

# ÇATAL

E ISSN 2548 0588

ISSN 2548 0537

Uluslararası Turizm ve Sosyal  
Araştırmalar Dergisi  
International Journal of Tourism  
and Social Research

# HÖYÜK

Yıl 7 Sayı 9  
Aralık 2022



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
TURİZM FAKÜLTESİ

**SAHİBİ**

Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı

Prof. Dr. Onur KÖKSAL

**EDİTÖR**

Prof. Dr. Mete SEZGİN

**EDİTÖR YARDIMCILARI**

Doç. Dr. Alper ATEŞ

Doç. Dr. Semih BÜYÜKİPEKÇİ

**YAYIN VE DANIŞMA KURULU**

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Anisoara Popa (Galati Danubius Üniversitesi/Romanya), Prof. Dr. Azize TUNÇ (Gazi Üniversitesi), Prof. Dr. Benjamin FORTNA (Arizona Üniversitesi/ABD), Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi), Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi), Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN (Arel Üniversitesi), Prof. Dr. Erkan SAĞLIK (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi), Prof. Dr. Fatma ARSLAN (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Prof. Dr. İbrahim YILMAZ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi), Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi), Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA (Kayseri Üniversitesi), Prof. Dr. Kutay OKTAY (Kastamonu Üniversitesi), Doç. Dr. Lütfi Atay (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi), Prof. Dr. Medet YOLAL (Anadolu Üniversitesi), Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK (Anadolu Üniversitesi), Prof. Dr. Mete SEZGİN (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY (Balıkesir Üniversitesi), Prof. Dr. Orhan İÇÖZ (Yaşar Üniversitesi), Prof. Dr. Rainer CZİCHON (Berlin Freie Üniversitesi/Almanya), Prof. Dr. Ramazan Pars ŞAHBAZ (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi), Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Şule AYDIN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi), Prof. Dr. Thomas Drew-BEAR (Lyon Üniversitesi/Fransa), Doç. Dr. Alper ATEŞ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi), Doç. Dr. Aziz Gökhan ÖZKOÇ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi), Doç. Dr. Beyza ERER (Adnan Menderes Üniversitesi), Doç. Dr. Erkan AKGÖZ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. F. Atıl BİLGE (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Gökhan AYAZLAR (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi), Doç. Dr. Gül

ERKOL BAYRAM (Sinop Üniversitesi), Doç. Dr. Halil AKMEŞE (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTİK (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi), Doç. Dr. İbrahim Çetin (Akdeniz Üniversitesi), Doç. Dr. İlkey TAŞ GÜRİSOY (Dokuz Eylül Üniversitesi), Doç. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN (Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi), Doç. Dr. Kaplan UĞURLU (Kırklareli Üniversitesi), Doç. Dr. Mehmet SAĞIR (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Menekşe CÖMERT (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi), Doç. Dr. Murat BAYRAM (Pamukkale Üniversitesi), Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Ömür Hakan KUZU (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Özgür YAYLA (Akdeniz Üniversitesi), Doç. Dr. Ramazan GÖRAL (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Seda ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi), Doç. Dr. Semih BÜYÜKİPEKÇİ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Sibel ÖNÇEL (Anadolu Üniversitesi), Doç. Dr. Ümit SORMAZ (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Üzeyir KEMENT (Bingöl Üniversitesi), Doç. Dr. Yasin BİLİM (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Yılmaz SEÇİM (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Dr. Öğr. Üyesi Göksel Kemal GİRĞİN (Balıkesir Üniversitesi), Dr. Öğr. Üyesi Julia K. Haba OSCA (Valencia Üniversitesi/İspanya), Dr. Öğr. Üyesi Nihat DEMİRTAŞ (İskenderun Teknik Üniversitesi) Dr. Öğr. Üyesi Yeliz PEKERŞEN (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi), Dr. Öğr. Üyesi Yüksel GÜRİSOY (Selçuk Üniversitesi)

#### **SEKRETERYA**

Arş. Gör. Eren YALÇIN (Selçuk Üniversitesi)  
Arş. Gör. Hasan Suat AKSU (Selçuk Üniversitesi)

#### **KAPAK TASARIM**

Öğr. Gör. Halil SUNAR (Giresun Üniversitesi)

2022

Yıl: 7

Sayı: 9

### TARANILAN İNDEKS VE VERİ TABANLARI

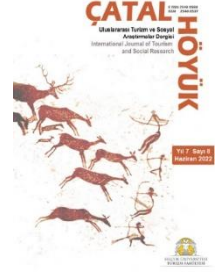
	<b>ICI Journals Master List</b> <a href="https://journals.indexcopernicus.com/">https://journals.indexcopernicus.com/</a>
	<b>Index Copernicus</b> <a href="https://journals.indexcopernicus.com/">https://journals.indexcopernicus.com/</a>
	<b>Index of Academic Documents (IAD)</b> <a href="http://openaccess.izmirakademi.org">http://openaccess.izmirakademi.org</a>
	<b>Eurasian Scientific Journal Index</b> <a href="http://esjindex.org/">http://esjindex.org/</a>
	<b>Cite Factor</b> <a href="https://www.citefactor.org/">https://www.citefactor.org/</a>
	<b>Asos Indeks</b> <a href="https://asosindex.com.tr/">https://asosindex.com.tr/</a>
	<b>ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources</b> <a href="https://road.issn.org/">https://road.issn.org/</a>
	<b>Türkiye Turizm Dizini</b> <a href="http://www.turizmdizini.com/p/dergiler.html">http://www.turizmdizini.com/p/dergiler.html</a>



SELÇUK  
ÜNİVERSİTESİ

## Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

E-ISSN: 2548 0588  
ISSN: 2548 0537



2022

Yıl: 7

Sayı: 9

### İçindekiler

- Anıtkabir'i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin İç Turizm Talebine Etkisinin Hüzün Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi** (Evaluation of Effect to the Domestic Tourism Demand of Local Tourists Visiting Anıtkabir within the Scope of Dark Tourism)  
*Fahrettin Atıl BİLGE, Tuğçe KÜÇÜKKARACA* .....1-16
- Classification of Tourism SMEs** (Turizm KOBİ'lerinin Sınıflandırılması)  
*Yakup ERDOĞAN*.....17-27
- Türk Bankacılık Sektörünün Konaklama Şirketlerine Sunduğu Kredilerin Analizi** (Analysis of Loans Offered to Accommodation Companies by the Turkish Banking Sector)  
*Erdinç KARADENİZ, Emre HIDIR* .....28-43
- Sponsorluk Aracılığıyla İmaj Oluşturmak: Modeller Bağlamında Bir Değerlendirme** (Creating An Image Through Sponsorship: An Evaluation in the Context of Models)  
*Kahraman Kağan KAYA, Şevval KARABACAK*.....44-53
- Rekreatif Amaçlı Tenis Oynayan Bireylerde Akış Deneyimi ve Serbest Zaman İlgilenimi** (Flow Experience and Leisure Time Connectedness in Individuals Playing Recreational Tennis)  
*Mehmet DEMİREL, Fatih VAROL, Mustafa Sabır BOZOĞLU, Alper KAYA, Hasan Suat AKSU* .....54-66
- Sanat Sineması Bağlamında Sarmaşık Filminin Analizi** (An Analysis of The Sarmaşık Film in the Context of Art Cinema)  
*Muhammed Göktuğ SEZGİN* .....67-74
- Duygusal Zekâ ve İş Yeri Mutluluğu Arasındaki İlişkide İş Özerkliğinin Rolü** (The Role of Work Autonomy in the Relationship Between Emotional Intelligence and Workplace Happiness)  
*Ebru DEMİREL, Beyza ERER* .....75-86
- İdari Para Cezası ve İdari Para Cezasının Belirlenmesi** (Administrative Fine and Determination of Administrative Fine)  
*Berrin AKBULUT* .....87-99
- Toplu İş Hukukunda İşyeri Sendika Temsilcisinin Feshe Karşı Korunması** (Protection of The Workplace Union Representative Against Termination in Collective Labor Law)  
*Nezihe Binnur TULUKCU* .....100-109

**Turizm Sektöründe Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Kavramı** (Local People's Quality of Life Concept in Tourism Sector)

*Hüseyin KELEŞ, Halil AKMEŞE* .....110-125

**Dönüşen; Demokratikleşemeyen Kamusal Alan** (Transforming; Non-Democratic Public Sphere)

*Dilek TERZİOĞLU* .....126-134



# ANITKABİR'İ ZİYARET EDEN YERLİ TURİSTLERİN İÇ TURİZM TALEBİNE ETKİSİNİN HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>

## *Evaluation of Effect to the Domestic Tourism Demand of Local Tourists Visiting Anıtkabir within the Scope of Dark Tourism*

Fahrettin Atıl BİLGE\*

Tuğçe KÜÇÜKKARACA\*\*

### ÖZ

Tüm Dünya’da olduğu gibi ülkemizde de turist ihtiyaç ve beklentileri sürekli değişim halindedir. Bunun sonucunda turistler deniz-kum-güneş haricinde tabiata, kültürel mirasa ve gelenekleri doğrultusundaki diğer alanlara da duyarlı hale gelmeye başlamışlardır. Böylece “özel ilgi turizmi” son yıllarda ön plana çıkmaya başlamıştır.

Özel ilgi turizmini içerisinde yer alan hüzün turizmi; tarihteki önemli kişilerin ölümü, felaketle sonuçlanan doğa olaylar, kişiler üzerinde yaşanmış trajedik olaylar ve savaş alanlarını görme arzusu, geçmiş yaşama hissiyatı tarihi destinasyonlara olan ilgi ve merak duygusu ile ifade edilmektedir. Seyahat gereksinimi uyandıran hüzün turizmi bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, hüzün turizmi ile alakalı yerli ve yabancı literatür çalışmaları taranarak dünya genelinde ve ülkemizde yapılan araştırmaların kavramsal çerçeveleri incelenmiştir. Dünya da ve ülkemizde hüzün turizmi destinasyonlarına yer verilerek, ülkemizdeki hüzün turizmi potansiyelini ön plana çıkarmak hedeflenmiştir.

Bu çalışmanın hedefi; seyahat motivasyonu olarak hüzün turizmi ve hüzün turizminin itici-çekici faktörlerinin destinasyon üzerindeki etkisini incelemektir.

Çalışmanın uygulama kısmında ise asker devlet adamı ve Türkiye Cumhuriyeti kurucusu olan Mustafa Kemal ATATÜRK’ ün kabri “Anıtkabir” hüzün turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Anıtkabir’in mimarisi, içinde bulunan tarihi eserleri, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluş felsefesi ve gelecek nesillere olan mesajları da yine hüzün turizmi kapsamında analize dâhil edilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Türkiye’de Hüzün Turizmi, Hüzün Turizminde Anıtkabir, Hüzün Turizminde Yerli Turizmin Etkisi

### ABSTRACT

As in the whole world, tourist needs and expectations are constantly changing in our country. As a result, tourists have begun to become sensitive to nature, cultural heritage and other areas in line with their traditions, apart from sea-sand-sun. Thus, "special interest tourism" has started to come to the fore in recent years.

Sadness tourism, which is included in special interest tourism; The death of important people in history, natural events that resulted in disaster, the tragic events experienced on people and the desire to see the battlefields, the feeling of living in the past are expressed with the interest and curiosity of historical destinations. The sadness tourism, which creates the need for travel, is the subject of this study. In this study, the conceptual frameworks of the studies conducted around the world and in our country were examined by scanning domestic and foreign literature studies related to blues tourism. It is aimed to highlight the potential of blues tourism in our country by including dark tourism destinations in the world and in our country.

The aim of this study; The aim of this study is to examine the effect of the push-pull factors of sadness tourism and sadness tourism on the destination.

<sup>1</sup> Bu çalışma 2022 yılında kabul edilen “Anıtkabir’i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin İç Turizm Talebine Etkisinin Hüzün Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi” isimli yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır.

\* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye. abilge@selcuk.edu.tr., Orcid: 0000-0002-5084-6480

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye. tugcekaraca@icloud.com., Orcid: 0000-0002-4765-9772

In the application part of the study, the grave of Mustafa Kemal ATATÜRK, a military statesman and the founder of the Turkish Republic, was evaluated within the scope of "Anıtkabir" sadness tourism. The architecture of Anıtkabir, its historical artifacts, the founding philosophy of the Republic of Turkey and its messages to future generations are also included in the analysis within the scope of sadness tourism.

**Keywords:** Sadness Tourism in Turkey, Anıtkabir in Sadness Tourism, The Effect of Domestic Tourism in Sadness Tourism

## GİRİŞ

Turizm sektörü küreselleşme ve teknolojideki gelişmeler doğrultusunda katılım sayısı hızla artan bir sektördür ve turizm sektörü tüm ülkelerin ekonomisinde oldukça önem arz ederek öncelikli bir sektör olma özelliğinde büyük bir rol oynamaktadır. Büyük yatırımlar ve harcamalar yapılan turizm sektörü özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri açısından ciddi bir yere sahiptir. Ülkeler dünya pazarındaki sektörden payını alabilmek için gündemi sıcak tutma amacıyla stratejiler geliştirerek geleceğe dönük yatırımlar yaparak turistlerin turizme olan ilgi odağını aktif tutmayı hedeflemektedir. İnsanları bilinçlendirerek ve kitle turizminin yerine turizm çeşitliliği sağlayarak çevreyi ve o bölgenin kültürünü konu edinen turizm çeşitlerinin sunulması sonucunda yeni turizm türlerinin çeşitliliğine ihtiyaç duyulmaktadır.

Her geçen gün ihtiyaçların ve eğlence anlayışının değiştiği bu çağla birlikte değişime ayak uydurmak ve bireylere ayrıcalıklar sunmak hedeflenerek, seyahat kültürünü geliştirerek bireylere yeni kültürel değerler katan faaliyetlere adımlar atılmaktadır. Turizm sektörünün geçmişten günümüze kadar hızla büyüdüğünü göz önüne alan turizm endüstrisi, kitle turizminin dışında kişilere özel turizm çeşitlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmanın konusu olan özel ilgi turizmi kapsamında giren hüzün turizmi, hüzün turizminin çeşitleri ve buna yönelik destinasyonları oluşturmaktadır. Hüzün turizminin temelinde; trajedik ölümlerin yaşandığı, savaş alanları, tarihte ismi geçen liderlerin ölümü, doğal afetler sonucunda yaşanan kayıplar, suç ve cezaların işlendiği yerler konu almakta olup bu destinasyonlara yönelik yapılan seyahatleri kapsamaktadır.

Tarih boyunca insanlar; geçmişe olan ilgisinden doğan merakla ya da tarihi etkileyen savaş mekânlarını görme arzusuyla, doğal afetlerin yaşandığı şehirleri, tarihteki liderlerin evlerini veya kabirlerini, ölüm olaylarının yaşandığı yerlerin atmosferini ve kalan materyalleri görmek için seyahat etmektedirler. Bu tür seyahatlerin bireyler üzerindeki etkisi; geçmişten gelen ve geleceğe yön veren köprüyü koruma duygusu ile gelecek nesillere geçmişte yaşanan olayları görsel materyaller veya kalıntılarla aktarmak ve sahip çıkma duygusu olarak görülmektedir. Dünya genelinde hüzün turizmi, bireyler tarafından farkındalık kazanırken ülkemiz hüzün turizmi açısından zengin bir potansiyele ev sahipliği yapmasına rağmen gereken ilgi alaka tatmin etmemektedir.

Hüzün turizmi konusunu kapsayan bu tez çalışmasında dört bölüm yer almaktadır. Birinci bölümde Dünya turizmi ve Türkiye turizmi sektörünün tarihsel gelişimi ile literatür çalışmaları incelenmiş olup Türkiye'ye gelen yerli turistlerin verilerine yer verilmektedir. İkinci bölümde hüzün turizminin tanımı, hüzün turizminin doğal nedenli hüzün turizmi ve insan nedenli hüzün turizmi olarak ayrımı ele alınarak hüzün turizm çeşitleri incelenmiştir. Dünya'da ve Türkiye'de hüzün turizmine ev sahipliği yapan mekânlara ve Ankara'da görülen turizm çeşitlerine tanımlı açıklamalar verilmektedir. Üçüncü bölümde motivasyon ve seyahat motivasyonu kavramları ele alınarak seyahat motivasyonu kuramları ile bireylerin seyahat etmedeki motivasyon basamakları incelenmiştir. Son bölümde Anıtkabir'i ziyaret eden yerli turistlerin iç turizm talebine etkisinin hüzün turizmi kapsamında değerlendirilmesi konusunun hüzün turizmi destinasyonu olan Anıtkabir'in sadakat ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine ve analiz verilerine yer verilmektedir.

## 2.HÜZÜN TURİZMİ

Hüzün turizmi kavramı araştırıldığı zaman yeni bir kavram olarak değil geçmişten gelen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Hüzün turizmi kapsamında literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, hüzün turizminin trajedi olaylardan kaynaklanan temeli toplu idam törenleri olan ve ilginç sayılan ölüm



olaylarının yaşandığı Romalılar tarafından meydanlarda yapılan gladyatör oyunları dönemine uzanmakta olduğu görülmektedir (Stone ve Sharpley, 2008, s. 574-596).

Diğer turizm çeşitlerinden daha fark uyandırıcı ve şahsa özel ilgi alanına giren hüzün turizmi; sosyolojik olaylara ve dünya tarihinde büyük öneme sahip olan savaşlara, soykırımlara, ülkelerin politik yapılarına, ülkenin geçmişine dayanan ve yaşanan tüm felaketlere, doğal afetlere, yoksulluğa, teknolojik alt bazlı felaketlere, işkencelere veya ünlü düşünürlerin ölümle sonuçlanan olayına tanıklık eden mekanları görmek için yapılan araştırmalara veya seyahatlere gösterilen ilgi ve çeşitlilik olarak nitelendirilmektedir. Medyanın ve sosyal platformların artmasıyla daha sık göz önünde bulunan ve büyük kitlelere ulaşan haber kaynaklarında savaşlar, yaşanan soykırımlar, trajedik ölümlerle sonuçlanan olaylar, doğal afet, yoksulluk sonucu doğan sorunlar gibi olayları kapsayan bu turizm türü insanların medyadan ve sosyal platformlardan etkilenecek seyahate ilgisini ve merakını daha fazla geliştirerek şekillendirmektedir. Medya sayesinde hüzün turizmi destinasyonları tüm dünyada insanlar tarafından daha ulaşılır bir şekilde bilinmekte ve hızla yayılmaktadır (Kozak ve Kama, 2015, s. 3-6). Kültürel ve doğal cazibeler sonucunda destinasyonlar arasında farklılıklar ve özel ilgi turizm çeşitleri oluşmaktadır. Özel ilgi turizm çeşitleri sayesinde farklı turizm destinasyonları ve turistik çeşitlilikler ortaya çıkmaktadır (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 209). Alışılmış turistlerin yerini, özel ilgileriyle farklı destinasyonları keşfetmek isteyen meraklı araştırmacı turist tiplerine bırakmaktadır.

Hüzün turizmin segmenti olarak görülen savaş alanları, kültürel miras kavramı kapsamında da karşımıza çıkmaktadır (Alaeddinoğlu ve Alioğlu, 2007, s. 16). Başka bir ifade ile hüzün turizminin alt başlığı olan çoğu mekân, miras turizmi çatısı içinde yerini almaktadır.

Hüzün turizmi, mekânlar içerisinde yaşanan ölüm sonuçlu ilgi çeken tarihi ile Antik Roma'daki Gladyatör oyunlarına kadar uzanmakta olduğuna değinildiği gibi bu bilgiler doğrultusunda, Kolezyum da yaşananlar Hüzün (karanlık) Turizmin ilk adresi olarak da tanımlara geçmektedir (Yan, vd., 2016, s. 108). Beraberinde Eksi Yunanlıların ve Romalıların firavun kabristanlarına yapılan ziyaret türleri hüzün turizmin tarihinde ziyaret edilen ilk hüzün turizmi olarak tarihte geçmektedir (Kurnaz vd., 2013, s. 59).

Günümüz turizminde ise hüzün turizmi içerisinde Dünya çapında en fazla turist ağırlayan mekânların başında; Prenses Diana'nın kaza geçirdiği tünel Pont de l'Alma (Fransa), ikiz kulelerin yıkıldığı Zero Poit (ABD), Berlin Duvarı, Kwai Köprüsü (Tayland), Auchwitz Toplama Kampı (Polonya) ve Çernobil Nükleer Santral Etki Alanı (Ukrayna), Anıtkabir, Çanakkale, Sinop Cezaevi gibi mekânlar başlıca gelmektedir. Ülkemiz hüzün turizmi kapsamında oldukça zengin bir ülke olarak yer almakta fakat hüzün turizmi adı altında olduğunun farkına varılmadan ziyaret edilmektedir. Bu açıdan turistik değerlere sahip hüzün turizmini konu alan çok sayıda turizm potansiyeline sahip şehirler ve mekânlar yer almaktadır (Çetinsöz ve Temiz, 2016, s. 508).

Hüzün turizmi her ne kadar yakın bir zamanda ortaya çıkmış bir olgu olarak düşünülse de vefatların, felaketlerin, kazaların ve sarsıntılı acıların yaşandığı alanlara yapılan ziyaretler eski tarihten günümüze kadar var olan bir olgu olarak görülmektedir. Temelini ölüm, işkence, şiddet, zulüm ve mutsuzluk gibi temaların oluşturduğu bu ziyaretler, son yıllarda araştırmacıların dikkatini ve ilgisini çekmiş olup bu konuda birçok araştırma gündeme konu olarak gelmektedir (Yıldız vd., 2015).

Hüzün turizmi alanında Türkiye; zengin destinasyonları olan ve yerli-yabancı turistlere ev sahipliği yapan bir ülke olarak yerini almaktadır. Türkiye'de bulunan hüzün turizmine konu olan çok sayıda şehir ve mekân bulunmaktadır. Bunlar: Anıtkabir başta olmak üzere Çatalca Mübadele Müzesi, Ulucanlar Cezaevi, Çanakkale, Soma, Konya Mevlâna Müzesi, Marmara Depremi (Gölcük) Alanları gibi örneklerdir.

### **3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

İnsanlık var olduğundan beri yaşadığı her dönemde farklı amaçlar doğrultusunda mekân değiştirme hissiyatı içinde bulunmaktadır. Bu hissiyat savaş, açlık, yoksunluk gibi zorunluluk içeren durumlar olabileceği gibi seyahat, toplantı, ziyaret, keşif ve eğlence gibi durumlarda olabilmektedir. Turizm yer değiştirme hareketine dayalı bir olay olduğu için, insanlar her dönem farklı amaçlar ve yeni keşifler

yapma güdüsünde olmaktadır. Geçmişten günümüze yerli ve yabancı turistler inançları için oldukça yer değiştirerek bazı bölgeleri ziyaret etmektedirler. Araştırmada Türkiye’de hüzün turizmi ve hüzün turizmine en önemli örnek olan Anıtkabir konu edinilmiştir.

#### 4. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışma kapsamında itici ve çekici faktörler ve memnuniyet ve sadakat ölçekleri analize dahil edilmeden önce güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara dayalı olarak ölçeklerdeki maddelerin ortalamaları üzerinden yeni değişkenler oluşturulmuştur. Oluşturulan yeni değişkenler ile regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Hipotez testleri öncesinde veriler için yapılan normallik testi sonucuna göre; Shapiro Wilk ve Kolmogorov Smirnov testinde p değeri 0,05’in altında bulunup, örneklem büyüklüğünün parametrik test kriterleri için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeklerin demografik özelliklere göre kıyaslanması için Independent Sample t-test ve Anova analizleri yapılmıştır. Çalışma kapsamında 430 katılımcının bilgileri değerlendirilmiştir.

