
- Lansing, P., & Vries, P. (2007). Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy? *J Bus Ethics*, 72, 77-85.
- Lorek, S., & Spangenberg, J. H. (2014). Sustainable Consumption Within a Sustainable Economy – Beyond Green Growth And Green Economies. *Journal of Cleaner Production*(63), 33-44.
- Moore, J. E., Mascarenhas, A., Bain, J., & Straus, S. E. (2017). Developing A Comprehensive Definition of Sustainability. *Implementation Science*, 12(110), s. 1-8.
- Morgan, L. R., & Birtwistle, G. (2009). An Investigation of Young Fashion Consumers' Disposal Habits. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 190–198.
- Nunen, K.V, Li, J., Reniers, G. & Ponnet, K. (2018). Bibliometric Analysis of Safety Culture Research. *Safety Science*, 108, 248-258.
- OECD. (2002). *Towards Sustainable Household Consumption? Trends and Policies in OECD Countries*. Paris: OECD.
- Olalekan, R. M., Oyinlola, B. O., A. Z., & Halimat, A. (2019). Women Contributions to Sustainable Environments in Nigeria. *Jour. Sci. Res. Allied Sci*, 5(4), 35-51.
- Owens, S. (2003). Is There A Meaningful Definition of Sustainability? *Plant Genetic Resources*, 1(1), s. 5-9.
- Oxford Learner's Dictionaries*. (2022). 2022 09 tarihinde Dictionaries: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sustainability?q=Sustainability+> adresinden alındı
- Öztürkoğlu, Y., Özbiltekin, M., Sürgeç, I., & Gözacan, N. (2018). Sürdürülebilir Şehirler İçin Bir Ölçek Çalışması: İzmir İli Örneği. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), s. 67-79.
- Røpke, I. (2009). Theories of Practice — New Inspiration For Ecological Economic Studies on Consumption. *Ecological Economics*, 68 (10), 2490-2497.
- Savaş, Y. (2022). A Bibliometric Analysis of Sustainable Development. *Sürdürülebilirlik Güncel Multidisipliner Değerlendirmeler içinde*, Hakan Kaya, Dilek Alma Savaş, Yunus Savaş (Eds.), Ankara: Orion Yayınevi, 59-77.
- Seyfang, G. (2010). Community Action for Sustainable Housing: Building A Low-Carbon Future. *Energy Policy*, 38(12), 7624–7633.
- TDK. (2022). *Sürdürmek*. 09 2022 tarihinde Genel Türkçe Sözlük: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. 09 2022 tarihinde <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> adresinden alındı
- WWF. (2022). *WWF-Türkiye'den Limit Aşım Günü Uyarısı: 1.75 Dünyamız varmış gibi tüketiyoruz*. 09 23, 2022 tarihinde <https://www.wwf.org.tr/?12540/Limit-Asim-Gunu> adresinden alındı

Xiao, J. J., & Li, H. (2011). Sustainable Consumption and Life Satisfaction. *Soc Indic Res*(104), 323-329.

Young, W., Hwang, K., McDonald, S. and Oates, C.J. (2010). Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour When Purchasing Products. *Sustainable Development*, 18: 20-31.

## EXTENDED SUMMARY

Today, there is a common paradoxical situation in which contemporary societies live. Societies, on the one hand, are faced with the consumption phenomenon promoted by the capitalist economic system, on the other hand, they aim to protect both natural resources and environmental balance, which are necessary for the continuity of life. While the lack of continuous consumption puts the economic system in a difficult situation, the lack of protection of natural resources and the environment and the deterioration of the environmental balance expose future generations to significant risks. The accepted proposal in the face of this paradoxical situation is sustainable consumption. On the other hand, it can be said that the environmental issue has an important place in the acceptance of the sustainable consumption issue and in the related researches. In this context, in this study, sustainable consumption and environmental issues are discussed from different perspectives and with the bibliometric analysis method for the years 1993-2022.

When the main findings related to the analysis result are examined; It is seen that 695 documents have 403 different sources (journals, books, etc.), the average number of citations per publication is 27.84, and the annual average number of citations is 3,752 (Table 1). Considering the number of publications by years; While the year 2021 (110 publications) was the year in which the most publications were made on sustainable consumption and environment compared to all years, it is seen that no research was published on the subject in the years 1995-1996-2000 (Figure 1).

The top 10 sources on sustainable consumption and environmental issues, which have gained popularity in recent years, are given in Table 2. Sustainability journal ranks first with 51 articles. Journal of Cleaner Production ranks second with 36 articles, while Sustainable Development journal ranks third with 18 articles.

Another important issue addressed within the scope of the research is the prominent authors and the number of publications. According to the number of publications, Lju, J., Lju, X., and Seyfang, G. are the authors with the highest number of publications (Table 3).

One of the prominent elements in academic life is the number of citations, and it can be said that a publication's high number of citations is a sign that that publication is more accepted. In this study, which examines the sustainable consumption and environment, the publication of N.M.P. Bocken, S.W. Short, P. Rana, S. Evans (2014, A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes, *Journal of Cleaner Production*, 65,42-56) ranks first with 1565 total citations and 173.89 total citations per year (Table 4).

When we look at the 10 institutions that make the most publications on sustainable consumption and environment, it is seen that the University of East Anglia ranks first with 13

publications, while the Technical University of Cluj-Napoca and University of Helsinki institutions take the second place with 8 articles (Table 5).

Another subject covered in the study is the scientific production of countries on sustainable consumption and the environment. Figure 2 shows that the number of publications in the United Kingdom, China, the United States and Germany is followed by India, Romania, Brazil and Malaysia.

Another finding obtained as a result of the analysis is for the most frequently used keywords related to sustainable consumption and environment. According to the findings, the concept of sustainability is the most frequently used keyword, while the concept of consumer behavior is in the second place, the concept of environmental effects is in the third place, and the concept of people is in the fourth place (Figure 3).

When we look at the co-occurrence network on sustainable consumption and environment; In the first co-occurrence network, it is seen that the concept of sustainable development is frequently used and it occurs together with issues such as environmental effects, environmental protection, climate change, economy, and this group is represented in red at the same time. While the concept of sustainability was the most frequently used keyword of another group, it formed a network of formation together with the keywords of consumer behavior, China, environmental economy, perception, marketing, food consumption and represented in blue. Another co-occurrence group is shown in green. The most frequently used keyword in this group, which is shown in green, is the concept of human and the concept of human formed the formation network together with keywords such as article, decision making, adult, consumer behavior, man, female, diet carbon. The group, which is represented by purple and represents a smaller co-occurrence network compared to other groups, consists of the keywords carbon dioxide, carbon footprint, and economic development (Figure 4).

Another subject investigated within the scope of the study is the country cooperation of the researchers. In the studies published on sustainable consumption and environment, it is seen that the most cooperation is made between countries such as the United Kingdom, China, the United States of America, Malaysia, Japan, and Canada. Another cooperation was made between countries such as Germany, Netherlands, Italy, Norway, France, Finland, Sweden and Denmark and is shown in blue (Figure 5).

In the study, how the themes of the publications in different time periods evolved is shown in Figure 6. In the study, thematic evolution was examined in two different time periods: 1993-2018 and 2019-2022. In the first time interval; while the themes of environment, sustainability, economics, sustainable development and environmental impact take place, the second time period includes the themes of sustainable development, sustainability, people, carbon and China (Figure 6).

## Hirose Yöntemiyle Marka Değeri Analizi: Kağıt ve Kağıt Ürünleri, Basım ve Yayın Sektöründe Bir Uygulama\*

Mehmet Can DEMİRTAŞ\*\*  
Çağatay ORÇUN\*\*\*

### Öz

Rekabete ilişkin kuralların tüketici yönlü revize edilmesi, işletmeleri hiç olmadığı kadar müşteri yönlü davranışlar sergilemeye zorlamaktadır. İşletmelerin hedef kitleleri ile sürdürülebilir ve değer yönlü ilişkilerinin sağlanması sürecinde oldukça önemli bir yere sahip olan marka kavramı, işletmelerin hedeflediği farkındalık, bağlılık ve algılanan kalitenin sağlanması sürecinde etkili olan bir faktördür. Bu nedenle değer yönlü bakış açısı markalara ait değer ölçümlerini bir tür rekabetçi boyuta taşımaktadır. Böylelikle marka değeri ile işletmelerin rekabetçi yapıları arasında bir ilişkinin varlığı söz konusu olmakta, işletmeler gittikçe artan düzeyde marka yatırımları gerçekleştirmektedirler. Bu bağlamda gerçekleştirilen çalışma Türkiye’de Kağıt ve Kağıt Ürünleri, Basım ve Yayın sektöründe yer alan şirketlerin marka değerlerini finansal bir marka değerlendirme yöntemleri arasında yer alan Hirose Yöntemi’ni kullanarak belirleme amacı taşımaktadır. Çalışmada kullanılan yöntem marka değerinin tespiti sürecinde “prestij değişkeni (PD), sadakat değişkeni (LD) ve genişleme değişkeni (ED) olarak ifade edilen değişkenler üzerinden hareket etmektedir. Çalışmada ilgili sektörde yer alan 10 şirket analize tabii tutulmuş, gerçekleştirilen analizler sonucunda ise marka değerleri açısından en yüksek değer 1.075.385.020,85 TL ile ALKA’ya aitken; en düşük marka değerine sahip şirket ise 24.740.251,45 TL ile IHGZT olarak bulgulanmıştır. Ek olarak analiz edilen şirketlerin tamamının marka değerlerinin piyasa değerlerinin altında yer aldığı tespit edilmiştir. Dolayısı ile şirketlerin buldukları piyasada marka değerlerini yeterince temsil edemedikleri ve marka odaklı yatırımların gerçekleştirilmesi gerekliliği çalışma sonucunda vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Marka, Marka Değeri, Kağıt Sanayi, Hirose Yöntemi

### *Brand Value Analysis with Hirose Method: An Application on Paper and Paper Products, Printing and Publishing Sector*

### Abstract

The consumer-oriented revision of competition rules forces businesses to exhibit more customer-oriented behavior than ever before. The concept of brand, which has a very important place in the process of ensuring sustainable and value-oriented relations of enterprises with their target audiences, is an effective factor in the process of ensuring the awareness, loyalty and perceived quality targeted by the enterprises. For this reason, the value-oriented perspective carries the value measurements of brands to a competitive dimension. Thus, there is a relationship between brand value and competitive structures of businesses, and businesses are making brand investments at an increasing level. The study carried out in this context aims to determine the brand values of the companies included in the Paper and Paper Products, Printing and Publishing Sector

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, mehmetcan.demirtas@klu.edu.tr, 0000-0002-4116-2415

\*\*\* Doç. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, cagatay.orcun@deu.edu.tr, 0000-0001-7413-6099

Atıf yapmak için / To cite this article: Demirtaş, M.C. & Orçun, Ç. (2022). Hirose Yöntemiyle Marka Değeri Analizi: Kağıt ve Kağıt Ürünleri, Basım ve Yayın Sektöründe Bir Uygulama. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2):101-116.

in Turkey by using the Hirose Method, which is one of the financial brand valuation methods. The method used in the study is based on the variables expressed as “prestige variable (PD), loyalty variable (LD) and expansion variable (ED) in the process of determining brand value. In the study, 10 companies included in the relevant sector were analyzed, and as a result of the analyzes carried out, the highest value in terms of brand values belonged to ALKA with 1.075.385.020.85 TL; The company with the lowest brand value was found to be IHGZT with 24,740,251.45 TL. In addition, it has been determined that the brand values of all the analyzed companies are below the market values. Therefore, it was emphasized at the end of the study that companies could not adequately represent their brand values in the market they are in and the necessity of making brand-oriented investments.

**Keywords:** Brand, Brand Value, Paper Industry, Hirose Method

## GİRİŞ

Hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olan ve neredeyse her anımızda karşımıza çıkan bir kavram olarak marka, “bir satıcının mal veya hizmetini diğer satıcılardan farklı olarak tanımlayan bir isim, terim, tasarım, sembol veya diğer herhangi bir özelliktir” (AMA, 2021). Markalar, tüketicinin bakış açısı ile bir ürün ya da hizmetin performansına ilişkin algılamaları temsil etmekte ve bir anlamda ürün ve hizmetin müşteri nezdindeki anlamı olarak değerlendirilmektedir (Kotler & Armstrong, 2008: 230). Tüketicide yaratılan bu anlam zamanla markaya yönelik farkındalık, bağlılık ve algılanan kalite düzeylerinde artış, olumlu ağızdan ağıza iletişimin başlaması gibi pozitif yönlü etkilerin yani “değerin” yaratılmasına neden olmaktadır. Marka değeri, işletmelerin hedef pazarlarında rekabetçi konumlarını güçlendirecek farkındalık, imaj ve bağlılık yaratmak kadar, hem kurumsal hem de pazarlama stratejileri yoluyla müşteriler ile duygusal bağlar geliştirildiğinin bir göstergesi olarak görülebilmektedir (Im vd., 2012: 385). Bir markaya ilişkin değerlerin tam ve kesin olarak ölçülmesi, markanın tüketici zihninde yer alan ve konumlanan bir kavram olması nedeniyle oldukça zordur. Bu sebeple markalara ilişkin değerlerin tespitinde birden çok değerlendirme yönteminin kullanılması söz konusu olmaktadır. Bu yöntemler “davranışsal yöntemler, finansal yöntemler ve karma yöntemler” olarak (Kendirli vd., 2016) üç başlık altında sınıflandırılabilir.

İstanbul Sanayi Odası'nın kağıt ve kağıt ürünleri imalat sanayine ilişkin yayınladığı rapora göre sektörün son yıllarda oldukça hızlı bir büyüme gerçekleştirdiği; 2010 yılında 1,22 Milyar \$ seviyesinde olan ihracat değerinin 2017 yılında 1,98 Milyar \$'a; ithalat değerinin ise 2010 yılında 2,82 Milyar \$ iken 2017'de 2,91 Milyar \$'a yükseldiği tespit edilmektedir. Aynı rapora göre sektörün ülke ekonomisine yönelik katma değer katkısının sadece üretim yönlü olmadığı aynı zamanda yaklaşık 70.000 kişinin istihdam edilmesi ile makro ekonomik dengenin kurulmasında oldukça önemli rol oynadığı değerlendirilmektedir (ISO, 2022). Dolayısı ile kağıt ve kağıt ürünleri ve ambalaj sektörü yarattığı hacimle Türkiye'nin en büyük sektörleri arasında yer almakta ve aynı zamanda üretim hacmine yönelik gelişmeler ile büyümenin sağlanması ve şirketlerin daha yüksek sayıda ihracat pazarı ile temas etmesinin muhtemel olduğu düşünülmektedir. Bir anlamda ulusal olduğu kadar ihracat pazarlarındaki rekabetçi başarının elde edilmesi sürecinde ayırıcı bir takım niteliklerin yaratılmasına imkân tanıyan marka olgusu, sektördeki şirketler için oldukça önemli bir kavramı da ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle sektörde faaliyet gösteren şirketler, hedef pazarlarında rekabetçi konumlarını pekiştirmek amacı ile markalaşma sürecine ve marka değerlerine yönelik yatırım gerçekleştirmeleri durumunda ilerleyen dönemlerde daha yüksek katma değer üreten konumlara ulaşabileceklerdir. Bu çalışma, BİST'te işlem gören “Kağıt ve Kağıt Sanayi, Basım ve Yayın” şirketlerinin marka değerlerinin gelir temelli finansal bir marka değerlendirme yöntemi olan Hirose Yöntemi kullanılarak tespit edilmesi amacı ile hazırlanmaktadır. Hirose Yöntemi, 2002 yılında Japonya Ekonomi, Ticaret ve



Endüstri Bakanlığı'nın himayesinde, Yoshikuni Hirose'nin başkanlığını yürüttüğü "marka değerlendirme komitesi" tarafından oluşturulmuştur. Yöntem, marka değerinin tespit edilmesinde psikolojik ve davranışsal boyutları göz ardı etmekte, finansal veriler ışığında şeffaf, tarafsız ve objektif değerlendirmelerin gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde öncelikle marka ve marka değerlendirme kavramları tanımlanmış olup, çalışma alanına ilişkin literatür özeti sunulmuştur. Çalışma, yöntemle ilişkin açıklamaların ardından bulguların değerlendirilmesi ve sonuç kısmı ile tamamlanmıştır.

### **Marka Değeri ve Marka Değerleme Kavramları**

Günümüzde özellikle iletişim teknolojilerinde meydana gelen ilerlemenin ticari hayattaki güç dengesini tüketiciler lehine değiştirmesi, sektör farkı gözetmeksizin işletmelerin geçmişe oranla çok daha dikkatli davranmalarına neden olmaktadır. Ülke ekonomisi içerisinde kilit bir fonksiyon üstlenen kağıt sanayi işletmeleri, içinde buldukları yoğun rekabet ortamında yaşamlarına devam etmede yararlandıkları, rakipler ile farklarını ve pazar payı gibi en temel rekabetçi göstergelerde üst sıralarda yer almasını sağlayan temel gösterge "marka" olarak karşımıza çıkmaktadır. Marka, üretici veya satıcıların malını tanıtan, onu başkalarının mallarından ayırmaya yarayan isim, terim, sembol, şekil veya bunların bileşimi (Mucuk, 2014: 146) olup, işletmelerin ürün ya da hizmetlerinin satılabilirliğini ve dolayısı ile de rekabet avantajı sağlamada yararlandığı bir pazarlama aracıdır (Erdil & Uzun, 2010: 4). Marka, bir ürün olmayıp; ürünün kaynağını, anlamını ve yönünü tayin eden ve kimliğini zaman ve mekânda tanımlayan bir unsurdur. Marka; küreselleşmeyle hat safhaya ulaşan acımasız rekabet koşullarında ve marka savaşlarının yaşandığı günümüz dünyasında işletmenin ürettiği ürün ve hizmetleri rakiplerinden farklı kılacak aynı zamanda tüketicinin zihninde farkındalık yaratarak sadakati sağlayacak bir güçtür (Karataş Aracı & Bekçi, 2017: 33). Markalar sıklıkla marka adı, logosu, tasarımı, ambalajı, reklamı veya adının tanınması gibi bileşenler aracılığı ile incelenmektedir (Tuominen, 1999: 69). Marka, ürün özelliklerine dayalı tüketici iletişimi sağlayan ve tüketiciye sürekli aynı özelliklerde ürün sunulacağına dair güven veren bir pazarlama bileşenidir (Turan & Çolakoğlu, 2009: 281). Ancak öz itibarı ile marka, isim ve sembollerin ötesinde anlam taşıyan bir kavram olup, müşterilerin bir ürün ya da hizmete yönelik yüklediği anlamlara ilişkin algılamalarından meydana gelmektedir (Kotler & Armstrong, 2008: 230). Markalar işletmelere yasal korunma, ürünlerinin rakiplerinden ayrılması, tanıtma faydası gibi somut bir takım yararlar kazandırmakta iken, rekabet gücünün artması ile özellikle fiyat rekabetinden kaçınmada yararlanılan bir faktör olarak da etkisini göstermektedir (Tek & Özgül, 2013: 284).

Gupta vd. (2020: 211)'ne göre markalar tüketicilere bir takım faydalar sunmakta, benzersizlik algısını iletmekte ve işletme ile tüketiciler arasında duygusal, rasyonel ve fonksiyonel anlamda ilişkiler kurulmasına imkân tanıyarak markaların rekabetçilik düzeyine etki etmektedir. Bu bağlamda marka değeri, bir yönetim kavramı, finansal bir maddi olmayan varlık, bir ilişki kavramı veya bireysel tüketici perspektifinden müşteri odaklı bir kavram olarak görülebilmektedir (Tuominen, 1999: 65). Özgüven (2010: 143)'e göre ise marka değeri, tüketici açısından bakılması ve değerlendirilmesi gereken bir konudur. Çünkü tüketiciler marka konusunda yorum yapmakta, markaya karşı bağlılık duymakta ve bunun sonucu markaya değer yüklemektedir. Marka değeri, iş pratiğinde olduğu kadar akademik araştırmalarda da çok önemli bir kavram olarak görülmektedir. Bunun nedeni ise başarılı markaların rekabet avantajı elde edilmesine katkı sunmasıdır. Bir markanın değerinin önemini ortaya çıkaran diğer bir husus ise markanın varlık değerlemesi yolu ile işletmeye kazandırdığı primdir (Lassar vd., 1995: 11). Marka değeri kavramı son yıllarda önemi gittikçe artan bir kavramdır. Marka değerinin bu kadar önemli ve üzerinde durulan bir konu olmasının temel nedeni işletmelerin marka değerine göre

sıralanmaya başlamaları ve marka değeri yüksek olan işletmelerin daha başarılı olmalarıdır (Özgüven, 2010: 141). Aynı zamanda günümüz koşullarında rekabet edebilmenin şartı yalnızca üretmek değil, markalaşmaktır. Marka yolu ile tüketici yönlü yüksek değer sunan işletmeler rakipleri karşısında önemli bir avantaj yakalayabilmektedirler (Akgün & Akgün, 2014: 1).

Marka değerinin belirlenmesi bir işletmenin başka bir işletme ile birleşme veya bir şirketin başka bir işletme tarafından devralınması durumunda, lisans anlaşması sürecinde anlaşmanın finansal boyutunun tespitinde, işletmelerin sermaye artırımı için yatırımcılara yönelmesi ve markanın yönetilmesi sürecinde önemli faydalar sağlamaktadır (Radawiecka, 2008: 196). Markaların işletmelere sağladığı değer belirlenebilmesi ise ancak marka değerinin tespit edilmesiyle mümkün hale gelmektedir. Marka olgusu doğası gereği soyut olduğundan, marka değerlendirme süreçleri oldukça karmaşık ve çoğu zaman belirsizdir, bu da bir çok yaklaşım ve yöntemin uygulanmasına neden olmaktadır (Janoskova & Krizanova, 2017: 100). Salinas & Ambler (2009: 40)'e göre marka değerlendirme yöntemlerinin gelişiminde pazarlama performansının ölçülmesi, hisse fiyatlarının gerekçelendirilmesi, ticarete konu markalar ve vergi yönetimi gibi dört önemli etken söz konusu olmaktadır. Dolayısı ile herhangi bir markanın değerlendirilmesi sürecinde birden fazla değişkene dayalı analizlerin gerçekleştirilmesi mümkündür. Ayrıca bir markanın değerinin belirlenmesi süreci, marka kavramının finansal bir terimin ötesini temsil etmesi nedeni ile değişkenlik gösterebilmektedir. Bu nedenle ISO (International Standardization Organization), ISO 10688 standardı ile marka değerlemeye ilişkin bir yol haritası yayınlamıştır. İlgili standartta marka değerlendirme sürecinde üzerinde durulması gereken temel hususlar olarak “şeffaflık, geçerlilik, güvenilirlik, yeterlilik, nesnellik” gibi özellikler yer almaktadır (Özdemir & Öncül, 2016: 214).

Marka değerlendirme yöntemlerine ilişkin sınıflandırmalar incelendiğinde, Kendirli vd. (2016: 72), Karataş Aracı & Bekçi, (2017: 32) bu yöntemleri “Finansal Değerleme Yöntemleri, Davranışsal Değerleme Yöntemleri ve Karma Değerleme Yöntemleri” olmak üzere üç grupta; Salinas & Ambler (2009: 42) “maliyet, gelir ve pazar” odaklı yöntemler olarak üç grupta ve Radawiecka (2008: 197) ise “maliyet, karşılaştırmalı, gelir ve birleşik” yöntemler olmak üzere dört grupta değerlendirilmektedir. Bahse konu yöntemlere ek olarak “piyasa temelli, maliyet temelli ya da gelecekteki ekonomik faydaların tahminlerine dayalı” yöntemlerden de bahsetmek mümkündür (King, 2002: 246; Yılmaz & Güzel, 2012: 144). Çalışma kapsamında marka değerlendirme yöntemleri Kendirli vd. (2016) tarafından kabul edilen sınıflandırma çerçevesinde değerlendirilmiştir. İlgili sınıflandırmada marka değerlendirme yöntemleri, “davranışsal, karma ve finansal temelli” olmak üzere üç başlıkta incelenmektedir. Çalışmada kağıt sektörüne ilişkin marka değerlendirme sürecinin finansal yöntemler arasında yer alan “Hirose Yöntemi” kapsamında değerlendirilmesi nedeni ile ilgili yöntemin detaylı açıklanması hedeflenmektedir.

Marka değerlemeye yönelik geliştirilen finansal yöntemler daha çok belirli bir markanın parasal değerini ortaya koymaya çalışmaktadır. Çelik (2006: 207)'e göre finansal temelli yöntemler markaların psikolojik gücünü yansıtmakta eksik kalmakta ise de marka değerlemeye ilişkin ISO 10688 Standardında belirtilen “şeffaflık, geçerlilik, güvenilirlik, yeterlilik, nesnellik” gibi temel kavramlara ilişkin uyumun sağlanması açısından oldukça önemli bir avantaj söz konusu olmaktadır. Çünkü finansal temelli marka değerlendirme yöntemlerinde kamuya açık paylaşılan verilerden hareketle elde edilen veri setine ilişkin analiz süreçleri, konuya ilgi duyan tüm kesimler tarafından ulaşılabilir olmakta ve birden çok araştırmacının yönetime ilişkin benzer sonuçları elde etmesi ile geçerliliğin ve güvenilirliğin sağlanması da mümkün hale gelmektedir. Bu bağlamda, finansal temelli marka değerlendirme süreçlerinin objektif, şeffaf ve nesnel bir özellikte planlanması nedeniyle oldukça kullanışlı olduğu hususu değerlendirilmektedir. Finansal temelli marka değerlendirme yöntemleri; finansman ağırlıklı parasal yöntemler olarak “maliyete dayalı”,

“piyasa değeri”, “sermaye piyasası”, “telif hakkını devretme”, “fiyat primi” (Fırat & Badem, 2008: 212-213), markanın kullanımı ile gelecekte elde edilmesi beklenen gelirlerin bugünkü değerine yönelik “gelir temelli” ve gelir temelli marka değerlemenin bir türü olarak (Kendirli vd., 2016: 76) son yıllarda uygulama pratiği elde eden “Hirose Yöntemi” olarak sınıflandırılabilir. Hirose Yöntemi, markalara ilişkin değerlendirme sürecinde kamuya açık gelir tablolarından elde edilen verilerden hareketle kantitatif bir yaklaşımı temsil etmekte ve objektiflik kriterinin sağlanmasına olanak tanımaktadır. Hirose Yöntemi, 2002 yılında Japonya Ekonomi, Ticaret ve Endüstri Bakanlığı bünyesinde “marka değerlendirme komitesi” tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucunda sunulan “Marka Değerlemesi Komitesi Raporu” (Hirose Raporu) (Hirose vd., 2002) ile literatüre kazandırılmıştır. İlgili rapor sonucu ortaya çıkan yöntem iki nedenle önem teşkil etmektedir (Beccacece, vd., 2006: 4):

- Faaliyet Raporu'ndan çıkarılan mali verileri kullanarak objektif bir marka değerlendirme modeli geliştirilmiştir,
- Sağladığı metodoloji oldukça geneldir ve markalar dışındaki maddi olmayan varlıkların değerlemesine de kolaylıkla genişletilebilir.

Hirose Raporu kapsamında marka, işletmelerin ürünlerini ve hizmetlerini rakiplerinden ayırt etmek için kullanılan isimler, amblemler, logolar, işaretler, semboller, ambalaj tasarımları vb. olarak tanımlanmakta, marka aracılığı ile gerçekleştirilmek istenen hedefler ise ürün ve hizmetlere yönelik sadakat ve güven tesis etmek ve müşteriler ile sürekli iletişim kurmaktır (Hirose, 2002: 10). Bu nedenle yöntemin kullanılması ile işletmelerin pazarlama hedefleri doğrultusunda gerçekleştirdiği faaliyetlerin finansal karşılığının objektif kriterler ışığında belirlenmesi de mümkün görülmektedir.

## LİTERATÜR ÖZETİ

İşletmelerin pazardaki rekabet kapsamında ve tüketiciler nezdinde elde ettiği yeri belirleyen temel bir unsur olarak marka değeri ve ilgili değere ilişkin değerlemenin finansal marka değerlendirme yöntemlerinden birisi olan “Hirose Yöntemi” ile gerçekleştirilmesi bir çok farklı akademik çalışmanın konusu olmaktadır.

İşseveroğlu (2020) Türkiye’de yer alan 16 farklı sigorta şirketinin marka değerini Hirose Yöntemi’ni kullanarak analiz ettiği çalışması sonucunda ilgili işletmelere yönelik bir marka değeri sıralaması gerçekleştirmiştir. Çalışmasında Anadolu Hayat Emeklilik işletmesinin en yüksek marka değerine sahip işletme olduğu bulunmuştur.

Kendirli vd. (2016) ise Banvit markasına ait marka değerini Hirose Yöntemi’ni kullanarak tespit etmeye çalışmış ve araştırma sonucunda ilgili markaya ait değer 303 Milyar ₺ olduğunu bulmuştur. Yazarlar çalışmalarında elde ettikleri marka değeri tutarının aynı marka için Brand Finance tarafından farklı bir yöntem kullanılarak hesaplanan marka değeri tutarına benzerlik gösterdiğini tespit ederek, finansal temelli marka değerlemenin geçerliliğine vurgu yapmıştır.

Uygurtürk vd. (2017) ise BİST’te işlem gören seramik sektörü işletmelerinin marka değerini Hirose Yöntemi ile analiz etmiştir. BİST’te KUTPO ve EGSER kısaltmaları ile yer alan iki firma dâhilinde gerçekleştirilen analiz sonuçlarında, KUTPO firmasının uluslararası bilinirliğinin ve marka değeri yaratma potansiyelinin EGSER’e göre daha fazla olduğu; EGSER firmasının ise daha yüksek oranda sadık bir müşteri kitlesine sahip olduğu bulunularak, her iki firmaya ait marka değerlerini tespit etmiştir.

Ekinci (2019) Hirose Yöntemi’ni katılım bankalarının marka değerlerinin belirlenmesi amacı ile kullanmış ve çalışması sonucunda Türkiye Finans Katılım bankasının müşteri sadakati

ve bilinirliği Kuveyt Türk Katılım bankasına göre daha fazla olmakla birlikte, Kuveyt Türk Katılım bankasının marka değeri yaratma potansiyelinin daha yüksek olduğunu ve Kuveyt Türk Katılım bankasının marka değerinin Türkiye Finans Katılım bankasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Beccacece vd. (2006) Hirose Yöntemi'nin kamuya açık finansal raporlara dayanarak gerçekleştirilmesi ile marka değerlemesinde tarihsel nesnellik ve keyfilik sorununu çözmeye anahtar değere sahip olduğunu belirtmektedir.

Akbulut & Rençber (2018) BİST'te işlem gören mobilya işletmelerinin marka değerlerini Hirose Yöntemi ile analiz ettiği çalışmada, prestij ve genişleme değerleri açısından Doğaş Kelebek Mobilya'nın, sadakat değeri açısından ise Gentaş Metal şirketinin üstün olduğunu belirterek, marka değeri hesaplamasının şirketlerin gerçek marka değerlerini kusursuz olarak yansıtmayabileceğini de vurgulamıştır.

Akgün & Akgün (2014) Vestel A.Ş.'nin marka değerini Arçelik A.Ş.'yi baz alarak Hirose Yöntemi ile belirlemeye yönelik çalışması sonucunda, Vestel A.Ş.'nin marka değerini 3.444.438,809 ₺ olarak tespit etmiştir.

Ceylan (2019) ise Brand Finance Türkiye-100 listesinde yer alan gıda sektörü şirketlerinin Hirose Yöntemi kullanılarak tespit edilen finansal bazlı marka değerleri ile aktif karlılık seviyeleri arasında nedensel bir ilişki olup olmadığını belirleme amacı gerçekleştirdiği ampirik analiz sonucunda, marka değerinin varlık getirisine katkı sunduğu tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Kayıhan (2019) BİST Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi sektöründe yer alan 28 tane işletmenin marka değerini Hirose Yöntemi aracılığı ile analiz ettiği çalışmada, Trakya Cam, marka değeri en yüksek olan işletme olarak, Denizli Cam'ın ise en düşük marka değerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Çam vd. (2019) Borsa İstanbul'da hisseleri işlem gören otomotiv firmalarının marka değerlerinin Hirose Yöntemi ile analiz edildiği çalışma sonucunda net kârın, net satışların, aktif büyüklüğün, toplam borç tutarının ve marka değeri değişkenlerinden prestij değişkeninin firmanın piyasa değeri üzerinde etkili olduğu, ayrıca sadakat ve genişleme değişkenleri ile firmaların piyasa değeri arasında ise anlamlı bir ilişkinin varlığı bulgulanmıştır.

Divanoğlu vd. (2019) BİST'te işlem gören bankacılık sektörü işletmelerinin marka değerlerini Hirose Yöntemi ile analiz ettiği çalışmaları sonucunda, finansal temelli marka değeri en iyi banka Garanti Bankası, en kötü banka ise Türkiye Kalkınma Bankası olarak tespit edilmiştir.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI**

Bu araştırmanın amacı, hisse senetleri Borsa İstanbul Kağıt ve Kağıt Ürünleri, Basım ve Yayın sektöründe işlem gören şirketlerin marka değerlerinin finansal açıdan belirlenmesidir. Araştırma, küresel ölçüde değerlendirme yolu ile şirketlerin güncel marka değerlerinin tespit edilmesini, akabinde konularının karşılaştırılmasını hedeflenmektedir. Araştırma ile toplumsal olduğu kadar bir çok farklı endüstri için değerli hammadde imalatının gerçekleştirildiği kağıt sanayisi alanında faaliyette bulunan işletmelerin marka değerlerinin belirlenmesi sonucunda Türkiye'ye ait güncel bir sıralama gerçekleştirilmektedir.

Şirketlerin marka değerlerinin belirlenmesinde Hirose yönteminden yararlanılmıştır. Bu kapsamda yöntemin uygulanabilmesi için gerekli olan finansal veriler (hasılat, satışların maliyeti

vb.), Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) ve şirketlerin web sayfalarından temin edilmiştir. Çalışma 2021 yılı sonu itibarıyla gerçekleştirilmiş ve şirketlerin son 5 yıllık gelir tablolarından (2017-2021) yararlanılmıştır. Araştırmada veriler 16/05/2022 – 20/05/2022 tarihleri arasında elde edilmiş ve yönteme ilişkin değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Tablo 1’de analize dâhil edilen şirketler yer almaktadır.

**Tablo 1.** Analiz Kapsamında Yer Alan Şirketler

|    | <b>Şirket</b>                                  | <b>Kodu</b> |
|----|--|-------------|
| 1  | Alkim Kağıt Sanayi ve Ticaret A.Ş.             | ALKA        |
| 2  | Bak Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş.             | BAKAB       |
| 3  | Duran Doğan Basım ve Ambalaj Sanayi A.Ş.       | DURDO       |
| 4  | Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.       | HURGZ       |
| 5  | İhlas Gazetecilik A.Ş.                         | IHGZT       |
| 6  | Kaplamin Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş.        | KAPLM       |
| 7  | Kartonsan Karton Sanayi ve Ticaret A.Ş.        | KARTN       |
| 8  | Mondi Olmuksan Kağıt ve Ambalaj Sanayi A.Ş.    | OLMK        |
| 9  | Mondi Tire Kutsan Kağıt ve Ambalaj Sanayi A.Ş. | TIRE        |
| 10 | Viking Kağıt ve Selüloz A.Ş.                   | VKING       |

Çalışmaya Doğan Burda Dergi, Prizma Pres Matbaacılık ve Saray Matbaacılık yurtdışı satışları olmadığı için; Europap Tezol Kağıt ve Konya Kağıt ise veri eksikliği sebebi ile dâhil edilememiştir.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada şirketlerin marka değerlerinin tespitinde finansal marka değerlendirme yöntemlerinden birisi olan “Hirose Yöntemi” kullanılmıştır. Marka yolu ile rekabetçi avantajın sağlanmasının güncel ve gelecek dönem nakit akış hızını arttıracığına dair önerme ekseninde planlanmakta olan Hirose yöntemi (Hirose vd., 2002: 10); marka değerinin tespitinde aşağıda yer alan 1 numaralı fonksiyonu kullanmaktadır:

$$\mathbf{BV: } f(\text{PD, LD, ED, } r) \quad (1)$$

Burada:

BV: Marka değeri,

PD: Prestij değişkeni,

LD: Sadakat değişkeni,

ED: Genişleme değişkeni ve

r: Risksiz faiz oranıdır.

Marka değeri söz konusu değişkenler kullanılarak 2 numaralı formül yardımıyla hesaplanabilmektedir (Hiroshi, 2012: 158).

$$\mathbf{BV= } \frac{PD}{\sigma} * LD * ED \quad (2)$$

Marka değerinin hesaplanması sürecinde kullanılan değişkenlerden ilki prestij değişkenidir (PD). Şirketlerin analiz edilen dönemde dâhil olmak üzere 5 yıllık verisi kullanılarak elde edilen prestij değişkeni, 3 numaralı formül yardımıyla hesaplanabilmektedir (Akgün & Akgün, 2014: 7):

$$PD = \frac{1}{5} \sum_{i=-4}^0 \left\{ \left( \frac{S_i}{SMM_i} - \frac{S_i^*}{SMM_i^*} \right) \times \frac{RPG_i}{FG_i} \right\} \times SMM_0 \quad (3)$$

Burada:

PD: Prestij değişkeni,

S: Hasılat,

SMM: Satışların maliyeti,

S\*: Karşılaştırma yapılan işletmenin hasılatı,

SMM\*: Karşılaştırma yapılan işletmenin satışlarının maliyeti,

RPG: Reklam ve promosyon giderleri (satış ve pazarlama giderleri) ve

FG: Faaliyet giderlerini ifade etmektedir

Hirose Yönteminin marka değerlendirme sürecinde göz önünde bulundurduğu ikinci değişken sadakat değişkenidir (LD). Sadakat değişkeni, işletmelerin müşterileri ile olan uzun süreli ilişkilerinin varlığı odağında ortaya çıkan ve istikrarlı işlemlerin gerçekleşmekte olduğunu gösteren bir değişkendir. Sadakat değişkeninin tespitinde işletmenin faaliyet gösterdiği sektörde elde ettiği gelirlerin sürekliliği sorgulanmaktadır (Kendirli vd., 2016: 78; Bursalı, 2009: 32, Hirose, 2012: 159, Akgün & Akgün, 2014: 8). Sadakat değişkeni 4 numaralı formül yardımıyla hesaplanabilmektedir:

$$LD = (\mu c - \sigma c) / \mu c \quad (4)$$

Burada:

$\mu c$  = Satışların maliyetinin son 5 yıllık ortalaması,

$\sigma c$  = Satışların maliyetinin standart sapmasını ifade etmektedir.

Hirose yönteminde kullanılan üçüncü değişken, şirkete ait markanın ne kadar genişlediğini açıklayan genişleme değişkenidir (ED). Genişleme değişkeni, şirketin uluslararası işlemlerinin ve ana faaliyet konusu dışında elde ettiği gelirlerinin bir sonucudur (Hirose, 2012: 159; Bursalı, 2009: 33) ve analiz edilen dönemde dâhil olmak üzere 3 yıllık veri kullanılarak hesaplanmaktadır. Genişleme değişkeninin elde edilmesinde (5) numaralı formül kullanılmaktadır. İlgili formül ise şu şekildedir:

$$GD = \frac{1}{2} \left\{ \frac{1}{2} \sum_{i=-1}^0 \left( \frac{SO_i - SO_{i-1}}{SO_{i-1}} + 1 \right) + \frac{1}{2} \sum_{i=-1}^0 \left( \frac{SX_i - SX_{i-1}}{SX_{i-1}} + 1 \right) \right\} \quad (5)$$

Burada (Salinas ve Ambler, 2009: 42):

SO: İşletmenin yurt dışı satışları,

SX: İşletmenin ana faaliyet konusu dışındaki gelirlerini ifade etmektedir.

## BULGULAR VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Hirose yöntemine göre marka değerinin hesaplanmasında ilk aşama olarak prestij değişkeni (PD) hesaplanmıştır. Prestij değişkeninin hesaplanması için gerekli olan S\*/SMM\* değeri yıllar itibariyle Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Yıllara Göre En Düşük S/SMM Değerleri

| Yıllar | Şirket | S*/SMM* Değeri |
|--------|--------|----------------|
| 2017   | IHGZT  | 1.0585403      |
| 2018   | IHGZT  | 1.0729864      |
| 2019   | OLMK   | 1.1227724      |
| 2020   | HURGZ  | 1.0311107      |
| 2021   | HURGZ  | 0.9805777      |

Örnek teşkil etmesi açısından prestij değişkenin hesaplama tablosu (Tablo 3) ALKA için aşağıdaki gibidir.

**Tablo 3.** ALKA Prestij Değişkeni Tespiti

| Yıllar | (1)<br>S <sub>i</sub> /SMM <sub>i</sub> | (2)<br>S* <sub>i</sub> /SMM* <sub>i</sub> | (3)<br>RPG <sub>i</sub> /FG <sub>i</sub> | (4)<br>SMM <sub>0</sub> | (1-2)*3*4<br>PD |
|--------|---|---|--|-------------------------|-----------------|
| 2017   | 1.2034304                               | 1.0585403                                 | 0.243633                                 | 545258168               | 19247618.37     |
| 2018   | 1.2314064                               | 1.0729864                                 | 0.1590891                                | 545258168               | 13742089.33     |
| 2019   | 1.2167069                               | 1.1227724                                 | 0.2259081                                | 545258168               | 11570815.06     |
| 2020   | 1.3344341                               | 1.0311107                                 | 0.346137364                              | 545258168               | 57247505.04     |
| 2021   | 1.2856055                               | 0.9805777                                 | 0.0798679                                | 545258168               | 13283542.58     |
|        |   |   |  | <b>Ort. PD</b>          | 23018314.08     |

Tablo 4’de analize dâhil edilen şirketlerin prestij değişkeni sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 4.** Şirketler Prestij Değişkeni Verileri

|    | Kodu  | PD          |
|----|-------|-------------|
| 1  | ALKA  | 23018314.08 |
| 2  | BAKAB | 24937591.05 |
| 3  | DURDO | 49023867.63 |
| 4  | HURGZ | 32795422.90 |
| 5  | IHGZT | 2042159.89  |
| 6  | KAPLM | 41992945.78 |
| 7  | KARTN | 94914609.57 |
| 8  | OLMK  | 57784446.90 |
| 9  | TIRE  | 92720353.74 |
| 10 | VKING | 17024798.80 |

Yöntemin ikinci aşaması olarak şirketlerin sadakat değişkeni (LD) formül 4 yardımıyla hesaplanmıştır. Örnek teşkil etmesi açısından sadakat değişkenin hesaplaması Tablo 5’te ALKA için gösterilmektedir.

**Tablo 5.** ALKA Sadakat Değişkeni Tespiti

|                | ALKA        |
|----------------|-------------|
| 2017 SMM       | 195884054   |
| 2018 SMM       | 286605106   |
| 2019 SMM       | 319118120   |
| 2020 SMM       | 298793870   |
| 2021 SMM       | 545258168   |
| Ortalama SMM   | 329131863.6 |
| Std. Sapma SMM | 129706160.5 |
| LD             | 0.605914301 |

Tablo 6’da analize dâhil edilen şirketlerin sadakat değişkeni sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 6.** Şirketler Sadakat Değişkeni Verileri

|    | <b>Kodu</b> | <b>LD</b>   |
|----|-------------|-------------|
| 1  | ALKA        | 0.605914301 |
| 2  | BAKAB       | 0.577610624 |
| 3  | DURDO       | 0.533399548 |
| 4  | HURGZ       | 0.93154563  |
| 5  | IHGZT       | 0.806832285 |
| 6  | KAPLM       | 0.49291939  |
| 7  | KARTN       | 0.552736018 |
| 8  | OLMK        | 0.615103437 |
| 9  | TIRE        | 0.52072787  |
| 10 | VKING       | 0.681487756 |

Yöntemin üçüncü aşaması olarak genişleme değişkeni (ED) 5 numaralı formül yardımıyla hesaplanmıştır. Tablo 7’de analize dâhil şirketlerden biri olan ALKA’nın genişleme değişkeni hesabı gösterilmektedir.

**Tablo 7.** ALKA Genişleme Değişkeni Tespiti

| <b>Yıllar</b> | <b>SO</b> | <b>SX</b> | <b>SO Faktörü</b> | <b>SX Faktörü</b> | <b>ED</b>   |
|---------------|-----------|-----------|-------------------|-------------------|-------------|
| 2019          | 31493407  | 177237    | -                 | -                 |             |
| 2020          | 33266258  | 368823    | 1.056292766       | 2.080959393       |             |
| 2021          | 31317336  | 24408293  | 0.941414451       | 66.17887984       |             |
|               |           |           |                   |                   | 17.56438661 |

Analize dâhil edilen şirketlerin genişleme değişkeni Tablo 8’de listelenmektedir.

**Tablo 8.** Şirketler Genişleme Değişkeni Verileri

|    | <b>Kodu</b> | <b>ED</b> |
|----|-------------|-----------|
| 1  | ALKA        | 17.56439  |
| 2  | BAKAB       | 3.033706  |
| 3  | DURDO       | 0.799427  |
| 4  | HURGZ       | 2.080672  |
| 5  | IHGZT       | 3.420462  |
| 6  | KAPLM       | 0.868699  |
| 7  | KARTN       | 1.98813   |
| 8  | OLMK        | 2.311015  |
| 9  | TIRE        | 3.52244   |
| 10 | VKING       | 1.878081  |

İlgili değişkenler hesaplandıktan sonra analizin son adımı olarak 2 numaralı formül yardımıyla şirketlerin marka değerleri hesaplanmıştır. Formülde yer alan risksiz faiz oranı olarak 31.12.2021 tarihli 2 yıllık devlet tahvili faiz oranı olan %22,78 kullanılmıştır (Türkiye Halk Bankası A.Ş., 2021). Şirketlerin Hirose yöntemine göre bulgularan marka değerleri Tablo 9’da yer almaktadır.