##### 4.1. Güvenilirlik Analizi

Ölçeklere ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonuçları aşağıda sunulmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; itici faktörler ölçeğinin cronbach alpha değeri 0,875, çekici faktörler ölçeğinin cronbach alpha değeri 0,726, memnuniyet ölçeğinin cronbach alpha değeri 0,785 ve sadakat ölçeğinin cronbach alpha değeri 0,780 olarak belirlenmiştir. Tüm ölçeklerin güvenilirlik düzeyinin 0,7’nin üzerinde olması ölçek maddelerinin birlikteliklerinin uygunluğunu göstermektedir.

Ölçeklerin maddeleri toplanarak oluşturulan yeni değişkenler ile itici faktörlere ilişkin katılımcıların genel değerlendirme ortalamasının 3,77±0,60, çekici faktörlere ilişkin genel değerlendirme ortalamasının 4,60±0,36, memnuniyete ilişkin genel değerlendirme ortalamasının 4,23±0,58 ve sadakate ilişkin genel değerlendirme ortalamasının ise 4,52±0,54 olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 1.** Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları ve Ölçek Genel Ortalamaları

	Madde						Cronbach Alpha
	N	Sayısı	Minimum	Maximum	Ort.	S.S.	
İtici Faktörler	430	28	2,29	5,00	3,77	0,60	0,875
Çekici Faktörler	430	11	3,00	5,00	4,60	0,36	0,726
Memnuniyet	430	4	3,00	5,00	4,23	0,58	0,785
Sadakat	430	10	3,00	5,00	4,52	0,54	0,780

Oluşturulan yeni değişkenler ile analize başlamadan önce dağılımın normalliği kontrol edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre Shapiro Wilk ve Kolmogorov Smirnov testinde p değeri 0,05’in altında bulunmuştur. Ancak ölçeklerin Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerinin -2, +2 aralığında yer alması ve toplam örneklem büyüklüğünün 430 olması parametrik testlerin yapılması için normal dağılımın kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.

**Tablo 2.** Normallik Testi Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk			Skewness		Kurtosis	
	İstatistik	df	p	İstatistik	df	p	İstatistik	Std.	İstatistik	Std.
								Hata		Hata
İtici Faktörler	0,097	430	0,000	0,978	430	0,000	-0,216	0,118	-0,676	0,235
Çekici Faktörler	0,135	430	0,000	0,900	430	0,000	-0,925	0,118	1,299	0,235
Memnuniyet	0,112	430	0,000	0,935	430	0,000	-0,179	0,118	-1,090	0,235
Sadakat	0,241	430	0,000	0,831	430	0,000	-0,934	0,118	-0,029	0,235

#### 5. BULGULAR

##### 5.1. Frekans Dağılımları

Araştırmaya katılan 430 katılımcının %47,7’si erkek, %52,3’ü kadındır. Katılımcıların yaşlarına bakıldığında; %9,5’inin 19 yaş ve altı, %29,8’inin 20-29 yaş arası, %29,3’ünün 30-39 yaş arası,

%15,6'sının 40-49 yaş arası, %10,9'unun 50-59 yaş arası ve %4,9'unun 60 yaş üzeri olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların %47'si bekar, %53'ü evlidir. Katılımcıların %9,3'ü ilköğretim, %31,4'ü lise, %23,5'i ön lisans, %24'ü lisans ve %11,9'u yüksek lisans düzeyinde eğitime sahiptir.

Katılımcıların %9,3'ü emekli, %14'ü ev hanımı, %22,1'i öğrenci, %21,4'ü kamu görevlisi, %20'si özel sektör çalışanıdır. Gelir dağılımlarına bakıldığında; %24,9'unun 1000 TL ve altı, %8,7'sinin 1001-2000 TL arası, %23,7'sinin 2001-4000 TL arası ve %42,7'sinin 4000 TL üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcılara sorulan seyahate kiminle çıktınız sorusuna %11,4'ü yalnız, %27'si eşimle, %22,8'i ailemle, %30,7'si arkadaş grubumla yanıtını vermiştir. Katılımcıların %54,4'ü daha önce Ankara'yı ziyaret ettiklerini belirtmiştir.

Savaş alanlarının ziyaret edilmesinin gerekli olup olmadığı sorulan katılımcıların %67'si evet, %33'ü hayır yanıtını vermiştir. Ankara ziyareti öncesi bilgi toplayıp toplamadıkları sorulduğunda katılımcıların %78,8'i evet, %21,2'si hayır yanıtını vermiştir. En fazla bilgi toplama kaynağı %37,8 ile arkadaş, akraba ve tanıdık tavsiyesi olurken, ikinci sırada %19,5 ile sosyal medya yer almaktadır.

Katılımcılara sorulan Ankara'yı ziyaret etmenin en önemli sebebi sorusuna en yüksek katılım 4,54±0,66 ortalama ile "Anıtkabir müzesidir.", ikinci sırada ise 4,33±0,91 ortalama ile "Konaklama işletmelerinin yeterliliğidir" ve 4,33±0,98 ortalama ile "Alışveriş Merkezleridir. (ANKAmall, Cepa, Armada, Kentpark vb.)" gelmektedir. En düşük katılım 2,86±1,65 ortalama ile "Tur programımın bir parçası olmasıdır." maddesine olmuştur.

Katılımcılara sorulan Anıtkabir'i ziyaret etmenin en önemli sebebi sorusuna en yüksek katılım 4,72±0,49 ortalama ile "Vatan sevgisi duygusunun en iyi yaşanabileceği yerlerden birinin Anıtkabir olduğunu düşündüğüm içindir." ve 4,72±0,58 ortalama ile "Bölge benim atalarımın ve değerlerimin bir parçası olduğu içindir." maddelerine gelmektedir. En düşük katılım 4,15±1,14 ortalama ile "Anıtkabir'in mimari özellikleridir. (Kadın Heykel Gruba, Aslanlı Yol, Kuleleri vb.)" maddesine olmuştur.

Katılımcılara sadakat düzeylerinin belirlenmesi için yöneltilen maddeler arasında en yüksek katılım 4,60±0,60 ortalama ile "Bu destinasyonu başkalarına tavsiye ederim." maddesine gelmektedir. En düşük katılım 4,45±0,74 ortalama ile "Önümüzdeki dönemlerde bu destinasyonu tekrar ziyaret edeceğim." maddesine olmuştur.

Katılımcılara memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi için yöneltilen maddeler arasında en yüksek katılım 4,63±0,57 ortalama ile "Bu destinasyon ziyaret etmeye değer bir merkezdir." maddesine gelmektedir. En düşük katılım 3,16±1,69 ortalama ile "Bu destinasyonu kapsayan tur programları çeşitli ve yeterlidir." maddesine olmuştur.

Katılımcıların destinasyon seçimlerinde etkili olan temel faktörü bulmak için yöneltilen maddeler arasında en yüksek katılım 4,43±0,78 ortalama ile "Anıtkabir, bu destinasyon seçimimde önemli rol oynadı" maddesine gelmektedir. En düşük katılım 3,63±1,24 ortalama ile "Doğal çekicilikler (vadi, mağara vb.) bu destinasyon seçimimde önemli rol oynadı." maddesine olmuştur.

## 5.2. Farklılık Testleri

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; Ankara ziyaretiyle ilişkin itici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların cinsiyetlerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (t=-1,015, p=0,310). Ankara ziyaretiyle ilişkin çekici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların cinsiyetlerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (t=-1,205, p=0,229). Ankara ziyaretiyle memnuniyet değerlendirmesinde katılımcıların cinsiyetlerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (t=-0,826, p=0,409). Destinasyon sadakati değerlendirmesinde katılımcıların cinsiyetlerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (t=-1,626, p=0,105). Kadınlar ve erkeklerin değerlendirmeleri genel olarak birbirlerine yakın bulunmuştur.

**Tablo 3.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	S.S.	t	df	p
<b>İtici faktörler</b>	Erkek	205	3,74	0,56	-1,015	428	0,310
	Kadın	225	3,80	0,64			
<b>Çekici faktörler</b>	Erkek	205	4,58	0,36	-1,205	428	0,229
	Kadın	225	4,62	0,36			
<b>Memnuniyet</b>	Erkek	205	4,21	0,59	-0,826	428	0,409
	Kadın	225	4,25	0,57			
<b>Sadakat</b>	Erkek	205	4,48	0,55	-1,626	428	0,105
	Kadın	225	4,56	0,52			

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; Ankara ziyaretine ilişkin itici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların medeni durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=0,467$ ,  $p=0,641$ ). Ankara ziyaretine ilişkin çekici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların medeni durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=0,655$ ,  $p=0,513$ ). Ankara ziyaretine memnuniyet değerlendirmesinde katılımcıların medeni durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-2,529$ ,  $p=0,012$ ). Bekar katılımcılara daha yüksek memnuniyete sahiptir. Destinasyon sadakati değerlendirmesinde katılımcıların medeni durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=0,414$ ,  $p=0,679$ ).

**Tablo 4.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Medeni Durumlarına Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	S.S.	t	df	p
<b>İtici faktörler</b>	Evli	202	3,79	0,58	0,467	428	0,641
	Bekar	228	3,76	0,62			
<b>Çekici faktörler</b>	Evli	202	4,61	0,37	0,655	428	0,513
	Bekar	228	4,59	0,35			
<b>Memnuniyet</b>	Evli	202	4,16	0,60	-2,529	428	0,012
	Bekar	228	4,30	0,55			
<b>Sadakat</b>	Evli	202	4,53	0,50	0,414	428	0,679
	Bekar	228	4,51	0,57			

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; Ankara ziyaretine ilişkin itici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların daha önce Ankara'yı ziyaret etme durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-2,363$ ,  $p=0,019$ ). Daha önce ziyaret etmeyenlerin itici faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Ankara ziyaretine ilişkin çekici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etme durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=0,470$ ,  $p=0,639$ ). Ankara ziyaretine memnuniyet değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etme durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-2,374$ ,  $p=0,018$ ). Daha önce ziyaret etmeyenlerin memnuniyete ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Destinasyon sadakati değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etme durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=-1,334$ ,  $p=0,183$ ).

**Tablo 5.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Daha Önce Ankara'yı Ziyaret Etme Durumlarına Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	S.S.	t	df	p
<b>İtici faktörler</b>	Evet	234	3,71	0,63	-2,363	427	0,019
	Hayır	195	3,85	0,56			
<b>Çekici faktörler</b>	Evet	234	4,59	0,39	-0,470	427	0,639
	Hayır	195	4,61	0,32			
<b>Memnuniyet</b>	Evet	234	4,17	0,56	-2,374	427	0,018
	Hayır	195	4,30	0,60			
<b>Sadakat</b>	Evet	234	4,49	0,56	-1,334	427	0,183
	Hayır	195	4,56	0,51			

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; Ankara ziyaretine ilişkin itici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların savaş alanlarını ziyaret etme gerekliliğine ilişkin düşüncelerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=3,890$ ,  $p=0,001$ ). Savaş alanlarının ziyaret edilmesi gerektiğini düşünenlerin itici faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Ankara ziyaretine ilişkin çekici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların daha önce savaş alanlarını ziyaret etme gerekliliğine ilişkin düşüncelerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=-0,410$ ,  $p=0,682$ ). Ankara ziyaretine memnuniyet değerlendirmesinde katılımcıların daha önce savaş alanlarını ziyaret etme gerekliliğine ilişkin düşüncelerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=2,072$ ,  $p=0,039$ ). Savaş alanlarının ziyaret edilmesi gerektiğini düşünenlerin memnuniyete ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Destinasyon sadakati değerlendirmesinde katılımcıların daha önce savaş alanlarını ziyaret etme gerekliliğine ilişkin düşüncelerine dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=2,596$ ,  $p=0,010$ ). Savaş alanlarının ziyaret edilmesi gerektiğini düşünenlerin sadakate ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir.

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; Ankara ziyaretine ilişkin itici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-2,354$ ,  $p=0,019$ ). Bilgi toplamayanların itici faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Ankara ziyaretine ilişkin çekici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=3,415$ ,  $p=0,001$ ). Bilgi toplayanların çekici faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Ankara ziyaretine memnuniyet değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-3,131$ ,  $p=0,002$ ). Bilgi toplamayanların memnuniyete faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Destinasyon sadakati değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=-0,469$ ,  $p=0,639$ ).

**Tablo 6.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Savaş Alanlarının Ziyaret Edilmesi Gerekliliğine Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	S.S.	t	df	p
<b>İtici faktörler</b>	Evet	286	3,85	0,62	3,890	426	0,001
	Hayır	142	3,61	0,52			
<b>Çekici faktörler</b>	Evet	286	4,60	0,35	-0,410	426	0,682
	Hayır	142	4,61	0,39			
<b>Memnuniyet</b>	Evet	286	4,27	0,60	2,072	426	0,039
	Hayır	142	4,15	0,53			
<b>Sadakat</b>	Evet	286	4,57	0,54	2,596	426	0,010
	Hayır	142	4,43	0,51			

Yapılan bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; Ankara ziyaretine ilişkin itici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-2,354$ ,  $p=0,019$ ). Bilgi toplamayanların itici faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Ankara ziyaretine ilişkin çekici faktörler değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=3,415$ ,  $p=0,001$ ). Bilgi toplayanların çekici faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Ankara ziyaretine memnuniyet değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $t=-3,131$ ,  $p=0,002$ ). Bilgi toplamayanların memnuniyete faktörlere ilişkin değerlendirmesi daha yüksektir. Destinasyon sadakati değerlendirmesinde katılımcıların Ankara'yı ziyaret etmeden önce bilgi toplama durumlarına dayalı anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t=-0,469$ ,  $p=0,639$ ).

**Tablo 7.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Ankara'yı Ziyaret Etmeden Önce Bilgi Toplama Durumlarına Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	S.S.	t	df	p
<b>İtici faktörler</b>	Evet	339	3,74	0,60	-2,354	428	0,019
	Hayır	91	3,90	0,57			
<b>Çekici faktörler</b>	Evet	339	4,63	0,37	3,415	428	0,001
	Hayır	91	4,49	0,30			
<b>Memnuniyet</b>	Evet	339	4,19	0,59	-3,131	428	0,002
	Hayır	91	4,40	0,54			
<b>Sadakat</b>	Evet	339	4,52	0,53	-0,469	428	0,639
	Hayır	91	4,55	0,55			

Katılımcıların yaşlarına göre ölçeklere ilişkin değerlendirmelerini karşılaştırmak üzere Anova testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; Katılımcıların itici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde yaşlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,040$ ,  $p=0,393$ ). Katılımcıların çekici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde yaşlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,504$ ,  $p=0,187$ ). Katılımcıların memnuniyete ilişkin değerlendirmesinde yaşlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,865$ ,  $p=0,015$ ). En olumlu değerlendirme 40-49 yaş grubunda, en olumsuz değerlendirme 30-39 yaş grubunda olmuştur. Katılımcıların sadakate ilişkin değerlendirmesinde yaşlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,296$ ,  $p=0,045$ ). En olumlu değerlendirme 20-29 yaş grubunda, en olumsuz değerlendirme 19 yaş altı yaş grubunda olmuştur.



**Tablo 8.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Yaşa Göre Karşılaştırılması

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>İtici faktörler</b>	19 ve altı	41	3,65	0,56	1,04	0,393
	20-29	128	3,82	0,64		
	30-39	126	3,72	0,58		
	40-49	67	3,85	0,61		
	50-59	47	3,73	0,47		
	60 ve üstü	21	3,88	0,73		
	Total	430	3,77	0,6		
<b>Çekici faktörler</b>	19 ve altı	41	4,6	0,32	1,504	0,187
	20-29	128	4,63	0,37		
	30-39	126	4,6	0,33		
	40-49	67	4,56	0,37		
	50-59	47	4,66	0,36		
	60 ve üstü	21	4,44	0,49		
	Total	430	4,6	0,36		
<b>Memnuniyet</b>	19 ve altı	41	4,06	0,45	2,865	0,015*
	20-29	128	4,32	0,64		
	30-39	126	4,12	0,57		
	40-49	67	4,34	0,59		
	50-59	47	4,22	0,52		
	60 ve üstü	21	4,3	0,41		
	Total	430	4,23	0,58		
<b>Sadakat</b>	19 ve altı	41	4,34	0,6	2,296	0,045*
	20-29	128	4,61	0,55		
	30-39	126	4,55	0,51		
	40-49	67	4,53	0,48		
	50-59	47	4,42	0,57		
	60 ve üstü	21	4,4	0,53		
	Total	430	4,52	0,54		

Katılımcıların eğitim durumlarına göre ölçeklere ilişkin değerlendirmelerini karşılaştırmak üzere Anova testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; Katılımcıların itici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde eğitim durumlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,437$ ,  $p=0,221$ ). Katılımcıların çekici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde eğitim durumlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,862$ ,  $p=0,487$ ). Katılımcıların memnuniyete ilişkin değerlendirmesinde eğitim durumlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,598$ ,  $p=0,147$ ). Katılımcıların sadakate ilişkin değerlendirmesinde eğitim durumlarına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,719$ ,  $p=0,029$ ). En olumlu değerlendirme lisans düzeyinde eğitime sahip olanlarda, en olumsuz değerlendirme ilköğretim düzeyinde eğitime sahip olanlarda olmuştur.

**Tablo 9.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>İtici faktörler</b>	İlköğretim	40	3,66	0,59	1,437	0,221
	Lise	135	3,83	0,55		
	Önlisans	101	3,82	0,62		
	Lisans	103	3,76	0,61		
	Yüksek Lisans	51	3,64	0,67		
	Total	430	3,77	0,60		
	<b>Çekici faktörler</b>	İlköğretim	40	4,56		
Lise		135	4,57	0,36		
Önlisans		101	4,62	0,35		
Lisans		103	4,62	0,39		
Yüksek Lisans		51	4,66	0,30		
Total		430	4,60	0,36		
<b>Memnuniyet</b>		İlköğretim	40	4,10	0,57	1,598
	Lise	135	4,27	0,51		
	Önlisans	101	4,28	0,66		
	Lisans	103	4,26	0,60		
	Yüksek Lisans	51	4,09	0,53		
	Total	430	4,23	0,58		
	<b>Sadakat</b>	İlköğretim	40	4,31	0,63	
Lise		135	4,48	0,52		
Önlisans		101	4,57	0,55		
Lisans		103	4,61	0,48		
Yüksek Lisans		51	4,53	0,53		
Total		430	4,52	0,54		

Katılımcıların gelirlerine göre ölçeklere ilişkin değerlendirmelerini karşılaştırmak üzere Anova testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; Katılımcıların itici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde gelirlerine dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,686$ ,  $p=0,046$ ). En olumlu değerlendirme 2001-4000 TL gelire sahip olanlarda, en olumsuz değerlendirme 4001 TL üzeri gelire sahip olanlarda olmuştur. Katılımcıların çekici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde gelirlerine dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,539$ ,  $p=0,015$ ). En olumlu değerlendirme 2001-4000 TL gelire sahip olanlarda, en olumsuz değerlendirme 2000 TL altı gelire sahip olanlarda olmuştur. Katılımcıların memnuniyete ilişkin değerlendirmesinde gelirlerine dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=5,580$ ,  $p=0,001$ ). En olumlu değerlendirme 4001-6000 TL gelire sahip olanlarda, en olumsuz değerlendirme 1000 TL altı gelire sahip olanlarda olmuştur. Katılımcıların sadakate ilişkin değerlendirmesinde gelirlerine dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,217$ ,  $p=0,023$ ). En olumlu değerlendirme 2001-4000 TL gelire sahip olanlarda, en olumsuz değerlendirme 1000 TL altı gelire sahip olanlarda olmuştur.

**Tablo 10.** Ölçeklere İlişkin Değerlendirmelerin Gelirlerine Göre Karşılaştırılması

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>İtici faktörler</b>	2000 ve altı	106	3,75	0,56	2,686	0,046*
	2001-4000	37	3,83	0,47		
	4001-6000	101	3,90	0,65		
	6001 ve üzeri	182	3,70	0,59		
	Total	426	3,77	0,59		
<b>Çekici faktörler</b>	2000 ve altı	106	4,56	0,35	3,539	0,015*
	2001-4000	37	4,78	0,24		
	4001-6000	101	4,57	0,42		
	6001 ve üzeri	182	4,60	0,34		
	Total	426	4,60	0,36		
<b>Memnuniyet</b>	2000 ve altı	106	4,15	0,53	5,580	0,001*
	2001-4000	37	4,18	0,39		
	4001-6000	101	4,43	0,65		
	6001 ve üzeri	182	4,17	0,58		
	Total	426	4,23	0,58		
<b>Sadakat</b>	2000 ve altı	106	4,44	0,53	3,217	0,023*
	2001-4000	37	4,74	0,34		
	4001-6000	101	4,49	0,66		
	6001 ve üzeri	182	4,55	0,48		
	Total	426	4,53	0,53		

Katılımcıların seyahate birlikte çıktıkları kişilere göre ölçeklere ilişkin değerlendirmelerini karşılaştırmak üzere Anova testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; Katılımcıların itici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde seyahate birlikte çıktıkları kişilere dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,147$ ,  $p=0,014$ ). En olumlu değerlendirme seyahate yalnız çıkanlarda, en olumsuz değerlendirme diğer yanıtını verenlerde olmuştur. Katılımcıların çekici faktörlere ilişkin değerlendirmesinde seyahate birlikte çıktıkları kişilere dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,504$ ,  $p=0,001$ ). En olumlu değerlendirme seyahate eşiyile çıkanlarda, en olumsuz değerlendirme yalnız çıkanlarda olmuştur. Katılımcıların memnuniyete ilişkin değerlendirmesinde seyahate birlikte çıktıkları kişilere dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,123$ ,  $p=0,077$ ). Katılımcıların sadakate ilişkin değerlendirmesinde seyahate birlikte çıktıkları kişilere dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,446$ ,  $p=0,002$ ). En olumlu değerlendirme seyahate arkadaş grubuyla çıkanlarda, en olumsuz değerlendirme yalnız çıkanlarda olmuştur.

**Tablo 11.** Ölçeklere ilişkin Değerlendirmelerin Seyahate Birlikte Çıktıkları Kişilere Göre Karşılaştırılması

		<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>İtici faktörler</b>	Yalnız	49	3,905	0,545	3,147	0,014*
	Eşimle	116	3,872	0,587		
	Ailemle	98	3,698	0,596		
	Arkadaş Grubu	132	3,747	0,592		
	Diğer	35	3,546	0,676		
	Total	430	3,771	0,600		
<b>Çekici faktörler</b>	Yalnız	49	4,473	0,381	4,504	0,001*
	Eşimle	116	4,677	0,335		
	Ailemle	98	4,528	0,367		
	Arkadaş Grubu	132	4,646	0,359		
	Diğer	35	4,579	0,334		
	Total	430	4,602	0,361		
<b>Memnuniyet</b>	Yalnız	49	4,184	0,610	2,123	0,077
	Eşimle	116	4,166	0,651		
	Ailemle	98	4,222	0,534		
	Arkadaş Grubu	132	4,343	0,556		
	Diğer	35	4,103	0,463		
	Total	430	4,230	0,581		
<b>Sadakat</b>	Yalnız	49	4,352	0,533	4,446	0,002*
	Eşimle	116	4,506	0,571		
	Ailemle	98	4,474	0,560		
	Arkadaş Grubu	132	4,669	0,511		
	Diğer	35	4,407	0,285		
	Total	430	4,523	0,537		

### 5.3. Korelasyon Analizi

Ölçekler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; itici faktörler ile çekici faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,217$ ). İtici faktörler ile memnuniyet arasında istatistiksel olarak anlamlı orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,529$ ). İtici faktörler ile sadakat arasında istatistiksel olarak anlamlı orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,353$ ). Çekici faktörler ile memnuniyet arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,232$ ). Çekici faktörler ile sadakat arasında istatistiksel olarak anlamlı düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,314$ ). Memnuniyet ile sadakat arasında istatistiksel olarak anlamlı orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,554$ ).