**Tablo 9. Şirketler Marka Değeri**

|    | Kodu  | PD          | $\sigma$ | LD          | ED       | BV (TL)          |
|----|-------|-------------|----------|-------------|----------|------------------|
| 1  | ALKA  | 23018314.08 | 0.2278   | 0.605914301 | 17.56439 | 1.075.385.020,85 |
| 2  | BAKAB | 24937591.05 | 0.2278   | 0.577610624 | 3.033706 | 191.826.886,39   |
| 3  | DURDO | 49023867.63 | 0.2278   | 0.533399548 | 0.799427 | 91.766.778,43    |
| 4  | HURGZ | 32795422.90 | 0.2278   | 0.93154563  | 2.080672 | 279.040.452,87   |
| 5  | IHGZT | 2042159.89  | 0.2278   | 0.806832285 | 3.420462 | 24.740.251,45    |
| 6  | KAPLM | 41992945.78 | 0.2278   | 0.49291939  | 0.868699 | 78.934.701,43    |
| 7  | KARTN | 94914609.57 | 0.2278   | 0.552736018 | 1.98813  | 457.869.705,22   |
| 8  | OLMK  | 57784446.90 | 0.2278   | 0.615103437 | 2.311015 | 360.585.395,34   |
| 9  | TIRE  | 92720353.74 | 0.2278   | 0.52072787  | 3.52244  | 746.579.003,57   |
| 10 | VKING | 17024798.80 | 0.2278   | 0.681487756 | 1.878081 | 95.653.434,26    |

Tablo 9 incelendiğinde, Hirose yöntemine göre en yüksek marka değerine sahip şirket, 1.075.385.020,85 TL ile ALKA olurken; en düşük marka değerine sahip şirket 24.740.251,45 TL ile IHGZT olarak bulgulanmıştır.

İlgili şirketlerin sahip olduğu marka değerleri çalışma dâhilinde kullanılan matematiksel modeller yolu ile tespit edilmekte olup, her bir şirketin aynı zamanda Borsa İstanbul bünyesinde yatırımcılara açık şekilde faaliyetlerini sürdürmesi ve dolayısı ile belirli bir piyasa değerine de sahip olması söz konusudur. Bu açıdan ilgili şirketlerin piyasa değerleri ile hesaplanan marka değerlerinin gösterimi de oldukça önemli bir bulgu olarak değerlendirilmektedir. Çalışma kapsamında yer alan şirketlere ait hesaplanan marka değeri ve güncel piyasa değerlerine ilişkin veriler aşağıda Tablo 10 içerisinde sunulmaktadır.

**Tablo 10. Şirketler Marka ve Piyasa Değerleri**

|    | Şirket | Marka Değeri (Milyon TL) | Piyasa Değeri (Milyon TL) | Piyasa Değeri / Marka Değeri |
|----|--------|--------------------------|---------------------------|------------------------------|
| 1  | ALKA   | 1.075,3                  | 1.917,3                   | 0,56                         |
| 2  | BAKAB  | 191,82                   | 910,8                     | 0,21                         |
| 3  | DURDO  | 91,766                   | 710,5                     | 0,12                         |
| 4  | HURGZ  | 279,04                   | 1.089,3                   | 0,25                         |
| 5  | IHGZT  | 24,740                   | 520                       | 0,04                         |
| 6  | KAPLM  | 78,934                   | 1.200                     | 0,06                         |
| 7  | KARTN  | 457,86                   | 4.833,8                   | 0,09                         |
| 8  | OLMK   | 360,58                   | 2.740,4                   | 0,13                         |
| 9  | TIRE   | 746,57                   | 3,730                     | 0,20                         |
| 10 | VKING  | 95,653                   | 230,6                     | 0,41                         |

Tablo 10 incelendiğinde, analize dâhil edilen şirketlerin tamamının marka değerlerinin piyasa değerlerinin altında bir düzeyde olduğu görülmektedir. Marka değerinin piyasa değerine en yakın olduğu şirketler ALKA ve VKING olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum her ne kadar söz konusu şirketlerin marka değerlerinin oldukça üstünde bir piyasa değerlerine sahip olduklarını göstermekte ise de, marka yatırımlarına yönelik eksikliğin de varlığını açıklamaktadır. Dolayısı ile sektörün rekabetçi yapısının elde edilmesinde önemli bir potansiyel güç kaynağı olarak marka olgusunun kağıt ve kağıt sanayi, basım ve yayın alanlarında faaliyetlerini sürdüren şirketler açısından ele alınmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

## SONUÇ

Günümüzde işletmelerin entelektüel sermayeleri içerisinde değerlendirilen markalar, ürünlerden bağımsız bir ticari varlık haline dönüşmekte (Can, 2007: 225) rekabet tanımları tüketici odağında değerlendirilmekte ve marka olgusunun işletmelere sağladığı rekabetçi avantajlardan olabildiğince yararlanılmaktadır. Dolayısı ile marka yolu ile büyüme çabaları işletmeler tarafından günümüzde oldukça değerli görülmektedir. Çünkü markalaşma yolu ile işletmeler sadık müşteriler ile sürdürülebilir ve uzun dönemli ilişki kurma hedefine ulaşmakta dolayısı ile pazarlama bütçesi olduğu kadar tüm finansal kaynaklarını da daha etkin kullanma şansını elde etmektedir. İşletmelerin güncel olarak sahip oldukları marka değerlerine yönelik değerlendirmeler ise bir çok farklı yöntem kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemler, literatürde sıklıkla finansal, davranışsal ve karma yöntemler olarak sınıflandırılmakta olup, her bir yöntemin hesaplama süreci birbirinden farklı olmakta dolayısı ile yöntem bazında farklı marka değerlerine ulaşmak mümkün olabilmektedir. Çalışma kapsamında marka değerinin tespitinde finansal temelli marka değerlendirme yöntemlerinden birisi olan “Hirose Yöntemi”nden yararlanılmıştır. Hirose Yöntemi ile marka değerinin tespit edilmesi şirketlerin finansal verileri ışığında kolaylıkla tespit edilebilmektedir. Yöntem temelde analize dâhil edilen şirketleri üç temel kavram çerçevesinde değerlendirmeye odaklanmaktadır. Bu kavramlar ise, “prestij değişkeni (PD), sadakat değişkeni (LD) ve genişleme değişkeni (ED) olarak belirtilmektedir. Yöntem, marka değerinin tespit edilmesi için bahse konu üç değer çarpılması gerektiğini ifade etmektedir.

Gerçekleştirilen araştırma, Kağıt, Kağıt Sanayi ve Basım Yayın sektöründe faaliyet gösterip Borsa İstanbul’da işlem gören firmalar özelinde marka değerlerinin tespiti amacı ile hazırlanmaktadır. İlgili sektörün analize tabi tutulmasının temel nedeni sektördeki şirketlerin hem endüstriyel hem de tüketim pazarları açısından oynadığı önemli rol ve istihdam açısından yarattığı potansiyeldir. Aynı zamanda söz konusu sektör bünyesinde yer alan şirketlerin ihracat ve ithalat yolu ile yarattığı ekonomik büyüklük Türkiye’nin dış ticaret istatistiklerine de yansıtılarak var olan önemli konumunu vurgulamaktadır. Araştırmanın amacına yönelik ihtiyaç duyulan veriler (hasılat, satışların maliyeti vb.), Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) ve şirketlerin web sayfalarından temin edilmiştir. İlgili değerler kamunun erişimine açık olarak şeffaf bir şekilde sunulmaktadır.

Gerçekleştirilen analizler yolu ile Kağıt ve Kağıt Sanayi, Basım ve Yayın sektöründe yer alan ve çalışma kapsamında analize tabi tutulan 10 şirketin marka değerleri açısından en yüksek değer 1.075.385.020,85 TL ile ALKA’ya aitken; en düşük değere sahip şirket ise 24.740.251,45 TL ile IHGZT olarak bulgulanmıştır. Aynı zamanda şirketlerin sahip oldukları güncel piyasa değerleri ile marka değerleri karşılaştırılmış ve analiz edilen şirketlerin tamamının marka değerlerinin piyasa değerlerinin altında yer aldığı tespit edilmiştir. İlgili bulgu Bursalı (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da benzer yönde olup, şirketlerin buldukları piyasada marka değerlerini yeterince temsil edemedikleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Çalışma kapsamında analizlerin finansal temelli olarak gerçekleştirilmesi bir takım kısıtları da beraberinde getirmektedir. Özellikle veri setlerinin oluşturulması sürecinde ortaya çıkabilecek makro ve mikro ekonomik değişimlerin yatırımcıların halka açık bir şekilde faaliyetlerini sürdüren şirketlere yönelik davranışlarını etkilemesi sonucu şirketlerin finansal yapılarında oldukça ciddi değişimlerin yaşanması muhtemeldir. Dolayısı ile bu araştırmanın sonuçları sadece çalışma verilerinin elde edildiği zaman aralığında Kağıt ve Kağıt Sanayi, Basım ve Yayın sektöründe yer alan şirketler açısından değerlendirilmektedir. Bu nedenle sektöre yönelik marka değer tespitinde finansal değerlendirme yöntemlerinin yanı sıra davranışsal ya da karma yöntemlerin

kullanımı şirketlere olduğu kadar literatüre özgün katkının sağlanmasına etki edeceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, R., & Rençber, Ö. F. (2018). *Bist'te İşlem Gören Mobilya Sektöründeki Şirketlerin Marka Değerinin Hiroshi Yöntemiyle Belirlenmesi*, Business and Organization Research Safranbolu/Karabük, 12th-14th September 2018.
- Akgün, V. Ö., & Akgün, A. (2014). Marka ve marka değeri olgusu: Marka değerinin tespitine yönelik bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (8), 1-13.
- Aracı, Ö. N. K., & Bekçi, İ. (2017). Bulanık AHP yöntemi ile finansal marka değerlendirme modellerinin tespiti: bankacılık sektöründe bir uygulama, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (75), 31-54.
- Beccacece, F., Borgonovo, E., & Reggiani, F. (2006). *Risk Analysis in Brand Valuation*.(July). Bocconi University, Milan, Italy.
- Bursalı, O. B. (2009). Marka Değerinin Hesaplanmasında Gelir Temelli Yaklaşımlara Bir Alternatif: Hiroshi Yöntemi ve İMKB Tekstil Sektörü Uygulaması. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 29-40.
- Can, E. (2007). Marka ve Marka Yapılandırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 225-237.
- Ceylan, I. E. (2019). Study On The Brand Value-Profitability Relationship: Hirose Method And Panel Causality Analysis, *Journal of Accounting & Finance*, Özel Sayı, 389-414.
- Çam, A. V., Kalkan, Y., Soydaş, Ş. S., & Taşdemir, S. S. (2018). Marka Değeri ve Firma Değeri İlişkisi: Finansal Tabanlı Bir Model. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 203-207.
- Çelik, A. E. (2006). Marka değerlendirme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (31), 195-208.
- Divanoğlu, S.U., Bağcı, H., & Eroğlu, H. (2019). Hirose Yöntemi İle Finansal Marka Değerinin Hesaplanması: Borsa İstanbul Bankacılık Sektörü Uygulaması, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 2566-2577
- Ekinci, M. A. (2019). Stratejik Yönetim Muhasebesi Kapsamında Marka Değerleme ve Hiroshi Yönteminin Katılım Bankalarında Uygulanması. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 14(2), 259-278.
- Erdil, T. S., & Uzun, Y. (2010). *Marka Olmak*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Fırat, D., & Badem, A. C. (2008). Marka değerlendirme yöntemleri ve marka değerinin mali tablolara yansıtılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (38), 210-219.
- Gupta, S., Gallear, D., Rudd, J., & Foroudi, P. (2020). The impact of brand value on brand competitiveness. *Journal of Business Research*, 112, 210-222.
- Hirose, Y. (2002). The Report of the Committee on Brand Valuation, The Ministry of Economy, Trade and Industry of the Government of Japan, [https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo\\_1285950\\_po\\_cbrandvalue.pdf?contentNo=1&alternativeNo=](https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_1285950_po_cbrandvalue.pdf?contentNo=1&alternativeNo=) Erişim Tarihi: 26/10/2021.

- Hiroshi, T. (2012). The Empirical Analysis via The Corporate Brand Power Evaluation Model. *SCIS-ISIS*, 20(24), 157-162
- Im, H. H., Kim, S.S., Elliot, S. & Han, H. (2012). Conceptualizing Destination Brand Equity Dimensions From A Consumer-Based Brand Equity Perspective, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29: 385-403.
- İşseveroğlu, G. (2020). Finance Focused Brand Value Measurement: Analysis of Insurance Companies With The Hirose Method. *Is, Güc: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 22(3), 103-120.
- Janoskova, K., & Krizanova, A. (2017). Comparison of selected internationally recognized brand valuation methods. *Oeconomia Copernicana*, 8(1), 99.
- KAP. (2022). [www.kap.org.tr/](http://www.kap.org.tr/)
- Karataş Aracı, Ö., & Bekci, İ . (2017). Bulanık AHP Yöntemi İle Finansal Marka Değerleme Modellerinin Tespiti: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (75), 31-54.
- Kayıhan, B. (2019). Stratejik Yönetim Muhasebesi Tekniklerinden Marka Değerleme ve Bir Uygulama. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3630-3650.
- Kendirli, S., Kendirli, H. Ç., & Akgün, Z. (2016). Marka değerlendirme yöntemleri: Hiroshi yöntemi ile gıda sektöründe bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (71), 67-88.
- King, K., (2002). The Value of Intellectual Property, Intangible Assets and Goodwill, *Journal of Intellectual Property Rights*, 7, 245-248.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of marketing*. 12th Edition, New Jersey, Pearson Education Inc.
- Lassar, W., Mittal, B., & Sharma, A. (1995). Measuring customer-based brand equity. *Journal of consumer marketing*, 12(4), 11-19.
- Mucuk, İ. (2014). *Pazarlama İlkeleri*, 20. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Özgül, N. (2010). Marka Değeri: Global Markaların Değerlendirilmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 141-148.
- Özdemir, Ş., & Öncül, M. S. (2016). Marka değerlendirme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 205-224.
- Radawiecka, E. (2008). Methods of brand value valuation. *Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych*, 1(12), 195-202.
- Salinas, G., & Ambler, T. (2009). A taxonomy of brand valuation practice: Methodologies and purposes. *Journal of Brand Management*, 17(1), 39-61.
- Tek, Ö. B., & Özgül, E. (2008). Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım, 3. Baskı. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Turan, A. H., & Çolakoğlu, B. E. (2015). Yaşlı Tüketicilerde Algılanan Marka Değeri Ve Satınalma Niyeti. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 277-296.
- Tuominen, P. (1999). Managing brand equity. *Lta*, 1(99), 65-100.

Türkiye Halk Bankası A.Ş. (2021). Günlük Bülten. 17.05.2022 tarihinde: [https://www.halkbank.com.tr/content/dam/halkbank/tr/dokumanlar/yatirim/raporlar/halkbank-gunluk-bulten/2021/aramlik/31\\_12\\_21\\_gb.pdf](https://www.halkbank.com.tr/content/dam/halkbank/tr/dokumanlar/yatirim/raporlar/halkbank-gunluk-bulten/2021/aramlik/31_12_21_gb.pdf) adresinden alındı.

Uygurtürk, H., Uygurtürk, H., & Korkmaz, T. (2017). Marka Değerinin Hirose Yöntemi İle Belirlenmesi: BİST’de İşlem Gören Seramik Sektörü Firmaları Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2, 10-21.

Yılmaz, B. B., & Güzel, T. (2012). Marka değerlendirme ve önemi: Telif ücretinden arındırma yöntemiyle bir inceleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (54), 141-156.

## EXTENDED ABSTRACT

“Brand” is “a name, term, design, symbol or any other feature that identifies one seller's goods or services as distinct from those of other sellers” (AMA, 2021). Brands represent perceptions of the performance of a product or service from the consumer's point of view, and in a sense, they are considered as the meaning of the product and service for the customer (Kotler and Armstrong, 2008: 230). This meaning created in the consumer leads to the creation of "value" in a sense, with positive effects such as increasing awareness, loyalty and perceived quality levels towards the brand, and the beginning of positive word of mouth communication. Brand value can be seen as an indicator of developing emotional bonds with customers through both corporate and marketing strategies, as well as creating awareness, image and loyalty that will strengthen the competitive position of businesses in their target markets (Im et al. 2012: 385). It is very difficult to measure the value of a brand precisely and precisely because the brand is a concept that takes place and is positioned in the mind of the consumer. For this reason, it is possible to use more than one valuation method in determining the values of brands. These methods, on the other hand, can be classified under three headings as "behavioral methods, financial methods and mixed methods" (Kindirli et al., 2016). This study is prepared with the aim of determining the brand values of "Paper and Paper Industry, Printing and Publishing" companies traded in the BIST.

Hirose Method, which is a revenue-based financial brand valuation method. The Hirose Method was established in 2002 under the auspices of the Japanese Ministry of Economy, Trade and Industry, by the "brand valuation committee" chaired by Yoshikuni Hirose. The method ignores the psychological and behavioral dimensions in determining the brand value and allows transparent, impartial and objective evaluations to be made in the light of financial data. Within the scope of the research, it is aimed to determine the current brand values of companies through valuation on a global scale, and then to compare their positions. The Hirose method, which is planned on the axis of the proposition that providing competitive advantage through the brand will increase the current and future cash flow rate (Hirose et al., 2002: 10); It uses the following function in determining the brand value:

$$BV : f (PD, LD, ED, r)$$

Here;

BV: Brand value,

PD: Prestige variable,

LD: Loyalty variable,

ED: Expansion variable and

R: the risk-free interest rate.

As a result of the study, according to the determination of the variables of the Hirose method and the brand value levels obtained as a result of the related multiplication, the company with the highest brand value was ALKA with 1.075.385.020.85 TL; the company with the lowest brand value was found to be IHGZT with 24,740,251.45 TL. In addition, it was determined that the brand values of all companies included in the analysis were at a level below the market values. The companies with the closest brand value to the market value are ALKA and VKING.

This results shows that the companies in question have a market value well above their brand value, it also explains the existence of the lack of brand investments. Therefore, it is considered necessary to consider the brand phenomenon as an important potential power source in achieving the competitive structure of the sector in terms of companies operating in the paper, paper industry, printing and publishing fields.

## **A Review on Ripple, a Financial Intermediary Coin\***

Sevinj AHMADOVA\*\*

Mustafa Salim EREK\*\*\*

### **Abstract**

Given that Ripple is currently one of the most well-known and widely-used cryptocurrencies, second only to Bitcoin, it is thought to be advantageous to study its brief history. The Ripple system enables reduced transaction costs for cross-border payment transactions, new banking services and products for users, and new liquidity corridors for liquidity providers. Ripple is a real-time reconciliation system, a platform for foreign exchange, and a decentralized remittance network. It allows for big, consistent payments. Additionally, Ripple acts as a technology foundation that enables existing payment networks to communicate with one another and accept international real-time payments. Understanding laws in relation to Ripple and cryptocurrencies is crucial because of the relevance of Ripple.

**Keywords:** Ripple, Coin, Regulation

### ***Finansal Aracılık Koini Olan Ripple Üzerine Bir Değerlendirme***

### **Öz**

Bitcoin'den sonra en çok bilinen ve en çok kullanılan kripto para birimlerinden biri olması nedeniyle Ripple'in kısa tarihçesini incelemenin bu noktada faydalı olacağı düşünülmektedir. Ripple sistemi ile işlem tarafları sınır ötesi ödeme işlemlerinde düşük maliyetler ödeyebilir, bankalar müşterilerine yeni ürün ve hizmetler sunabilir ve likidite sağlayıcıları yeni likidite koridorlarına ulaşabilir. Ripple, gerçek zamanlı olarak büyük tutarlı ödemelerin yapıldığı bir mutabakat sistemi, bir döviz platformu ve merkezi olmayan bir havale ağıdır. Ripple aynı zamanda mevcut ödeme ağlarının uluslararası gerçek zamanlı ödeme yetenekleriyle birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan teknolojik bir altyapı olarak da hizmet vermektedir. Ripple bir öneme sahip olduğundan, Ripple ve kripto para ile ilgili düzenlemeleri anlamak da önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Ripple, Koin, Mevzuat

---

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

\*\* Index Sales Associate at MSCI Inc., Budapest, HUNGARY, ahmadovasevinj@gmail.com, Orcid: 0000-0002-4847-1579

\*\*\* Doctor, Trade Associate, Ministry of Turkey, mustafasalimerek@gmail.com, Orcid: 0000-0001-9681-6351

This study is inspired from Master Thesis of Sevinj Ahmadova, thesis name: BLOCKCHAIN TECHNOLOGY AND CRYPTOCURRENCIES, Corvinus University of Budapest

## INTRODUCTION

It is considered to be beneficial at this point of studying the short history of Ripple because it is one of the most known and most used cryptocurrencies and after Bitcoin. Also, it has been differentiating from Bitcoin infrastructure.

Ripplepay, the father of the Ripple protocol, was developed by Ryan Fugger in 2004. Fugger's aim was to establish a decentralized, secure and online money system in Vancouver and allow people to create their own currencies. The project initially aimed to find common acquaintances among the people who knew each other and to make payments by offsetting mutual debts (Michelfeit, 2011). Other programmers, who inspired by this idea, have developed a digital monetary system in May 2011, in which transactions are confirmed by the actual voting process between users, not by mining activities as in the Bitcoin system.

Programmers established OpenCoin company in September 2012. OpenCoin developed the Ripple Transaction Protocol (RTXP). According to this protocol it is possible to realize direct and instant money transfers between two parties. With this protocol, it is aimed to eliminate long transaction times and high transaction costs in traditional banking system. USD, Euro, Renminbi, Yen, Rupee, Gold and Airline Miles can be exchanged in Ripple system. To ensure security, OpenCoin has programmed the Ripple to work with a common ledger managed by independent verification servers. Everyone, including the banks, can have verifiable servers. OpenCoin also created its own currency with the name of Ripple Virtual Currency (XRP). With XRP, financial institutions are able to transfer money with small costs and processing times (Ripple, 2012).

## LITERATURE

Within the scope of the study, the daily closing prices of Bitcoin, IOTA and Ripple cryptocurrencies were tested with the generalized exus Sup ADF GSADF unit root test in order to determine the speculative bubbles and the formation periods of the bubbles. As a result of the study, bubble formation was detected in the prices of all three cryptocurrencies, especially in the last quarter of 2017. When the periods in which bubble formation was detected were evaluated historically, it was concluded that news manipulations had an effect (Şahin, 2020).

The purpose of this article is to reveal the relationships between Bitcoin Cash, Ethereum, Litecoin and Ripple, which are decentralized currencies, also called cryptocurrencies. The period studied in the study is between 03.08.2017 and 17.03.2020. In the study, the Augmented Dickey-Fuller (ADF) test was applied as a unit root test, and the levels at which the series were stationary were determined and the causality relationship between them was tested with the Granger causality test. The direction and magnitude of the relationships between the series were tried to be determined by vector autoregressive (VAR) modeling technique. In addition, impulse-response analyzes and variance decomposition analyzes were performed and it was revealed how many percent of the change in the standard deviation of the series was explained by other variables on a period basis (Donmez ao., 2021).

Especially in the last few years, the crypto money market, which has become increasingly popular in the world and includes crypto money, has been the focus of both international and national literature. Cryptocurrencies offer the opportunity to make international payments instantly, confidentially and easily in their own currencies. The aim of this research is to determine whether there is a short and long-term relationship between Bitcoin, Ethereum and Ripple, which are crypto currencies. It has been tried to determine whether cryptocurrencies affect each other in themselves. The closing prices of Bitcoin, Ethereum and Ripple cryptocurrencies between 01.01.2018 and 31.12.2018 were used in the research. While Bitcoin was determined as the



dependent variable, Ethereum and Ripple were determined as the independent variables. The time series was created by considering the data in the selected time period on a daily basis. First, unit root test was applied to the data of the three selected cryptocurrencies. The series became stationary at first-order differences. Then, the lag length of the model was found to be eight and the Johansen Cointegration test was performed. With the vector error correction model, the relationship between cryptocurrencies was examined in detail, and as a result, a short-term relationship was determined between Bitcoin, Ethereum and Ripple cryptocurrencies (Konuskan ao., 2019).

In their study, authors aimed to make GARCH modelling to 7 most important cryptocurrencies in order to find their volatility risks from an investor perspective. Data used here has been driven from the historical exchange rates of each cryptocurrency using BNC2database from Quandl. Authors made 12 different GARCH-type log returns. Authors analysed Bitcoin, Ripple, Litecoin, Monero, Dash, Dogecoin and Mailsafecoin. Authors firstly, have chosen correct model for the analysis. Then they checked the efficiency by comparing the best fitting model and bootstrapping. After successful selection, authors controlled the models by Kolmogorov-Smirnov test. In the end, authors conducted risk exceedances test to implement unconditional and conditional coverage value. The results of the study are implemented to tested cryptocurrencies and are indicated with high volatility. Those cryptocurrencies can be good opportunity to high risk-high return seeking investors, but overall high volatility should be considered by financial intermediaries carefully (Chu ao., 2017).

## DESIGN

Ripple is a reconciliation system in which large consistent payments are made in real time, a foreign exchange platform and a decentralized remittance network. Ripple also serves as a technological infrastructure that enables existing payment networks to contact each other with international real-time payment capabilities. For this reason, Ripple is one of the cryptocurrency examples that is important for international remittance markets. Among the transferred currencies, there are nominal currencies as well as cryptocurrencies such as Bitcoin and Ripple. Ripple protocol is accepted by some financial institutions and many small banks that have to deal with large banks to provide international remittance services can use cryptocurrencies to facilitate this service.

As an alternative to systems that require synchronization, such as Bitcoin, the Ripple Protocol Voting Algorithm created Unique Node List (UNL). Every node which is in the Ripple system has this UNL that it queries during the voting process. Contrary to the approval of each participant in the Bitcoin system, in the voting process, each participant considers only the other members in their UNL. Therefore, the UNL of any participant is composed of processors that the participant is assured not to collectively defraud the system (Ripple, 2012). There is no need for each processor in this list to be reliable. Instead, it is envisaged that these processors will not send incorrect information to the network in a coordinated form.

Ripple protocol;

- give the participant the authority to determine his / her UNL,
- accept the fact that the miners are not based on evidence of business or proof of ownership,
- accept any virtual or nominal currency, debt or certificate,
- making Ripple attractive to financial intermediaries with features like as the value being not tied to a volatile asset.

## SYSTEM PARTICIPANTS

With Ripple system, transaction parties can pay low costs in cross-border payment transactions, banks can offer new products and services to their customers, and liquidity providers can reach new liquidity corridors. Apart from these participants, the technological partners that enable banks' existing technological infrastructures to integrate with the Ripple system are also part of the Ripple system.

-Transaction Parties: The transaction parties initiate payment and cross currency transfer transactions using the Ripple system. Parties that find the methods of making cross-border money transfers slow, costly and uncertain in the current situation are obliged to fund their accounts in foreign banks on a continuous basis for related transactions. In addition, the transaction parties usually have to accept the exchange rate offered by one liquidity provider. Since there is more than one liquidity provider in the Ripple system, the exchange rate is determined competitively and results in favour of the transaction parties. In addition, transaction reconciliation takes place in the middle of the year, and transaction costs are very low due to direct reconciliation.

-Financial Institutions: Financial institutions, which are part of the Ripple system, make real-time reconciliation of transactions. Since there is no need for a central counterpart in the Ripple system to perform the transaction and reconciliation of the transactions, the banks can directly deal with each other. Under the name of Ripple Global Payments Steering Group (GPSG), Ripple build the world's first blockchain network of banks; rules and management framework. Financial institutions that use the Ripple system have the lowest risk of reconciliation thanks to the ability to track transactions and wasting little time on them.

## Banks Supporting Ripple



Scheme 1: Ripple Partners (stormgain.com)

-Liquidity Providers: As it is apparent, cross-border payments liquidity. In the Ripple system, liquidity providers found a solution to this by contributing to different currencies and holding them as capital. The involvement of liquidity providers in the network allows transaction parties to make transactions between currencies in real time with financial institutions. Thanks to the liquidity providers, banks do not need correspondent bank accounts and counterparty risks are reduced. With the global foreign exchange market, liquidity providers reach new corridors, thus diversifying and managing exchange rate risks better.

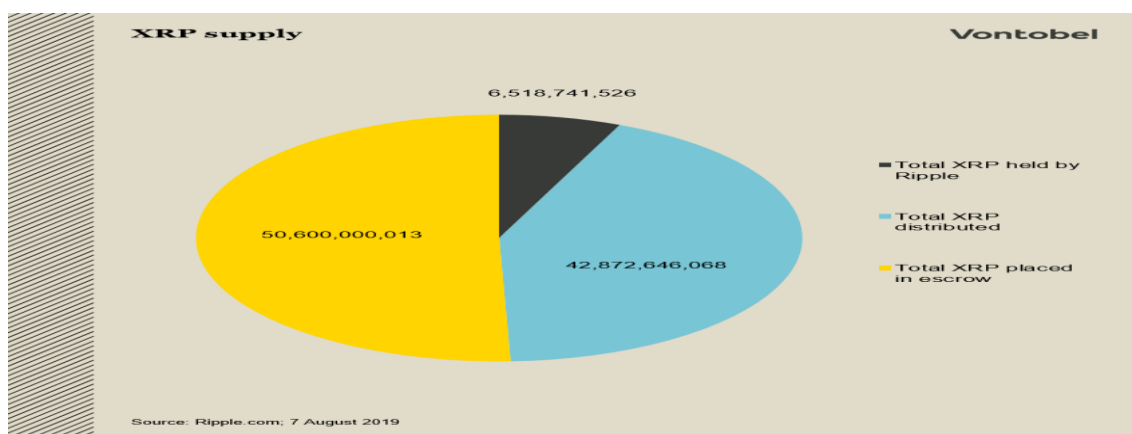
The lifecycle of each process in the Ripple system is as follows:

1. The transaction is created and signed by an account holder.
2. The process is transmitted to the network. Erroneous transactions can be denied instantly. Fault-free operations can be temporarily successful and fail afterwards, or they can fail temporarily and succeed later.
3. During the voting process, the transaction involves the bookkeepers. At the end of a successful vote-union process, the ledger is verified. In the event of a failure of one ballot, the ballot process continues until the process is successful.
4. The verified ledger contains the change that you made on the ledger, the operation, and the ledger itself.

## SUPPLY

Bitcoin and alternative cryptocurrencies are mined to create currencies and verify operations. As it is mentioned earlier, mining leads to high energy consumption. The voting system used in the Ripple system does not include the mining process, so the required computer power is running at very low levels, the verification time of the transactions is adjusted to the delays in the network and the irrevocable feature is obtained when the operations are approved. Unlike the bitcoin system, all currencies are pre-created by the system's developers in Ripple (Ripple, 2017).

Because of the reasons mentioned above, the creators of the Ripple system have chosen to distribute directly to the system rather than to produce XRP by mining process. XRP deals with business development agreements, initiatives given to liquidity providers, and XRP sales to institutional buyers who are considering investing in XRP. Currently, there are about 100 billion XRPs in the market, of which about 62% are owned by Ripple and the remaining 38% are held by users on the market.



**Scheme 2:** Ripple Distribution Figures (ripple.com)

## THE ADVANTAGES AND RISKS OF CRYPTOCURRENCIES

Cryptocurrencies have some benefits and risks at the same time. Below major advantages and risks will be discussed. It is apparent that as cryptocurrencies are not mature yet, they have defined risks that is removed by the traditional financial system. Those are the main reasons for the uncertainty from people's side. However, those risks can be reduced via advancement which will take some time.

### Benefits of Cryptocurrencies

The benefits provided by cryptocurrencies can be examined in three main categories: high transaction speed, transaction security and low cost.

Cryptocurrencies are fast based on their processing time and availability of transfers. Processing time may vary between centralized and decentralized cryptocurrencies. While for centralized currencies it is rapid as one second, for decentralized ones it may take up to 1 hour. But their availability of making transactions is a great advantage as immediate transactions can be made even in non-office hours and receiver party can receive it.

Also cryptocurrencies do not have one location. They are worldwide which means that location does not affect transaction fees or the processing time. In this terms, differences in the time also does not matter as cryptocurrencies are verified automatically and office working hours are not a matter of question (Messika, 2018).

One of the advantages of the cryptocurrencies is that they do not require to enter personal data information in order to proceed. They are anonymous. However, their anonymity has been in used for taking illegal activities and that makes thoughts to be sceptical about them to be the future. This feature is actually an advantage if cryptocurrency developers and governments will take actions against illegal money transactions through cryptocurrencies. This feature is cryptocurrency similarity to cash, as cash is also anonymous (Messika, 2018).

Cryptocurrencies are cheap because of the various factors. Firstly, there is no fee for creating a wallet for them and store. Secondly, there are very low transaction fees. Thirdly, there are no exchange rates and commission fees. Finally, there are no fees for cross-border transactions.

The price of cryptocurrencies is volatile. If the users do not have cryptocurrency in their hands today, it can be more expensive for them to get this cryptocurrency tomorrow as they can appreciate over their national currency.

The reason why cryptocurrencies are cheaper is that they are not regulated by the government or authorities. If cryptocurrencies are regulated as a financial service by law, similar costs may apply to cryptocurrency systems. These compliance costs will affect negatively the cost advantage already borne by cryptocurrencies (EBA, 2014).

### Risks of Cryptocurrencies

In above section, the benefits of the cryptocurrencies were discussed. As it was mentioned previously, cryptocurrencies have some core problems that make people think sceptically regarding their benefits. Below benefits will be discussed.

In order to analyse payment system risks, two major sector should be analysed: Centralized and decentralized payment systems.

Centralized payment systems have those disadvantages (BOE, 2018):

- When the borrowers cannot pay back the borrowed money to lenders, it leads to credit risk.
- When borrower does not have enough assets like cash to pay the debt back to the lender, it causes liquidity risk.
- When there is technical issue like internet error or system error, the transactions are not succeeding. This type of risk is operational risk.

Those are the payment risks. During making transactions, intermediaries are taking into consideration those risks and try to avoid them by decent methods. As there are no intermediaries, cryptocurrencies have those risks in which it is unavoidable. If those risks are not prevented and cryptocurrencies are main payment methods, then crisis is inevitable.

There are no intermediaries in decentralized systems, because they are not gathered in one centre and no intermediaries exist. As there is no intermediary, there is no central authority who is interested in avoiding risks. In cryptocurrency cases, the main argument is that they are kept in distributed ledgers, so everyone has the same “notebook” with same records. However, it is undeniable that those systems can also collapse by hacks or fraud, or some operational risks may happen due to the connection.

People who don’t believe in cryptocurrency are mainly arguing that cryptocurrencies are not regulated by government and there is no control of money supply and demand. Fiat currencies are issued by central banks and banks can easily manipulate supply and demand of them in order to “play” with inflation and interest rates. Because of the fact that cryptocurrencies have no centre and no “issuer” and they are public, they cannot be manipulated.

For decentralized cryptocurrencies, it is not even clear who will provide information to the user. Some cryptocurrencies carry features that are not specified by the user and impose inconvenience to the user. Especially when users decide to invest in these cryptocurrencies or if they try to make profits by mining activities. The profit is misleading because of the profit ratios promised by investors or issuers. In some cases, after investors have obtained a certain amount of cryptocurrency as the end of mining activities, these units are introduced to the market, and after they are sold, the scheme is usually left to itself. Users in the blockchain cannot be followed by their real names and only with cryptocurrency addresses. Although this situation poses a positive role for cryptocurrencies in favour of users in terms of securing information, the risk of forgery created is the other side of medallion (Harwick, 2016). For instance, because of the fact that cryptocurrency transactions are anonymous, fraud can happen if some fraudulent people make fake transactions and they are recorded. If those transactions are not reversed, it will decrease public trust to the cryptocurrencies. This will become even more common in the process as the use of cryptocurrencies increase.

Cryptocurrencies are not real currencies and as far as they are not accepted as fiat currency, they will not be judged legally. It makes sense when for example, people get their salary from companies. No company will be ready to pay in cryptocurrencies as there is first challenge of choosing one special cryptocurrency that perfectly fits their need from a million of cryptocurrencies, and second challenge of the fluctuation of the exchange rates of the cryptocurrencies. Also, there is liquidity risk that if people who receive their payments in cryptocurrencies can spend them.

Since the legal framework for cryptocurrency transactions is not yet clear, users may face unexpected legal requirements and their actions may be considered illegal or unfeasible. In many

countries, the tax rules in this area are not yet clear and may change unexpectedly, resulting in additional costs for the users.

Cryptocurrency' continuity is not guaranteed by anybody. Sellers can stop accepting one or more cryptocurrencies without any reasons. In this case buyers will have illiquid assets in their hands.

The main factor why still cryptocurrencies are regarded as investment rather than payment method is their very high volatility. Due to this fact, it cannot be guaranteed that with the same amount of dollars spend for cryptocurrencies, users can exchange them for goods with the same amount of dollar value. That is why most speculators are using cryptocurrencies in order to gain high income from their volatility.



**Scheme 3:** Ripple Volatility (messari.io)

Policies and safety actions taken by countries against cryptocurrencies constitute an important dimension of the cryptocurrency debate. The focus of the discussion is on cryptocurrency anonymity and illegal use. Creating and developing a cryptocurrency requires far less effort and infrastructure than developing a fiat currency behind a state. Therefore, the spread of a cryptocurrency to a certain geographical area is much simpler in terms of labour power, capital and infrastructure compared to the currency of the world. In countries where the legal and financial infrastructure is inadequate, producing cryptocurrencies can be considered as a strategy that non-state actors apply to establish sovereignty and to establish their own political power afterwards.

Global cooperation is needed to ensure that cryptocurrencies are online by nature and their use is not limited to a certain country, so that a legal regulation is fully effective. But the necessity of an international business union does not preclude some regulation at national level. The attitude that countries will adopt against cryptocurrencies can be classified under four headings:

-Warnings: Authorities may choose to alert users and investors about the risks of cryptocurrencies and to warn them to influence the market, while directly intervening in the development of cryptocurrencies.

-Special arrangements of institutions: Through an institutional approach, authorities can make arrangements for cryptocurrencies and private institutions that will provide transitions between traditional payment instruments and / or the real economy. Mediators that provide services for cryptocurrencies, such as digital wallet applications that allow for storage and transfer of cryptocurrency-based clearing platforms and users, may be subject to these specific arrangements.

-Interpretation of existing regulations: Some countries may consider the implementation of existing legal arrangements with cryptocurrencies and intermediaries. Countries may go to wider legal arrangements and decide with a functional approach that the legal obligations to which traditional payment service providers are subject are also applicable to cryptocurrency schemes and intermediaries. In some countries, for example, authorities have taken decisions to apply tax regulations to cryptocurrency transactions. Apart from this, countries can also implement counter terrorism financing and anti-money laundering (CFT/AML) applications to cryptocurrency transactions and parties, or to apply consumer protection practices to cryptocurrency transactions. These applications are basically the identification of risks, the development of policy and domestic coordination; determining of terrorism financing and money laundering; finding solutions for financial sphere other relevant spheres; identification of strengths and liabilities for relevant authorities, and international co-operation (FATF, 2018).

-Prohibition: Authorities may also proceed to prohibit the use of cryptocurrencies in their own countries. In practice, this means that the prohibition of cryptocurrency-based financial activities also means that the sale of cryptocurrency exchange or cryptocurrencies by retailers is also prohibited.

## **REACTIONS OF GOVERNMENTS**

Since their inception, cryptocurrencies have railed against regulation and interference from the government. Ripple, though, wants the government to step in.

According to Ryan Zagone, head of regulatory relations at Ripple Labs, the UK government has been pushed to establish laws that find a balance between "capturing risk and promoting innovation." In an interview with The Telegraph, Zagone compared the state of the cryptocurrency markets now to the early days of the internet. "We've come to the point where we need more security, guidelines, and clarity. He suggested that now is a good moment to start examining the regulators' "wait and see" approach. He asserted that legislation would create "guardrails" to entice new participants, such as institutional investors.

Without a doubt, Ripple has always abided by the laws and regulations. Over the years, the San Francisco-based company has pressed US and UK government representatives about the benefits of regulating cryptocurrency-related new technology. Zagone stated that the United States needed a "workable regulatory framework (for financial infrastructure) to retain its competitiveness" in a letter to the House Energy and Commerce Committee in 2016.

The audience for Zagone's statements was the task group that the UK government established earlier this year to track "risks surrounding crypto-assets." These remarks about regulation are the first of their kind from a well-known cryptocurrency. The objectives of crypto enthusiasts have been at odds with efforts by governments throughout the world to exert legal control over the transfer and routine transactions of currencies. As a result, institutional investors are no longer buying cryptocurrencies, which has resulted in thinly traded markets that rise or crash at the slightest hint of bad news. For instance, the price of bitcoin dropped for almost two years as a result of the Chinese government's efforts to control the cryptocurrency markets in 2014. Ripple's XRP itself fell by 6% when Zagone's comments were made public.

Since regulation would draw more investors and bring order, it is believed that it will strengthen the entire cryptocurrency markets. Ripple stands to benefit greatly from additional regulation. Customers can adapt current regulatory goals with the aid of its products. For instance, xCurrent, the company's tool for facilitating communication between banks, meets with current regulatory requirements. "Based on individual domestic rules, Ripple assists each bank to discover and help with satisfying all regulatory obligations," the product brochure states (Sharma, 2022).

A number of central banks are planning to license and monitor services for cryptocurrency. Companies / virtual environments that allow the cryptocurrency exchange in Sweden have to register as a financial authority since 2012 because cryptocurrency is used as a payment instrument (the Swedish National Bank, 2013). In Germany, the use of BaFin Bitcoin, the sale or mining does not require an authorization on its own, but it may be necessary to license it if the cryptocurrency market is established (Kelso, 2018). In view of the complexity of the legal situation, BaFin recommends that the activities of potential service providers be subject to legal action as soon as possible. In Denmark, licensing of cryptocurrency service providers is not compulsory (Bitcoin, 2017). The New York State Department of Financial Services, in July 2014, published an arrangement to be implemented in cryptocurrency operations in 2015 in which, the clearing platform iTBit was the first to receive a license called BitLicense (Brennan, 2018). In Japan, the law governing cryptocurrency as of April 1, 2017 entered into force (Coleman, 2017). Under the proposed law, cryptocurrency has begun to be accepted as an official payment method in Japan, and it is clearly emphasized that it is not a currency. In addition, the licensing of virtual platforms that provide cryptocurrency exchange services is governed.

In some countries, further activities are prohibited. The Chinese Central Bank warned financial institutions not to shop with cryptocurrency in December 2013. A cryptocurrency exchange platform in Thailand has applied for permission to operate but has received a response from the central bank that cryptocurrency is not allowed to trade, buy, sell and use (The Guardian, 2013). Indonesia's Central Bank explained that the use of cryptocurrency is against some law. However, still the policy requirements in order to avoid the exchange or usage of cryptocurrency has not been implemented.

## CONCLUSION

Studying Ripple's brief history is seen to be useful at this time because it is one of the most well-known and widely utilized cryptocurrencies, second only to Bitcoin, in terms of usage. It has also been distinguishing itself from the infrastructure of Bitcoin.

Ripple is a decentralized remittance network, a foreign exchange platform, and a reconciliation system that allows for large, regular payments to be made in real time. Ripple also acts as the technical foundation that enables current payment networks to communicate with one another and conduct global real-time payments. Ripple is a crucial example of a cryptocurrency for global remittance markets because of this. There are nominal currencies and cryptocurrencies like Bitcoin and Ripple among the transferred currencies. Some financial institutions use the Ripple protocol, and many small banks that engage with big banks to offer international remittance services can employ cryptocurrencies to make this service possible.

Cryptocurrencies come with some advantages and some risks. Major benefits and hazards are addressed below. It is clear that because cryptocurrencies are still in their infancy, they carry specific dangers that the established financial system does not. These are the primary causes of



peoples' uncertainty. But those hazards can be minimized through development, which will take some time.

Any government reaction to cryptocurrencies shouldn't downplay their risks or rely on cumbersome regulatory procedures that will stifle technological innovation. The most important aspects of cryptocurrencies, such as consumer protection, information security, and transaction legitimacy, should come first. Since there is less danger associated with cryptocurrencies in terms of monetary policy and financial stability, they can be put off until later. Cryptocurrencies combine the various characteristics of digital payment systems, commodities, and currencies, and they are a topic of debate among several national authorities. Cryptocurrencies can increase potential hazards, cause regulatory issues, and function in a virtual environment with a framework that works across borders. Cryptocurrencies can enhance potential dangers and result in regulatory arbitrage. They function in a virtual environment and have a structure that works across borders. For the use of these assets in cross-border transactions, effective policy coordination at the national and international levels is crucial.

## **BIBLIOGRAPHY**

- Bank of England (2018): CHAPS Reference Manual, pp. 105-106
- Bitcoin.com (2017). Bitcoin in Denmark – Facts & Figures 2017. Retrieved March 2, 2018 from <https://news.bitcoin.com/bitcoin-denmark-facts-figures-2017/>
- Brennan, S. (2018). “Contortions for Compliance: Life Under New York’s Bitlicense”, Retrieved 2 March 2018 from <https://www.coindesk.com/contortions-compliance-life-new-yorks-bitlicense/>
- Chu, J. – Chan, S.- Nadarajah, S.- Osterreider, J. (2017): GARCH modelling of Cryptocurrencies. Retrieved on November 29, 2017 from [www.mdpi.com/1911-8074/10/4/17/pdf](http://www.mdpi.com/1911-8074/10/4/17/pdf)
- Coleman, L. (2017). “Japan Accepts Bitcoin as Legal Payment Method. What’s Next?” Retrieved 2 March 2018 from <https://www.ccn.com/japan-accepts-bitcoin-as-legal-payment-method-whats-next/>
- EBA. (2014). EBA Opinion on Virtual Currencies. London, pp.17
- Harwick, C. (2016): Cryptocurrency and the Problem of Intermediation. The Independent Review, JSTOR.  
<https://ripple.com/technical-faq-xrp-ledger/>
- Kelso, C.E (2018), “Germany Treads Lightly on Bitcoin Taxation”, Retrieved March 2, 2018 from <https://news.bitcoin.com/germany-treads-lightly-on-bitcoin-taxation/>
- Messika, B. (2018): Cryptocurrency and Blockchain: ‘Tis the Future. Medium Corporation, USA.
- Team Ripple: Ripple Escrows 55 Billion XRP for Supply Predictability. Retrieved on December 11, 2017 from <https://ripple.com/insights/ripple-escrows-55-billion-xrp-for-supply-predictability/>
- The Swedish Retail-Payment Market (2013). Riksbank Studies. Stockholm.
- Donmez, C. Ç. , Şen, D. & Hazır, U. (2021). Kriptopara Dinamikleri: Bitcoin Cash, Ethereum, Litecoin ve Ripple . International Journal of Advances in Engineering and Pure Sciences , 33 (4) , 636-650 . DOI: 10.7240/jeps.938317

- Konuşkan, A. , Teker, T. , Ömürbek, V. & Bekci, İ. (2019). Kripto Paraların Fiyatları Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 24 (2) , 311-318. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduibfd/issue/53004/704296>
- Michelfeit, J. (2011): Security and Routing in the Ripple Payment Network. Masaryk University Faculty of Informatics, Brno, pp. 30
- Sharma, R. (2022). Why Does Ripple Want More Government Regulation?. Investopedia. Retrieved 22 August 2022, from <https://www.investopedia.com/news/why-does-ripple-want-more-government-regulation/>.
- Şahin, E. E. (2020). Kripto Para Fiyatlarında Balon Varlığının Tespiti: Bitcoin, IOTA ve Ripple Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , (43) , 62-69. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed/issue/61825/925055>
- (2022). Retrieved 22 August 2022, from <https://messari.io/asset/xrp>
- Ripple (XRP) price prediction for 2022, 2023, 2025 and 2030 | StormGain. (2022). Retrieved 22 August 2022, from <https://stormgain.com/blog/ripple-price-prediction>

## EXTENDED SUMMARY

The brief history of Ripple is thought to be useful at this time because it is one of the most well-known and widely utilized cryptocurrencies, second only to Bitcoin. It has also been distinguishing itself from the infrastructure of Bitcoin.