**Tablo 12.** Ölçeklere İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

		İtici faktörler	Çekici faktörler	Memnuniyet	Sadakat
İtici faktörler	r	1	,217**	,529**	,353**
	p		0,000	0,000	0,000
	N	430	430	430	430
Çekici faktörler	r		1	,232**	,314**
	p			0,000	0,000
	N		430	430	430
Memnuniyet	r			1	,554**
	p				0,000
	N			430	430
Sadakat	r				1
	p				
	N				430

#### 5.4. Regresyon Analizi

Kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (F=74,857, p=0,001). Kurulan modelin destinasyon sadakatini %34,1 oranında açıkladığı belirlenmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre; itici faktörlerin destinasyon sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır ( $\beta=0,052$ , p=0,208). Çekici faktörlerin destinasyon sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta=0,282$ , p=0,001). Memnuniyetin destinasyon sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta=0,442$ , p=0,001). Elde edilen sonuçlara göre; en etkili unsurun memnuniyet olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 13.** Sadakati Etkileyen Unsurlara İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	$\beta$	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Sabit)	1,158	0,287		4,038	0,000		
İtici faktörler	0,052	0,042	0,059	1,260	0,208	0,711	1,407
Çekici faktörler	0,282	0,060	0,190	4,674	0,000	0,934	1,071
Memnuniyet	0,442	0,043	0,479	10,254	0,000	0,705	1,418
F=74,857	p=0,001						
R=588	R <sup>2</sup> =0,345	Düzeltilmiş R <sup>2</sup> =0,341					

#### SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de hüzün turizmine örnek olacak birçok destinasyon yer almaktadır. Bu tür destinasyonların sayısı oldukça fazla olup coğrafi dağılımda ülke geneline yayıldığı görülmektedir. Bu faktörler neticesinde araştırma sadece dünya çapında yerli turistlerin her yıl ziyaret ettiği Anıtkabir ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın bilgi kaynağı yerli ziyaretçilere yapılan anket ile kısıtlanmıştır.

Araştırma kapsamında SPSS 23 paket programından yararlanılmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerini analiz etmek üzere frekans analizinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında itici ve çekici faktörler ve memnuniyet ve sadakat ölçekleri analize dâhil edilmeden önce güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Hipotez testleri öncesinde veriler için yapılan normallik testi sonucuna göre; Shapiro Wilk ve Kolmogorov Smirnov testinde p değeri 0,05’in altında bulunup, örneklem büyüklüğünün parametrik test kriterleri için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeklerin demografik özelliklere göre kıyaslanması için Independent Sample t-test ve Anova analizleri yapılmıştır. Çalışma kapsamında 430 katılımcının bilgileri değerlendirilmiştir.

Hüzün turizmi sayesinde ülkeler büyük ilgi görmekte olup önemli kazançlar elde etmektedir. Hüzün turizmi bir destinasyonda yer alan ölüm alanlarının sergilenmesi, tanıklık edilen olaylar, kitle veya bireysel ölümlerin sergilenmesi neticesinde bu destinasyona yapılan seyahatler kapsamında değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra bu destinasyonların en önemli koşulu olan ölümü temsil eden maddi manevi kanıtlar ve sembollerin yer alması gerekmektedir. Çalışmanın konusu olan Anıtkabir örnekleme, hüzün turizmi özelliklerini taşımaktadır.

Araştırmanın kapsamında turizm çeşidi olan hüzün turizmi ele alınarak Dünya’da ve Türkiye’de hüzün turizmini kapsayan destinasyonlara örnekler verilmiştir. (Joly 2011), Aralık 2016’da Google’da 'karanlık turizm' için yapılan bir aramada, neredeyse dört milyona yakın tıklanma olduğu tespit etmiştir. Bunlar, ansiklopedi girdilerini de içermektedir; karanlık turizm yerleri ve destinasyonları için rehberler; genel olarak karanlık turizm (veya belirli siteler) hakkında bloglar, yorumlar ve karanlık turizm merkezleri deneyimleri etrafında temalı tatiller yer almaktadır. Daha geniş bir anlamda ele alındığında, karanlık turizm, popüler bir seyahat yazı çalışmalarında da odak noktası olmuştur.

Ülkemizde yapılmış olan hüzün turizmi konusu kapsamındaki araştırmalara göre, turistlerin ilgi duyduğu hüzün turizmi mekânlarına seyahat ettiği halde çoğu kişi seyahat ettiği bölge hakkında yeterli bilgiye sahip olamamaktadır. Kaya’nın (2006, s.50) araştırmasında belirttiği gibi hüzün turizminin oluşmasında etkili unsurlar; post-modernizm, medya ve ölüm inancından meydana gelen değişimlerdir. Mevcut araştırmaya konu olan Anıtkabir, insanların modernizm ile elde ettiği teknolojik araçlar sayesinde dünya çapında daha çok görsele ulaştığı görülmektedir. Milli bayramlarda oluşan törenler ve gösteriler medya da oldukça yer aldığı gibi, Anıtkabir’e gelen ziyaretçilerin orada dua etmesi (ölüm inancında meydana gelen duygular) yer almaktadır. Bu üç unsurla birlikte post-modernizm, medya ve ölüm inancı; hüzün turizm kavramını taşıyan ölüm olaylarının gerçekleştiği alanlara yapılan seyahatler dışında, ölümlerin olmadığı fakat insana üzüntü veren yerlerin de hüzün turizmi amacıyla ziyaret edildiği görülmektedir (Kılıç ve Akyurt, 2011, s.211). Bu doğrultuda Anıtkabir’in hüzün turizmi motivasyonu ile ziyaret edildiği anlaşılmaktadır.

Bu tür araştırmalar seyahat basamaklarının önemini göstermektedir (Rahatlama ve Bedensel İhtiyaçlar, Güvenlik ve Uyarılmış İhtiyaçlar, İlişki Kurma ve Yürütme İhtiyacı, Saygınlık Kazanma ve Kendini Geliştirme İhtiyaçları, Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı) (Murphy, 1996, s. 28). Tüketici temelli destinasyon değeri üzerindeki etkisini belirlemek üzere kavramsal bir araştırma modeli ile gerçekleştirilmiştir. Geliştirilen araştırma modeli için gerekli olan veriler ülkemizin başkenti olan Ankara ilinde bulunan Anıtkabir anıtını ziyaret eden 430 yerli turist ile anket formu kullanılarak elde edilmiştir.

Hüzün turizminin gerçekleşmiş olduğu destinasyonlarda hüzün turizminin gelişmesiyle beraber turizm sezonu tüm sezona yayılabileceği gibi her an ziyarete açık olarak turistlere sunulabilecektir. Hüzün turizmine katılım aktif olarak bir zaman dilimine bağlı değildir ve yılın sadece belli aylarında değil tüm aylarında turistlik aktiviteler yer almaktadır. Ayrıca hüzün turizmi, Türkiye’de turizm gelirlerinin artışı sağlayarak turizm sezonunu tüm yıla yaygın bir etki yaratmış olarak bir yıl boyunca etkisini koruyacaktır. Turizme çeşitlilik sağlama hedefi geçmişten günümüze kadar çalışma konusu olmuş olup son yıllarda ise bu tür çalışmalar artış göstermektedir. Türkiye gibi gelişmeye odaklı bir ülke, turizm çeşitlerine öncelik vererek turizm sezonunu daha da uzun bir hale getirmeyi hedef haline getirmelidir. Bu yüzden Türkiye, dünya çapındaki yeni yönelimlerin bir türü olan hüzün turizmine daha fazla yönelerek ve aktif olarak bu pazar diliminde payını yüksek yerlere çıkarmaya çalışmalıdır. Avrupa ile kıyaslandığında, Türkiye kendi değerlerini koruyarak Avrupa’da olduğu gibi hüzün turizmi destinasyonlarının var olduğu mekânları ön plana çıkarmalıdır. Avrupa çapında rekabet içine girmeli reklam ve tanıtım kampanyalarına yer vererek hüzün turizmine büyük bir önem arz etmesi gerekmektedir. Türkiye hüzün turizmini gündeme getirerek atalarımızdan kalan değerleri turizme uyarlayarak gelecek nesillere aktarılması konusunda daha da sağduyulu olması gerekmektedir. Böylelikle vatandaşlarda; kaliteli bir bilinçlenme oluşacak ve bu değerler aracılığıyla yeni turizm gelirleri ülkeye katkı sağlamış olacaktır.

Ülkemizde bulunan hüzün turizmi potansiyeline bakıldığı zaman; gereken önemin verilmemesi, üst yapı eksikliklerinin bulunması, potansiyelin olduğu hüzün turizmi destinasyonlarının yeterli düzeyde



tanıtımının yapılmaması, paket tur programlarında yer verilememesi hüzün turizminin gelişmesindeki engelleri oluşturmaktadır. Hüzün turizmi, öncelikle Türkiye içinde yerli vatandaşlara tanıtılması ve ilgiyi arttırmaya yönelik çalışmaların yapılmasına öncelik vermektedir. Bu bağlamda Türkiye’de eğitim gören kesimlere, turizm eğitiminin olduğu kuruluşlarda ve özel sektöre hüzün turizminin önemini tanıtılması sağlanmalıdır. Hüzün turizminin ülke adına önemini daha aktif bir şekilde öne çıkararak ilgiyi çekme konusunda çalışmalar yapılmalıdır. Türkiye zengin tarihi ve yaşanmışlıklarıyla hüzün turizmine olan payını geniş tutarak, yenilikçi faaliyetlerde bulunarak yeni bir bakış açısı ile hizmet vermektense yana olan bir ülke pozisyonunda olmalıdır. Türkiye’nin kalbi olan Ankara, hüzün turizmine ilgi çeken en önemli şehirlerden biri olup Anıtkabir her yıl milyonlarca yerli yabancı turistlere ev sahipliği yapmaktadır. En önemli destinasyon mekanlarından biri olan Anıtkabir, hüzün turizmi kapsamında değerlendirilerek ülkemizi hüzün turizmi bakımından temsil etmektedir. Anıtkabir’i ziyaret eden turistlere; Anıtkabir’in Mustafa Kemal Atatürk’ün anıtı olarak tanıtılmasının yanı sıra müzelerin, şehitliklerin, kulelerin ve eserlerin varlığından bahsederken hüzün turizmi destinasyonu içerisinde yer aldığı konusuna da değinilmelidir. Böylelikle Türkiye’nin hüzün turizmi destinasyonlarının varlığını, değerini ve kıymetini Dünya çapına aksetmiş ve Türkiye’nin turizm çeşitliliğini, zenginliğini ön plana çıkarmış olacaktır.

Dünyada her geçen gün ziyaretçi sayısı artan hüzün turizmi destinasyonları konunun önemini arttırmaktadır. Hüzün turizmi adına yapılacak olan düzenlemeler ve iyileştirme çalışmaları ülkemizde ki tarihi yerleri ve yaşanmış trajik olayları barındıran destinasyonları turizme kazandırmalıdır. Araştırmanın evreninde Ankara ili örneğinde ise Anıtkabir anıtı yer almakta olup destinasyona ait itici ve çekici faktörlerin destinasyon üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma çerçevesinde yer alan model, farklı destinasyonlara da uygulanabilir niteliği taşımaktadır.

Çalışmanın sonucunda, ülkemizde yer alan hüzün turizmi kapsamındaki destinasyonların potansiyelini ön plana çıkarmak, bu konu üzerinden elde edilebilecek potansiyeli değerlendirilerek turizme kazandırmak amacı ile sunulan öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- Hüzün turizminin deniz-kum-güneş özelliklerini yansıtan mevsimsellik özelliği olmadığı için hüzün turizmi faaliyetlerini aylara dağıtarak bu seyahat türünün tüm yıla yayılması gerekmektedir.
- Hüzün turizminin bulunduğu destinasyonlar markalaştırılarak ve hüzün turizmi kapsamındaki destinasyonları belirleyerek gerekli değerlendirilmelerin yapılması ve ziyarete açılması gerekmektedir. Ziyarete açılan destinasyonlar, hüzün turizmi adı altında ziyaretçiler tarafından anılması sağlanmalıdır.
- Ülkemizin hüzün turizmi kapsamında oldukça zengin olduğunu göz önüne alarak, hüzün turizmi haritası çıkartılıp destinasyonların potansiyellerini değerlendirilerek, Hedef 2023 Stratejileri’nde değerlendirilmelidir.
- Hüzün turizmini kapsayan destinasyonları belirleyerek tur şirketlerinin bilgilendirilmesi ve rehberlere hüzün turizmi hakkında bilgi verilmesi gerekmektedir.
- Hüzün turizmi kapsamında yer alan destinasyonlar hakkında yerli turistlere olduğu gibi yabancı turistlere de kendi lisanlarında broşür, internet sitesi açılarak farkındalığın oluşması sağlanmalıdır.
- Hüzün turizmine ilişkin yapılan faaliyetlerin sayısı artırılmalı, kamu ve özel sektörün iş birliği ile girişimler başlatılmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F. ve Aliagaoglu, A. (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(2), 215-225.
- Çetinsöz, B. C., and G. Temiz. "Alternatif bir turizm türü olarak Türkiye'nin karanlık (dark) turizm potansiyeli." IMCOFE. International Multidisciplinary Congress of Eurasia 2.3 (2016): 507-517.
- Kılıç, B. & Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 209-232.
- Kozak, A. M. ve Kama, S. (2015). Dark (hüzün) turizmi olarak Çanakkale, 8. Lisansüstü Öğrenci Araştırmaları Kongresi. 3-6.
- Kurnaz, H. A., Çeken, H., & Kılıç, B. (2013). Hüzün turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonlarının belirlenmesi. İşletme Araştırmaları Dergisi, 5(2).
- Stone, P. R. & Sharpley, R. (2008). "Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective". Annals of Tourism Research, 35(2), 574-595
- Yan, B.J.; Zhang, J.; Zhang, H.L.; Lu, S.J.; Guo, Y.R. (2016) "Investigating the motivation experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China", Tourism Management, 53: 108-121.
- Yıldız, Z., Yıldız, S., Aytemiz, L. (2015). Kara turizm, terör turizmi ve Türkiye potansiyeli, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 4(2), 390-407.

## CLASSIFICATION OF TOURISM SMEs

### *Turizm KOBİ'lerinin Sınıflandırılması*

Yakup ERDOĞAN\*

#### ABSTRACT

SMEs, which are extremely important for national economies, are supported by both developed and developing countries due to their advantages. The evaluation of touristic enterprises as "SMEs" in the five-year development plans has enabled tourism enterprises to benefit from these supports and economic aids. The definition of SME may vary between countries and even between institutions and organizations within the same country. Among the reasons for this change are the differences in the criteria used for measurement such as production, marketing, sales volume, number of employees and amount of capital. The aim of this study is to reveal how SME classifications are made in Turkey and European Union member countries. The data within the scope of the study were collected by document analysis method. The general scanning model was preferred as the research design. It has been observed that criteria such as the number of employees, budget volume and sales volume are used in making the classifications. Considering the accommodation establishments in particular, it is understood that the classification is made according to the number of rooms and employees. In this study, attention was drawn to the extent to which SMEs dominate the market, how important they are for the country's economies, and the economic support to be given according to these classifications.

**Keywords:** Classification, SMEs, Tourism

#### ÖZ

Ülke ekonomileri için önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler tarafından sahip oldukları avantajları nedeniyle ekonomik olarak desteklenmektedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin beş yıllık kalkınma planlarında "KOBİ" olarak ele alınması, turizm işletmelerinin de bu ekonomik yardım ve desteklerden faydalanabilmesine olanak tanımıştır. Ülkelerarası ve hatta aynı ülke içinde yer alan kurum ve kuruluşlar arasında bile KOBİ tanımı farklılık göstermektedir. Bu değişikliğin nedenleri arasında üretim, sermaye miktarı, pazarlama, çalışan sayısı, satış hacmi gibi ölçüm için kullanılan ölçütlerin değişik olması gösterilmektedir. Türkiye ve Avrupa Birliği üyesi ülkelerde KOBİ sınıflandırmalarının nasıl yapıldığını ortaya koymak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında yer alan veriler doküman analizi yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma deseni olarak genel tarama modeli tercih edilmiştir. Sınıflandırmaların yapılmasında bütçe hacmi, çalışan sayısı ve satış hacmi gibi kriterlerin kullanıldığı görülmüştür. Konaklama işletmeleri özelinde bakıldığında oda ve çalışan sayısına göre sınıflandırma yapıldığı anlaşılmıştır. Bu çalışma ile KOBİ'lerin piyasaya ne derece hâkim olduğuna, ülke ekonomileri için ne derece önemli olduğuna ve verilecek ekonomik desteklerin bu sınıflandırmalara göre yapıldığına dikkat çekilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Sınıflandırma, KOBİ, Turizm

#### INTRODUCTION

Tourism sector is seen as an important sector in terms of developed and developing countries, balancing the foreign trade deficit, economic development and providing foreign currency inflow to the country after the 2nd World War (Uğuz, 2014). Accordingly, there are differences in economic development that vary according to geographical regions around the world (Özdemir & Altıparmak, 2005). The tourism sector, which has an important place for the economic development of the country's economies, is a sector in which capital investment is on the rise against the constantly changing demand. It can also be stated that monetary and managerial planning is not easy for this sector, as risk and uncertainty always exist for the tourism sector (Karadeniz & İskenderoğlu, 2011).

SMEs, which are extremely important for national economies, are supported by both developed and developing countries due to their advantages. In order for these supports to be successful, the financial

---

\* Res. Asst., Kastamonu University, Faculty of Tourism, e-mail: yerdogan@kastamonu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-0234-8102

and marketing structures of SMEs must be strong (Arslan, 2003). The evaluation of touristic enterprises as "SMEs" in the five-year development plans has enabled tourism enterprises to benefit from these supports and aids. With these opportunities, it is aimed for Turkey to easily adapt to the European Union (Aykın, 2001).

In the Tourism Incentive Law No. 2634, tourism enterprises are defined as "commercial enterprises operating in the tourism sector, which are carried out jointly or separately by real or legal persons of Turkish or foreign nationality". With the "Decision on State Aids in Investments of Small and Medium Sized Enterprises" published in the Official Gazette dated 05.03.1999 and numbered 23630, enterprises with 250 or less employees are designated as SMEs. Within the framework of this decision, it is possible to rate that most of the accommodation enterprises in Turkey are SMEs.

According to the European Commission (2002) it was also stated that SMEs dominate the tourism sector in Europe and more than 99% of these enterprises have less than 250 employees. When the research on the subject was deepened, it was understood that the common idea was that 90% of the accommodation establishments in Europe were SMEs managed by families (European, 2003; Buhalis, 1998; Sheldon, 1993).

The definition of SME may differ between institutions within the country and even according to the countries (Duru & Erdem, 2010). Among the reasons for this change, the differences in the criteria used for measurement such as production, marketing, sales volume, number of employees and amount of capital can be shown (Sariaslan, 1996). SMEs, which can quickly adapt to constantly changing market conditions, are expressed as enterprises that have a say in the national economies (Dallaryan, 2007). On the other hand, the Turkish Statistical Institute (formerly the State Institute of Statistics) defines SMEs according to the number of employees (DIE, 1997). It was seen that the same definition is used by the State Planning Organization (DPT, 2004). Accordingly: Enterprises with 1 to 9 employees are very small (micro) scaled, Enterprises with 10 - 49 employees are small-scale, enterprises with 50 - 99 employees are medium-sized and enterprises with more than 100 employees were defined as large-scale.

According to the Ministry of Science, Industry and Technology: A micro-enterprise employing less than 10 employees per year and any of its annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 3 million TL, Small business that employs less than 50 people annually and its annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 25 million TL and enterprises that employ less than 250 employees and its annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 125 million TL were defined as medium-sized enterprises (Legislation Information System, 2022).

The definition existing in the founding law of the Small and Medium-Sized Industry Development Presidency (KOSGEB) has been accepted as the basis for the determination of small and medium-sized tourism enterprises in this study. According to this definition, enterprises with 1-9 employees are considered micro, enterprises with 10-50 employees are small, and enterprises with 51 - 250 employees are considered medium-sized enterprises.

## **LITERATURE REVIEW**

It is seen by the literature review that some classifications and definitions related to the concept of SME are made. Within the scope of these definitions, criteria such as the number of employees, budget volume and sales volume are used (Çelikkol, Çelikkol, & Koç, 2008).

On the other hand, Şahin (2011) defines enterprises with less than 250 employees and an annual sales volume of less than 50 million Euros as medium-sized enterprises.

According to Sarıgül (2012), hotel enterprises in the status of SMEs were considered to be of great economic importance in terms of creating new job opportunities, contributing to the competitive environment and seeing innovative developments. While tourism SMEs, which are of such importance, encounter major managerial problems, they also deal with problems such as not being able to find

qualified employees, not being able to make R&D investments and not being able to follow innovations such as technological developments because they do not have sufficient financial means. However, it was stated as a problem that they cannot benefit from financial planning and capital markets as they cannot have employees who are experts in finance (Sarıgül, 2012).

Yalçın and Gafuroğlu (2008) mentioned the most striking features of SMEs and defined them as economic enterprises that can make quick decisions, spend more effort, make cheap production with less capital and low budget administrative expenses. The European tourism industry is a sector dominated by SMEs. More than 99% of enterprises employ less than 250 employees, about 94% employ less than 10 employees. On average, tourism SMEs with 6 employees are considered as micro-scale enterprises in Europe. It constitutes a significant part of GDP in many countries. 6.5% of the total European SME turnover is calculated by tourism SMEs. Tourism is a very complex subject as it includes many activities and is quite different from one European country to another.

It was stated by Çatal (2007) that SMEs have a great importance in Turkey as well as in the whole world, and they have a dynamic and immersive effect on the economy. At the same time, it was also stated that approximately 99% of the enterprises in the country are SMEs, and this ratio contributes approximately 60% to employment. It has been pointed out how important SMEs dominate the market and how important they are for the country's economy, since 99% of them are family enterprises and approximately 95% of them are family enterprises. For developing countries, SMEs are also important in terms of creating new employment areas and making positive contributions to the unemployment rate.

As can be understood from the literature given above, there is no globally accepted definition of small and medium-sized enterprises. It can be said that the reason for this is the different sizes of the enterprises, the diversity of the sectors, the level of development of the economies in the countries in which they operate and the differences in cultures (United Nations Conference on Trade and Development, 2007). Although there is no globally accepted definition for SMEs, there are some common features that are accepted in the definitions in this context. These can be listed as having a relatively small share in the market in which they operate, being managed by their own owners, operating independently without being part of a large company (Peacock, 2004). The most used criteria in definitions and classifications are the number of employees, annual sales volume, investment amount and production volume (Harjula, 2008).

## **RESEARCH MODEL AND METHOD**

This study prepared with a qualitative approach aims to examine, compare and to determine the similarities and differences between the relevant laws, regulations, regulations and ratings that determine the SME classifications in the European Union member countries and in Turkey. The data within the scope of the study were collected by document analysis method. Document analysis includes the process of analyzing written and visual materials for the main and sub-problems of the study. Document analysis can be used alone as a research method (Yıldırım & Şimşek, 2018). The study was carried out with the general survey model. General survey modelling is some of arrangements made over the whole universe or a group, sample or sample to be taken from the universe in order to make a general judgment about the universe in this universe consisting of many elements (Karasar, 2005).

In the general surveying model, the phenomenon or event covered by the research problem is tried to be defined in its own terms and as it is. A researcher who chooses the surveying model as the model of the research method can examine the phenomenon or event itself directly, as well as by making use of various documents or remains that have been kept before, or by reaching witnesses who are living the subject at that moment, and can also carry out his/her own observations (Karasar, 2005).

## DISCUSSING THE FINDINGS BY REVIEWING THE LITERATURE

The characteristics of small and medium-sized enterprises and large enterprises, prepared by Bos-Brouwers (2010), are given below (Table 1).

**Table 1.** Characteristics of SMEs and Large Enterprises

Small and Medium Enterprises	Large Enterprises
Dominant Role Of Manager/Owner In Management	Distributed Control Between Managers And Stakeholders In Management
Limited Resources Such As Assets, Time, Knowledge And Experience	Economies Of Scale, Abundance Of Resources
Flexible Organizational Capacity	Bureaucratic Immutable Structure
Short-Term Focus	Medium And Long Term Focus
Strong Local, Regional Focus And Adaptability To Customer Needs	Strong National And International Focus And More Flexible Bonding With Customers
Low Level Of Formalization	High Level Of Formalization

**Source:** Bos-Brouwers, 2010.

Small and medium-sized enterprises are independent enterprises with fewer than a certain number of employees, not subsidiary. The number of employees differs from country to country. The most common upper limit employee number that defines small and medium-sized enterprises is 250 employees, as in the European Union. However, some countries limit this to 200 employees, while the United States considers small and medium-sized enterprises as enterprises with less than 500 employees (Organization for Economic Co-operation and Development, 2005).

The European Commission classifies small and medium-sized enterprises into three categories. The first and largest group are medium-sized enterprises with less than 250 employees and annual turnover of 50 million € or less. Secondly, small-scale enterprises are defined with less than 50 employees and turnover not exceeding 10 million €. Third and lastly, micro (very small) enterprises have been defined with less than 10 employees and a turnover of less than 2 million € (European Commission, 2003). Small enterprises usually have less than 50 employees, while micro enterprises have a maximum of 10 or in some cases 5 employees (OECD, 2005).

The definition of the classification of tourism enterprises in the Regulation on the Certification and Qualifications of Tourism Facilities by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey is made as follows.

Article 19 - Hotels are facilities its main function is to provide the accommodation needs of the customers, and besides this service, they can also include auxiliary and complementary units for their food-beverage, sports and entertainment needs. Hotels; They are classified as one, two, three, four, five star hotels.

Article 26 - Restaurants; They are facilities that meet their food and beverage needs with table d'hote, à la carte or special meals and services suitable for these meals.

Restaurants are classified as second and first class. Second-class restaurants cannot be individually certified. In the classification of restaurants, the decoration of the establishment, service standard, taste, quality and presentation characteristics of the food are taken into consideration as well as the qualifications determined in the Regulation (Legislation Information System, 2022).

According to the Turkish Travel Agencies and Travel Agencies Union Law No. 1618, travel agencies are divided into 3 groups in terms of the services they provide: Group A and Temporary Group A, Group B and Group C (Official Gazette of the Republic of Turkey, 2022). According to the Turkish Commercial Code, there are five different types of companies in Turkey. These are; Joint Stock, Limited, Collective, Limited and Cooperative companies. Ordinary limited partnership and collective company are defined as sole proprietorships (Republic of Turkey Ministry of Trade, 2022).



## Classification of Accommodation Enterprises According to Their Scales

It is known that the concept of Small and Medium Enterprises (SME) is a generally accepted concept. Although the concept is widely accepted, it can be said that the classifications and definitions are very different. These classifications are based on criteria such as the amount of support given by the countries, the number of employees in the enterprises, annual budgets and the amount of investment. Within the scope of this study, small and medium-sized accommodation enterprises were examined according to their scales.

The classification of accommodation enterprises, which are part of tourism SMEs, is made according to different criteria in Turkey. The classification of accommodation establishments can also be made according to the number of rooms. In this context, small hotels with up to 50 rooms, medium-sized hotels with 51 to 100 rooms, and large hotels with more than 100 rooms are stated as (Ingram, Jamieson, Lynch, & Bent, 2000).

SME classification according to European Union criteria is given in Table 2 below.

**Table 2.** SME Classification Criteria in the European Union

Business Size	Number of Employees	Annual Revenue/Asset Size	Independency
Micro	< 10	≤ 2 Million € / ≤ 2 Million €	Another Company Share
Small	< 50	≤ 10 Million € / ≤ 10 Million €	≤ % 25
Medium	< 250	≤ ≤ 50 Million € / 43 Million €	

Source: (Şahin, 2011)

When Table 2 is examined, it is seen that enterprises with less than 10 employees and a total budget of less than 2 million Euros in European Union member countries are defined as micro (very small) enterprises. In addition, enterprises with fewer than 50 employees and a total budget of less than 10 million Euros are considered small enterprises. Enterprises with less than 250 employees and a total budget of less than 50 million or 43 million Euros are defined as medium-sized enterprises. Enterprises that meet only one of the annual sales volume or budget size requirements in criteria other than the number of employees are also accepted as SMEs (Şahin, 2011).

In addition to the criteria mentioned, in the recommendation decision of the European Union taken in 2003 within the scope of the European Union harmonization laws, it was also stated that the enterprises to be included in the SME classification should have the right to operate and that more than 25% of the shares should not belong to an external business (Öztürk, 2007).

The definitions and classifications of SMEs by the Turkish Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) are given in Table 3.

**Table 3.** SME Definition and Classification Criteria

SME Definition	Number of Employees	Annual Revenue/Asset Size
Micro	< 10	< 3.000.000 TL
Small	< 50	< 25.000.000 TL
Medium	< 250	< 125.000.000 TL

Source: [www.kosgeb.gov.tr](http://www.kosgeb.gov.tr)

According to the regulation published in the Official Gazette of the Republic of Turkey dated 2005 and numbered 25997 in Turkey, the definition and classification criteria of SMEs were made as explained in Table 3. KOSGEB (Small and Medium Enterprises Development and Support Presidency) defines SME as "Micro enterprises, small enterprises and medium-sized enterprises, which employ less than 250

workers and its annual net sales volume or annual budget does not exceed 125 Million Turkish Liras, Economic units, which are classified as enterprises and briefly called "SMEs", have been updated as "enterprises". In this context, micro (very small) enterprises are defined as enterprises with less than 10 employees and its annual budget does not exceed 3 Million Turkish Liras.

Enterprises employing less than 50 employees and its annual net sales revenue or financial balance sheet do not exceed 25 Million Turkish Liras are classified as small businesses. Medium-sized enterprises, on the other hand, are defined as enterprises that employ less than 250 people and its annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 125 Million Turkish Liras.

#### **Large-Sized Accomodation Enterprises**

According to Demirtaş (2010), other than the number of rooms, sometimes very different criteria can be used to classify hotel businesses according to their scales. Criteria such as the number of workers working in a hotel business, bed capacity, annual income, the size of the area allocated by the business for the social area, share ownership in the market can be given as examples of criteria that can be used when classifying according to their size. Apart from the physical criteria given in the example, intangible criteria such as service level, policies and image of the enterprise are also taken into consideration. Mostly, the scales of hotel businesses are made according to the number of rooms.

When evaluated according to the number of rooms, businesses with a room number over 100 are stated as large hotel businesses (Ingram et al., 2000). In the domestic literature, the generally accepted classification of rooms is defined as small with 50 or less rooms, medium with 50 to 100 rooms, and large scale accommodation businesses with more than 100 rooms (Avcıkurt, 2003; Akgöz, 2003; Akın, 1998; Barutçugil, 1989; Olali &Korzay, 1989).

#### **Medium-Sized Accomodation Enterprises**

It has been observed that institutions and organizations working for SMEs in Turkey are divided into different classifications and definitions according to the number of employees, the amount of investment and the amount of incentives they receive. These differences are shown in Table 4 below. Şahin (2011) defines medium-sized enterprises as enterprises with less than 250 employees, with an annual budget of less than 50 million Euros or with a budget volume of less than 43 million Euros. In this context, it is seen that a standard definition is needed in order to create a common strategy for SMEs.

**Table 4.** SME Definitions Used in Turkey

Organisation	Scope of Definition	Criterion for Definition	Micro	Small	Medium
KOSGEB	Manufacturing Industry	Number of Employees	-	1-50	51-150
HALKBANK	Manufacturing Industry, Tourism, Software Development	Number of Employees	-	-	1- 250
		Fixed Investment Amount (€)	230.000	230.000	230.000
Undersecretariat of Treasury	Manufacturing Industry, Tourism, Agricultural Industry, Education, Health, Software Development	Number of Employees	1-9	10-49	50-250
		Investment Amount, Amount of Investment Subject to SME Incentive Certificate (Euro)	350.000	350.000	350.000
Undersecretariat of Foreign Trade	Manufacturing Industry	Number of Employees	-	-	1-200
		Fixed Investment Amount (€)	-	-	1.830.000 (€)
EXIMBANK	Manufacturing Industry	Number of Employees	-	-	1-200

**Source:** Undersecretariat of Treasury, Undersecretariat of Foreign Trade, KOSGEB, EXIMBANK, HALKBANK

### Small-Sized Accommodation Enterprises

Small-scale enterprises usually have less than 50 employees, while micro enterprises have a maximum of 10 or mostly 5 employees (OECD, 2005). In the tourism sector, there are many business options for individuals or families to become entrepreneurs. As an example, part-time jobs, home-office (working from home with the necessary conditions), additional work (work done in addition to the main job) and activities carried out by the family in the place where they live (guest house) can be given (Getz, Carlsen & Morrison 2004).

Due to the differences such as small businesses having their own characteristics, different expectations and mindsets, researchers have made different types of evaluations (Akbaba, 2013). Morrison (1996) defines small-scale tourism businesses as tourism businesses that are financially supported by an individual or a group, do not have a professional management style and are directly managed by business owners. In addition, Öztekin and İlhan (1994) describe small-scale accommodation businesses as businesses that provide services, first as temporary accommodation places, and then meeting the food and beverage, entertainment and other needs of people while meeting their travel needs.

### CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

SMEs have a value that cannot be underestimated due to the high employment they provide in the economies of both developed and developing countries. According to the Turkish Statistical Institute report (2016), SMEs accounted for 99.8% of the total number of enterprises in 2014, 73.5% of employment, 54.1% of salaries and wages, 62% of the turnover, 53.5% of the added value and 55% of the gross investment in tangible goods. The sustainability of SMEs in an economy can only be achieved when they make sales and become profitable. In other words, the profit rate of their sales is very important for the continuation of the existence of SMEs and the healthy functioning of the economy in which they operate (Özbek, 2008).

Yılmaz (2007) has expressed the tourism sector as an important sector for development and growth. At the same time, he has drawn attention to the importance of tourism SMEs for the country's economy by contributing to the development of other sectors, making more production with less investment, and thus being less affected by economic fluctuations than large enterprises. In periods when global economic problems were experienced and demand, energy and raw materials decreased, SMEs acted as a buffer with a wide variety of service, product structures and flexible management styles and ensured the continuation of their competitive power in the international arena (Bayrak & Akdiş, 2000). In order to increase their competitiveness, SMEs need to be aware of their advantages in the constantly developing world and restructure to strengthen their weaknesses (Erkan & Eleren, 2001).

The place of a country on the world stage as an economic power depends on the entrepreneurs in that country and the encouragement and support of entrepreneurship. SMEs, which are considered as the balancing element of the free market economy, have become institutions that are increasingly supported by public authorities in many countries, especially in Europe, due to their contributions in creating employment and bringing competition conditions closer to full competition.

It is thought that the establishment of standard classification criteria accepted by all institutions in order for enterprises currently operating in the tourism sector to be considered as SMEs will reduce bureaucracy and facilitate the transfer of economic supports. While preparing the strategic action plan for tourism SMEs, the developments in the European Union should be followed closely and competitiveness should be maintained. Adding the definition of SME to the legislation of the unions and organizations that have been established or planned to be established in the tourism sector will be a guide for the affiliated enterprise to know its own classification.

## REFERENCES

- Akbaba, A. (2013). Küçük Ölçekli Turizm İşletmelerinde İşletme Performansı: Akçakoca'da Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi (*The Journal of Social and Economic Research*), 13(25): 17-56.
- Akgöz, E. (2003). *Önbüro İşlemleri*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Akın, M. (1998). *Konaklama İşletmelerinde Yenileme ve Modernizasyon Yatırımlarının Finansmanı ve Ordum Bölgesinde Bir Uygulama*. Ankara, Hacettepe Üniversitesi (Yüksek Lisans Tezi).
- Arslan, Ö. (2003). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Çalışma Sermayesi ve Bazı Finansal Yönetim Uygulamaları. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 4(1), 122.
- Avcı Kurt, C. (2003). Auditing Managerial Training Needs of Turkish Small and Medium Sized Hotel Enterprises. *Managerial Auditing Journal* 18(5), 399-404
- Aykın, S.M. (2001). Turizm KOBİ'leri ve Avrupa Birliği'nin Turizm Sektörüne Yönelik Yol Haritası, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (1): 141-150.
- Barutçugil, İ.S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*, Bursa, Uludağ üniversitesi Basımevi, İİBF.
- Bayrak, S. ve Akdiş, M. (2000). KOBİ'lerin Yönetimsel Durumu ve Yeni Sanayileşen İllerde Analizi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 73-90.
- Bos-Brouwers, H. (2010). Corporate Sustainability and Innovation in SMEs: Evidence of Themes and Activities in Practice". *Business Strategy and the Environment*, 19 (7), ss. 417-435.
- Buhalis, D. (1998). Stratejik Use of Information Technologies in the Tourism Industry. *Tourism Management* 19(5), 409-421.
- Çatal, M.F. (2007). Bölgesel Kalkınmada Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 333-352.
- Çelikkol, H., Çelikkol, M. ve Koç, Y.D. (2008). Ticaret Bankacılığında Yeni bir Boyut: Kobi Bankacılığı ve Türkiye Değerlendirmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, ss. 253-272
- Dallaryan, S. (2007). Küçük Ve Orta Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Yönetim Sorunlarını Ortaya Çıkarmaya Yönelik Bir Uygulama-Sultanahmet Bölgesi Butik Otelleri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 31-42.
- Demirtaş, N. (2010). *Otel İşletmeciliği*, Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları, Yayın No: 67. ISBN: 978-975-482-910-5.
- Devlet İstatistik Enstitüsü DİE, (1997). *İmalat Sanayinde Küçük ve Orta Ölçekli İşyerleri: Sorunlar, Çözümler, Öneriler*, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı Kobi Stratejisi ve Eylem Planı, (2004) <http://www3.kalkinma.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFBC9E148BD5932ED84> (20.01.2022).
- Duru, M.N. ve Erdem, E. (2010). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (Kobi) Sorunları. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (20), 79-98
- Erkan, M. ve Eleren, A. (2001). *Küreselleşme Sürecinde KOBİ'lerin Yeniden Yapılandırılması ve Bir Model Önerisi*. Orta Anadolu Kongresi Raporu, Nevşehir.
- European Commission, (2002). *SMEs in Europe, including a First Glance a EU Candidate Countries*. Observatory of European SMEs, 2, 9
- European Commission, (2003). *New SME Definition and a Model Declaration to be Used When Applying to SME Support Schemes*. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/new-sme-definition-user-guide-and-model-declaration> (18.02.2022).

- Getz, D., Carlsen, J. ve Morrison, A. (2004). *The Family Business in Tourism and Hospitality*, Oxfordshire: CABI Publishing.
- Harjula, H. (2008). Scoping Study on the Inclusion of Releases and Transfers from Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in PRTRs. Paris: *Environment Directorate, Organisation for Economic Co-operation and Development*.
- Ingram, A., Jamieson, R., Lynch, P. ve Bent, R. (2000). Questioning the Impact of the 'Graduatization' of the Managerial Labour Force Upon the Management of Human Resources in The Scottish Hotel Industry. *Journal of Consumer Studies and Home Economics* 24(4), 212-222.
- Karadeniz, E. ve İskenderoğlu, Ö. (2011). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Aktif Kârlılığını Etkileyen Değişkenlerin Analizi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), ss. 65-75.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kelçeoğlu, B. (2002). *Genel Eğilimler Işığında Türkiye Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme*. II. Turizm Şurası Bildirileri, I. Cilt. 12-14 Nisan, Ankara, 70
- KOSGEB, (2019). *KOBİ'lerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik* <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/5560/mevzuat> (14.03.2022).
- Morrison, A. (1996). *Marketing the Small Tourism Business*. İçinde A. V. Seaton, ve M. Bennett (Editörler), *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases* (ss. 400). London: International Thomson Publishing.
- OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development (2005). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook*, 2005 Edition. Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1989). *Otel İşletmeciliği*, Yön Ajans Basımevi, İstanbul.
- Özbek, Z. (2008). KOBİ'lerin Türk Ekonomisine Etkileri. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 31, 49-57.
- Özdemir, A. İ. ve Altıparmak, A. (2005). Sosyo-Ekonomik Göstergeler Açısından İllerin Gelişmişlik Düzeyinin Karşılaştırmalı Analizi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (Ocak – Haziran), ss.97-110.
- Öztekin, H. ve İlhan, İ. (1994). Konaklama Endüstrisi ve Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (3): 12-15
- Öztürk, Ö. (2007). *İstihdam Konusunda KOBİ'lerin Önemi ve KOBİ Alanında Eğitim İstihdam İlişkisi Açısından Kamu İstihdam Kurumunun Rolü*, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.
- Peacock, R.W. (2004). *Understanding Small Business: Practice, Theory and Research*, Adelaide: Scarman Publishing.
- Sarıaslan, H. (1996). *Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, İmalat Sanayi İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler*, TOBB Yayını, Ankara.
- Sarıgül, H. (2012). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Muhasebe ve Finansal Raporlama Uygulamalarının Basel I-II-III Kriterlerine Uygunluğunun Ölçülmesi (Bir Araştırma)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sheldon, P. (1993). Destination Information Systems. *Annals of Tourism Research* 20(4), 633-649.
- Şahin, O. (2011). KOBİ'lerde Finansal Performansı Belirleyen Faktörler, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (14): 183-200.

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi, *Legislation Information System*, (2020). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/3.5.20058948.pdf> (23.04.2022).
- T.C Cumhurbaşkanlığı Resmi Gazete, *Official Gazette of the Republic of Turkey*, (2022). <https://www.resmigazete.gov.tr> (25.04.2022)
- T.C. Ticaret Bakanlığı, *Republic of Turkey Ministry of Trade*, (2020). Türkiye’de Şirket Kurmak, [https://ticaret.gov.tr/data/5d3e935313b87607d8feeffc/rehber\\_Tr.pdf](https://ticaret.gov.tr/data/5d3e935313b87607d8feeffc/rehber_Tr.pdf) (09.05.2022)
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, *Turkish Statistical Institute* (2016). Sayı: 21540, 25 Kasım 2016 [http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21540\\_\(12.03.2022\)](http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21540_(12.03.2022)).
- Uğuz, S. (2014). Türkiye'de Cari İşlemler Dengesi ve Turizmin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014 (1) , 18-22. DOI: 10.18493/kmusekad.06748
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development, (2007). *Growing Micro and Small Enterprises in LDCs: the “Missing Middle” in LDCs: Why Micro and Small Enterprises are not Growing*, <http://unctad.org/en/docs/poitetebd5.en.pdf> (15.02.2022).
- Yalçın, A. ve Gafuroğlu, Ş. (2008). Ekonomik Krizlerin Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Üzerindeki Yönetimsel ve İşlevsel Etkilerini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 2, s.434.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Seçkin
- Yılmaz, H. (2007). Turizm Sektörü Kobilerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (33), 162-170.



# TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN KONAKLAMA ŞİRKETLERİNE SUNDUĞU KREDİLERİN ANALİZİ<sup>1</sup>

## *Analysis of Loans Offered to Accommodation Companies by the Turkish Banking Sector*

Erdinç KARADENİZ\*

Emre HIDİR\*\*

### ÖZ

Finansal sistemin en önemli aktörlerinden birisi olan bankacılık sektörü, turizm sektöründeki konaklama şirketlerinin hem yatırım hem de faaliyet aşamalarındaki finansman gereksinimlerinin karşılanmasında son derece önemlidir. Bu araştırmanın amacı Türk bankacılık sektörünün konaklama şirketlerine sunduğu kredilerin dağılımını, türlerini ve vadesini analiz etmektir. Bu amaçla öncelikle Türk bankacılık sektörünün 2009 – 2021 yılları arasında konaklama şirketlerine yönelik sunduğu nakdi ve gayri nakdi kredi düzeyleri ve takibe düşen kredi miktarı incelenmiştir. Ayrıca Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 24 bankanın konaklama şirketlerine yönelik hangi kredi paketlerini sundukları hem ticari ve katılım bankaları hem de kamu ve özel sektör bankaları açısından karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda bankaların kurumsal web siteleri ile Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu raporları üzerinde doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda konaklama şirketlerine sunulan nakdi ve gayri nakdi kredi düzeylerinin yıllar itibarıyla artışta olduğu, en çok artışın nakdi krediler bağlamında gerçekleştiği ve daha çok orta ve uzun vadeli nakdi kredilerin sunulduğu belirlenmiştir. Ayrıca sınırlı sayıda bankanın konaklama şirketlerine yönelik vade yapılarının ve geri ödemelerinin turizm sektörünün nakit akışının en aktif olduğu dönemlerde olacak şekilde kredi paketleri sundukları saptanmıştır. Yine bankaların sektöre hem destek adı altında konaklama şirketlerinin faaliyet anında ödemelerini kolaylaştıran kredi paketleri sunduğu hem de yatırım adı altında yeni otel inşaat ve yenileme gibi uzun vadeli kredi seçenekleri sağladıkları gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bankacılık Sektörü, Konaklama Şirketleri, Banka Kredileri, Doküman Analizi, Türkiye.

### ABSTRACT

The banking sector, which is one of the most important actors of the financial system, is extremely important in meeting the financing needs of accommodation companies in the tourism sector, both in the investment and operating stages. The aim of this research is to analyze the distribution, types and maturity of loans offered by the Turkish banking sector to accommodation companies. For this purpose, first of all, the cash and non-cash loan levels offered by the Turkish banking sector to accommodation companies between the years 2009-2021 and the amount of non-performing loans were examined. In addition, the loan packages offered by 24 banks operating in the Turkish banking sector to accommodation companies were compared and analyzed in terms of both commercial and participation banks and public and private sector banks. In this context, document analysis was carried out on the corporate websites of banks and the reports of the Banking Regulation and Supervision Agency. As a result of the research, it has been determined that the levels of cash and non-cash loans offered to accommodation companies have increased over the years, the highest increase was realized in the context of cash loans, and mostly medium and long-term cash loans were offered. In addition, it has been determined that banks offer loan packages for accommodation companies in such a way that their maturity structures and repayments are in the periods when the cash flow of the tourism sector is most active. It has also been observed that limited number of banks offer loan packages that facilitate the payments of accommodation companies at

<sup>1</sup> Bu çalışma, 2022 yılı Ağustos ayında Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda kabul edilen "Konaklama Şirketlerinde Bankacılık Sektörünün Sağladığı Finansman Kaynaklarının Kullanımı: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları ve Borsa İstanbul'da İşlem Gören Konaklama Şirketlerinde Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*Prof.Dr, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Mersin, Türkiye.ekaradeniz@mersin.edu.tr, Orcid: 0000-0003-2658-8490

\*\* Bilim Uzmanı, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin, Türkiye. emrehidir67@gmail.com, Orcid: 0000-0002-0491-6556

the time of operation under the name of support, and provide long-term loan options such as new hotel construction and renovation under the name of investment.

**Keywords:** Banking Sector, Accommodation Companies, Bank Loans, Document Analysis, Turkey.

## GİRİŞ

Günümüzde bankalar reel sektördeki şirketlere temel finansman kaynağı sağlayan önemli kuruluşların başında gelmektedir. Küresel piyasalarda alım ve satım göz önünde bulundurulduğunda alacaklı ve borçlu kişilerin belirli ilke ve kurallara bağlı bir sisteme dayanmadan işlemlerini güven içerisinde yapması mümkün görülmemektedir (Tuğcu ve Erdem, 2018:4). Bu yönüyle geçmişten günümüze kadar önemli bir yere sahip olan bankalar, şirketlerin yatırım ve işletme döneminde ihtiyaç duydukları krediler konusunda da önemli bir finansman kaynağı konumundadırlar. Dolayısıyla şirketlerin üretim ihtiyaçlarını ve maliyetlerini karşılayabilmesi adına bankalar önemli bir finansman sağlayıcı olarak ön plana çıkmaktadır (Karadeniz vd., 2015:59). Bu bağlamda bankacılık sektörü, ekonomik büyümeye doğrudan etki eden önemli finansal kurumların başında gelmektedir. Ayrıca bankacılık sistemi, ekonominin yeniden yapılanma sürecine girmesinde ve uzun vadeli makroekonomik istikrarın sağlanmasına aracılık etmektedir (Turgut ve Ertay, 2016:115). Bu yönüyle bankacılık sektörünün ekonomiye en önemli katkılarından birisi büyümeyi finanse etmesi olarak kabul edilmektedir. Diğer bir ifadeyle fon fazlası olanlardan topladığı fonları, fon gereksinimi olanlara kredi olarak kullanarak yatırımların ve tüketimlerin finanse edilmesini ve ekonomik faaliyetlerin sürdürülmesine olanak sağlamaktadır. Bankalar, bir taraftan ekonomik faaliyetlerin finansmanını sağlarken bir taraftan ise yeni ürün ve hizmet anlayışı ile hareket ederek finansal sistemin gelişmesine katkı yapmaktadır (Kartal, 2018:7).