In 2004, Ryan Fugger created Ripplepay, the precursor to the Ripple protocol. In Vancouver, Fugger wanted to construct a decentralized, safe, online payment system that would let users issue their own money. The initial goal of the project was to connect those who knew one another and make payments by offsetting debts that they shared (Michelfeit, 2011). In May 2011, other programmers were intrigued by this concept and created a digital currency system in which votes cast by users, as opposed to mining operations as in the Bitcoin system, confirm transactions.

OpenCoin was founded by programmers in September 2012. The Ripple Transaction Protocol is a creation of OpenCoin (RTXP). This protocol allows for the realization of direct and immediate money transfers between two parties. This protocol aims to do away with the traditional banking system's lengthy transaction times and high transaction charges. In the Ripple system, you can swap US dollars, euros, renminbi, yen, rupees, gold, and airline miles. OpenCoin has designed the Ripple to operate with a common ledger controlled by separate verification servers in order to maintain security. Everyone can have verifiable servers, even banks. Additionally, OpenCoin developed its own money under the name of Ripple Virtual Currency (XRP). Financial institutions can send money with XRP at low prices and with quick processing times.

Cryptocurrencies come with both advantages and disadvantages. Major benefits and hazards are addressed below. Evidently, as cryptocurrencies are still in their infancy, they still carry some risks that the established financial system does not. These are the main causes of people's uncertainty. However, those risks can be minimized by progress, which will take time.

Based on their processing times and transfer capabilities, cryptocurrencies are quick. Between centralized and decentralized cryptocurrencies, processing times may differ. While it only takes a second for centralized currencies to transfer funds, decentralized ones can take up to an hour. However, the ability to do immediate business even outside of regular business hours and have the recipient party receive it is a huge advantage.

Also, there is no single destination for cryptocurrencies. Since they are available everywhere, neither the transaction fees nor the processing time are impacted by geographic location. In this sense, time disparities are also irrelevant because cryptocurrencies are automatically confirmed, therefore office hours are also unaffected.

One benefit of cryptocurrencies is that no personal information needs to be entered in order to proceed. They remain unknown. Their anonymity has, however, been abused for nefarious purposes, which raises doubts about their viability in the long run. If bitcoin creators and governments take action to stop unlawful money transfers using cryptocurrencies, this feature could really be advantageous. This characteristic of cryptocurrencies is their resemblance to cash, as both are anonymous.

A number of reasons contribute to the low cost of cryptocurrencies. First of all, there is no charge to create a wallet for them to put their money. Second, transaction costs are incredibly low. Thirdly, there are no commission charges or exchange rates. Last but not least, there are no costs for international transactions.

Cryptocurrency prices are erratic. If people do not currently have any cryptocurrency, purchasing it tomorrow may cost them more money since it may appreciate against their local currency.

Cryptocurrencies are less expensive since they are not governed by any authorities like the government. Similar expenses might be associated with bitcoin systems if cryptocurrencies are legally recognized as financial services. The cost advantage that cryptocurrencies presently enjoy will be significantly impacted by these regulatory expenditures.

Decentralized systems do not require middlemen because they are not assembled in a single location. There is no central authority interested in preventing hazards since there is no intermediary. The primary defense used in bitcoin disputes is that because distributed ledgers are used to store them, everyone has access to the same "notebook" of data. It is also undeniable that these systems are susceptible to fraud or hacking, or that there may be operational concerns as a result of the connection.

People who reject cryptocurrencies generally claim that there is no government regulation of them and that the supply and demand of money is uncontrolled. Since fiat currencies are produced by central banks, it is simple for banks to "play" with inflation and interest rates by adjusting supply and demand. Cryptocurrencies cannot be controlled since they have no central authority, a "issuer," and they are openly traded.

Even the identity of the person who will tell the user in the case of decentralized cryptocurrencies is unclear. Some cryptocurrencies have features that the user cannot control and that cause them inconvenience. Particularly when individuals opt to invest in these cryptocurrencies or when they attempt to profit from mining activities. Because of the profit ratios that investors or issuers have promised, the profit is deceptive. In certain instances, these units are brought to the market once investors have a particular quantity of cryptocurrency as the result of their mining operations, and once they have been sold, the scheme is typically left to run on its

own. Users on the blockchain can only be tracked by their cryptocurrency addresses and not by their real names. The risk of forgery created is the downside of medallions, even though this condition presents a favorable function for cryptocurrencies in favor of users in terms of securing information. Because bitcoin transactions are anonymous, fraud may occur, for example, if some dishonest individuals conduct fictitious transactions and they are observed. The public's confidence in cryptocurrency will decline if those transactions are not reversed. As the use of cryptocurrencies rises, this will thereafter become even more typical.

Any political reaction to cryptocurrencies shouldn't downplay their risks or entail cumbersome procedures that will stop the technology from developing in a new way. The most important aspects of cryptocurrencies, such as consumer protection, data privacy, and transaction legality, should come first. Since there is less danger with cryptocurrency in terms of monetary policy and financial stability, it is possible to move on to the next phase. Cryptocurrencies combine the many elements of virtual goods, money, and payment systems, and they are the focus of multiple national regulatory bodies. Cryptocurrencies can increase potential hazards and enable regulatory arbitrage since they function in a virtual environment, have a structure that works across borders, and operate in a decentralized fashion. To employ these assets in cross-border transactions, there must be effective national and international policy cooperation.

## **Employees Perception and Behaviors About an Organization Environmental Awareness Policy<sup>1</sup>**

Vedat YILMAZ<sup>2</sup>

Saman Sidgi HAMAD AMEEN<sup>3</sup>

### **Öz**

The study aims to identify the impact of an organization's environmental awareness policies on employee behavior and the relationship between them. The study was a descriptive cross-sectional design; data was generated from a questionnaire through online from different organizations in Iraq/Erbil from 1st February 2021 to 12th October 2021. The researchers distributed 450 questionnaires; 400 questionnaires were received and correctly completed, and 50 questionnaires were missing, resulting in a sample size of 400 participants for the study. The study revealed a strong relationship between environmental awareness policies and employees' behavior, which indicates that depending on the organization's environmental awareness policies, they can improve employees' behavior. However, there is a positive influence of environmental awareness policies on employees' behavior.

### **Anahtar Kelimeler**

Environmental Policy, Environmental Awareness, Employees Behaviors.

### ***Bir Organizasyonda Çevre Bilinci Politikası ile İlgili Olarak Çalışanların Algı ve Davranışları***

### **Abstract**

Bu çalışmanın amacı, bir organizasyonun çevre bilinci politikalarının çalışan davranışları üzerindeki etkisini ve aralarındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışma, Irak'ın Erbil kentinde bulunan farklı kurumlarda 1 Şubat - 12 Ekim 2021 tarihleri arasında elde edilen verilere dayalı tanımlayıcı kesitsel dizayn yöntemine göre yapılmıştır. Araştırmada, evren olarak Erbil'deki kamu kurumları belirlenmiş ve örneklem olarak da çalışanları olmak üzere 450 kişi seçilmiştir. Katılımcılara online anket gönderilmiş ve 400 adet anket yanıtlanarak geri dönmüştür. Çalışma, çevre bilinci politikaları ile çalışanların davranışları arasında güçlü bir ilişki olduğunu, çevre bilinci politikaları ile çalışanların davranışları arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymakla birlikte örgütün çevre bilinci politikalarına bağlı olarak çalışanların davranışlarını geliştirmeye yol açabileceğini belirtmektedir.

### **Keywords**

Çevre Politikası, Çevre Bilinci, Çalışan Davranışları.

<sup>1</sup> Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur. / In this article, the principles of scientific research and publication ethics were followed.

<sup>2</sup> Doç. Dr. Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, vedatylimaz1977@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4624-9824

<sup>3</sup> Doktorant, Erbil polytechnic university, Erbil Technical Administrative Institute, Erbil/Iraq  
ORCID ID: 0000-0003-3397-9182

## INTRODUCTION

A critical aspect or prerequisite for successful environmental management is the existence of an effective environmental education and awareness initiative that provides employees at all levels of the organization with the tools and understanding they need to act in an environmentally specific manner and the responsibility for making decisions related to the organized environment (Perron et al., 2006:551). As the growth and development process continues, the world's countries start to expand and evolve unlimitedly daily, taking advantage of all the latest technical instruments to meet the needs and demands of their people, and all resources are used. Many environmental concerns are brought about by the waste produced (Yılmaz, 2019:3). We discuss the skills and capabilities of the employees. However, we also discuss what the employees, as individuals, consider important, consider essential, and what they are participatory in. Employees are at the core of the organization's environmental management initiative, as they make the behavioral and routine changes necessary to achieve specific improvements in the organization's environmental performance. Studies on this topic show that an organization's human size is essential in implementing cleaner creation (Stone, 2000:399). Thus, integrating environmental management into an organization's events and processes is the first stage in a continuous process.

As an essential part of the organization, employees must be able to participate and encourage employees to participate in the organization's creative environmental management for work to its fullest potential. The limits and limitations of a more maintainable commercial approach and boldness are identified. Some of these limitations relate to the organization's human features and the procedure of change that must occur before the organization can include environmentally sound behavior into its operations. A process aimed at minimizing the environmental effect of organizations and products is the establishment and ongoing development of an environmental management system. To incorporate a complex environmental management framework and achieve continuous environmental change, the willingness of organizations to adapt is crucial (Herreborg Jørgensen, 2000:60). The significant factor for all organizations in economic development is an individual contributor with the necessary environmental awareness by taking steps in technology and industry (Yılmaz, 2019:575). People's understanding, knowledge, and attitude toward different problems are essential to developing and solving problems. Education using science and technology outcomes can effectively increase awareness and understanding of environmental issues. Better environmental role models and the usage of state resources should be encouraged (Aminrad et al., 2011:18). Many people do not always know what to do to enhance environmental compliance. People often assume that their small individual sacrifices to improve the environment will not lead to significant improvements, given government agencies and organizations' response to environmental issues. This position indicates a lack of environmental knowledge (Coyle, 2005:33). Effective environmental education and training for employees are essential to developing a new work culture that leads to sustainable development and allows employees to learn and adopt new and greener perspectives, concepts, and skills (Ahmad et al., 2012:68). The sustainability manager is recognized as an essential tool for employee engagement in organizational, management, and process risks, and encourages employees to increase environmental awareness and make environmentally responsible decisions in the workplace, the sustainability manager can be used in corporate seminars and university courses to train students in successful sustainability management strategies. The sustainability manager relies on a virtual business, using web technology and Lean IT methods. The business model includes the strategic and organizational aspects and the physical, energy, and cost aspects. A sustainability manager can be compared to a case study in which an individual must be aware of all management decisions related to strategy, design of eco-efficient processes, selection of raw materials, organization of work, products, and prices (Baumgartner and Winter, 2014:173).

Organizational engagement can be increased by educating employees about business or environmental ethics; The better the training, the stronger the association between environmental commitment and sustainability (Liu et al., 2014:196).

In Iraq, environmental awareness in organizations is linked to various factors such as political, economic, religious, and social factors. All of these factors are affected on employees' behavior towards the organization environment, in these times corruption and economic conditions are more influential on the organizations and their performance, also the interference of political parties in the affairs of organizations affects who manages this organization and how it behaves. For these reasons, the situation is more complex on environmental policies in organizations. It is not easy to make decisions about environmental policies and work on the employees' behavior and awareness. The present study's aim is to identify the impact of an organization's environmental awareness policies on employee behavior, and the relationship between them in the different organizations in Iraq/Erbil.

## **1. ENVIRONMENTAL AWARENESS**

There is a need to employ models and structures to research how they communicate and eventually affect environmental behavior due to variables interconnected and cross-cutting nature (Tudor et al., 2008:428). Getting an environment-friendly person is difficult; people are accustomed to harming the environment, but they can make changes and be beneficial to the environment, so most of them need people to help and educate them so that they can gain environmental awareness and positively influence the environment (Alphaenvironmental, 2020). Change is promoted through integrated efforts at multiple levels, including institutional and structural changes, corporate culture and leadership, and individual attitudes and behaviors. Corporate and individual factors are interrelated, and both influence behavior dynamically and holistically rather than in separate ways (Schelly et al., 2011:319). Organization environmental awareness education contributes to long-term relaxation and employee retention. The problems with employee retention grow as the most fundamental problem in the prompt future for workforce management. Investigations have shown that effective organizations can later adjust their behavior to certain substances in the current workplace, which depend on growth, inventiveness, and adaptability for their lifetimes and achievement (Ameen, 2018:22). Many organizations, by informing individuals about the dangers posed by their environmental activities and understanding the challenges that face the planet in environmental health, sustainable development, and global warming, have taken responsibility for the dissemination of environmental consciousness worldwide and have been seeking to begin to remedy these errors, lessening the incidence. Such as the distribution of posters and advertisements calling for a green environment, which means making economic decisions that are least harmful to the environment, ensuring environmental sustainability, and aiming to attract community attention so that the domain is less harmful.

## **2. CHANGE BEHAVIOR IN THE ORGANIZATION AND ENVIRONMENTAL PRESERVE**

A large number of studies have shown that there is a close relationship between environmental attitudes and environmentally responsible behavior. (Siero et al., 1996:244) argues that the factor that had a more significant effect on employee conduct was the comparison feedback rather than the basic behavior change program; employees saved more power in the comparative feedback situation than employees who just got details about their performance. The key reason for the restricted implementation of sustainable waste management policies is people's actions in waste

management. The improvements we want can't be brought on by this regulation alone. To a large degree, achieving sustainable development would rely on long-term gains in the actions of people, societies, enterprises, and the public sector. It is always the case that people emphasize how environmentally conscious they are and say that they frequently recycle. They will not be able to respond to simple follow-up problems, such as the recycling or recycling times in their sector (Tudor et al., 2007:6). Certain organizational factors, such as measurement factors, organizational structure, culture, and individual factors, such as beliefs, social status, and attitudes, will influence individuals' behavior and groups (King and Lenox, 2000:698). Personal and organizational factors generally influence behavior rather than individually (Tudor et al., 2008:429). A person's attitude to a subject depends on the influence of a combination of factors; these factors can be subjective and may be due to his environment. His combined influence on the subject determines his behavior. The environment institution is not much different from the person, as its behavior towards environmental issues determines a number of factors. There were diverse predictors of environmental behavior, and opinions differed between thinkers and writers, so we think that some of them focus on the approach of the authorities concerned, which makes it imperative for managers to address the various demands and pressure and the parties are different.

### **3. EMPLOYEES BEHAVIORAL**

Job performance refers to the goal-oriented activities under an individual's supervision that support the organization's objectives. Organizational citizenship behaviors consist of diverse ways of teamwork and helping others that support the organization's social and psychological background. Unproductive job habits are voluntary behaviors that can directly or indirectly affect the organization. Joining and staying in the organization requires deciding and remaining a part of the organization. The preservation of daily job attendance means minimizing absenteeism when you can work and avoiding scheduled work when you are not in good shape (McShane et al., 2009:2). Employees first perceive their work environment and understand it, then act accordingly. We give a mediation role, similar to the pro-environmental climate of co-workers, in line with this idea, to suggest that employees recognize and understand the transformative leadership behavior of their leaders' environmental impact and shape their co-worker's climate perceptions, environmentally make it look and therefore performs itself in an environmentally friendly manner (Robertson and Carleton, 2018:201). To achieve an excellent organizational environment, results must be delivered that address clients' needs, work coherently between them, and that team members share benefits and experiences. We see that any unacceptable behavior is determined by its impact on the team's performance and results and not by what should and should not be for everyone. Any behavior that has an effect on the final development of a working group, how well customers meet their needs, weakens the linkage and communication between team members and affects one team member negatively, a member asked for the transfer because the work of the team and the expected results would therefore be affected.

### **4. AWARENESS AND ENVIRONMENTAL EDUCATION**

Environmental awareness is one of the limitations that prevent organizations from implementing measures to improve organizational performance (Zilahy, 2004:317). Regarding economic and environmental technology, the topic of environmentally sustainable growth is generally discussed. Aliens do not threaten the world out of the planet, but by all people living in the world; environmental awareness is one of the most critical organizational factors for organizations in environmental measures. Education and environmental awareness are essential in the organization; without employee participation, it is impossible to change management. Thus employee participation also depends on understanding and use of knowledge for better



environmental behavior. There are many small actions and decisions that a person in the organization can take in their daily work, which can significantly improve the organization's environmental impacts. The employees must be informed of how they contribute to sustainable development, which the organization recognizes. Without your creativity and expertise, your organization's sustainability and environmental management measures may be limited to multiple technology improvements, neglecting significant gains in workforce efficiency and effective strategies for improving performance; the implementation of clean technologies and environmental management systems depends on environmental improvement, which leads to economic regeneration. Both involve educational workforce literacy and education to strengthen the environmental consciousness of the workforce as a whole. All organizations demand environmental performance. Employees know your understanding of natural systems and their functions and your understanding of the impact natural systems have on business performance. This information allows employees to participate in environmental management and improve organizational performance (Cohen-Rosenthal, 2000:245; Hale, 1995:23). The shortage and abundance in terms of employee knowledge will affect their organizational environment, which may cause them to be unable to compete well with other organizations (Ameen & Othman, 2021: 31). The environment is known as the environment in which people live, so its problems are considered one of the most complex challenges facing the modern world. There are still escalating environmental problems that confirm the insufficient legislative and financing resources and modern technologies. Environmental protection, except for what is supported through environmental awareness of community members. Environmental protection except what is supported by community members' environmental awareness. Environmental education aims to prepare people for natural success and helps to translate conscious behavior into human environmental awareness. By offering them the necessary knowledge, values, skills, and abilities to meet today's and future environmental challenges.

## **5. ORGANIZATIONAL AND ENVIRONMENTAL LEARNING**

Environmental training enables employees to develop motivation through a deep understanding of people and organizations' relevance and importance to environmental issues, develop skills and knowledge for environmental behavior and decision-making, and reduce the impact of work in the environment. Environmental education and awareness, such as the acquisition of environmental knowledge, attitudes, and behavior change. Adult learners can better acquire environmental knowledge and learn from real life in a real sense because they can deal with difficult social problems (Bélanger, 2003:80). The learning process must be integrated with formulating, transforming, and transferring strategy from individual learning to organizational learning (Kuhn and Marsick, 2005:41). Organizations can find ways to succeed in times of environmental change in the sense of rapid transformation, as organizational learning is an orchestrated process of change that fits the evolving environment, and can be either adaptation: that does not require a traditional change, or generative: a transition to new forms and structures. Management control systems may also support or impede organizational change, and may respond in a negative way to reflect the environmental change, or may be used to reinforce the current justification for the action.

## **6. ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND EMPLOYEE AWARENESS**

One of the employees' answers is the environmental Commitment to their organizations. To direct their behaviors, they will have more substantial initiatives toward activities with the values and goals aligned with the organizations (Lamm et al., 2013:165). Environmental issues must be

included in all marketing aspects from an operational point of view. Companies must be able to boost their goods' environmental efficiency to maintain their consumers by taking up the environmental age. Therefore, trust and organizational satisfaction play an important role in evaluating organizational performance (Chen, 2013:295). Establishing training on environmental issues also leads to a host of benefits, such as facilitating corporate social responsibility, building positive public images, complying with regulatory requirements, encouraging employees to participate in proactive environmental management, enhancing job satisfaction among employees, and ultimately improving company value through motivation employees (Edmans, 2012:2). Commitment is the link to the organization that connects the employees. For certain workers, it is typical to show a great deal of loyalty and appreciation of the organization's priorities and principles, and they often show a deep desire to retain membership in the organization. Employees must stick to their beliefs and ideals in order to build a comfortable work atmosphere, act respectfully, respect the resources of the company, and not behave in an irresponsible way.

## **7. ENVIRONMENTAL ATTITUDES**

The organizations must strike a balance between the environmental values of the employees and the organization. Environmental attitudes are potent predictors of the underlying beliefs and behaviors that define employees' environmental attitudes (Tudor et al., 2008:439). Organizations may benefit by training to change attitudes. Indeed, some workers said that although the training had not provided them with improved awareness, their attitude towards the value of resource utilization had changed (Jones et al., 2012:988). Simply focusing on changing attitudes to bring about changes in behavior cannot be very effective. Personality concern for the environment doesn't inherently mean shifting perceptions, beliefs, and convictions. Still less by a behavior improvement. The new environmental regulations can also be observed as regards habits and attitudes.

## **8. HYPOTHESES OF THE STUDY**

There is a relationship and a statistically significant effect at the significance level ( $\alpha \leq 0.05$ ) to apply the dimensions of environmental awareness policies on employees' behavior in different Iraqi organizations.

## **9. METHODS**

The study was a descriptive cross-sectional design conducted in different organizations in Erbil-Iraq from 1st February 2021 to 12th October 2021. The researcher distributed 450 questionnaires through an online application format and gave the participants 10 days to respond, 400 questionnaires were received and completed correctly, and 50 questionnaires were missing, so the study's sample size was 400 participants. Data were collected via the mobile app online due to the COVID-19 outbreak in Iraq. The study's limitation was the COVID-19 pandemic, so the authors could not make field visits to gather information. The consequences of the Covid-19 disaster, which continues to endanger people every day, caused people to avoid each other (Yılmaz & Hamad Ameen, 2021: 79). Ethical considerations and permission from the organizations' management were taken to conduct the study. Finally, the data were analyzed using SPSS version 23 software to enter data analyze and interpret the results. The inclusion criteria included all participants who desired to participate, but exclusion criteria were included for participants who did not respond to the questionnaire format. To determine the questionnaire's content validity, the tools are presented to panels, the questionnaire has been organized based on expert suggestions and comments. The questionnaire was used to collect data consisting of three parts, the first part

related to sociodemographic characteristics comprised of (6) questions, the second part associated with organization environmental awareness policies consisted of (10) items or questions, and the third part related to an employees' perceptions and behaviors consisted of (10) questions addressed to the participants through the questionnaire formats.

## 10. RESULTS AND FINDINGS

Internal consistency and stability of the vertebrae:

To measure the stability of the research tool regarding employees' perception and behaviors about an organizations' environmental awareness policy, the (Cronbach Alpha) test was used, and the degree of internal consistency was (81%), which is a good percentage for this study.

**Table 1** Cronbach's alpha coefficient to measure the stability of the questionnaire axes

| Axes                                       | Items | Axis stability |
|--|-------|----------------|
| Environmental Awareness Policies           | 10    | 0.823          |
| Employees' Perception and Behaviors        | 10    | 0.798          |
| The overall stability of the questionnaire | 20    | 0.810          |

Table 1 reveals the overall stability coefficient of the questionnaire axes was 0.810 for the total items. The questionnaire has an adequate level of reliability and may be depended upon in the study, according to the stability of the axes, which varies from 0.823 to 0.798.