Bankacılık sektörü özellikle turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketleri de doğrudan etkilemektedir. Turizm şirketleri, talebin sürekli olarak değiştiği turizm sektöründe yaşamış oldukları finansal gereksinimlerin önemli bir kısmını bankacılık sisteminin sunduğu finansman kaynaklarından yararlanarak çözmeye çalışmaktadır. Bu yönüyle bankacılık sistemi turizm sektöründeki sabit sermaye ve işletme sermayesi yatırımlarının finansmanını sağlayarak sektördeki şirketlerin büyümesine önemli katkı sağlamaktadır. Bankalar ayrıca şirketlerin sunduğu ürün ve hizmetleri tüketen hane halkı için de önemli bir finansman kaynağıdır. Turistlerin seyahat planlamalarını gerçekleştirme aşamasında bankalar yaz mevsimine özel sundukları seyahat veya tatil kredileri ile turizm sektörünün talep yönünün desteklenmesine yine önemli bir katkı sağlamaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketlere önemli bir finansman kaynağı sağlayan bankalar, yatırım ve işletme aşamalarında sermaye yetersizliği içinde olan ve sabit giderlerin yüksek olduğu konaklama şirketleri için de önemli bir finansman kaynağı sunmaktadır. Konaklama şirketlerinin varlık yapısı incelendiğinde şirketlerin aktif yapısının %90'a yakınının duran varlıklardan oluşması, şirketlerin yatırım ve işletme aşamalarında devamlı sermayeye gereksinim duymasına neden olmaktadır. Konaklama yatırımlarında sabit sermayeyi oluşturan varlıkların değerinin yüksek ve yatırım dönüşünün uzun süreli olması, ayrıca öz sermaye yetersizliği şirketlerin yatırımlarda uzun vadeli finansman kaynaklarına yönelmesine sebep olmaktadır (Küçükaltan ve Eskin, 2008:161). Konaklama şirketlerinin işletme aşamasında da işletme sermayesi yetersizliği, sürdürülebilir nakit akışı sağlanamaması ve kâr marjı düşüklüğü şeklinde yaşadığı finansal sorunlarla birlikte değişen tüketici istek ve ihtiyaçları doğrultusunda gerçekleştirilmesi gereken yenileme, genişleme ve modernizasyon yatırımları da konaklama şirketleri açısından işletme aşamasında da kısa, orta ve uzun vadeli finansman kaynaklarına ihtiyacı artırmaktadır (Karadeniz vd., 2015:59; Karadeniz vd., 2018:303).

Bu araştırmanın amacı Türk bankacılık sektörünün Türk konaklama şirketlerine sunduğu finansman kaynaklarının miktar, tür ve vade açısından belirlenmesidir. Bu bağlamda çalışmada öncelikle Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) sunduğu veriler üzerinden konaklama şirketlerine sunulan kredilerin miktar, tür ve vade açısından yıllar içerisindeki gelişimi incelenmiştir. Bununla birlikte Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankaların konaklama şirketlerine yatırım

ve işletme aşamasında sundukları turizm sektörüne özel kredilerin tür, vade ve diğer koşullar bağlamında özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırma altı bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonraki ikinci bölümde konuyla ilgili daha önce gerçekleştirilmiş araştırmalar özetlenmiştir. Üçüncü bölümde veri kaynakları ve analizde kullanılan yöntem açıklanmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde gerçekleştirilen analizlere ait bulgulara yer verilmiş ve son olarak beşinci bölümde çalışmanın sonuçları tartışılarak sektöre ve gelecek araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

## 2.LİTERATÜR

Bu bölümde araştırma konusuyla ilgili literatür taramasının sonuçları turizm sektörünün dışındaki sektörlere yönelik gerçekleştirilen araştırmalar ve turizm sektörüne yönelik gerçekleştirilen araştırmalar alt başlıklarıyla ayrı ayrı olarak ele alınmıştır.

### 2.1. Turizm Sektörü Dışındaki Sektörlere Yönelik Gerçekleştirilen Araştırmalar

Turizm sektörü dışındaki diğer sektörler için literatür incelendiğinde ilk olarak küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) temel finansman sorunları ile finansal kaynak tercihleri ve banka kredileri kullanımında yaşadıkları sorunların araştırıldığı gözlemlenmiştir. Bu araştırmalarda KOBİ'lerin en fazla yaşadığı finansman sorunlarının; kredi temini sırasında karşılaşılan formalitelerin ağırlığı, kredilerin talep edilen süre zarfında sağlanamaması, teminat şartlarının zorluğu, yetersiz finansman yapısı, kredi faiz oranlarının yüksek oluşu, modern finansal tekniklerin kullanılmaması, işletme sermayesi ve öz sermaye yetersizliği, bilgi eksikliği, ofofinansman olanaklarının yeterli olmaması, finansal verilerin kötü olması ve satış gelirlerinde dalgalanmalar olduğu saptanmıştır (Yörük, 2001; Bekçi ve Usul, 2001; Torlak ve Uçkun, 2005; Yalçın, 2006; Kutlu ve Demirci, 2007; Hyz, 2011; Atay, 2012; Kutlar ve Torun, 2013; Acar ve Çetiner, 2021).

Turizm sektörü dışındaki diğer sektörler için literatür incelendiğinde ikinci olarak son yıllarda bankacılık sisteminin reel sektöre sunduğu nakdi kredilerin ekonomik büyümeye ve üretim miktarına olan etkilerinin, kredi garanti fonu uygulamalarının reel sektöre etkilerinin ve banka kredileri ile faktöring ve leasing gibi alternatif finansman kaynaklarının kullanım durumunu etkileyen faktörlerin incelendiği de saptanmıştır. Bu kapsamda Çelikkol, Çelikkol ve Koç (2008), KOBİ Bankacılığı, KOBİ-Ticari Banka ilişkilerinin Türkiye’de istenilen seviyede olmadığını saptamışlardır. Ayrıca Ayar ve Kök (2009), KOBİ'lerin banka kredisi kullanımında firma yaşı, kurumsallık seviyesi, nakit yaratma seviyesi, işgücü seviyesi ve finans yöneticisinin eğitim seviyesinin etkili olduğunu belirlemişlerdir. Kalkan (2010), Türkiye’deki KOBİ'lerin bankalarla olan ilişkilerinin artarak devam ettiği, sermaye piyasalarından fon sağlayabilmek için çalışmaların yürütüldüğünü vurgulamıştır. Yüksel (2011), krediye erişim ve kredi şartları bakımından Türkiye’de bulunan KOBİ'lerin diğer gelişmiş ve benzer gelir düzeyinde bulunan ülkelerin çoğuna kıyasla daha çok sorun yaşadıklarını vurgulamıştır. Coşkun (2012), çok sık finansman sorunu yaşayan şirketlerin daha fazla banka kredisi kullandıklarını belirlemiştir. Çamoğlu ve Akıncı (2012), inşaat ve emlak sektörünün kullandığı kredi ile reel kredi hacmi arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu saptamışlardır. Sever ve Han (2015), hizmetler sektörü, sanayi sektörü ve toplam krediler ile ilgili sektörlerin gelir seviyeleri arasında eş bütünleşme olduğunu bulmuşlardır. Yılmaz (2016), KOBİ'lerin kredi kullanırken genel olarak uzun vadeli kredilerin tercih ettiklerini, Taşçı (2017) ise 2010-2016 yılları arasında KOBİ'lerin en çok sırasıyla banka kredilerini, faktoring ve leasingi tercih ettiklerini belirlemiştir. Duramaz (2017), Türkiye’de esnaf ve KOBİ'lerin finansmanında kredi ve kefalet hizmeti sunan Kredi Garanti Fonu’nun desteğini arttırarak sürdürdüğünü ve Türkiye ile diğer ülkelerdeki uygulamaların karşılaştırılması sonucunda Türkiye’deki kefalet mekanizmalarının mevcut uygulamaları çerçevesinde fonların işleyişinde bazı güncelleme ve düzenlemelere ihtiyaç duyulduğunu belirlemiştir. Çolak (2018), KOBİ'lerin finansmanında en önemli kaynağın banka kredileri olduğu fakat takipteki kredi oranının arttığı ve verilen kredi desteğinin az olduğunu tespit etmiştir. Atukalp (2021), Covid-19 salgın sürecinde en yüksek nakdi kredi kullanımı ile en yüksek takipteki kredi oranının imalat sektöründe olduğunu saptamıştır.

## 2.2. Turizm Sektörüne Yönelik Gerçekleştirilen Araştırmalar

Turizm sektörüne yönelik literatür taraması yapıldığında genellikle sektörde faaliyet gösteren şirketlerin finansman sorunları ile finansal kaynak kullanımına yönelik tercihlerini belirlemek amacıyla anket uygulamalı çalışmaların gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Buna karşın konuyla ilgili olarak ikincil veriler üzerinden kısıtlı sayıda çalışma yapıldığı saptanmıştır.

Yılmaz (2007), Bodrum'da faaliyet gösteren KOBİ statüsündeki turizm şirketlerinin yaşamış oldukları en ciddi yönetsel sorunların başında finansman sorunu geldiğini ve bu şirketlerin finansman sorunlarının çözümünde uygulanacak modern finansman teknikleri ile ilgili yeteri seviyede bilgiye sahip olmadıklarını belirlemiştir.

Poyraz (2008), Akdeniz Bölgesi'nde faaliyette bulunan büyük ölçekli konaklama şirketlerinin orta vadeli fon ihtiyaçlarını karşılamada en fazla başvurdukları finansman kaynaklarının orta vadeli banka kredileri, dönen krediler ve makine teçhizat kredisi olduğunu saptamıştır.

Karadeniz vd. (2011), oteller ve lokantalar sektörünün sabit varlık ağırlıklı varlık yapısına sahip olduğu, kaynak yapısında yabancı kaynak ve öz kaynak kullanımının dengeli olduğu ve daha çok uzun vadeli yabancı kaynak kullanıldığını belirlemiştir.

Dönmez ve Duran (2012), Mersin'de faaliyette bulunan KOBİ niteliğindeki seyahat acentaları ile otellerin karşılaştıkları en önemli sorunların finansal yapılarının yetersizliği, likidite sorunu, kredi faizlerinin yüksekliği ve kar marjlarının düşüklüğü olduğunu belirlemiştir.

Met vd. (2013), Marmaris'te faaliyet gösteren büyük ölçekli konaklama şirketlerinin işletme döneminde yatırımların finansmanında sırasıyla orta vadeli banka kredilerini, kısa vadeli banka kredilerini, finansal kiralama ve iç finansman kaynaklarını kullandıklarını tespit etmişlerdir.

Bilen vd. (2014), Diyarbakır'daki konaklama şirketlerinde kuruluş aşamasında öz sermaye, teşvik ve ticari kredilerden yararlandığını, banka kredisi kullanımının düşük olduğunu, finansman temin etmede en büyük sorunun kredi temin edilirken ortaya çıkan zorluklar ile işletme sermayesinin düşüklüğü olduğunu belirlemiştir.

Karadeniz vd. (2015), konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt sektöründeki KOBİ'lerin aktiflerinin en az üçte birinin banka kredileriyle finanse ettikleri ve ayrıca sektördeki şirketlerin daha çok uzun vadeli banka kredilerini tercih ettiklerini belirlemiştir.

Karadeniz vd. (2015), Mersin'de faaliyette bulunan 3, 4, 5 yıldızlı otel ve A grubu seyahat acentalarının dış finansman kaynağında ağırlıklı olarak banka kredilerini kullandıklarını ve bunları daha çok orta vadeli olarak temin ettiklerini belirlemiştir. Banka kredi kullanımında karşılaşılan en büyük sorunların ise faiz oranı yüksekliği ve teminat göstermedeki zorlukların olduğu saptanmıştır.

Karadeniz vd. (2018), Erzurum ve Kars'ta bulunan KOBİ statüsündeki konaklama şirketlerinde dış finansman kaynağı olarak en fazla uzun vadeli banka kredisinin kullanıldığını ve genel olarak yaşanan büyük sorunların yüksek faiz oranları, teminat gösterme, bilgi eksikliği, olumsuz ticari geçmiş, bürokratik işlemlerin uzaması ve işlem maliyetleri olduğunu belirlemiştir.

Konuyla ilgili olarak turizm sektörüne yönelik yukarıda sunulan literatür incelendiğinde araştırmaların daha çok anket ve görüşme yöntemiyle ve kısıtlı sayıda ikincil verilerle finansal kaynak kullanımında yabancı kaynak ve banka kredilerine yönelik olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçlarından hareketle turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama şirketlerinin finansal kaynak kullanımlarında genellikle uzun vadeli banka kredilerini tercih ettiği fakat banka kredilerine ulaşmada yaşanan en büyük sorunların başında ağır teminat şartları, yüksek faiz oranları, likidite yetersizliği ve bilgi eksikliği olduğu belirlenmiştir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama şirketlerine yönelik Türk bankacılık sektörünün sunduğu kredilerin karakteristik özelliklerini ve sektördeki bankaların konaklama şirketlerine sundukları sektörel kredilere yönelik bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın literatüre katkı vereceği düşünülmektedir.

### 3. YÖNTEM

Bu araştırmanın temel amacı Türk bankacılık sektörünün konaklama şirketlerine sundukları kredilerin tür, miktar, vade ve miktar açısından incelenmesidir. Bu amaçla ilk olarak Türk bankacılık sektörünün 2009 – 2021 yılları arasında konaklama şirketlerine yönelik sunduğu nakdi ve gayri nakdi kredi düzeyleri ve takibe düşen kredi miktarı incelenmiştir. Buna ek olarak Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 24 bankanın konaklama şirketlerine yönelik hangi kredi paketlerini sundukları hem ticari ve katılım bankaları hem de kamu ve özel sektör bankaları açısından karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda ilk analizde Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu raporlarından yararlanılmıştır. İkinci analizde ise Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 24 bankanın kurumsal web siteleri ve faaliyet raporları üzerinde 2022 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında doküman analizi gerçekleştirilerek içinde otel ve turizm terimleri geçen kredi ve finansman olanaklarının olup olmadığı incelenmiştir. Doküman analizi, basılı ve elektronik olmak üzere yazılı belgelerin içeriğini titizlikle ve sistematik olarak incelemek ve değerlendirmek için kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir. Doküman analizinde yazılı belgeler üzerinden anlam çıkarmak ve ampirik bilgi geliştirmek için verilerin incelenmesi ve yorumlanması gerçekleştirilmektedir (Kıral, 2020:1-3). Dolayısıyla bu araştırma anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri ile yürütülen bir araştırma olmaması ve BDDK ile bankaların kamuoyuyla paylaştığı istatistik veriler ve kurumsal web siteleri ile faaliyet raporları üzerinde gerçekleştirildiği için etik kurul onayı gerektirmeyen araştırma kapsamındadır.

Analiz sürecinde incelenen Türk bankacılık sektöründe faaliyette bulunan kamu ve özel bankalar ile ticari ve katılım bankaları araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Analiz kapsamındaki bankaların isimleri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

**Tablo 1.** Analiz Kapsamındaki Bankalar

No	Banka Adı
1	Vakıflar Bankası
2	Halk Bankası
3	Ziraat Bankası
4	İş Bankası
5	Akbank
6	ING Bank
7	Fibabanka
8	QNB Finansbank
9	Şekerbank
10	Türk Ekonomi Bankası
11	Anadolubank
12	HSBC Bank
13	Odea Bank
14	Aktif Yatırım Bankası
15	Garanti BBVA
16	Yapı ve Kredi Bankası
17	Denizbank
18	Türkiye İhracat Kredi Bankası
19	Türkiye Finans Katılım Bankası
20	Kuveyt Türk Katılım Bankası
21	Türkiye Emlak Katılım Bankası
22	Albaraka Türk Katılım Bankası
23	Ziraat Katılım Bankası
24	Vakıf Katılım Bankası

**Kaynak:** (BDDK, 2022)

#### 4.BULGULAR

##### 4.1. Türk Bankacılık Sektörünün 2009 – 2021 Yılları Arasında Konaklama Şirketlerine Sunduğu Kredilere Yönelik Bulgular

Tablo 2’de Türk bankacılık sektörü tarafından konaklama şirketlerinin kullanımına sunulan nakdi ve gayri nakdi krediler ile nakdi kredilerin vadelerine göre tutarlarıyla ilişkin bulgular yer almaktadır.

**Tablo 2.** Konaklama Şirketlerinin Nakdi ve Gayri Nakdi Kredi Kullanım Düzeylerine İlişkin Bulgular

Yıllar	Kısa Vadeli Nakdi Krediler (Bin TL)	Orta ve Uzun Vadeli Nakdi Krediler (Bin TL)	Nakdi Krediler (Bin TL)	Gayri Nakdi Krediler (Bin TL)	Nakdi ve Gayri Nakdi Krediler Toplamı (Bin TL)
2009	1.205.420	4.905.259	6.110.679	862.105	6.972.784
2010	1.311.453	7.053.371	8.364.824	995.906	9.360.730
2011	1.522.509	10.640.077	12.162.586	1.198.538	13.361.124
2012	1.977.270	11.364.321	13.341.591	1.235.633	14.577.224
2013	2.372.555	16.819.683	19.192.238	1.672.528	20.864.766
2014	3.415.973	20.841.804	24.257.777	1.802.019	26.059.796
2015	3.715.890	27.478.658	31.194.548	2.069.169	33.263.717
2016	4.421.927	36.047.571	40.469.498	2.642.979	43.112.477
2017	5.372.027	42.242.551	47.614.578	3.375.808	50.990.386
2018	9.233.584	53.323.190	62.556.774	6.254.005	68.810.779
2019	11.064.892	57.867.454	68.932.346	8.746.717	77.679.063
2020	16.328.960	84.138.598	100.467.558	11.708.622	112.176.180
2021	20.237.064	131.814.266	152.051.330	15.867.382	167.918.712

**Kaynak:** (BDDK, 2022).

Nakdi krediler, gerçek veya tüzel kişilere vade sonunda belirli bir faiz ve komisyon karşılığında nakit olarak kullanılan kredilerdir (Karamustafa, 2013:5; Aydın vd., 2014:199).Gayri nakdi krediler ise, bankaların kendi adını ve prestijini kullanarak müşterisinin işi yapmaması ya da yapamadığı, taahhütlerini yerine getirmemesi veya getirememesi ve borcunu ödememesi veya ödeyememesi gibi durumlarda bankanın karşı tarafa borcun tamamının kendisi tarafından ödeneceğini taahhüt ettiği ve bu taahhüdünü bir mektup ile beyan ettiği kredilerdir (Karamustafa, 2013:5; Bahadır, 2018:11).Tablo 2 incelendiğinde Türkiye’deki konaklama şirketlerinin nakdi ve gayri nakdi kredi kullanım düzeylerinin yıllar itibariyle artış gösterdiği ve nakdi kredi kullanımının daha yüksek gerçekleştiği görülmektedir. Yine tablo incelendiğinde konaklama şirketlerinin nakdi krediler içerisinde daha çok orta ve uzun vadeli olanları tercih ettiği söylenebilir.

Tabloda dikkat çeken bulgulardan bir diğeri ise 2019 yılının sonunda başlayan Covid-19 salgınıyla birlikte özellikle 2020 ve 2021 yıllarında nakdi ve gayri nakdi kredi kullanımının oldukça yüksek gerçekleşmesidir. Salgının ilk yılı olan 2020 yılında nakdi kredilerin 2019 yılına göre %45,75 düzeyinde 2021 yılında da nakdi kredilerin 2019 yılına göre %120,58 düzeyinde yükseldiği hesaplanmıştır. Yine 2021 yılında nakdi kredilerin 2020 yılına göre yaklaşık %51,34 civarında bir artış gösterdiği söylenebilir. Gayri nakdi kredilerin ise 2020 yılında 2019 yılına göre sonunda gayri nakdi kredilerin yaklaşık %33,86 düzeyinde 2021 yılında ise 2019 yılına göre %81,41’lik bir artış gösterdiği hesaplanmıştır. 2021 yılında ise gayri nakdi kredilerin, 2020 yılına göre yaklaşık %35,52’lik bir artış gösterdiği tespit edilmiştir. 2019 yılının sonunda başlayan Covid-19 salgını ile birlikte nakdi krediler içerisinde konaklama şirketlerinin yine orta ve uzun vadeli banka kredilerini tercih ettiği görülmektedir. Bu duruma sebep olan ana etkenin konaklama şirketlerinin salgın döneminde yaşamış oldukları ekonomik sıkıntılardan ötürü sabit



giderlerini ve maliyetlerini karşılamak amacıyla bankaların orta ve uzun vadeli kredi olanaklarından yararlanmış oldukları söylenebilir. Ayrıca salgının başlamasıyla birlikte devletin bankaların şirketlerden kredi alacaklarını ertelemesine yönelik uygulamasıyla, bankaların kredi alacaklarında bazı düzenlemelere giderek salgın koşullarında alacaklarını ertelemesinin ve yeniden yapılandırmaya yönelik kolaylıklar sağlamasının da etkili olduğu söylenebilir. Tablo 2’de ayrıca analiz döneminde Türk bankacılık sisteminin konaklama şirketlerine yönelik kullandığı nakdi ve gayri nakdi kredilerin yıllık artışının en düşük düzeyde gerçekleştiği yılın 2012 olduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeninin Euro bölgesinde 2012 yılında yaşanan teknik resesyon ve Türkiye’de büyümenin düşmesinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Tablo 3’de ise Türk konaklama şirketlerinin 2009 – 2021 yılları arasında takibe düşen kredi miktarları ile bir önceki yıla göre değişim yüzdeleri ve toplam nakdi krediler içindeki payına ilişkin bulgular yer almaktadır.

**Tablo 3.** Konaklama Şirketlerinin Takibe Düşen Kredilerine İlişkin Bulgular

Yıllar	Takipteki Kredi Miktarı (Bin TL)	Takipteki Kredi Miktarındaki Değişim (%)	Toplam Nakdi Kredi İçindeki Payı (%)
2009	209.943	14,81	3,32
2010	242.131	15,33	2,81
2011	345.542	42,71	2,76
2012	351.211	1,64	2,56
2013	514.609	46,52	2,61
2014	588.968	14,45	2,37
2015	739.226	25,51	2,32
2016	824.643	11,55	2,00
2017	1.188.516	44,12	2,44
2018	2.760.022	132,22	4,23
2019	6.277.526	127,44	8,35
2020	5.191.662	-17,30	4,91
2021	5.848.487	12,65	3,70

**Kaynak:** (BDDK, 2022).

Tablo 3 incelendiğinde Türk konaklama şirketlerinin takibe düşen kredi miktarlarının 2009 yılından 2019 yılına kadar farklı düzeylerde artış gösterdiği görülmüştür. Takipteki kredi miktarının toplam nakdi kredi içindeki payının da 2009-2017 yılları arasında düştüğü ancak 2017 yılından itibaren 2021 yılına kadar yükselme eğilimi içinde olduğu gözlemlenmiştir. Takipteki kredi miktarının artış düzeyinin en yüksek gerçekleştiği yılların 2018 ve 2019 olduğu, takipteki kredilerin toplam nakdi krediler içindeki payının en yüksek gerçekleştiği yılın ise 2019 olduğu tespit edilmiştir. Buna sebep olan durumun 2015 yılı sonunda Rusya ile yaşanan uçak krizi ve akabinde 2016 yılının temmuz ayında gerçekleşen darbe girişiminden ötürü kırılan olan Türk turizm sektörünü daralttığı ve bu sebeple konaklama şirketlerinin kullanmış oldukları kredileri geri ödemede sorun yaşamalarından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Yine 2020 yılında takipteki kredi miktarındaki değişimin -%17,30 ile düşüş gösterdiği ve 2021 yılında ise %12,65 ile tekrardan artışa geçtiği gözlemlenmiştir. Buna sebep olan durumun ise salgın dönemi ile birlikte devletin bankaların alacaklarını takip işlemi yapmalarına yönelik uyguladığı stratejilerin ve devletin bu dönemde sektörlerin Covid-19 salgını ile mücadele kapsamında 18 maddelik önlem paketinin açıklamasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Özellikle salgının etkisiyle beraber turizm sektörü ekonomik anlamda ciddi bir kayba uğramış ve 2020 yılında takibe düşen kredi miktarının salgın



ile beraber 2021 yılında tekrar artışa geçerek %12,65'lik bir yükselme olduğu hesaplanmıştır. 2021 yılında takibe düşen kredilerin tekrar artışa geçmesindeki sebebin ise salgın döneminde getirilen düzenlemelerin yürürlükten kalkmasıyla konaklama şirketlerinin ertelenen kredi geri ödemelerinin başlamasının ve bu dönemde turizm sektöründeki gelirler ve nakit akışlarındaki azalmayla birlikte geri ödemede yaşanan zorluklar nedeniyle takipteki kredi düzeyinin tekrar yükselmesi olduğu düşünülmektedir.

#### 4.2. Türk Bankacılık Sektöründeki Bankaların Turizm Sektörüne ve Konaklama Şirketlerine Sundukları Kredi Paketlerine Yönelik Bulgular

Araştırmada Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 24 bankanın kurumsal web siteleri ve faaliyet raporları üzerinde 2022 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında doküman analizi gerçekleştirilerek içinde otel ve turizm terimleri geçen kredi ve finansman olanaklarının olup olmadığı incelenmiştir. Tablo 4'de Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kamu, özel ticari ve katılım bankalarının turizm sektörüne ve konaklama şirketlerine sundukları kredi paketlerine yönelik bulgular yer almaktadır.

**Tablo 4.** Kamu, Özel ve Ticari ve Katılım Bankalarının Turizm Sektörüne ve Konaklama Şirketlerine Sundukları Kredi Paketlerine Yönelik Bulgular

Banka Türü	Banka Adı	Kredi Türü	Kredi Paket İçeriği
Kamu	Vakıflar Bankası	Turizm sektörü özelinde döviz kredileri.	Turizm müesseseleri ile seyahat acentelerinin, yurt içinde ve yurt dışındaki turizm faaliyetleri sırasında yaptıkları döviz karşılığı hizmet satışlarının finansmanı için kullanılmaktadır. Vade seçeneği belirtilmemiştir.
	Halk Bankası	Turizm sektörü özelinde yurtdışı kaynaklı yatırım kredileri.	Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası, Fransız Kalkınma Ajansı ve Dünya Bankası'ndan temin edilen kaynaklarla maksimum 7 yıl vadeli yatırım kredileri kullanılmaktadır.
	Ziraat Bankası	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
Özel ve Ticari	İş Bankası	Turizm sektörü özelinde gayrimenkul yatırım ve proje finansman kredileri	Turizm sektörü özelinde turizm bölgelerinde gerçekleştirilen yeni otel yatırımlarının yanı sıra bu bölgelerin dışında tesis edilen şehir oteli yatırımlarında yatırım ve proje finansman kredisi sunulmaktadır. Bunun dışında sadece turizm işletmelerine özel olarak dinamik kur dönüşümlü pos ve döviz pos cihazı hizmeti sunulmaktadır.
	Akbank	Turizm sektörü özelinde gayrimenkul yatırım ve proje finansman kredileri	Turizm sektörü özelinde orta ve uzun vadeli otel yatırım projelerine finansman kredisi sunulmaktadır.
	ING Bank	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	Fibabank	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	QNB Finansbank	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	Şekerbank	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	Türkiye Ekonomi Bankası	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.

<b>Anadolubank</b>	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır	Kredi paketi bulunmamaktadır.
<b>HSBC Bank</b>	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
<b>Odea Bank</b>	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
<b>Aktif Yatırım Bankası</b>	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
<b>Garanti Bankası</b>	Turizm Destek Kredisi	Turizm sektörü özelinde 36 aya varan vade ve nakit akışın olduğu yaz dönemi boyunca kredi geri ödemesi sağlayan TL ve dövize endeksli kredi sunulmaktadır.
	İşyeri Kredileri	Turizm sektörü özelinde 96 aya varan vade seçeneğiyle TL veya dövize endeksli olarak kullanılan işyeri kredileridir.
	KOBİ İhtiyaç Kredileri (TL / Döviz)	Turizm sektörü özelinde 36 aya varan vadeyle makine, işyeri yenileme ve teknoloji geliştirme gibi alanlarda kredi desteği sunulmaktadır.
<b>Yapı ve Kredi Bankası</b>	Ödemesi Kolay Turizm Kredisi	Turizm sektöründe geliri sezonluk olarak değişen KOBİ'lerin tüm yatırım ihtiyaçlarını karşılayan 36 ay vadeli kredidir. Kredi üst limiti bulunmamaktadır.
	Sezona Hazırlık Kredisi	Turizm sektöründe hizmet veren otel, pansiyon, acente ve benzeri KOBİ'lerin sezon öncesinde yapacakları tadilat ve benzeri işlerdeki finansman giderlerini karşılayan 36 aya varan kredidir. Kredi üst limiti bulunmamaktadır.
<b>Denizbank</b>	Sektörel Krediler/ Turizm Kredileri	Otel, motel, pansiyon, tatil köyü, termal tesisler, yat ve tekne işletmecileri, halıcı, kuyumcu, restoran, bar, cafe, butik, hediyelik eşya mağazaları, polikliniklerin her türlü yenileme, tadilat ve yatırım ihtiyaçlarını karşılayan 36 aya varan kredilerdir.
<b>Türkiye İhracat Kredi Bankası</b>	Turizm Kredisi	Asli fonksiyonu konaklama hizmeti vermek olan turizm işletmelerine kredi vadesi içerisinde gerçekleştirecekleri turizm hizmetlerinin finansmanına yönelik olarak, yurt dışından getirmeyi taahhüt ettikleri turizm hizmeti bedelleri/döviz gelirleri karşılığında kullanılmaktadır. Kredilere uygulanacak faiz oranları; kredi vadesi, kredi tutarı ve para birimine göre belirlenmektedir. Vade seçeneği belirtilmemiştir.

Katılım	Türkiye Finans Katılım Bankası	Turizm İşletme Destek Kredileri	Geliri sezona bağlı olarak değişen butik, hediyelik eşya satışı, turizm taşımacılığı yapan turizm esnafının mal ve hizmet alımlarına yönelik finansal destek sağlayan TL veya dövizle endeksli 60 aya kadar kullandırılan kredilerdir.
		Otel Yatırım Kredisi	Turizm sektöründe faaliyet gösterecek konaklama tesisi projelerinin hayata geçirilmesi için gerekli olan finansman desteğini sağlayan 84 aya varan vadeye kadar TL veya döviz cinsinden sunulan kredilerdir.
		Otel Renovasyon Kredisi	Var olan tesislerin yenilenmesinin yanı sıra tüm mal ve hizmet alım projeleri için finansal destek sağlayan kredi, TL ve döviz cinsinden 60 aya varan vade ile kullandırılmaktadır.
		Tam Pansiyon Turizm Kredisi	Turistik işletmelerin ve turizm esnafının gereksinim duyduğu farklı finansman desteği alternatiflerini sunmaktadır. Vade seçeneği belirtilmemiştir.
	Kuveyt Türk Katılım Bankası	Turizm İşletme Finansmanı Kredisi	Turizm tesislerinin ihtiyaç duyduğu malzemeler (mobilya, yastık, sabun vb.), konaklama hizmeti için kullanılan ekipmanlar ve helal gıda ürünleri için fonlama yapılmakta, bunların yanı sıra mal ve hizmet alım işlemlerinin de finansmanı sağlanmakta olup, nakit akışına göre esnek geri ödeme planı sunulmaktadır. Vade seçeneği belirtilmemiştir.
		Otel Yenileme Finansman Kredisi	İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için yapacakları (boya, tesisat yenileme vb.) her türlü harcamayı fonlayabileceği bir finansman türü olup, nakit akışına göre esnek geri ödeme planı sunulmaktadır. Vade seçeneği belirtilmemiştir.
		Yatırım Finansman Kredisi	İşletmelerin, yapmak istedikleri her türlü yatırım (araç, arsa vb.) için kullanacakları, geri ödemelerini sezona göre ayarlayabilecekleri finansman türüdür. Vade seçeneği belirtilmemiştir.
Türkiye Emlak Katılım Bankası	Türkiye Emlak Katılım Bankası	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	Albaraka Türk Katılım Bankası	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	Ziraat Katılım Bankası	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.
	Vakıf Katılım Bankası	Turizm sektörü özelinde kredi türü bulunmamaktadır.	Kredi paketi bulunmamaktadır.

Tablo 4 incelendiğinde kamu bankalarından Vakıflar Bankası ile Halk Bankası'nın sektöre yönelik kredi paketinin olduğu görülmektedir. Turizm sektörü özelinde Vakıflar Bankası'nın döviz kredileri, Halk

Bankasının ise yurtdışı kaynaklı yatırım kredileri sundukları saptanmıştır. Ticari özel bankalardan 6 tanesinin ise sektöre yönelik farklı türlerde kredi paketlerinin olduğu buna karşın 9 tanesinde sektör özelinde kredi paketlerinin olmadığı gözlemlenmiştir. Özellikle kredi paketlerinin genel olarak içeriğine bakıldığında, vade yapılarının ve kredi geri ödemelerinin turizm sektörünün nakit akışının en aktif olduğu dönemlerde yapılabilmesi kolaylığının sağlandığı dikkat çekmektedir. Özel ve ticari bankaların sektöre hem destek adı altında konaklama şirketlerinin faaliyet anında ödemelerini kolaylaştıran paketler sunduğu hem de gayrimenkul yatırım ve proje finansmanı (yeni otel inşaat ve yenileme amaçlı), işyeri kredileri, ödemesi kolay turizm kredisi, sezona hazırlık kredisi gibi isimler altında uzun vadeli kredi (36-96 ay vadeli) seçeneklerinin olduğu belirlenmiştir.

Katılım bankalarından ise 2 tanesinin turizm sektörüne ve konaklama şirketlerine yönelik kredi paketlerinin geniş ve kapsamlı olduğu görülmektedir. Katılım bankalarının faizsiz bankacılık anlayışı ile çalışmasından kaynaklı olarak bazı konaklama şirketlerinin kredi tercihlerinde katılım bankalarının sunmuş oldukları paketler oldukça önem arz edebilmektedir. Bu anlayış ile sektörde tutunmaya çalışan şirketler için katılım bankalarının turizm sektörüne ve konaklama şirketlerine yönelik paketler sunması şirketlerin finansal desteklerden yararlanabilmesini sağlamaktadır. Araştırma kapsamında belirlenen 24 bankadan turizm sektörü ve konaklama şirketlerine yönelik kredi paketi sunan bankaların 10 adet ile sınırlı olduğu görülmektedir. 14 bankanın ise turizm ve konaklama sektörüne özel olarak sunduğu herhangi bir kredi paketinin olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada ayrıca turizm ve konaklama şirketlerine kredi sunan bankaların paket içeriği incelendiğinde çoğu bankanın vade seçeneklerini belirlemediği görülmektedir. Turizm sektörünün ekonomik anlamda döviz kazandırıcı özelliğinin olması, ülkelerin dış ticaret ve cari açığını kapatması, yaşanan ekonomik krizlerden çıkılması konusunda turizm gelirlerinin önemli bir yere sahip olmasından dolayı turizm sektörüne ve konaklama şirketlerine kredi sunan banka sayılarının ve kredi paketlerinin çeşitliliğinin artırılması önemlidir.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Finansal sistem içerisinde önemli bir yere sahip olan bankacılık sektörü reel piyasaların daha rekabetçi bir hale gelmesine ve gelişmesine doğrudan etki etmektedir. Bu doğrultuda bankacılık sektörü, özellikle turizm sektöründe faaliyette bulunan şirketler açısından da son derece önemli bir yere sahiptir. Turizm sektöründe faaliyette bulunan şirketler, yaşamış oldukları finansman ihtiyaçlarının önemli bir bölümünü bankacılık sisteminin sunduğu finansman kaynaklarından faydalanarak çözmeye çalışmaktadır. Bu yönüyle bankacılık sistemi turizm sektöründe faaliyette bulunan şirketlerin sabit sermaye ve işletme sermayesi yatırımlarının finansmanını sağlayarak sektörün büyümesine önemli katkı vermektedir. Turizm sektöründe faaliyette bulunan şirketlere önemli bir finansman kaynağı sağlama konumunda olan bankalar, yatırım ve işletme evresinde öz kaynak yetersizliği içinde olan konaklama şirketleri için de önemli bir finansman kaynağı sunmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı Türk bankacılık sektörünün konaklama şirketlerine sunduğu finansman kaynaklarının miktar, tür ve açısından belirlenmesidir. Bu bağlamda araştırmada iki analiz gerçekleştirilmiştir. Birinci analizde Türk bankacılık sektörünün 2009 – 2021 yılları arasında konaklama şirketlerine sunduğu nakdi ve gayri nakdi kredilerin düzeyleri ve takibe düşen kredi miktarı incelenmiştir. İkinci analizde ise Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 24 bankanın konaklama şirketlerine yönelik hangi kredi paketlerini sundukları analiz edilmiştir.

Birinci analiz neticesinde Türk bankacılık sektörünün 2009 – 2021 yılları arasında konaklama şirketlerine sunduğu nakdi ve gayri nakdi kredi düzeylerinin yıllar itibarıyla artışta olduğu ve en çok artışın nakdi krediler bağlamında gerçekleştiği belirlenmiştir. Konaklama şirketlerinin özellikle orta ve uzun vadeli nakdi kredileri, kısa vadeli nakdi kredilere göre daha sık tercih ettiği saptanmıştır. 2019 yılının sonunda ortaya çıkan Covid-19 salgınının etkisiyle birlikte nakdi ve gayri nakdi kredi kullanımının arttığı saptanmıştır. Covid-19 salgını sürecinde konaklama şirketlerinin nakdi krediler içerisinde daha çok orta ve uzun vadeli banka kredilerini tercih ettiği de belirlenmiştir. Bu duruma sebep olan ana etken ise konaklama şirketlerinin salgın döneminde ekonomik sıkıntılardan ötürü sabit maliyetlerini karşılamak amacıyla orta ve uzun vadeli kredi olanaklarından yararlanmış oldukları söylenebilir. Bu

kapsamda konaklama şirketlerinin sabit varlık ağırlıklı şirketler olması nedeniyle özellikle uzun vadeli nakdi kredileri kullanmasının normal olduğu düşünülmektedir. Yine birinci analiz sonucunda takibe düşen kredi miktarlarının 2009 yılından 2018 yılına kadar bir artış gösterdiği belirlenmiştir. 2019 yılı sonunda Covid-19 salgını ile birlikte takipteki kredi miktarının 2020 yılında düştüğü ve 2021 yılında tekrar artışa geçtiği belirlenmiştir. 2021 yılında tekrar artışa geçmesindeki ana etkenin ise salgın döneminde getirilen düzenlemelerin kalkmasıyla konaklama şirketlerinin çalışma sermayesi ve nakit gereksinimi ile sabit gider ve maliyetlerini karşılamak amacıyla söz konusu kredilere yönelmesiyle bu oranların artışa geçtiği söylenebilir.

Araştırmada gerçekleştirilen ikinci analiz neticesinde incelenen 24 bankadan turizm sektörü ve konaklama şirketlerine yönelik kredi paketi sunan sadece 10 bankanın olduğu belirlenmiştir. Buna karşın 14 bankanın ise turizm ve konaklama sektörüne özel olarak sunduğu herhangi bir kredi paketinin olmadığı tespit edilmiştir. Kamu bankalarının turizm sektörüne sunduğu kredi paketlerinin çok az olduğu ve sektöre yönelik döviz kredileri ve yurtdışı kaynaklı krediler sundukları saptanmıştır. Yine kamu bankalarının kurumsal web sitelerinde sundukları kredi paketlerinde vade ve faiz oranları ile ilgili bilgi vermedikleri belirlenmiştir. Özel ticari bankaların ise konaklama şirketlerine Türk Lirası ve döviz cinsinden turizm destek paketleri, sezona hazırlık kredileri ve sektörel krediler adı altında işletme aşamasında nakit kolaylığı sağlayacak krediler sundukları belirlenmiştir. Bu kredilerin vade yapıları incelendiğinde genel olarak 36-96 ay arasında bir vade seçeneği sunulduğu ve turizm sektörünün nakit akışının olduğu dönemlerde geri ödeme kolaylığı sağladıkları belirlenmiştir. Bu kredi türlerinde bankaların ortalama faiz oranları ile ilgili bilgi vermediği de belirlenmiştir. Katılım bankalarının ise turizm destek paketlerinin yanında otel yatırım kredileri, renovasyon, yenileme gibi turizm sektörüne özel kredi paketleri sundukları belirlenmiştir. Bu kredilerin vade yapıları incelendiğinde genel olarak işletme aşaması için 60 aya kadar, yatırım kredileri için ise 84 aya kadar vade seçeneği sunulduğu belirlenmiştir. Ticari ve katılım bankaları açısından karşılaştırıldığında ticari bankaların daha çok işletme aşaması dönemi için kredi sundukları, katılım bankalarının ise hem işletme hem de yatırım aşamalarında sunmuş olduğu kredilerin olduğu belirlenmiştir. Yine vade açısından işletme kredilerinde genel itibarıyla 36-60 ay vade, yatırım kredilerinde ise 84 aya kadar vadenin yükseldiği belirlenmiştir. Turizm sektörünün Türkiye açısından ekonomik anlamda döviz kazandırıcı özelliğinin olması, dış ticaret ve cari açığını kapatması, yaşanan ekonomik krizlerden çıkılması konusunda turizm gelirlerinin önemli bir yere sahip olmasından dolayı konaklama şirketlerine kredi sunan banka sayılarının ve kredi paketlerinin çeşitliliğinin artırılmasının son derece faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular neticesinde konaklama sektöründeki şirketlerin banka kredileri kullanırken vade uyumuna dikkat etmeleri, kredi kullanma sürecinde gerekli ilkelere uymalarına, finansal risklerini dengelemeye dikkat etmeleri önerilebilir. Bununla birlikte konaklama sektöründeki yeni yatırım, yenileme ve modernizasyonların uzun vadeli banka kredileriyle finanse edilebilmesi için gerekli çalışmaların titiz ve gerçeğe uygun verilerle analiz edilerek yapılması kredilerin elde edilmesinde kolaylık sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda banka kredilerine anında ulaşmada, istenilen vade türü ve şartlarda kredilerin temin edilmesi mümkün olabilmektedir. Türk bankacılık sektörünün ise konaklama şirketlerine sundukları kredi paketlerinin sayısının ve türlerinin arttırılmasının da sektörün gelişmesi ve finansman ihtiyaçlarını karşılamaları açısından fayda yaratacağı söylenebilir. Yine konaklama sektöründeki şirketlerin finansman kaynak kullanımında uygun maliyetli alternatif finansman kaynaklarını (leasing, faktöring, barter gibi) tercih etmesi, bununla birlikte sermaye piyasalarına kote olarak uzun vadeli alternatif finansal kaynak elde etmelerinin de önemli olduğu düşünülmektedir.

Konuyla ilgili olarak literatür incelendiğinde çalışmaların daha çok anket ve görüşme yöntemiyle finansal kaynak kullanımında banka kredisi tercihlerine yönelik olduğu, turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama şirketlerine yönelik ikincil veriler üzerinden kısıtlı çalışmanın olduğu ve bu çalışmaların genellikle son yıllarda gerçekleştirildiği tarafımızca saptanmıştır. Bu araştırma ile Türk bankacılık sektörünün konaklama şirketlerine yönelik sunduğu kredilerin vadesi ve türleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırma sonucunda elde edilen bulguların hem turizm ve finans

literatürüne hem de bankacılık ve konaklama sektör yönetici ve yatırımcılarına faydalı bilgiler sunacağı düşünülmektedir. Araştırmada gerçekleştirilen ilk analizin 13 yıl ile sınırlı olması zaman açısından bir sınırlılık oluşturmaktadır. İkinci analizde ise 2022 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında bankaların kurumsal web sitelerinin ve faaliyet raporlarının analizi süre açısından bir kısıt getirmektedir. Araştırmada ayrıca Covid-19 salgını sürecinden dolayı yüz yüze görüşmenin insan sağlığını olumsuz etkileyeceği çekincesiyle anketli bir uygulamanın yapılamaması, araştırmanın bankaların ikincil verileri üzerinden gerçekleştirilmesine neden olmuştur. Gelecek araştırmalarda konaklama şirketleri ile bankalar üzerinde anket kullanılarak toplanacak verilerle daha ayrıntılı araştırmaların yapılacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte uluslararası olarak ülkelerdeki bankacılık sistemlerinin konaklama şirketlerine yönelik sundukları finansman olanakları da karşılaştırmalı olarak incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Acar, C. S. ve Çetiner, M. (2021). Kobilerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 7(3): 23-36.
- Atay, S. (2012). KOBİ'lerin Türkiye'de Bankalarla Yaşadığı Finansal Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3(6): 1-7.
- Atukalp, M. E. (2021). Türk Bankacılık Sisteminde Sektörel Bazda Kredi Kullanımının Küresel Kovid-19 Salgını ile İlişkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 850-859.
- Aydın, N., Şen, M. ve Berk, N. (2014). *Finansal Yönetim 1*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Ayrıçay, Y. ve Kök, D. (2009). Kobilerin Finansmanında Kredi Kullanım Düzeyini Etkileyen Faktörler: Kahramanmaraş Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (11): 109-131.
- Bahadır, C. (2018). Sorunlu Kredilerin Yönetiminde Varlık Yönetim Şirketlerinin Rolü ve Türkiye Uygulaması (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (2022). Bülten Aylık. <https://www.bddk.org.tr/BultenAylık/> adresinden alınmıştır. (Erişim tarihi: 20.05.2022).
- Bekçi, İ. ve Usul, H. (2001). Göller Bölgesindeki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansal Sorunları ve Çözüm Yolları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1): 111-125.
- Bilen, A., Karakaş, A. ve Yağmur, M. (2014). Diyarbakır'daki Yerleşik Konaklama İşletmelerinin Karşılaştığı Finansal Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 5 (10): 91-104.
- Coşkun, A. (2012). Finansman Sorunlarına Göre Kredi Kullanım Oranları ve Yatırımlarda Kredilerin Etkisi Üzerine Araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (19): 445-449.
- Çamoğlu, S. M. ve Akıncı, M. (2012). Türkiye'de Sektörel Banka Kredilerinin Gelişimi: Bir Zaman Serisi Analizi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (1): 193-210.
- Çelikkol, H., Çelikkol, M. M. ve Koç, Y. D. (2008). Ticaret Bankacılığında Yeni Bir Boyut: Kobi Bankacılığı ve Türkiye Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21):253-272.
- Çolak, S.Y. (2018). KOBİ'lerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Bankaların Yeri ve Önemi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dönmez, B. ve Duran, A. (2012). Mersin'deki Seyahat ve Otel İşletmelerinin Finansal Sorunları. [www.turizmtrend.com/akademi/yayinlar/mersindeki-seyahat-ve-otel-isletmelerinin-finansal](http://www.turizmtrend.com/akademi/yayinlar/mersindeki-seyahat-ve-otel-isletmelerinin-finansal) adresinden alınmıştır. (Erişim tarihi: 08.02.2022).
- Duramaz, S. (2017). Banka Kaynaklarının KOBİ'lere Ayrıcalıklı Sunumu: Kredi Garanti Fonu ve Farklı Ülke Uygulamaları. *Mali Çözüm*, 27 (140): 13-29.
- Hyz, A. (2011). Small and Medium Enterprises (Smes) In Greece – Barriers In Access to Banking Services: an Empirical Investigation. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (2): 161-165.
- Kalkan, M. (2010). Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Olanakları (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö., Beyazgül, M. ve Zencir, B. (2015). Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektöründeki Küçük, Orta ve Büyük Ölçekli İşletmelerin Banka Kredisi Kullanım Düzeyinin Analizi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 17(1): 57-74.
- Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö., Kandır, S. Y. ve Önal, Y. B., (2011). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları Yardımıyla Oteller ve Lokantalar Sektörünün Finansman Kararlarının İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (1): 17-28.



- Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö., Koşan, L. ve Zencir, B. (2015). Mersin İlinde Faaliyet Gösteren 3-4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri ve A Grubu Seyahat Acentalarının Basel II Kriterlerine Uyum Sürecinin Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (65): 1-26.
- Karadeniz, E., Koşan, L., Geçgin, E. (2018). KOBİ Kapsamındaki Otel İşletmelerinin Finansal Sorunları: Kars ve Erzurum İllerinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15 (2): 302-319.
- Karamustafa, C. (2013). Türk Bankacılık Sektöründe Sorunlu Kredilerin Analizi ve Uygulamaya Yönelik Politika Önerileri (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kartal, M.T. (2018). Bankaların Finans Sektöründeki Önemi. *Finansal İktisat*, 5-27.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15): 170-189.
- Kutlar, A. ve Torun, P. (2013). Diyarbakır'da Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin Profil Yapısı ve Karşılaştıkları Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri. *Sakarya İktisat Dergisi*, 2(2): 27-42.
- Kutlu, H.A. ve Demirci, N.S. (2007). KOBİ'lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri. 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi, 7-8 Aralık 2007, 187-198.
- Küçükaltan, K., ve Eskin, İ. (2008). Türkiye'deki Otel İşletmelerine Bir Finansman Modeli Olarak Teşvikler. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2): 158-172.
- Met, Ö., Özdemir, İ. ve Erdem, B. (2013). Otel Sektöründe Yenileme Yatırımlarının Finansmanı: Marmaris'te Bir Araştırma. *Sosyoekonomi*, 19 (19):263-276.
- Poyraz, E. (2008). Büyük Ölçekli Otel İşletmelerinin Orta ve Uzun Vadeli Fon Temini Sorunu ve Sermaye Piyasalarına Açılma Eğiliminin Analizi İçin Yönetici Tutumlarının Araştırılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 37: 142-157.
- Sever, E. ve Han, V. (2015). Türkiye'de Reel Kesim ile Bankacılık Kesimi Arasındaki İlişkinin Analizi: Sektörel Bir Yaklaşım. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (2): 1-9.
- Taşçı, S. Z. (2017). Türkiye'deki Kobilerin 2010-2016 Yılları Arasında Banka Kredileri Kullanımının Diğer Finansman Yöntemleri ile Karşılaştırılması (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Torlak, Ö. ve Uçkun, N. (2005). Eskişehir'deki KOBİ'lerin Pazarlama ve Finansman Sorunları Ara Kesiti. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1): 199-215.
- Tuğcu, C.T. ve Erdem, E. (2018). *Bankalarda Kredi Yönetimi*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Turgut, A. ve Ertay, H. (2016). Bankacılık Sektörünün Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Üzerine Nedensellik Analizi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(4): 114-128.
- Yalçın, İ. (2006). Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sorunları Çerçevesinde Finansman Sorunu ve Çözümüne Katkı Olarak Kredi Garanti Fonları (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, G. H. (2016). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Kredi Sorunları Üzerine Muğla İlinde Yapılan Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (36): 67-82.
- Yılmaz, H. (2007). Turizm Sektörü KOBİ'lerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 33: 162-170.
- Yörük, N. (2001). KOBİ'lerin Kredi Yoluyla Finansmanında Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1-2): 187-204.

Yüksel, A. (2011). Türkiye’de KOBİ’lerin Banka Kredilerine Erişimi (Uzmanlık Tezi). Ankara: T.C Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı.

## SPONSORLUK ARACILIĞIYLA İMAJ OLUŞTURMAK: MODELLER BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

### *Creating An Image Through Sponsorship: An Evaluation in the Context of Models*

Kahraman Kağan KAYA\*

Şevval KARABACAK\*\*

#### ÖZ

İmaj, halkla ilişkiler açısından bireylerin, kuruluşla ilgili bilgi ve deneyimleri vasıtasıyla oluşmaktadır. Kurum imajı, kuruluşun kavranma tarzının bir sonucudur. Marka imajı ise hafızadaki marka çağrışımları tarafından yansıtılan algılardır. Son olarak, transfer imajı, imaj transferi süreciyle etkinlikten markaya transfer edilen imajdır. İmaj, hedef kitle tarafından alınan birtakım mesajlar neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda sponsorluk, imaj açısından son derece önemli bir hale gelmektedir. En yalın anlatımla sponsorluk, sponsor ve desteklenen arasındaki ilişkidir ve kuruluşlara, hedef kitleyle buluşma ve sıcak bir atmosfer yaratma olanağı sunmaktadır. Çalışmada, sponsorluk yoluyla bir imajın nasıl transfer edilebileceğini açıklama amacı taşıyan dört örnek model bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Çalışmanın başlıca önerisi, Türk insanının sosyolojik ve psikolojik yapısı temelinde yeni modellerin ortaya koyulmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** İmaj, Kurum İmajı, Marka İmajı, İmaj Transferi, Sponsorluk

#### ABSTRACT

In terms of public relations, the image is formed by the information and experiences of individuals about the organization. Corporate image is a result of the way the organization is comprehended. Brand image, on the other hand, is the perceptions reflected by the brand associations in memory. Finally, the transfer image is the image transferred from the event to the brand through the image transfer process. The image emerges as a result of some messages received by the target audience. Considering this situation, sponsorship becomes extremely important in terms of image. In the simplest terms, sponsorship is the relationship between the sponsor and the supported, and it gives organizations the opportunity to meet their target audience and create a warm atmosphere. In the study, four sample models that aim to explain how an image can be transferred through sponsorship were evaluated. The main recommendation of the study is to develop new models on the basis of the sociological and psychological structure of the Turkish people.

**Keywords:** Image, Corporate Image, Brand Image, Image Transfer, Sponsorship

#### GİRİŞ

Türk Dil Kurumu, imajı imge ile eşitlemekte, imgeyi de “genel görünüş, izlenim” olarak açıklamaktadır. Buradan hareketle denilebilir ki imaj, herhangi bir kişiye, nesneye, olaya ya da varlığa ilişkin genel görünüşü, izlenimi ifade etmektedir. Halkla ilişkiler açısından değerlendirildiğinde imajın genel görünüşünü, izlenimini ifade ettiği şey ise kuruluş ya da marka ve ürün gibi kuruluşla ilgili somut ya da soyut bir kavramdır. Günümüzde geline aşamada kuruluşlar, imajın oluşumunda etkili olan faktörleri kontrol etme amacını ve çabasını taşımaktadır. Bunun nedeni, “yanlışlıkla” ortaya çıkabilecek bir imajın, kuruluşu hem kısa hem de uzun vadede, geri dönüşü mümkün olmayan ve kötü sonuçlarla dolu, “karanlık” bir yola sokma noktasında yüksek bir olasılık içermesidir. Bu bağlamda sponsorluk, Latince “sui generis” (kendine özgü, nevi şahsına münhasır) deyişle anlatılmaya çalışılan bir karaktere sahip olmasıyla diğer halkla ilişkiler araç ve tekniklerinden ayrılmaktadır.

\*Araştırma Görevlisi, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, kkagan.kaya@selcuk.edu.tr, Orcid: 0000-0002-6156-5027.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, svlsvval@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-4269-5045.

Sponsorluk, pek çok farklı alanda uygulanabilmektedir. Başlıca türleri olarak spor sponsorluğu, kültür-sanat sponsorluğu, sosyal sponsorluk ve yayın sponsorluğu sayılabilecek sponsorluk, elbette, hayırseverliğin aksine birtakım amaçlar içermekte, bunların gerçekleştirilmesi gayesini taşımaktadır. Bu amaçlar arasında ise reklam amaçları, pazarlama amaçları ve halkla ilişkiler amaçları ön plana çıkmaktadır. Literatürde, sponsorluk yoluyla bir imajın nasıl oluşturulabileceğini ya da transfer edilebileceğini açıklayabilmek için geliştirilmiş çeşitli modeller bulunmakta, bunlardan bazıları diğerlerine nazaran daha özgün olmasıyla dikkat çekmektedir. Çalışmanın hedefi, bu modellerin bir değerlendirmesini yapmaktır. Çalışmanın ilk bölümünde, imaj ve sponsorluk kavramları kısaca anlatılmakta, temel özellikleri izah edilmektedir. Bir sonraki bölüm, örnek modellerin tanıtılmasına ve incelenmesine ayrılmakta, ardından çalışmanın sonuçları ve önerileri paylaşılmaktadır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş olan imaj, halkla ilişkiler açısından bir kişi, durum ya da kuruluşa ilişkin görüşlerin toplamıdır (Peltekoğlu, 2014: 571) ve bireylerin, kuruluşa ilgili bilgi ve deneyimleri vasıtasıyla oluşmaktadır (Biber, 2007: 78–79). İmaj, daha başarılı ve etkili halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirebilmek için oldukça önemli bir konumda durmaktadır çünkü içerdiği şahıslar ve birimlerle kuruluşlar, müşterilerle, çalışanlarla ve diğer sosyal paydaşlarla ya da halkla iletişim aracı olarak imajlardan yararlanmaktadır (Duimering ve Safayeni, 1998: 63). Kuruluşa dair algılara, çıkarımlara ve inançlara dayanan imaj (Martenson, 2007: 546), isim, ürün ve hizmet çeşitliliği, gelenek, ideoloji ve alıcılarla etkileşimde bulunan herkes tarafından iletilen kalite izlenimi gibi pek çok fiziksel ve davranışsal özellikle bağlantılıdır (Nguyen ve Leblanc, 2001: 228).

Halkla ilişkiler bağlamında imaj, pek çok türe ayrılabilir. Örneğin, Huber (aktaran Peltekoğlu, 2014: 575–576), imaj çeşitlerini şemsiye imajı, kurum imajı, ürün imajı, marka imajı, kurumun kendi algıladığı imaj, yabancı imaj, mevcut imaj, istenen imaj, pozitif imaj, negatif imaj ve transfer imajı şeklinde sıralamaktadır. Konusu itibarıyla önem sergilediği için çalışmada, kurum imajı, marka imajı ve transfer imajı açıklanacaktır. Buna göre kurum imajı, “bir kuruluşun ya da kişiler grubunun bir kuruma gösterdiği duygusal olduğu kadar rasyonel öğelerin de bütünü” (Peltekoğlu, 2014: 587) biçiminde tanımlanabilmektedir ve kuruluşun kavranma tarzının bir sonucudur (Grönroos, 1984: 39). Aslında kurum imajının, hedef kitlede bulunan, kuruluşa alakalı “anlık zihinsel resim”, olduğu ifade edilebilir (Gray ve Balmer, 1998: 697). Marka imajı ise “bir kişinin veya kişiler grubunun bir markayla/ ürünle ilgili duygusal olduğu kadar rasyonel değerlendirmelerinin tümü, bir başka deyişle ürünün kişiye çağrıştırdığı duygu ve düşünceler bütünüdür” (Peltekoğlu, 2014: 587). Esasen marka imajı, hafızadaki marka çağrışımları tarafından yansıtılan algılardır (Keller, 1993: 3) ve bu noktada marka çağrışımları, hedef kitlenin markayı, hem olumlu hem de olumsuz özellikleri kapsayan diğer kavramlarla ilişkilendirmesini nitelendirmektedir (Schultz ve Barnes, 1999: 144). Son olarak, birtakım imajları taşıyan herhangi bir etkinlikle (Grohs ve Reisinger, 2005: 38) marka arasında bağlantı kurulduğu takdirde, etkinliğe ilişkin imajlar, markaya aktarılabilir (Keller, 1993: 11). Bu aktarım, imaj transferi mefhumunun içeriğini oluşturmaktadır. Özetle, transfer imajı, imaj transferi süreciyle etkinlikten markaya transfer edilen imajdır.

Kazara da oluşabilecek olması, birçok kuruluşu imajın bilinçli olarak sağlanması yoluna gitmeyi tercih etmek zorunda bırakmakta ve imajoloji ya da imaj makerlık vb. kavramların halkla ilişkiler literatürüne girmesine sebep olmaktadır (Peltekoğlu, 2014: 571–572) çünkü imaj, hedef kitle tarafından alınan birtakım mesajlar neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda sponsorluk, imaj açısından son derece önemli bir hale gelmektedir. Bunun nedeni, sponsorluğun kuruluşlara, halka dolaylı ve ticari olmayan bir biçimde hitap edebilme, ayrıntılı bir iletişim kurabilme gibi fırsatlar tanımasıdır (Okay, 2012: 48). En yalın anlatımla sponsorluk, sponsor ve desteklenen arasındaki ilişkidir (Grassinger, 2003: 20) ve kuruluşlara, hedef kitleyle buluşma ve sıcak bir atmosfer yaratma olanağı sunmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2004: 343).

Michael Dinkel (aktaran Peltekoğlu, 2014: 367), güncel manada sponsorluğun, “kurumsal amaçlara ulaşmak için, spor, sanat/kültür ve sosyal faaliyet alanlarında, kişi veya organizasyonların para,

araç/gereç ya da hizmet ile desteklenmesi ve tüm bu aktivitelerin planlanması, organizasyonu, yürütülmesi ve kontrolü” olduğunu belirtmektedir. Manfred Bruhn (Beger, Gärtner ve Mathes’ten aktaran Okay ve Okay, 2018: 569) ise sponsorluğu, “bir kuruluşun belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmak amacıyla spor, kültür-sanat ve sosyal alanlarda çeşitli kişi, kuruluş ve organizasyonlara aynı, nakdi veya başka türlü desteklerle yapılan tüm faaliyetlerin planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi süreçlerini kapsayan, taraflar arasında karşılıklı olarak birbirine fayda sağlamaya yönelik olarak yapılan bir iş anlaşması” olarak tanımlamaktadır.

Sanayi Devrimi, bir ürünün üretilmesini sorun olmaktan çıkarmış, üretilen ürünün satılabilmesi ve piyasada kalıcı olabilmesi için gerçekleştirilen faaliyetleri söz konusu kılmıştır. Modern anlamda sponsorluk, bu faaliyetler arasında önemli bir yer tutmaktadır (Canöz ve Canöz, 2020: 25). Sponsorluğun yaygınlaşması ve son derece sık başvurulan bir teknik haline gelmesi noktasında ise Meenaghan (1991: 5), sigara ve alkol reklamlarına ilişkin kısıtlayıcı ve yasaklayıcı hükümet politikaları, geleneksel medyada reklamcılık maliyetlerinin artması, insanların boş zamanının genişlemesi ve bu sayede gündeme gelen yeni olanaklar, sponsorluğun kendisini kanıtlamış bir araç olması, sponsorlu etkinliklerin medyada daha fazla yer alma imkânı bulması ve geleneksel medyadaki dağınıklık ve zapping olgusu nedeniyle ortaya çıkan verimsizlikler gibi sebepleri işaret etmektedir.

Temel sponsorluk türleri arasında spor sponsorluğu, kültür-sanat sponsorluğu, sosyal sponsorluk ve yayın sponsorluğu bulunmaktadır. Ayrıca konusu bağlamında önem gösterdiği için çalışmada, etkinlik sponsorluğuna da bir parantez açmak gerekmektedir. Bu noktada etkinlik sponsorluğunun, spor sponsorluğu ve kültür-sanat sponsorluğu vb. uygulamaları kapsayan bir şemsiye kavram olarak ele alınabileceği belirtilebilir (Pelsmacker, Geuens ve Bergh, 2017: 474). Her sponsorluk faaliyeti, çeşitli amaçlar doğrultusunda planlanmakta ve hayata geçirilmektedir. Sponsorluğun başlıca amaçları ise reklam amaçları, halkla ilişkiler amaçları ve pazarlama amaçları şeklinde sıralanabilir (Jefkins, 2000: 158–162). Sponsorluğun halkla ilişkiler amaçları, iyi niyetin oluşturulması, kurumsal kimlik ve imajın oluşturulması ya da yerleştirilmesi, farkındalık ve duyuru olanağı yaratmak (Peltekoğlu, 2014: 375–376), marka veya kuruluşun tanınırlığını artırmak, medyanın ilgisini çekmek ve çalışanların motivasyonunu ve kurum içi ilişkileri geliştirmek (Okay, 2012: 71–86) gibi hedefleri içermektedir.

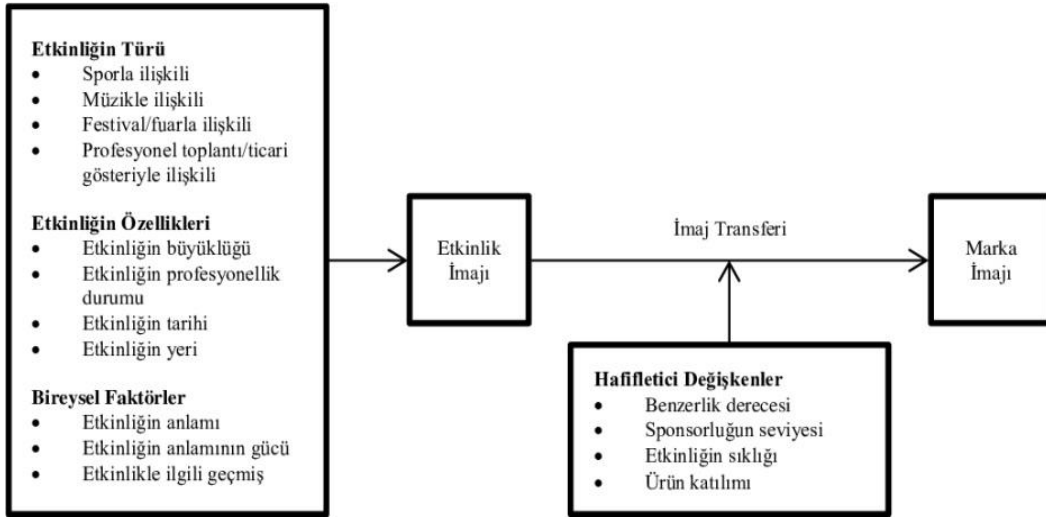
## **2. SPONSORLUK YOLUYLA İMAJ TRANSFERİ: DÖRT ÖRNEK MODEL**

Model kavramı, bir olgu ya da olaydaki ilgili bağlantılarla eşleşmesi beklenen bir semboller yapısı ve işleyiş kurallarına gönderme yapmaktadır. Bu noktada modeller, karmaşık süreçlerin anlaşılır olabilmesi için vazgeçilmez bir nitelik taşımaktadır (Deutsch, 1952: 357). Sponsorluk yoluyla imaj transferi açısından ise literatürde yer alan modellerin pek çoğunun genel olarak birbirleriyle benzerlik gösterdiği ve bunlar arasında dört tanesinin öne çıktığı ifade edilmektedir (Doğan, 2018: 153–154).

### **2.1. Gwinner’in İmaj Transferi Modeli**

Gwinner (1997: 148), sponsor olunan etkinliğin imajının, çağrışım yoluyla markaya aktarılabilceğini ancak bu aktarım sürecini sekteye uğratabilecek çeşitli etmenler bulunduğunu ifade etmektedir. Gwinner’e göre etkinliğin türü, özellikleri ve bireysel faktörler, sponsorluk faaliyetinin markaya olumlu bir imaj sağlaması üzerinde etkili olan unsurlardır.

**Şekil 1.** Etkinlik Sponsorluğunda Bir İmaj Oluşturma ve İmaj Transferi Modeli



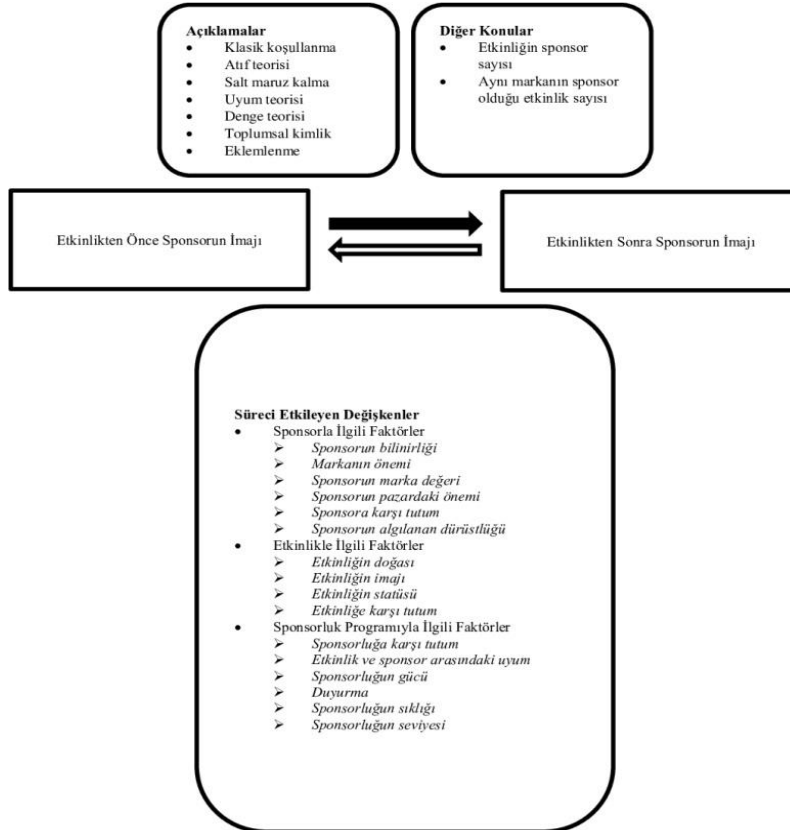
**Kaynak:** Gwinner, 1997: 148

Gwinner (1997: 148), etkinliğin türü, özellikleri ve bireysel faktörlerin birleşerek bir etkinlik imajı yaratacağını, bunun da sponsor markaya transfer edileceğini vurgulamaktadır. Gwinner, bu süreci engelleyebilecek değişkenleri ise "hafifletici değişkenler" olarak kavramsallaştırmaktadır.