**Table 2** Statistical Data of Socio-Demographic Characteristics for Sample Study

| Variables        |              | Frequency  | Percent      |
|------------------|--------------|------------|--------------|
| <b>Gender</b>    | Male         | 224        | 56.0         |
|                  | Female       | 176        | 44.0         |
|                  | <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |
| <b>Age</b>       | 18-25        | 71         | 17.8         |
|                  | 26-40        | 134        | 33.5         |
|                  | 41-50        | 128        | 32.0         |
|                  | 51 and above | 67         | 16.8         |
|                  | <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |
| <b>Race</b>      | Kurdish      | 344        | 86.0         |
|                  | Turkmen      | 40         | 10.0         |
|                  | Arabic       | 16         | 4.0          |
|                  | <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |
| <b>Education</b> | Secondary    | 58         | 14.5         |
| <b>Level</b>     | Diploma      | 117        | 29.3         |
|                  | Bachelor     | 166        | 41.5         |
|                  | Master       | 43         | 10.8         |
|                  | PhD          | 16         | 4.0          |
|                  | <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

|                      |              |            |              |
|----------------------|--------------|------------|--------------|
| <b>Economic</b>      | High         | 22         | 5.5          |
| <b>State</b>         | Middle       | 289        | 72.3         |
|                      | Low          | 89         | 22.3         |
|                      | <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |
| <b>Marital State</b> | Single       | 149        | 37.3         |
|                      | Married      | 247        | 61.8         |
|                      | Divorced     | 4          | 1.0          |
|                      | <b>Total</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

Table 2 indicated that the majority of participants were male gender which is about 56%. Most participants were middle-aged between 26-40, which is about 33.5%, and a few were aged 51 and above because most of the organizations were taking advantage of the youth's power. Most of the participants were Kurdish people, which is about 86% because the study was conducted in a region; more residents are Kurdish. Most participants had a bachelor's degree, about 41%; at the same time, some participants had master's degrees, about 10%, and a doctorate level, about 4%. Regarding the economic status of the participants, most of them were in the middle status, which is about 72.3%, a little high economic status of residence, which is about 5.5%, but 22.3% were in the low economic condition due to the financial crisis that the country is going through at this time. Finally, the majority of them were married, which is about 61.8%.

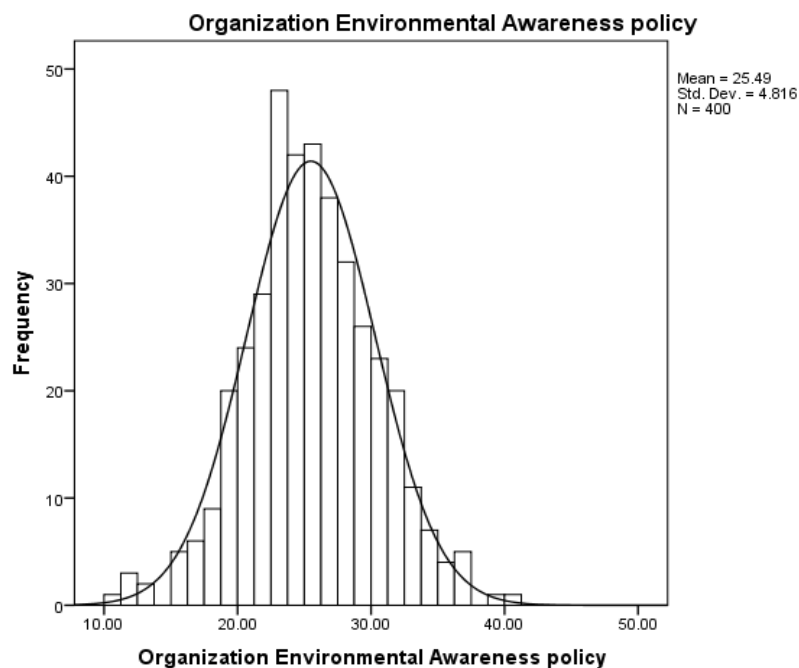
**Table 3** Descriptive Statistics and Test Distribution About Environmental Awareness Policies Items.

| Items  | Mean   | Std. Deviation | Asymp. Sig. (2-tailed) |
|--|--------|----------------|------------------------|
| Q1. The organization has an explicit environmental management policy for employees   | 2.6545 | 1.17921        | .140                   |
| Q2. The organization require you to be aware of environmental policy.  | 2.5477 | 1.13301        | .074                   |
| Q3 All employees are located in one facility.  | 2.3152 | 2.20071        | .160                   |
| Q4. The organization has a dedicated department that deals with environmental issues.                                      | 2.5662 | 1.25712        | .200                   |
| Q5. The organization conducts training courses to promote its environmental and information policy among employees.        | 2.6627 | 1.15223        | .064                   |
| Q6. The organization encourages proactive environmental measures because it is economically beneficial to my organization. | 2.5539 | 1.16318        | .200                   |
| Q7. All office has double glazed windows.  | 2.5394 | 1.21372        | .200                   |
| Q8. The heating system is of environmental concern by the organization's management.                                       | 2.6147 | 1.18042        | .169                   |

|   |        |         |      |
|---|--------|---------|------|
| Q9. Attention to hygiene and smoking prevention is an important issue for the organization. | 2.5415 | 2.15869 | .200 |
| Q10. The number of employees in our organization is a lot.                                  | 2.4911 | 1.25385 | .200 |

(Jouontso, 2013:332)

Table 3 Indicated that the second part of the questions related to independent variable included environmental awareness policies, which was about 10 items, so the statistical analysis revealed that the means value of all items was more than the standard of study value, which was about 2.34; this part indicated that a high acceptance rate according to the standards of the study and this shown that the high level of all the questions about environmental awareness policies. The test distribution significant value for all items more than the value (0.05) indicates the test distribution was normal for all variables about effective environmental awareness policies.



**Figure 1** Histogram of the independent variable

Figure 1 Related to the histogram represents the independent variable about the organization environmental awareness policy.

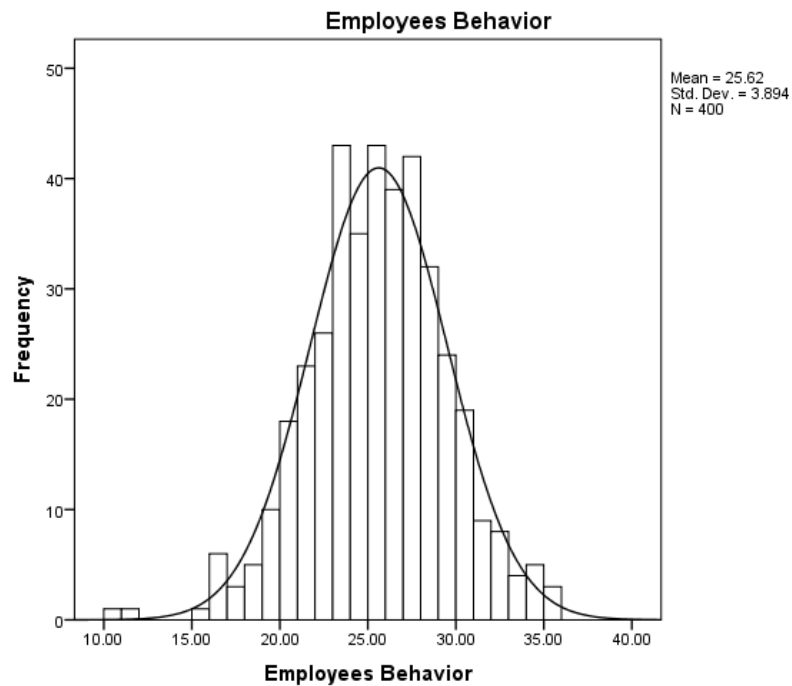
**Table 4** Descriptive Statistics and Test Distribution About Employees' Perception Items.

| Items   | Mean   | Std. Deviation | Asymp. Sig. (2-tailed) |
|---|--------|----------------|------------------------|
| Q1. think Managers' decisions influence our organizations.                                  | 2.7264 | 1.20767        | .138                   |
| Q2. feel that more needs to be done regarding my organization's environmental policy.       | 2.5623 | 1.23627        | .200                   |
| Q3. I have been affected by the behavior of my organization regarding environmental issues. | 2.5252 | 1.17824        | .166                   |
| Q4. I think technological advancement influences our organizations.                         | 2.6510 | 1.18538        | .200                   |

|  |        |         |      |
|--|--------|---------|------|
| Q5. Outside of work I change my behaviors to become more environmentally responsible.  | 2.5950 | 1.16159 | .200 |
| Q6. Attending an environmental training program can influence the way I perform my duties at work.                             | 2.5982 | 1.13899 | .200 |
| Q7. The lack of information regarding environmental management can influence my organization employees' environmental actions. | 2.5346 | 1.14507 | .200 |
| Q8. Environmental management is an important issue for the customers of my organization.                                       | 2.4903 | 1.15126 | .200 |
| Q9. our organization collects feedback from employees regarding environmental measures.  | 2.5453 | 1.20825 | .050 |
| Q10. I think Managers' decisions influence our organizations.  | 2.3878 | 1.19677 | .200 |

(Jouontso, 2013:335)

Table 4 Indicated that the second part of the questions related to the dependent variable included employees' behavior, which was about 10 items, so the statistical analysis revealed that the means value of all items was more than the standard of study value, which was about 2.34; this part indicated that a high acceptance rate according to the standards of the study and this shown that the high level of all the questions about employees' behavior. The test distribution significant value for all items more than the value (0.05) indicates the test distribution was normal for all variables about effective employees' behavior.



**Figure 2** Histogram of the dependent variable

Figure 2 Related to the histogram represents the dependent variable about the employees' behavior.

### Test Hypotheses Of The Study

There is a relationship and a statistically significant effect at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ ) to apply the dimensions of environmental awareness policies on employee's behavior of different Iraqi organizations.

**Table 5** The results of the multiple regression test for the impact of the application of environmental awareness policies on employee's behavior

| Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       | Sig. | R Square | R    |
|------------|----------------|-----|-------------|---------|------|----------|------|
| Regression | 802.971        | 1   | 802.971     | 277.063 | .000 |          |      |
| Residual   | 1153.466       | 398 | 2.898       |         |      | .410     | .641 |
| Total      | 1956.438       | 399 |             |         |      |          |      |

Table 5 revealed that the calculated f-value amounted to (277.063) at the significance level of (0.05), which requires accepting alternative hypotheses 1 and 3, which state that environmental awareness policies affect employee behavior. This result confirms the significance level (f) of (0.000) as it is less than (0.05), the approved significance level.

As for the explanatory power of the model, it reached (R Square = 0.410), which is an adequate explanatory power, which means that the dimensions of the independent variable (environmental awareness policies) are explained by (41%) of the dependent variable (employee's behavior).

As for the degree of correlation between environmental awareness policies and employee behavior, it reached (R = 0.641); that is, there is a direct and substantial relationship between the two variables.

## 11. DISCUSSION

The study's findings confirmed that environmental awareness policies had affected employees' behavior, especially regarding environmental education and employees' training to change their perceptions and behaviors. This finding agreed with the study done by (Law et al., 2017:95), who said, "environmental education has a great role in educating individuals in the field of work, it is also greatly affected by the nature of awareness training in changing environmental values, attitudes, and knowledge of employees, as well as changing their behavior towards the environment and taking into account the environmental policies of the organization, and a major role in complementing the organizational obligations of all employees, for example, satisfaction and loyalty Towards their organization." The study showed that the environmental awareness of the organization has a role in employees' behavior and improving their performance towards achieving the organization's goals; the study is consistent with a previous study by (Bloodgood and Morrow Jr, 2003:1780) revealed: that "the degree of internal awareness of the environmental structure has a significant and effective impact on organizational performance and the process of formulating the strategy in the organization."

The evident environmental policy by the organization, caring for employees' opinions, encouraging them, and supporting them with material incentives affects their behavior and the implementation of environmental policies; this finding agreed with the study done by (Young et al., 2015:689) mentioned that "the forecasters' forces are environmental awareness, management support and training, financial incentives and environmental infrastructure and feedback on performance, the clear influence of employees in the organization and purposeful on the progress and development of the work strategy, which includes environmental issues and this provides the organization with information about the barriers and motivations for employees in developing and providing service, and in that context, awareness, and culture of employees, must be more amenable to development and implementation of the strategy." Managers' decisions affect the organization, so the organization's management must take into account the employees' feelings about their environmental policies; in this way, it will lead to more commitment by individuals within the organization and loyalty to their organization; this is similar to the study by (Petts, 1998:728) indicated that "concern about employees denotes a broad understanding of the environment and environmental issues, and that organization must behave in an environmentally sensitive manner." (Tudor et al., 2008:446) illustrated that The corporate emphasis, structure, and culture, as well as the attitudes, convictions, degrees of environmental awareness, and behaviors of employees at home, are the primary determinants of sustainable waste management behavior. This study confirms the development of organizational culture and the participation of all members in making decisions related to the organizational environment, and this leads to employees' self-confidence and improving their performance; this result is consistent with a previous study by (Zsóka, 2007:129) revealed: "the environmental values of the organization are related to its organizational culture." Integrating the environmental issues in the organizational culture can be assessed through the employees' opinions in the organization. Also, the environmental behavior of organizations can be known through the components of environmental awareness. The result of this study agreed with the study was done by (Remmen and Lorentzen, 2000:371) revealed "that employee participation can have an impact on changing work procedures. It also affects employee behavior and increases environmental awareness, and employees have a great understanding of environmental problems and solutions, as well as safety aspects and occupational health. Employees are able in environmental teams to improve the environmental activities of organizations, such as implementing new technology measures, objectives, policy development, and environmental action plans."



## CONCLUSION

The study's findings revealed that there was a strong relationship between environmental awareness policies and employees' behavior which indicates that depending on organization environmental awareness policies by the organizations' management can lead to an improve employees' behavior, there was a positive effect of environmental awareness policies on employees' behavior especially by environmental education and training of employees to change their perceptions and behaviors, in the presence of an excellent environmental policy leads to the achievement of the organization goals and implement the organization planning and strategies through the employees' performance, taking care of employees' opinions, encouraging and supporting them with financial and moral incentives were affected their behaviors and leads to the implement environmental policies, the participation of all members in making decisions and policies related to the organization environment will lead to employees' self-confidence, and to change in their behavior, and a better understanding of environmental awareness.

## REFERENCES

- Ahmad, W., Soskolne, C. L., & Ahmed, T. (2012). Strategic Thinking on Sustainability: Challenges and Sectoral Roles. *Environment, Development and Sustainability Journal*, 14(1), 67-83.
- Ameen, S., & Othman, N. (2021). The Relationship Between Knowledge Management and Competitiveness: The Case of Iraqi Organizations. *Journal of Organizational Behavior Review*, 4(1), 23-47.
- Ameen, S. (2018) Investigating the main factors that influence employee retention at private universities in Kurdistan. *International journal of Engineering, Business and Management*, 22-30.
- Aminrad, Z., Zakaria, S. Z. B. S., & Hadi, A. S. (2011). Influence of Age and Level of Education on Environmental Awareness and Attitude: Case Study on Iranian Students in Malaysian Universities. *The Social Sciences, Medwell journals*, 6(1), 15-19.
- Baumgartner, R. J., & Winter, T. (2014). The Sustainability Manager: A Tool for Education and Training on Sustainability Management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(3), 167-174.
- Bélangier, P. (2003). Learning Environments and Environmental Education. *New Directions for Adult and Continuing Education Journal*, (99), 79-88.
- Bloodgood, J. M., & Morrow Jr, J. L. (2003). Strategic Organizational Change: Exploring the Roles of Environmental Structure, Internal Conscious Awareness and Knowledge. *Journal of Management Studies*, 40(7), 1761-1782.
- Chen, Y. (2013). Towards Green Loyalty: Driving from Green Perceived Value, Green Satisfaction, and Green Trust. *Sustainable Development Journal*, 21(5), 294-308.
- Cohen-Rosenthal, E. (2000). A Walk on The Human Side of Industrial Ecology. *American Behavioral Scientist Journal*, 44(2), 245-264.
- Coyle, K. (2005). Environmental Literacy in America: What Ten Years Of NEETF/Roper Research and Related Studies Say About Environmental Literacy in the US. *National Environmental Education & Training Foundation*. Chapter 3: 33-45.

- Edmans, A. (2012). The Link Between Job Satisfaction and Firm Value, With Implications for Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Perspectives Journal*, 26(4), 1-19.
- Hale, M. (1995). Training for Environmental Technologies and Environmental Management. *Journal of Cleaner Production*, 3(1-2), 1-23.
- Herreborg, T. (2000). Environmental Management Systems and Organizational Change. *Eco-Management and Auditing: The Journal of Corporate Environmental Management*, 7(2), 60-66.
- Alphaenvironmental (2020). How to Encourage Environmental Awareness in The Workplace. Retrieved from, 11.12.2020. Available in: <https://www.alphaenvironmental.com.au/environmental-awareness-in-the-workplace/>.
- Jones, J., Jackson, J., Tudor, T., & Bates, M. (2012). Strategies to Enhance Waste Minimization and Energy Conservation Within Organizations: A Case Study from The UK Construction Sector. *Waste Management & Research*, 30(9), 981-990.
- Jouontso, C. (2013). Environmental Awareness in The Workplace: A Study of Employees' Environmental Knowledge, Perception and Behavior from An Individual and Organizational Perspective. (Doctoral Dissertation, University of Abertay Dundee).1-339.
- King, A. A., & Lenox, M. J. (2000). Industry Self-Regulation Without Sanctions: The Chemical Industry's Responsible Care Program. *Academy of Management Journal*, 43(4), 698-716.
- Kuhn, J. S., & Marsick, V. J. (2005). Action Learning for Strategic Innovation in Mature Organizations: Key Cognitive, Design and Contextual Considerations. *Action Learning: Research and Practice Journal*, 2(1), 27-48.
- Lamm, E., Tosti-Kharas, J., & Williams, E. G. (2013). Read this article, but don't print it: Organizational citizenship behavior toward the environment. *Group & Organization Management Journal*, 38(2), 163-197.
- Law, M. M. S., Hills, P., & Hau, B. C. H. (2017). Engaging Employees in Sustainable Development—A Case Study of Environmental Education and Awareness Training in Hong Kong. *Business Strategy and the Environment Journal*, 26(1), 84-97.
- Liu, Z., Li, J., Zhu, H., Cai, Z., & Wang, L. (2014). Chinese Firms' Sustainable Development—The Role of Future Orientation, Environmental Commitment, And Employee Training. *Asia Pacific Journal of Management*, 31(1), 195-213.
- McShane, L, Sandra L. Steen, and Kevin T. (2009). *Canadian Organizational Behavior*: McGraw-Hill Ryerson Toronto. 8th Edition, ISBN: 97880071063500. Chapter 2: 1-30.
- Perron, G. M., Côté, R. P., & Duffy, J. F. (2006). Improving Environmental Awareness Training in Business. *Journal of Cleaner Production*, 14(6-7), 551-562.
- Petts, J. (1998). Environmental Responsiveness, Individuals and Organizational Learning: SME Experience. *Journal of Environmental Planning and Management*, 41(6), 711-730.
- Remmen, A, and Børge L. (2000). Employee Participation and Cleaner Technology: Learning Processes in Environmental Teams. *Journal of Cleaner Production*, 8(5), 365-373.

- Robertson, L., and Erica C. (2018). Uncovering how and when environmental leadership affects employees' voluntary pro-environmental behavior. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 197-210.
- Schelly, C., Cross, J. E., Franzen, W. S., Hall, P., & Reeve, S. (2011). Reducing Energy Consumption and Creating a Conservation Culture in Organizations: A Case Study of One Public School District. *Environment and Behavior*, 43(3), 316-343.
- Siero, F. W., Bakker, A. B., Dekker, G. B., & Van Den Burg, M. T. (1996). Changing Organizational Energy Consumption Behavior Through Comparative Feedback. *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 235-246.
- Stone, L. (2000). When Case Studies Are Not Enough: The Influence of Corporate Culture and Employee Attitudes on The Success of Cleaner Production Initiatives. *Journal of Cleaner Production*, 8(5), 353-359.
- Tudor, T. L., Barr, S. W., & Gilg, A. W. (2007). Linking Intended Behavior and Actions: A Case Study of Healthcare Waste Management in The Cornwall NHS. *Resources, Conservation and Recycling*, 51(1), 1-23.
- Tudor, T. L., Barr, S. W., & Gilg, A. W. (2008). A Novel Conceptual Framework for Examining Environmental Behavior in Large Organizations: A Case Study of The Cornwall National Health Service (NHS) In the United Kingdom. *Environment and Behavior*, 40(3), 426-450.
- Yılmaz, V., & Ameen, S. (2021). The role of local government in combating the crisis of covid-19 pandemic in Erbil – Iraq. *Route Educational & Social Science Journal*. Vol 8, Iss 6. 78-91. Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17121/ressjournal.2978>
- Yılmaz, V. (2019). Assessment of Environmental Problems After Law No. 6360: Malatya Metropolitan Municipality Example. *Journal of Urban Culture and Management*, Volume, 12 (36), Issue 1, Pages, 1-28.
- Yılmaz, V. (2019). Evaluation of Environmental Problems Seen in Cities in Turkey's Industrialization Axis: Hatay Sample. (ed. Sinan Sönmez, Ertan Ölçoban, Dursun Baltan and Hüseyin Karakuş), *New Horizons in Social, Human and Administrative Sciences*, 561-578.
- Young, W., Davis, M., McNeill, I. M., Malhotra, B., Russell, S., Unsworth, K., & Clegg, C. W. (2015). Changing behaviour: successful environmental programmes in the workplace. *Business Strategy and The Environment Journal*, 24(8), 689-703.
- Zilahy, G. (2004). Organisational Factors Determining the Implementation of Cleaner Production Measures in The Corporate Sector. *Journal of Cleaner Production*, 12(4), 311-319.
- Zsóka, N. (2007). The Role of Organizational Culture in The Environmental Awareness of Companies. *Journal for East European Management Studies*, 109-131.

## **EXTENDED SUMMARY**

Today, there is a common paradoxical situation in which contemporary societies live. Societies, on the one hand, are faced with the consumption phenomenon promoted by the capitalist economic system, on the other hand, they aim to protect both natural resources and environmental

balance, which are necessary for the continuity of life. While the lack of continuous consumption puts the economic system in a difficult situation, the lack of protection of natural resources and the environment and the deterioration of the environmental balance expose future generations to significant risks. The accepted proposal in the face of this paradoxical situation is sustainable consumption. On the other hand, it can be said that the environmental issue has an important place in the acceptance of the sustainable consumption issue and in the related researches. In this context, in this study, sustainable consumption and environmental issues are discussed from different perspectives and with the bibliometric analysis method for the years 1993-2022.

When the main findings related to the analysis result are examined; It is seen that 695 documents have 403 different sources (journals, books, etc.), the average number of citations per publication is 27.84, and the annual average number of citations is 3,752 (Table 1). Considering the number of publications by years; While the year 2021 (110 publications) was the year in which the most publications were made on sustainable consumption and environment compared to all years, it is seen that no research was published on the subject in the years 1995-1996-2000 (Figure 1).

The top 10 sources on sustainable consumption and environmental issues, which have gained popularity in recent years, are given in Table 2. Sustainability journal ranks first with 51 articles. Journal of Cleaner Production ranks second with 36 articles, while Sustainable Development journal ranks third with 18 articles.

Another important issue addressed within the scope of the research is the prominent authors and the number of publications. According to the number of publications, Lju, J., Lju, X., and Seyfang, G. are the authors with the highest number of publications (Table 3).

One of the prominent elements in academic life is the number of citations, and it can be said that a publication's high number of citations is a sign that that publication is more accepted. In this study, which examines the sustainable consumption and environment, the publication of N.M.P. Bocken, S.W. Short, P. Rana, S. Evans (2014, A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes, Journal of Cleaner Production, 65,42-56) ranks first with 1565 total citations and 173.89 total citations per year (Table 4).

When we look at the 10 institutions that make the most publications on sustainable consumption and environment, it is seen that the University of East Anglia ranks first with 13 publications, while the Technical University of Cluj-Napoca and University of Helsinki institutions take the second place with 8 articles (Table 5).

Another subject covered in the study is the scientific production of countries on sustainable consumption and the environment. Figure 2 shows that the number of publications in the United Kingdom, China, the United States and Germany is followed by India, Romania, Brazil and Malaysia.

Another finding obtained as a result of the analysis is for the most frequently used keywords related to sustainable consumption and environment. According to the findings, the concept of sustainability is the most frequently used keyword, while the concept of consumer behavior is in the second place, the concept of environmental effects is in the third place, and the concept of people is in the fourth place (Figure 3).

When we look at the co-occurrence network on sustainable consumption and environment; In the first co-occurrence network, it is seen that the concept of sustainable development is frequently used and it occurs together with issues such as environmental effects, environmental protection, climate change, economy, and this group is represented in red at the same time. While the concept of sustainability was the most frequently used keyword of another group, it formed a network of formation together with the keywords of consumer behavior, China, environmental economy, perception, marketing, food consumption and represented in blue. Another co-occurrence group is shown in green. The most frequently used keyword in this group, which is shown in green, is the concept of human and the concept of human formed the formation network together with keywords such as article, decision making, adult, consumer behavior, man, female, diet carbon. The group, which is represented by purple and represents a smaller co-occurrence network compared to other groups, consists of the keywords carbon dioxide, carbon footprint, and economic development (Figure 4).

Another subject investigated within the scope of the study is the country cooperation of the researchers. In the studies published on sustainable consumption and environment, it is seen that the most cooperation is made between countries such as the United Kingdom, China, the United States of America, Malaysia, Japan, and Canada. Another cooperation was made between countries such as Germany, Netherlands, Italy, Norway, France, Finland, Sweden and Denmark and is shown in blue (Figure 5).

In the study, how the themes of the publications in different time periods evolved is shown in Figure 6. In the study, thematic evolution was examined in two different time periods: 1993-2018 and 2019-2022. In the first time interval; while the themes of environment, sustainability, economics, sustainable development and environmental impact take place, the second time period includes the themes of sustainable development, sustainability, people, carbon and China (Figure 6).

## Karşı Ütopycacı Bir İdeal: İsaiah Berlin'in "The Crooked Timber of Humanity" Kitabının İncelenmesi

Emre METE\*

### ÖZ

Bu makalede İsaiah Berlin'in "The Crooked Timber of Humanity: Chapters in the History of Ideas" adlı kitabı incelenecektir. Berlin bu kitapta temel olarak faşizm, çoğulculuk, ütopya ve kültür tartışmalarına yer vermiştir. Berlin bu tartışmalar merkezinde ütopyalardan neden uygulanamaz olduğunu ileri sürmüştür. Berlin için ütopya çeşitliliğin olmadığı durağan toplumdur. Ütopya gelecek toplum idealleri için şimdiyi görmezden gelir. Ütopyalarda yeniliğe ve değişikliğe yer yoktur. Berlin bu nedenle kitabında ütopyalardan ziyade neden kültürel çeşitliliğe hizmet eden liberal öğretilere sarılmamız gerektiği üzerinde durur. Geçmişte faşizm ve komünizm gibi ideolojiler gelecekte iyi bir toplum önerisi sunmuştu. Ancak bu idealler daha çok kan ve şiddet olarak geri döndü. Berlin'in bu kitabı hem bu ideolojileri hem de mükemmel toplum ideallerini sorgulamamız açısından farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** İsaiah Berlin, Çoğulculuk, Ütopya, Faşizm, Kültür

### *A Counter-Utopian Ideal: A Review of İsaiah Berlin's "The Crooked Timber of Humanity"*

### ABSTRACT

In this article, İsaiah Berlin's book "The Crooked Timber of Humanity: Chapters in the History of Ideas" will be examined. In this book, Berlin mainly included discussions of fascism, pluralism, utopia, and culture. At the center of these debates, Berlin argued why utopias were impracticable. For Berlin, utopias are static societies without diversity. Utopias ignore the present for the ideals of the future society. There is no room for innovation and change in utopias. For this reason, Berlin emphasizes why we should embrace liberal teachings that serve cultural diversity rather than utopias. In the past, ideologies such as fascism and communism offered a good society in the future. However, these ideals have returned as more blood and violence. This book of Berlin offers a different perspective on how we question both these ideologies and the ideals of the perfect society.

**Keywords:** İsaiah Berlin, Pluralism, Utopia, Fascism, Culture

\* Doktora Öğrencisi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, [emremete76@gmail.com](mailto:emremete76@gmail.com), ORCID: 0000-0002-5921-0569

Atıf yapmak için / To cite this article: Mete, E. (2022). Karşı Ütopycacı Bir İdeal: İsaiah Berlin'in "The Crooked Timber of Humanity" Kitabının İncelenmesi. Akademik İzdüşüm Dergisi, 7(2): 148-156.

## GİRİŞ

İsaiah Berlin tarafından kaleme alınan *The Crooked Timber of Humanity: Chapters in the History of Ideas* †kitabı 1990 yılında Henry Hardy tarafından yeniden düzenlenmiş, 2013 yılında ise kitabın ikinci edisyonu yapılmıştır. Bu çalışma ikinci edisyon yani John Banville'nin yapmış olduğu edisyon üzerinden yürütülecektir. Kitap ikinci edisyona özel eklenen bölüm ile birlikte on bölümden oluşmaktadır. Kitap Berlin tarafından daha önce yayınlanan makalelerin birleşimi olduğu için bölümlerde kimi zaman tekrara düşen anlatımlara rastlanmaktadır. Ayrıca kimi zaman da uzun ve karmaşık cümleler anlamayı zorlaştıran bir hal almaktadır. Anlatımdaki yoğun cümleler kimisi için daha zevkli bir okumayı beraberinde getirirken, ilk defa Berlin okuyan birisini için oldukça ağır işleyen bir sürece neden olmaktadır. Ancak bu derlemede genel anlamıyla yazarın bütün öneri ve itirazlarını görebilmekteyiz. Çalışmada bu anlatıları yazarın mükemmelliğin teorisinin reddi, bir dünyevi mükemmellik resmi olan ütopyaları reddi ve alternatif olarak sunduğu çoğulculuk üzerinden ayırarak anlatılacaktır. Böylece her bölümde tekrar eden anlatılar yerine, yazarın fikriyatı daha iyi biçimde yansıtılabilecektir.

## MÜKEMMEL DÜZENİN REDDİ: MACHIAVELLİ, VİCO VE HERDER

İsaiah Berlin, kitabının ilk bölümüne yirminci yüzyılı tanımlayan iki faktör olduğunu ileri sürerek başlar. Bunlardan ilki teknolojinin uçsuz bucaksız gelişimi, diğeri de insanlığın hayatını değiştiren sağ ve sol tiranlıklar, milliyetçilik, ırkçılık ve dini bağnazlıklardır. İlk faktör olan teknolojik gelişmeler insanların daha iyi bir geleceğe kavuşacağını on dokuzuncu yüzyıl boyunca haykırması olsa da on dokuzuncu yüzyılın sonu ve yirminci yüzyılın başı bizlere sağ ve sol tiranlıkların egemenliğini getirmiştir. Berlin'e göre bu iki tiranlık da etik düşünce açısından ele alınmalıdır. Bu çerçevede etik, insani ilişkilerde bir değer sistemi olarak görülmeli ve hayatımızı bu değerler ve entelektüel bir eleştirelilik üzerine inşa etmemiz gerekmektedir. Yalnızca barbarlar nereden geldiklerini, nerede olduklarını ve nereye gideceklerini irdelemezler. Yazar bu irdelemeyi, daha doğrusu kendi açısından irdelemelerini kendi deyimiyle kırk yıllık hayat çabasının yanında Tolstoy'un *Savaş ve Barış* kitabına borçludur. Berlin'e göre Tolstoy'un amacı toplumsal sınıfların yaşantıları hakkında bir analiz sunmak değil; insanlık durumunun nereye gelebileceğini ve insan onuruna yaraşır bir yönetimin ne getirebileceğine yönelik bir çabaydı. Berlin de bu duruşu benimser.

Yazar hayatı boyunca bakış açısını ve insanlık durumunu açıklama biçimini Antik Yunan'dan günümüze doğru bir açıklamaya girişmiştir. Vardığı son noktada on sekizinci yüzyıl ampiristlerinin hurafeleri ve dogmatizmi kaldıran matematiksel tekniğe dayalı cevaplarıyla insan ilişkileri alanında benzersiz yasalar yarattıklarını ileri sürmüştür. Yazara göre bütün bu düşüncelerin temelinde tüm soruların tek bir cevabı olduğunu var sayan Platoncu ideal vardı. Tek gerçek dışında kalan cevaplar zorunlu olarak hatalıdır. Bulunan gerçek de birbiriyle uyumlu olmalıdır. Her şeyin bilinmesi ile mükemmel yaşamın ne olduğu da kavranabilirdi. On dokuzuncu yüzyıla geldiğimizdeyse Hegel ve Marx diyalektik bir anlayış ile tarihi ve toplumu analiz etmiştir.

† Kitabın adı Immanuel Kant'ın eserinde geçen bir sözden alıntıdır. Tamamı "Out of the crooked timber of humanity no straight thing was ever made." olan cümle Türkçeye "İnsanın yapıldığı eğri bir ağaçtan tam olarak düzgün bir şey yapılmadı" şeklinde çevrilebilir (Dilimizdeki "eğri daldan doğru baston çıkmaz" atasözü de bu anlama denk düşmektedir). Kant burada insanoğlunun kusurlu yapısına vurgu yapmak istemiştir. Çünkü bir yapı malzemesi olarak ahşap masa ya da ev yapımında kullanılırken içlerinden en düzgün olanı seçilmeye çalışılır. Ancak insanlığın düzensizliği ve kusurlu yapısı buna engeldir (ELL, 2014).

Yazar bütün bu süreç ve okumaları sonunda Oxford'da öğrenciyken ampirik görüşlerden etkilendiğini belirtmiştir.

*Toplumun rasyonel olarak yeniden düzenlenmesi, ruhsal ve entelektüel kafa karışıklığına, önyargı ve hurafenin saltanatına, incelenmemiş dogmalara körü körüne itaat etmeye ve bu tür entelektüel karanlığın yetiştirdiği ve teşvik ettiği baskıcı rejimlerin aptallıklarına ve acımasızlıklarına son verecekti... On dokuzuncu yüzyıldaki tüm ilerici düşüncenin temelinde yatan bu görüş bir öğrenci olarak Oxford'dayken benimsediğim eleştirel deneyciliğin de merkezinde yer alır (Berlin, 2013: 5).*

Berlin ampirik görüşlerin yanında Machiavelli'nin siyaset felsefesinin kendini etkilediğini belirtir. Machiavelli okumalarında siyasal gücün nasıl elde edileceği, devletlerin kendini iç ve dış düşmandan korumak için yapacağı kurnazlıklar gibi fikirlerin kendini etkilediğini itiraf eder. Machiavelli yeniden Roma gibi bir devlet kurulabileceğine inanmaktadır. Bunun için fırsatları yakalamayı ve kullanmayı bilen cesur, becerikli, zeki, yetenekli insanlardan ve yeterince korunan, vatansever bir yönetici sınıfa ihtiyaç olduğunu ileri sürer. *Böyle devletlerde hem aslanlar hem de tilkilerin varlığı gerekliliktir (Berlin, 2013: 8).* <sup>‡</sup>Hristiyanlık karşıtı olmasa da bu devlette Hristiyan ahlaki ile virtü<sup>§</sup> yan yana gelemezdi.

Berlin'i etkileyen diğer isimler de Vico ve Herder olmuştur. Vico'nun medeniyetleri bir silsile ve ilişkisel olarak görmesi, Berlin'i Alman düşünürü Johann Gottfried Herder'e yönlendirmiştir. Herder, ulusal kültürleri karşılaştırmış ve kültürleri kendine ait yaşantılarının kendine özgülüğünü irdelemiştir. Çoğu düşünür bu durumu ahlaki rölativizm olarak yorumlamış olsa da Berlin'e göre Herder ve Vico'nun ileri sürdüğü analizler sadece çoğulculuğu yansıtır. Her ikisi de bu nokrada çoğulculuk fikirlerini şekillendiren önemli düşünür olmuşlardır. Ancak Berlin Herder ve Vico'ya değinmeden ve çoğulculuk fikirlerini tam olarak açıklamadan önce "çoğulculuğun karşıtı" olarak gördüğü ütopyalara ele alır.

## BERLİN VE ÜTOPYALARIN REDDİ

Laurence Davis yazdığı bir makalede İsaiah Berlin'i karşı ütopycacı bir düşünür olarak tanımlamıştır. Ona göre hiçbir düşünür Berlin kadar karşı ütopycacı argümanları bu kadar ısrarla ve geniş bir entelektüel perspektifte kullanmamıştır. Berlin içeriği ne olursa olsun ütopyalara ve ütopycacılığı liberal-demokratik teoriye düşman bir düşünce tarzı olarak görmüştür. Berlin insan ilişkilerinde yer alan "mükemmellik" ve "mükemmel çözüm" görüşüne karşıdır. Bu sebeple de ütopyalar karşısında eleştireldir (Davis, 2007).

Berlin'e göre ütopyalar kavram olarak çoğu zaman iyi bir yaşam ideali olarak eşitlikçi ve barışçıl düzlemde kurgulanan "Dünyevi Cennet" olarak düşünülür. İnsanlar bu hayali kurguda mutlu bir düzen içerisinde hayatlarını idame ettirirler. Çoğulculuğun var olmadığı ütopyik düzenlerde iyimserlik ve mükemmel toplum arayışı, ahlaki, ruhsal ve hayal gücünün olmadığı bir topluma neden olmaktadır. Bu topluma ulaşabilmek adına sunulan nihai çözümler için ise her türlü kötülüğe kapı aralar. Lenin'in, Trocki'nin ve Mao'nun inancı da bu şekilde nihai çözümün

<sup>‡</sup> Yazar aslan ve tilki metaforunun yanında "kirpi ile tilki" metaforunu da kullanmıştır. Bu metaforda çok şey bilen tilki (Herodot, Aristoteles, Erasmus, William Shakespeare...) ve tek büyük bir şey bilen kirpi (Plato, Dante, Pascal, Hegel, Fyodor Dostoyevski, Friedrich Nietzsche..) metaforu ile Tolstoy ve insan bölünmüşlüğü anlatır. Bu çalışmanın başında da yazar açısından Tolstoy'un önemi vurgulanmıştı (Berlin, 2008).

<sup>§</sup> Virtu, devletin güvenliğini ve refahını güvenceye alacak her şeyi yapmak için hızlı ve etkili harekete geçme yeteneğidir. Hükümdara atfedilen bu erdemde yönetici eğer yalan söyleyecekse tilki rolüne girmelidir. Hükümdar kalıcı bir iktidar sağlamak istiyorsa dini değerler, dürüstlük gibi ahlaki değerleri de bir kenara alabilmelidir (Bostan, 2017).



kendilerinde olduğuna yönelik inançta saklıydı. Bu noktada hedefe ulaşılabilecekse seçim özgürlüğüne sahip olmamızın bir önemi yoktur. İstenilen ütopyik düzen için, yani gelecekte milyonlarca insanı mutlu edebilecek bir düzen için şimdide yüzbinlerce insan yok edilebilirdi. Gelecekte iyi düzende yaşayacak insanlar için şimdi büyük bedeller (gaz odaları, savaşlar, soykırımlar) ödenebilirdi.

*Dolayısıyla eğer haklıysam nihai çözüm kavramının yalnızca uygulanamaz olduğunu değil, bazı değerlerin birbiriyle çelişeceğini ve aynı zamanda tutarsız olduğu sonucuna varıyorum. Nihai bir çözüm olasılığının -Hitler'in zamanında bu sözlerin edindiği korkunç hissi unutsak bile- bir yanılma olduğu ve çok tehlikeli olduğu ortaya çıkıyor. Çünkü eğer biri gerçekten böyle bir çözümün mümkün olduğuna inanıyorsa, o zaman onu elde etmek için kesinlikle ona hiçbir maliyet çok yüksek gelmeyecektir: İnsanlığı sonsuza dek adil, mutlu, yaratıcı ve uyumlu kılmak için ödenemeyecek kadar yüksek bir bedel ne olabilir? Böyle bir omlet yapmak için kesinlikle kırılması gereken yumurta sayısında bir sınır yoktur. (Berlin, 2013: 15-16)*

İsaiah Berlin'in omlet ve yumurta metaforu ile vurguladığı ütopya düzeni planlanmış, ancak belirsiz bir geleceğe kapı aralar. Berlin bu açıdan Platonik ütopyaların karşısındadır. Ayrıca liberalizm tartışmalarında yer alan "Rawlsçı ütopya"yı da gerçekçi bulmaz. Berlin'in ütopyası diyebileceğimiz fikirler daha ziyade liberal fikirleri kapsayan, negatif değerlerin savunulduğu ve metafizik düşüncelere eleştirel olabilen entelektüel bir toplum düzeninde mümkün olabilir. Hurita'ya göre bu toplum, İngiliz toplumundan başkası değildir. Berlin totalitarizm karşıtlığından gelen Nazizm ve Stalinizmin ütopyik gelecek tahayyülleri yerine İngiltere toplumunun liberal değerlerini içeren bir tavır benimser. Hatta Berlin liberal değerlere öyle sıkıca tutunur ki Hurita'nın aktardığına göre "İngiltere dışında bir toplumda nefes bile alamaz" (Hurita, 2017: 14-15).

Kitabın çoğu bölümünde ütopya karşıtı düşüncelerini nakış nakış işlese de Berlin *The Decline of Utopian Ideas in the West* (Batı'da Ütopik Fikirlerin Düşüşü) bölümünde ütopya karşıtlığını derinlemesine açar. Mükemmel toplum fikri insanları sefaletin ve açgözlülüğün olmadığı ideal bir dünyaya yönlendiren eski bir rüyadır. Ütopyalar, gerçek dünyayı eleştirmek ve mevcut rejimleri kontrol edenleri ya da onlara fazla uysalca acı çekenleri utandırmak amacıyla kasıtlı olarak hiciv olarak inşa edilen kurgulardır. Ütopyaların çoğunun, belki de hepsinin temel özelliği, statik olmalarıdır. Ütopyalarda hiçbir şey değişmez, çünkü ütopyalar mükemmelliğe ulaşmıştır. Yeniliğe ve değişikliğe de gerek yoktur. Burada belirgin hedefler vardır ve hedefler yerine getirildiğinde insan doğası tamamen gerçekleşir.

*Ütopyaların çoğunun, belki de hepsinin temel özelliği, statik olmalarıdır. Onlarda hiçbir şey değişmez, çünkü onlar mükemmelliğe ulaşmıştır: yeniliğe ve değişikliğe gerek yoktur; hiç kimse, tamamen doğal insan isteklerinin yerine getirildiği bir durumu değiştirmek isteyemez (Berlin, 2013: 21).*

Durağanlık yanında ütopyalar, hep bir Altın çağ mitosuna yani, geçmiş günlerdeki mükemmel topluma vurgu yapar. Statik mükemmellikte -örneğin Platon'un *Devlet*'inde- her biri birbirine kenetlenmiş, uyumlu bir bütün oluşturan üç tür katı insan doğası ve birleşik üç sınıf hiyerarşisi vardır. Hiyerarşi ve düzen içerisinde yürüyen bu ütopyik kurgular şehir devletlerinin çökmeye başlamasından sonra -Zeno gibi- ortaya çıkmıştır. Ancak ütopyik kurguların saltanatı Hristiyanlık dini ile geriye itilmiştir. Çünkü Hristiyanlıkta dünyevi ütopyacı bir eğilimin bir önemi yoktur ve iyi bir kul olduğu takdirde zaten Tanrı krallığına gidilecektir. Bu nedenle dünyevi bir ütopyanın bir önemi yoktur.

Evren kırıklıdır ve mükemmel bütünün parçalarının bir araya gelebilmesi için de ıstıraplı bir çaba gereklidir. Bu, Avrupa düşüncesini var eden ve ütopyaların da temelini oluşturan bir fikirdir. Ütopya mükemmellik fikri için cansiperane savaşmıştır. Ancak Batı'da bu mükemmelliğe ulaştırılacak otoritenin kim olacağı konusunda çok az fikir birliğine varılmıştır.

Bazıları cevapların kutsal metinlerde olduğunu söylemiştir. Diğerleri de mantıksal ve matematiksel bir cevap aramışlardır. Bu arayış Rönesans ile birlikte ütopycaların canlanması sağlamıştır. Bu anlamda Rönesans'ın büyük ütopycalarından More'un *Utopia*'sı, Bacon'un *Yeni Atlantis* 'i ve Campanella'nın *Güneş Ülkesi*, tartışmalardan sonra Hristiyan ütopycasını canlandıran geniş Platoncu eserler olmuştur. 18. Yüzyılda bu ütopycacı itki devam etmiştir. Ancak doğadaki insanın temizliği ve saflığı üzerinden temellenen inanış; yani ütopycaları da etkileyen saflık imgesi olanın mutlu-vahşi fikri Amerika'nın keşfi sonrası değişmiştir. Amerika ormanlarında vahşi bir yaşam süren kabilelerin keşfedilmesi artık onları saflık imgesi ya da mutlu-vahşi olarak görülmesinden ziyade Batı uygarlığı tarafından sömürülmesine neden olmuştur.

Berlin, ütopycaların gelişimine yer verirken ütopyik düşünceye en büyük darbeyi kitabın ilk bölümünde de değindiği Machiavelli'nin vurduğunu ileri sürer. Kendisini de derinden etkileyen Machiavelli, sosyal ütopycalarda yer alan Hristiyanlığın ahlaki görüşü ile siyaset arasına bir ayırım getirir. Yöneticiler devletin ihtiyaçları hasıl olduğunda gerekirse pagan erdemleri olan cesaret, canlılık, güç gibi şeyleri de hiç şüphe etmeden yerine getirmelidir. Onun çalışmaları kilise tarafından ahlaksız olarak ilan edilmiş, dönemin Batı düşüncesinin merkezi akımını temsil eden ahlakçılar ve siyasi düşünürler tarafından ciddiye alınmamıştır. Machiavelli'nin önemi günümüzde ortaya çıkmıştır. O, fikirleri ile ütopyistlerin mükemmellik ideallerini darmadağın etmiştir. Kısaca ütopycaya düşüncesi ideal olanın peşindeki bir serüvenken Machiavelli bu düşünceleri darmadağın etmiştir. Dahası Machiavelli ütopycaya karşıtlığıyla evrenselci ideallerin de karşısına geçmiştir.

Berlin de çoğulculuk merkezinde günümüz üzerine bir analiz yürütürken evrenselciliği de eleştirir. Ona göre yukarıda Batı ahlakçıların koyduğu doğal yasalar ve teoriler ebedi, değişmez, tüm insanlar için aynı evrensel bir şeyi ifade etmektedir. Ancak ulus devletlerinin kaçırdığı bir şey vardı. Hiçbiri Romalı değildi: Onlar Franklar, Keltler ve İskandinavlardı. Eski zamanlardan bu yana kendilerine ait adetleri vardı. Roma Hukukunun söylediği şeyler artık ne Fransız için ne de Cermen için geçerliydi.

*Frenk savaşçılarının ve hatta onların soyundan gelenlerin ideal olarak tasarladıkları mükemmel toplum, eski ya da modern bir İtalyan ütopyik vizyonundan çok farklı olabilir ve bir Hintli, İsveçli ya da Türk'ünkünden tamamen farklı olabilir.* (Berlin, 2013: 34-35).

Yazarın belirttiği toplumların her biri farklı geleneklere, farklı karakterlere, farklı bakış açılara, kavramlara ve de farklı kökenlere sahip olmaları nedeniyle eşitlik perspektifiyle çizilmiş evrenselci perspektik yalnızca tarihsel ve politik olarak değil, mantıksal olarak da kusurları içinde barındırır. Evrensel kabuller Newton ve Galileo gibi devrim niteliğindeki keşifleri sonucunda ve dış dünya tek bir cosmos olarak görüldüğünde yani maddenin her hareketi ve konumu belirlendiğinde ortaya çıktı. Bu dönemde ilk defa kaotik bir gözlemsel veri yığınlarını tek, tutarlı ve kusursuz bir sistem halinde görmek ve düzenlemek mümkün hale geldi. Sonrasında ise "Neden aynı yöntemler insan meselelerine, ahlaka, siyasete, toplumun örgütlenmesine eşit başarı ile uygulanmasın?" (Berlin, 2013: 35) sorusu da peydah oldu.

Dönemin gelişmeleri ışığında insanın, diğer organizmalar ve canlı madde biçimleri gibi gözlemlenebilen, analiz edilebilen, test edilebilen bir doğaya sahip olduğunu varsaymak kesinlikle mantıklı görülmüştü. Çünkü toplum için yapılacak icatlar ve ilerleme yoluyla mükemmel olmasa da, rasyonel ve bilimsel bilgi temelli yaşanabilir bir toplum yaratılabilirdi. Bu aynı zamanda Fransız Aydınlanmasının da temel doktriniydi. Ancak bu evrenselci düşünceye ilk tepki Almanlar tarafından gelmiştir. Berlin'e göre bu dönemde Almanya sanat, yaşam ve düşüncede çok taşralı kalmış ve bu durum onların dışarıya tepkili olmalarına neden olmuştur. En sonunda Almanların yaralı bilinçleri beraberinde saldırgan bir tutum getirmiştir. Bu geride kalmış toplumların verdiği yaygın bir tepkidir. Herder tam bu noktada karşımıza çıkar. Berlin'e göre

Herder değerlerin evrensel olmadığını savunur. Her insan toplumu, her halkı, hatta her çağ ve medeniyetin kendine özgü ideallere, standartlara, yaşam tarzına, düşünce ve eyleme sahip olduğunu ileri sürmüştür. Bir kültürü diğerinin standartlarına göre yargılamak ise başarısızlığa neden olur. Her kültürün kendi içinde ve kendileri için kavranması gereken kendine özgül nitelikleri vardır.

*Eğer bu değerler yaratılmamış değil de benim kültürüm veya benim milletim veyahut benim sınıfım tarafından üretilmişse, sizin kültürünüz, milletiniz, sınıfınız tarafından üretilen değerlerden farklı olacaktır; Burada yaratılanlar evrensel değildirler ve çatışabilirler. Almanların ürettiği değerler Portekizlilerin ürettiği değerlerden farklıysa, eski Yunanlıların ürettiği değerler modern Fransızlarınkinden farklıysa o zaman Sofistler, Montesquieu veya Hume tarafından dile getirilenlerden daha derin bir rölativizm, tek ahlaki ve entelektüel evreni yok edecektir. (Berlin, 2013: 45)*

Herder'in kültür analizi, Macheavelli'nin siyaset ve ahlak analizi ile "politik alan, evrensel olmayan doğrular ve toplumun ahlakı" tartışmaları Berlin'i doğrudan etkileyen politik fikirler olmuştur. Berlin'in başından beri vurguladığı mesele tüm gerçek değerlerin değişmez, zamansız ve evrensel olduğu şeklindeki Batı temelli varsayımın gözden geçirilmeye muhtaç olduğudur. Bir fikir bu kadar şiddetli bir şekilde gözden geçirilmeye ihtiyaç duyuyorsa o zaman mükemmel bir toplum fikrinde kökten yanlış bir şeyler var demektir. Yazarın ütopya eleştirisinin genel çizgisi bu eleştirelilik içerisinde. Yani Kantın sözünde bahsedildiği gibi insanların yeterince akıllı, becerikli veya erdemli olmadıkları için, yani kusurlu oldukları için böyle bir topluma ulaşamayacağı fikridir. Tek ve mükemmel bir toplum fikri kendi içinde kendi içinde çelişkilidir. Çünkü Almanların Valhalla'sı Fransızların gelecekteki yaşam idealinden zorunlu olarak farklıdır. Ya da Müslümanların cenneti ile Yahudilerin veya Hıristiyanların cenneti de aynı değildir. Bir Fransız'ın uyumlu bir doyuma ulaşacağı bir toplum, bir Alman için boğucu olabilecek bir toplum olabilir.

Tüm insanlık için geçerli olan ortak iyi kavramı, büyük bir hataya dayanmaktadır. Matematiksel doğruların ve ahlaki veya estetik değerlerin mükemmel bir uyum oluşturduğu; yok edilemez mantıksal bağlantılar tarafından garanti edilen; değişim ve görünüm dünyasından etkilenmeyen; göksel, kristal bir kürenin var olduğu fikri artık terk edilmiş veya en iyi ihtimalle artık göz ardı edilmiştir (Berlin, 2013: 46-47). Berlin ütopyalari renkten, yaşamdan, sanattan yoksun, gri bir ceset gibi görür. Ütopyalar tüm çeşitliliği ezmektir. Tekdüzelik vardır ütopyalarda. Ütopyalar yerine farklı insan gruplarının farklı özlemleri arasında zorunlu olarak kurulacak istikrarsız bir denge, çeşitliliğin kısıtlandığı düzen ütopyalarına yeğdir. En nihayetinde insanların birbirlerine çok fazla zarar vermesini önleyen liberal bir vaaz her insan grubuna kendi kendine özgü, benzersiz, özel amaçlarını gerçekleştirme için yeterli alan verir.

*Aldous Huxley, Orwell ya da Zamyatin'in (1920'lerin başlarında Rusya'da) karşı gelişleri -ve anti-ütopyalari- insanlar arasındaki farklılıkların mümkün olduğunca ortadan kaldırıldığı sürtüşmesiz bir toplumun korkunç bir resmini çizer. Kısacası, hayatın akışı – vahşice tekdüzelige indirgenir, tekçi bir teori, mükemmel, statik bir düzen rüyası adına insanları inciten, sakatlayan ve ezerek sona eren sosyal ve politik bir deli gömleğine sıkıştırılır. Bu, Tocqueville ve J. S. Mill'in insanlık üzerine ilerlediğini hissettikleri tek biçimli despotizme karşı protestonun kalbidir (Berlin, 2013: 47).*

Ütopyalardaki tek düzelik sorunu çoğulcu bir liberal vaaz yanında kültürün ve tarihin de anlaşılmasıyla aşılabilir. Berlin, *Giambattista Vico and Cultural History* (Giambattista Vico ve Kültür Tarihi) bölümünde tarih incelemelerinin önemine ve kültürel tartışmalara bu nedenle değinir. Çünkü tarih ve kültür üzerinden her topluma özgü çoğulcu analizler anlaşılabilir. İnsanlar uzun zamandır kendi geçmişlerini araştırmaktadır. Nietzsche bir denemesinde bunun nedenini gurur ve kabilenin, ulusun, ırkın, sınıfın vs. yüceltilme arzusunun geldiğini yazar. Leibniz de bu çerçevede tarihi bir "ahlak okulu", Joseph de Maistre'de "siyaset okulu" olarak görür. Bazılarına

göre de göre tarih, insan başarısının zirvesine, ardından çöküşe götüren döngüsel bir süreçtir ve ardından bu tüm süreç yeniden başlar. İlk defa İtalyan Rönesans'ının Antik Yunana odaklanması daha sonraları farklı toplumların kendilerine geçmişte farklı odak noktaları bulmaları ile devam eder. Yine Ortaçağın karanlığından çıkıp geçmişteki Roma ve Yunanistan ihtişamına kavuşma fikri de bu dönemde filizlenir. Berlin'e göre geçmişten bugüne değin hep uyumlu toplumlar istenir. Aristoteles bile karakterdeki farklılıkları yadsımasa da bunu erdem olarak değil, değişmez insan doğasının bir parçası olarak görür. Her bir arayışta bir ulusal ve evrensel harmoniden bahsedilir. Her şeyin nihai uyumla ulaşılacak çözümden geçen anlayışlarda ise çeşitliliğe izin verilmez. Çeşitliliği ve kültür kavramını ise daha derinden kavrayabilmemiz için Vico'ya değinmemiz gerekir.

Vico, hem modern kültür kavramının hem de kültürel çoğulculuk diyebileceğimiz fikirlerin gerçek babasıdır. Ona göre her otantik kültürün kendine özgü bir vizyonu, kendi değer ölçüğü vardır. Vico, insanların kendi çağları ya da kültürleri içinde hapsediklerini varsaymamıştır. İnsanların penceresiz bir kutuya yalıtıldıklarını ve sonuç olarak değerleri onlarınkinden çok farklı olabilen ve onların kendilerinden çok farklı olabilecek diğer toplumları ve dönemleri anlamaktan aciz olmadıklarını düşünmüştür. İnsanlar birbirlerini anlayabilirdi. Vico mitlerin, törenlerin, yasaların, sanatsal imgelerin 'çözümlemesi' ile kültür tarihi anlayışına açtığı kapıyı insanlığın en büyük başarısı olarak gördü. Marx bile onu toplumsal evrim üzerine dahiyane bir yazar olduğunu söyler.

*...Mitlerin, törenlerin, yasaların, sanatsal imgelerin 'çözümlemesi' ile kültür tarihi anlayışına açtığı kapıyı en büyük başarısı olarak gördü. Karl Marx'ın Lassalle'e yazdığı iyi bilinen bir mektupta, Vico'nun toplumsal evrim üzerine bir yazar olarak dahiyane anları olduğunu söylemesine şaşmamalı. (Berlin, 2013: 65).*

Vico'nun geçmişi yeniden inşa etme yönteminin en ilginç doğal sonuçlarından biri kültürel çoğulculuğa kapı aralamasıdır. Kültürel çoğulculuk fikri hakikatin, adaletin, özgürlüğün, mutluluğun, erdemin en mükemmel biçimlerinde birleştiği daimi mükemmel toplum fikrinin yalnızca "ütopik" değil, aynı zamanda özünde tutarsız olduğunu gösterir. Thomas More'dan Mably'e, Saint-Simon'dan, Fourier'e, Owen'a ve onların takipçilerine kadar modern zamanların en ünlü ütopycacılarının mükemmel toplum düşünceleri aslında bizlere durağanlığı öğütler. Böylece, doğanın ve tarihin dayattığı sınırlar içinde, birbirine rakip, birbiriyle uyuşmayan amaçlar arasında özgürce seçim yapabilen, kendi kendini dönüştüren varlıklar olarak insanların karakterini de görmezden gelirler.

Berlin'in kültür ve tarih temelli çoğulculuk fikri rölativizm sorununu da beraberinde getirir. Yazar Herder ve Vico'nun rölativist olduğu tezine karşı *Alleged Relativism in Eighteenth-Century European Thought* (Onsekizinci Yüzyıl Avrupa Düşüncesinde İddia Edilen Rölativizm) Berlin farklı bir argüman sunmuştur. İkisinin de her toplumu kendi değerleri ile karşılaştırılması gerektiği düşüncesi onların rölativist olarak algılanmasına neden olsa da bu fikir başlarda kendisinin de düştüğü yaygın bir hatadır. Berlin'e göre kültüre bağlı sorunlar ilk defa on dokuzuncu yüzyılda Alman düşünürler Weber, Rickert, Simmer tarafından tartışılmıştır. Gerçek rölativizm bu yazarlar ve sonraki kaynaklar yani Alman Romantik irrasyonalizmi, Schopenhauer ve Nietzsche'nin metafiziği ile ortaya çıkmıştır. Ancak on sekizinci yüzyılda herhangi bir rölativizm tartışması yoktur. Bu yüzden Vico ve Herder'in analizlerini rölativizm üzerinden okunmamalıdır. Berlin rölativizm yerine Herder ve Vico'nun doktrinlerini çoğulculuk üzerinden ele alır. Vico ve Herder bize, geçmiş kültürleri kendi uygarlığımızın ölçüm çubuklarıyla yargılamamamızı ve de Vico'nun ulusal ya da felsefi kibir diye saldırdığı şeylerin etkisi altında anakronizmler yapmamamız gerektiğini belirtir. Vico ve Herder kendi kültürümüzün sınırlılıkları ve de bazı kültürel rölativistlerin bizleri koymak istedikleri kutuda kalmamamız gerektiğini de ileri sürer.

## AYDINLANMA İÇERİSİNDE DOĞAN FAŞİZM VE JOSEPH DE MAİSTRE

Berlin kendi fikir telakkisi içinde toplumu çoğulculuk üzerinden ele alırken, tekdüze ütopyalara ve ütopyik fikirlere sert biçimde karşı çıkar. Ancak bugünün toplumunu anlamak istiyorsak aydınlanmanın merkezinde yani Batıda doğan Faşizmi açıklamak; Faşizmi açıklamak istiyorsak da Faşist ve Aydınlanma karşıtı fikirlerinin temellerinden biri olan Joseph de Maistre'yi detaylı ele almamız gerekir. Bu amaçla tarih yazımını biraz diğer taraftan bakarak analiz etmeliyiz. Bize şu zamana kadar hep Fransız devriminin sonuçları ve savunucuları üzerinden analizler sunuldu. Ancak hiçbir zaman Fransız devrimi sırasında ona karşıt olan ve eski düzen yanlılarının düşünceleri yansıtılmamıştır. Berlin Maistre analiziyle Fransız devrimini karşıtı üzerinden, Faşizm üzerinden açıklamaya çalışmış ve bu nedenle *Joseph de Maistre and the Origins of Fascism* (Joseph de Maistre ve Faşizmin Kökenleri) bölümünde uzunca Maistre'ye değinmiştir. Bu bölüm kitabın aynı zamanda en fazla hacme sahip bölümüdür.

Berlin, Maistre'yi oldukça sade ve anlaşılır bir tarihçi olarak görür. Maistre kendi döneminin kalıplarına uymayan bir kişidir. O romantik ruhtan nefret ederdi. O, karamsar Alman ruhunun tam antitezi olan berrak Latin ruhunun vücut bulmuş haliydi. Din ve sanatın, tarih ve mitolojinin, sosyal doktrin, metafizik ve mantığın birbirine karıştığı bir toplumda sınıflandırır, ayırım yapar ve ayırımlarına katı ve tutarlı bir şekilde yapışırdı.

*Rasyonalizme ve ampirizme, liberalizme, teknokrasiye ve eşitlikçi demokrasiye eşit derecede karşı çıkan, laikliğe düşman.... güçlü, geriye dönük bir figür. Şiddetli bir mutlakiyetçi, öfkeli bir teokrat, uzlaşmaz bir meşruiyetçi, Papa, Kral ve Cellat'tan oluşan korkunç bir üçlünün havarisi, her zaman ve her yerde en sert, en dar, en katı dogmatizmin savunucusu, Orta Çağ'ın karanlık bir figürü, kısmen bilgili doktor, kısmen sorgulayıcı, kısmen cellat.* (Berlin, 2013: 98).

On sekizinci yüzyıl fikir adamları iyimserliğe haizdi ve iyi hazırlanmış yasalarla toplumda uyum olacağına inanıyorlardı. Maistre de bu idealize edilmiş temel insan doğası anlayışının yerine, tarihin, zoolojinin ve ortak gözlemin ampirik gerçeklerine başvurmuştur. İlerleme, özgürlük ve insan mükemmelliği ideallerinin yerine, inanç ve gelenek yoluyla kurtuluşu vaaz etmiştir. On sekizinci yüzyıl rasyonalizmine, büyük devrimcilerin hoşgörüsüzlüğü ve tutkusu, gücü ve zevkiyle saldırmıştır. Maistre, Alman irrasyonalizminin ve feodalizminin babalarıyla aynı fikirde olmuştur.

Maistre, gerici fikirlerini fanatikçe savunmuş ve devrim karşıtlığı tarafını seçmiştir. Ona göre halkın bir çocuk gibi her şeyden önce bir koruyucuya, sadık bir akıl hocasına, hem özel hayatını hem de mülkünün kullanımını kontrol edecek bir ruhani yöneticiye ihtiyacı vardır. Halk yaşamlarını bu katı hiyerarşinin devamına adanmalıdır. Savaş, işkence, ıstırap insanın kaçınılmaz kaderidir ve insanlar ellerinden geldiğince onlara katlanmak zorundadır. Atanmış efendileri, yaratıcıları tarafından kendilerine verilen görevi, kuralları acımasızca dayatarak -kendilerini esirgmeden- ve aynı şekilde düşmanı acımasızca yok ederek yapmalıdırlar. Buradaki düşmanlar ise protestanlar, deistler ve ateistler, Masonlar ve Yahudiler, bilim adamları ve demokratlar, Jakobenler, liberaller, faydacıları, din karşıtları, eşitlikçiler, mükemmeliyetçiler, materyalistler, idealistler, avukatlar, gazetecilerdir.

*Bireysel özgürlüğe veya toplumun rasyonel örgütlenmesine inananlar, reformcular ve devrimciler: bunlar yerleşik düzenin düşmanıdır ve ne pahasına olursa olsun kökünden sökülmeleri gerekir.* (Berlin, 2013: 121). Bütün entelektüeller kötüdür ama en tehlikelileri doğa bilimcileridir. Edebiyatın bile fazlası tehlikelidir. Bilimsel bakış da sonunda ateizme yol açar. Berlin'in Maistre'yi bu kadar uzunca analiz etmesinin nedeni Maistre'nin tarihsel analiz kisvesi altında görselleştirdiği totaliter toplumun bu şekilde gerçek olmasıdır. Yirminci yüzyılda

ortaya çıkan totaliter rejimleri anlamak istiyorsak Maistre'yi de anlamamız gerekir. Yazar bu bölüme ek olarak sonraki bölümde de Meistre'den Fransızca aslı ile birlikte doğrudan onun metnini alıntılamıştır.

Faşizm tartışmalarını sonraki bölüm olan *European Unity and Its Vicissitudes* (Avrupa Birliği ve Değişimleri) bölümünde de değinmiştir. Bölüme kendi dönemimizin ne kadar şiddet dolu ve acımasız olduğunu ileri sürerek girmiştir. Faşizm örneğini tartışmaya girer. İnsanların benzersiz olduğunu düşündüğü faşist idealler sonrasında milliyetçiliğe de bulaşmıştır. Uzlaşmazlıklarla örülü milliyetçilik kırıntılarında tek çözüm savaş gibi duruyor. Bu noktada romantizme de değinmek gerekir.

Yazar sonraki bölümde *The Apotheosis of the Romantic Will The Revolt against the Myth of an Ideal World*- ise yine ideal dünya ve ütopya mite karşı eleştirel duruşunu sürdürmüştür. Berlin son bölümde ise milliyetçiliğin yükselişini irdelerken, günümüz muhalif gençlerinin hareketlerindeki evrenselci anlayış karşısında oluşlarını ele almıştır. Muhalif gençler üniversitelere, entelektüel faaliyetlere ve örgün eğitime saldırmaktadır. Onlar makineleştiklerini düşünüyorlar. Ancak Berlin'e göre gençlerin yaptığı Kantçı mutlakietçiliktir. Küresel olanın bireyin yıkıcı etkisine vurgu yapıyorlar. Berlin'e göre bu bilimsel rasyonalizmin zaferidir. Çünkü bu garip paradoks bir boyunduruğu göstermiş ve sonunda insani bir haykırış uyandırmıştır.

Yazar ek bölümünde ise ikinci edisyona özel bir bölüm olan "Russell's History of Philosophy Review of Bertrand Russell, A History of Western Philosophy, Mind 56 no. 222 (April 1947), 151-66" eklemiştir. Bu bölümde Berlin bizim yapmaya çalıştığımız gibi bir kitap incelemesi sunmaya girişmiştir.

## KAYNAKÇA

Berlin, I. (2008). *Kirpi ile Tilki: Seçme Makaleler*. (Z. Mertoğlu, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Berlin, I. (2013). *The Crooked Timber of Humanity: Chapters in the History of Ideas - Second Edition*. (H. Hardy, Dü.) Oxford: Princeton University Press.

Bostan, S. (2017). *Makyavel Fortuna ve Virtü*. Politika Okulu: <https://politikaokulu.com/2017/07/03/makyavel-fortuna-ve-virtu/> adresinden alındı

Davis, L. (2007). Isaiah Berlin, William Morris, and the politics of Utopia. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 3(2-3), 56-86.

ELL. (2014). *What does crooked timber mean?* English Language Learners: <https://ell.stackexchange.com/questions/26895/what-does-crooked-timber-mean> adresinden alındı

Hurita, K. (2017). An 'anti-utopian age?': Isaiah Berlin's England, Hannah Arendt's America, and utopian thinking in dark times. *Journal of Political Ideologies*, 22(1), 12-29.

## EXTENDED SUMMARY

The title of the book was inspired by Kant's quote "Out of the crooked timber of humanity, no straight thing was ever made". In this sentence, Kant tried to emphasize that the pursuit of perfection is unnecessary. Isaiah Berlin also adopted Kant's ideas that perfection is not possible. The book can be seen as a critique of excellence in its general sense. However, the author realizes this claim with a deeper analysis. In the first chapter of the book, "In Search of the Ideal", the

author begins by analyzing his century, the twentieth century. According to the author, two factors define the twentieth century. The first is the immense development of technology, and the other is the tyranny of the right and left that changed the life of humanity.

A person who lived in the nineteenth century would never have imagined that the twentieth century would be like this. A person who lived in the nineteenth century could have a more positive outlook on life. Looking from today, the next two hundred and three hundred years will be the same. For this reason, he states that political philosophy is important. Everything that drives our lives must be examined with intellectual criticism. Because only barbarians live an unexamined life. Only barbarians do not scrutinize where they came from, where they are and where they are going. The author gives an example from himself and states that he spent forty years of his life clarifying himself. The author transfers the ability to be critical to the readers before making a perfection criticism.

The history of philosophy is about transforming the society in which people live. The common point of all these perspectives was that basic solutions exist, that they can be discovered and that, with enough dedication, they can be realized in the world, we can transform societies. These debates have also opened the door to the question of whether the human being, who has come from Ancient Greece, is free or whether freedom is an illusion. While thinkers like Socrates opened the door to outside interference, Plato believed in giving the intellectually better equipped people the power to rule over others by allocating a larger role to the elite.