## 2.2. Novais ve Arcodia'nın İmaj Transferi Modeli

Novais ve Arcodia (2013: 331), sponsorluk aracılığıyla bir imajın, etkinlikten markaya nasıl transfer edilebileceğini aşağıdaki şekil ile açıklamaktadır:

**Şekil 2.** Marka İmajı Transferi



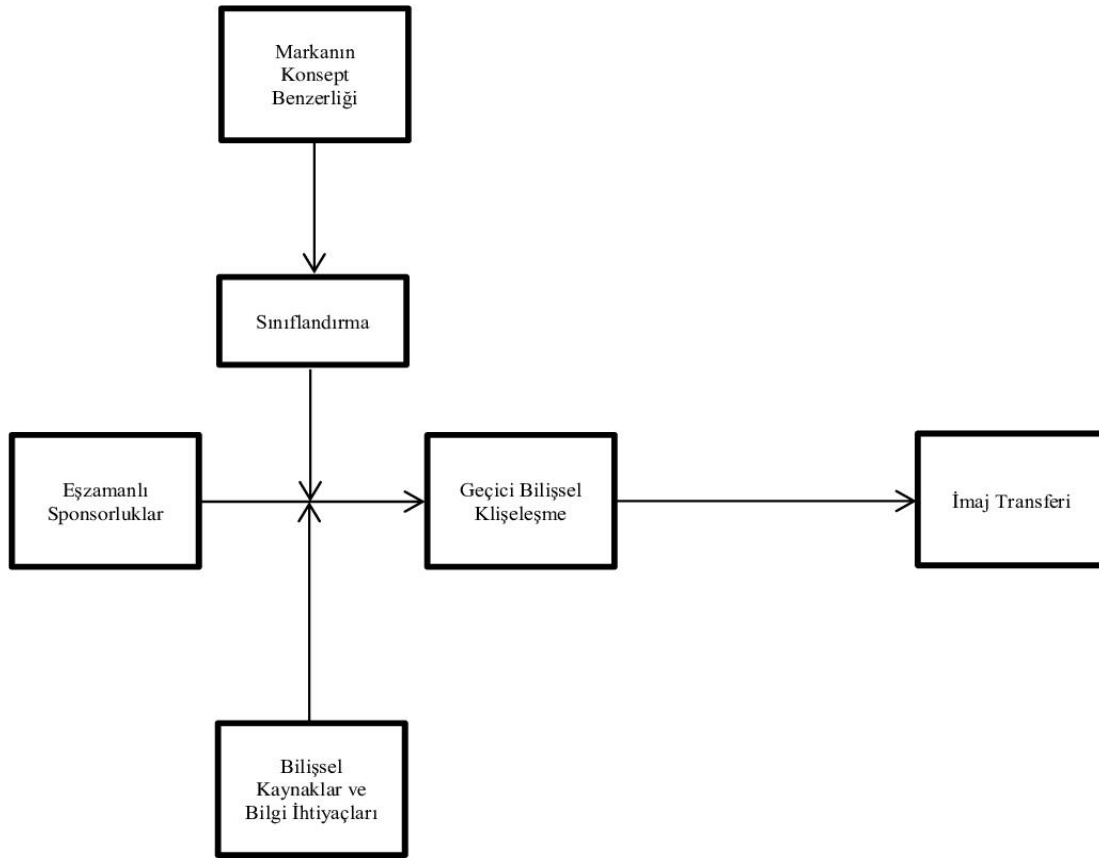
**Kaynak:** Novais ve Arcodia, 2013: 331

Şekildeki açıklamalardan klasik koşullanma, uyumun, yapılan sponsorluğa ilişkin tutum ile markaya karşı önceden var olan tavrın etkisinin bir yönlendiricisi olması anlamına gelmektedir (Speed ve Thompson, 2000: 230). Atıf teorisi, insanların, sponsorluğunun nedeni konusunda bilişsel çıkarımda bulunduğu fikrini kapsamakta (Rifon, Choi, Trimble ve Li, 2004: 29), salt maruz kalma, herhangi bir uyararla basitçe karşılaşmanın ürün tercihine yol açabileceğini ifade etmektedir (Novais ve Arcodia, 2013: 312). Uyum teorisi, etkinlikle marka arasındaki benzerlik oranını belirtirken denge teorisi, etkinliğin, hedef kitlenin hâlihazırda değer verdiği bir karakter taşıması gerektiği görüşünden hareket etmektedir (Erdoğan ve Kitchen, 1998: 370). Son olarak, toplumsal kimlik, markanın halk tarafından algılanma ve değerlendirilme biçimini, eklemlenme ise kuruluşun, markayı sponsorluk üstlendiği alanla bağdaştırabilme derecesini anlatmaktadır.

### 2.3. Eşzamanlı Sponsorluklarda Marka Klişeleşmesi ve İmaj Transferi

Eşzamanlı sponsorluk, birden fazla markanın aynı etkinliğe sponsor olmasını içermekte, Eşzamanlı Sponsorluklarda Marka Klişeleşmesi ve İmaj Transferi Modeli ise sponsor markalar arasında gerçekleşen imaj transferini konu edinmektedir (Carrillat, Solomon ve D'Astous, 2015: 302).

Şekil 3. Eşzamanlı Sponsorluklarda Öznelliğe Dayalı Bir İmaj Transferi Modeli



**Kaynak:** Carrillat, Solomon ve D'Astous, 2015: 302

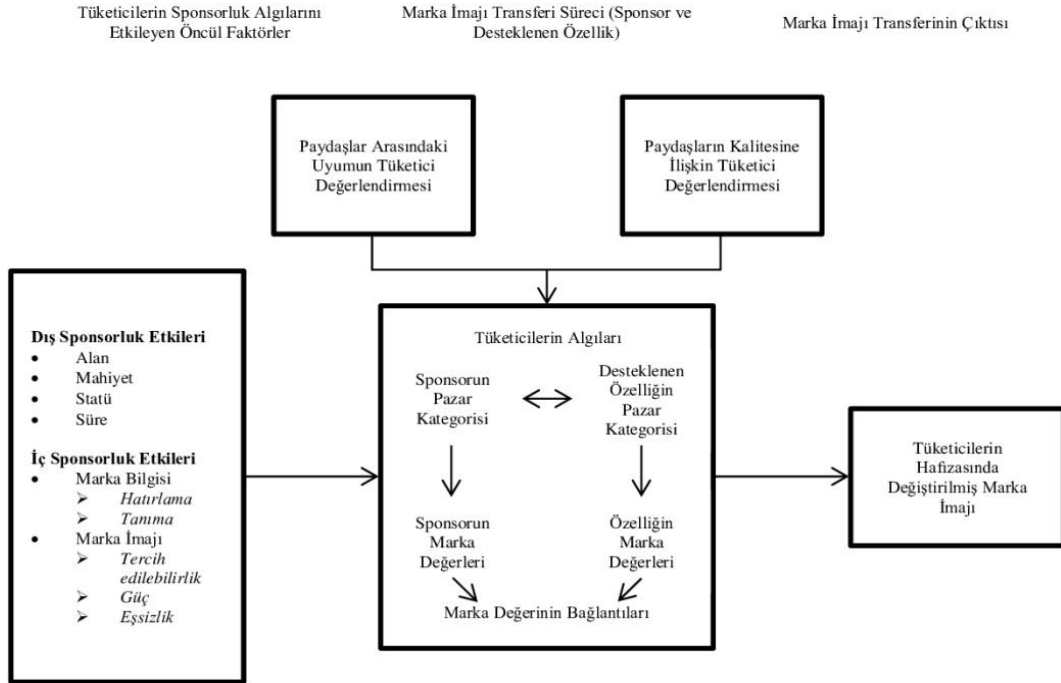
Şekle göre eşzamanlı sponsorluk yapan markaların benzer biçimde algılanma oranı, sınıflandırılma sürecinde birbirlerine yakınlık ya da uzaklık derecesini, bu da imaj transferinin başarısını etkilemektedir. İmaj oluşturulmaya çalışılan hedef kitlenin bilişsel kaynakları ve ne kadar bilgi ihtiyacı duyduğu, bu noktada diğer önemli etmenlerdir. Tüm bunların uyumlu olması halinde bireyler, mevcut imajları geçici olarak bilişsel açıdan klişeleştirecek, ardından imaj transferi gerçekleştirecektir.



## 2.4. Sponsorluk Aracılığıyla Marka İmajı Transferi: Tüketici Öğrenmesi Yaklaşımı

Smith (2004) tarafından geliştirilen Sponsorluk Aracılığıyla Marka İmajı Transferi: Tüketici Öğrenmesi Yaklaşımı'nın temel görüşü, imaj transferi esnasında, etkinliğe sponsor olan markaya ilişkin ilgi düzeyi düşük ve yüksek kişiler arasında birtakım farklılıkların ortaya çıkmasıdır (Doğan, 2018: 161).

**Şekil 4.** Sponsorluk Aracılığıyla Marka İmajı Transferi: Tüketici Öğrenmesi Yaklaşımı



**Kaynak:** Smith, 2004: 461

Smith (2004: 461–462), sponsorluk bağlamında imaj transferini etkileme olasılığı bulunan dört yaygın ve rastlantısal dış tesirin mevcut olduğunu belirtmekte, bunları sponsorluğun alanı, mahiyeti, statüsü ve süresi şeklinde sıralamaktadır. Sponsorluğun alanı, McLuhan'ın "araç mesajdır" yaklaşımıyla yakından ilişkilidir ve bir imajı doğrudan çağrıştırmakta, bu imajın markaya transfer edilmesi sürecinde belirleyici olmaktadır. Mahiyeti, sponsorluğun basit, birleşik ya da karmaşık olmasını ifade etmektedir. Basit sponsorluk, markanın, etkinliğin tek ana sponsoru, birleşik sponsorluk, birkaç ana sponsorundan biri ve karmaşık sponsorluk, hem etkinliğe hem de etkinlikte yer alan bireyler ya da gruplar gibi diğer paydaşlara sponsor olması anlamına gelmektedir. Statüsü ise sponsorluğun, yerel, ulusal ya da evrensel ölçekte olmasıyla ilgilidir.

## 2.5. Modellerin Değerlendirilmesi

Gwinner'in İmaj Transferi Modeli'ne göre sponsorluğu üstlenilecek etkinliğin türüne karar verilmesi, yerine getirilmesi gereken ilk adımı oluşturmaktadır çünkü etkinliğin türü, markaya transfer edilecek imajı doğrudan etkilemektedir. Bir diğer nokta, sponsor olunacak etkinliğin özelliklerinin de transfer edilmek istenen imaja uygun bir görünüm sergilemesidir. Bununla birlikte, bireysel faktörlerin de tespit edilmesi ve sponsorluğun bunlarla uyumlu bir şekilde planlanması ve uygulanması, üzerinde durulması icap eden üçüncü aşamayı ifade etmektedir. İmaj transferi sürecinde hafifletici değişkenler de özenle analiz edilmeli ve bu doğrultuda şu sorular, olabildiğince net biçimde cevaplandırılmalıdır:

- Sponsorluğu yapılacak etkinliğin imajı, kuruluş tarafından transfer edilmek istenen imajla örtüşmekte midir?
- Sponsorluğun yapılacağı seviye, imaj transferi sırasında optimum faydayı sağlamakta mıdır?
- Sponsorluğu yapılacak etkinliğin sıklığı, transfer edilmek istenen imaj için uygun mudur?

- Sponsorluğu yapılacak etkinliğe ürün katılımı, transfer edilmek istenen imaj için zaruri midir? Bu, önemli bir ayrıntıdır çünkü Petty, Cacioppo ve Schumann (1983: 142), etkinliğe kuruluşa ait bir ürünün katılımının, sadece ürün kategorisinin değil, aynı zamanda etkinlikte yer alan ürünün markasının da hatırlanmasına katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur.

Novais ve Arcodia'nın İmaj Transferi Modeli'nin içerdiği açıklamalar, modeldeki diğer değişkenlerle birleşerek bir marka imajı yaratmaktadır. Modele göre sponsorluk esnasında dikkat edilmesi gereken faktörlerin başında bilişsel unsurlar gelmektedir ve bunlar doğrultusunda itinayla değerlendirilmesi kritik olan detaylar, şöyle izah edilebilir:

- Klasik koşullanma: Hedef kitlede var olan tutumlar tespit edilmeli ve uygulamaya bu veriler ışığında başlanmalıdır.
- Atıf teorisi: Yapılan faaliyetin nedeninin algılanma şekli, özenli bir çalışmayla amacın gerçekleşmesi için elverişli bir biçimde yönlendirilmelidir.
- Salt maruz kalma: Ürün tercihine yol açabilmesi için doğru uyaranlar seçilmeli, doğru yer ve zamanda aktarılmalıdır.
- Uyum teorisi: Etkinliğin imajı, transfer edilmek istenen imajla uyumlu olmalıdır.
- Denge teorisi: Etkinliğe ilişkin hâlihazırda olumlu duygular taşınmasının önemli olduğu unutulmamalıdır.
- Toplumsal kimlik: Kuruluşun nasıl görüldüğü, halkın gözündeki konumu hesaba katılmalıdır.
- Eklemlenme: Öncelikli olarak herhangi bir dirençle karşılaşılmaksızın kuruluşun bağdaştırılabileceği alanlar ele alınmalıdır.

Eşzamanlı Sponsorluklarda Marka Klişeleşmesi ve İmaj Transferi Modeli'ne göre kuruluşun atması gereken ilk adım, desteklenecek etkinliğe sponsor olacak diğer kuruluşları öğrenmek ve kendisinin, bunlardan hangisi ya da hangileri ile benzer olarak algılanabileceğinin ve birlikte sınıflandırılabileceğinin daha muhtemel olduğunu tespit etmektir. Bu kuruluşlara ait imajın ya da imajların kuruluşa ne derece uygun olduğunun detaylı bir şekilde analiz edilmesi, bir başka önemli aşamayı oluşturmaktadır çünkü modele göre imaj transferi, aynı etkinliğe sponsor olan kuruluşlar arasında gerçekleşmektedir. Bunu, insanların ne kadarlık bir kesiminin düşük, ne kadarlık bir kesiminin yüksek bilişsel kaynak ve ne kadarlık bir kesiminin düşük, ne kadarlık bir kesiminin yüksek bilgi ihtiyacı taşıdığını belirlemek izlemektedir. Bunun nedeni, modelin, daha yüksek bilişsel kaynağa ve daha yüksek bilgi ihtiyacına sahip üyelerinin bütün bu tasnifleme ve imaj transferi sürecinde daha aktif olduğu varsayımını içermesidir. Modelin tüm evreleri doğru biçimde planlandığı ve uygulandığı takdirde imaj, hedef kitle tarafından önce geçici olarak bir klişeleştirmeye tabi tutulacak, akabinde kuruluşa transfer edilecektir.

Sponsorluk Aracılığıyla Marka İmajı Transferi: Tüketici Öğrenmesi Yaklaşımı'na göre dış sponsorluk etkilerini meydana getiren faktörlerin transfer edilmek istenen imajla uyumlu olması, dikkat edilmesi gereken temel noktayı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda sponsorluğun yapılacağı en doğru alanın, en uygun mahiyetin, en ideal statünün ve optimum sürenin belirlenmesi, olmazsa olmaz bir görünüm sergilemektedir. Model çerçevesinde kuruluş tarafından üzerinde durulması zorunluluk gösteren ikinci safha, iç sponsorluk etkilerini de tespit etmek ve sponsorluğu bu veriler ışığında planlamak ve uygulamaktır. Bu, kuruluşla ilgili mevcut algı ve değerlendirmelerin saptanmasını ve analiz edilmesini içermektedir. Bu bağlamda cevaplandırılması icap eden ilk soru, kuruluşun ne ölçüde bilindiği, daha önceki faaliyetleri neticesinde hâlihazırda ne kadar hatırlanmakta ve tanınmakta olduğudur. Bunu, kuruluşa ilişkin var olan imajın niteliği ve neleri kapsadığı, kuruluşun hangi oranda tercih edilebilir, güçlü ve eşsiz bulunduğu sorusu izlemektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

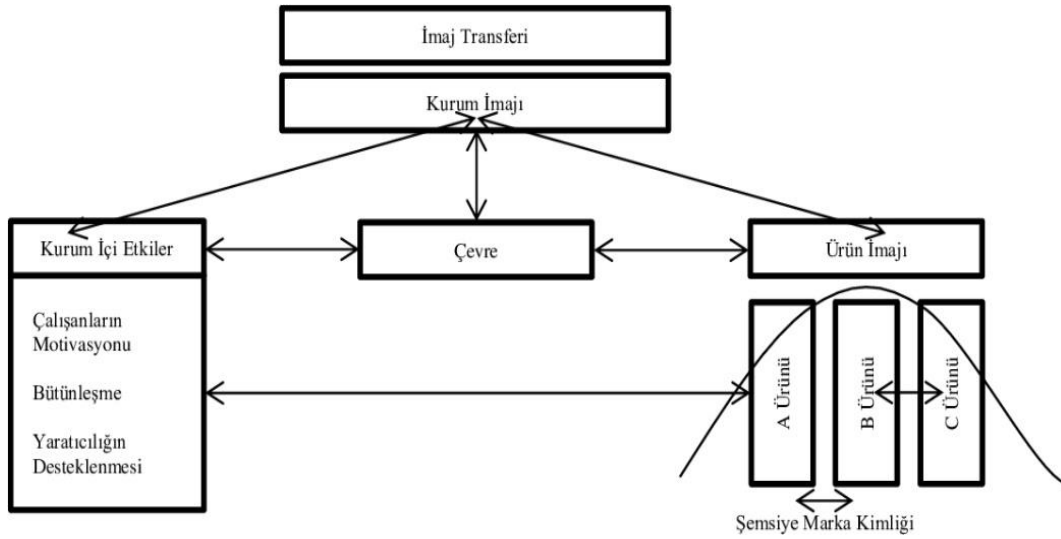
Halkla ilişkiler açısından imaj, rakiplerin arasından sıyrılabilme ve böylece birtakım kazançlara kavuşabilme noktasında olmazsa olmaz bir görünüm sergilemektedir. Bu nedenle kuruluşlar, çoğunlukla imajın çeşitli planlamalar ve faaliyetler doğrultusunda yerleştirilmesi yoluna gitmeyi tercih

etmektedir. Bu bağlamda sponsorluk, bünyesinde barındırdığı bazı özellikler sebebiyle oldukça avantajlı bir konumda bulunmakta ve halkla ilişkiler uygulayıcılarına eşsiz fırsatlar sunmaktadır.

Çalışmada, sponsorluk yoluyla bir imajın nasıl transfer edilebileceğini açıklama amacı taşıyan dört örnek model bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ele alınan ve incelenen modeller arasında Gwinner'in İmaj Transferi Modeli, Novais ve Arcodia'nın İmaj Transferi Modeli, Eşzamanlı Sponsorluklarda Marka Klişeleşmesi ve İmaj Transferi ve Sponsorluk Yoluyla Marka İmajı Transferi: Tüketici Öğrenmesi Yaklaşımı yer almaktadır.

Çalışmada yer verilen modeller, çoğunlukla, sponsorluk uygulamaları aracılığıyla bir imajın, etkinlikten markaya nasıl transfer edilebileceğini irdeleme çabası taşımaktadır ancak bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir detay, kurum imajı ile marka imajı arasında net bir ayırım yapmanın pek mümkün olmadığıdır. Bunun nedeni, marka imajı transferinin, doğrudan ya da doğrudan olmayan bir biçimde kuruluşu ve kurum imajını da etkilemesinin kaçınılmaz olmasıdır (Okay, 2018: 228). Ayrıca kurum imajı, marka imajı ile birlikte, kurum içi, çevre ve ürün imajı üzerinde de belirleyici olmaktadır. Bu durum, Glöckler (aktaran Okay, 2018: 232) tarafından aşağıdaki şekil ile açıklanmaktadır.

**Şekil 5.** Kurum İmajı ve Marka İmajı Arasındaki Transfer Olanakları



**Kaynak:** Glöckler'den aktaran Okay, 2018: 232

Tüm bu veriler ışığında çalışmanın başlıca önerisi, algı toplumsal ve bireysel tecrübelerin bir sonucu olarak şekillendiği için Türk insanının sosyolojik ve psikolojik yapısı temelinde yeni modellerin ortaya koyulmasıdır. Bununla birlikte, pek çok halkla ilişkiler araç ve tekniğinin herhangi bir imajı oluşturmak ya da transfer etmek amacıyla kullanıldığı gerçeğinden hareketle bunların da bu bağlamda analiz edilmesinin ve algılanmasına ilişkin modeller geliştirilmesinin literatüre katkı sağlayacağı belirtilebilir.

## KAYNAKÇA

- Biber, A. (2007). *Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar*. Ankara: Nobel.
- Canöz, K. ve Canöz, N. (2020). *Halkla İlişkiler*. Konya: Palet.
- Carrillat, F. A., Solomon, P. J. ve D'Astous, A. (2015). Brand Stereotyping and Image Transfer in Concurrent Sponsorships. *Journal of Advertising*, 44(4), 300–314.
- Deutsch, K. W. (1952). On Communication Models in the Social Sciences. *The Public Opinion Quarterly*, 16(3), 356–380.
- Doğan, İ. (2018). *Kurumsal İmaj Oluşturmada Sponsorluk Uygulamaları: Vodafone Örneği Üzerine Ampirik Bir Çalışma* (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Duimering, P. R. ve Safayeni, F. (1998). The Role of Language and Formal Structure in the Construction and Maintenance of Organizational Images. *International Studies of Management & Organization*, 28(3), 57–85.
- Erdoğan, B. Z. ve Kitchen, P. J. (1998). Managerial Mindsets and the Symbiotic Relationship between Sponsorship and Advertising. *Marketing Intelligence & Planning*, 16(6), 369–374.
- Grassinger, G. E. (2003). *Sponsorluk Sözleşmesi*. Ankara: Seçkin.
- Gray, E. R. ve Balmer, J. M. T. (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695–702.
- Grohs, R. ve Reisinger, H. (2005). Image Transfer in Sports Sponsorships: An Assessment of Moderating Effects. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 7(1), 36–42.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
- Gwinner, K. (1997). A Model of Image Creation and Image Transfer in Event Sponsorship. *International Marketing Review*, 14(3), 145–158.
- Jefkins, F. (2000). *Advertising*. (D. Yadin, Ed.). Great Britain: Prentice Hall.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Martenson, R. (2007). Corporate Brand Image, Satisfaction and Store Loyalty: A Study of the Store as A Brand, Store Brands and Manufacturer Brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(7), 544–555.
- Meenaghan, T. (1991). Sponsorship – Legitimising the Medium. *European Journal of Marketing*, 25(11), 5–10.
- Nguyen, N. ve Leblanc, G. (2001). Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227–236.
- Novais, M. A. ve Arcodia, C. (2013). Measuring the Effects of Event Sponsorship: Theoretical Frameworks and Image Transfer Models. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 308–334.
- Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2004). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: MediaCat.
- Okay, A. (2012). *Sponsorluk*. İstanbul: Der.
- Okay, A. (2018). *Kurum Kimliği*. İstanbul: Derin.
- Okay, A. ve Okay, A. (2018). *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul: Der.
- Pelsmacker, P. De, Geuens, M. ve Bergh, J. Van Den. (2017). *Marketing Communications: A European Perspective*. Slovakia: Pearson.

Peltekoğlu, F. B. (2014). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta.

Petty, R. E., Cacioppo, J. T. ve Schumann, D. (1983). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 135–146.

Rifon, N. J., Choi, S. M., Trimble, C. S. ve Li, H. (2004). Congruence Effects in Sponsorship: The Mediating Role of Sponsor Credibility and Consumer Attributions of Sponsor Motive. *Journal of Advertising*, 33(1), 29–42.

Schultz, D. E. ve Barnes, B. E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. Illinois: NTC Business Books.

Smith, G. (2004). Brand Image Transfer Through Sponsorship: A Consumer Learning Perspective. *Journal of Marketing Management*, 3–4(20), 457–474.

Speed, R. ve Thompson, P. (2000). Determinants of Sports Sponsorship Response. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 226–238.

## REKREATİF AMAÇLI TENİS OYNAYAN BİREYLERDE AKIŞ DENEYİMİ VE SERBEST ZAMAN İLGİLENİMİ

### *Flow Experience and Leisure Time Connectedness in Individuals Playing Recreational Tennis*

Mehmet DEMİREL\*  
Fatih VAROL\*\*  
Mustafa Sabır BOZOĞLU\*\*\*  
Alper KAYA\*\*\*\*  
Hasan Suat AKSU\*\*\*\*\*

#### Öz

Sanayi devrimi ve teknolojik gelişmelere paralel olarak artan serbest zamanlar, bireyin hem fizyolojik hem de psikolojik olarak kendini geliştirmesi fırsat sağlamaktadır. Birey bu zaman diliminde iyi vakit geçirme, sosyalleşme ve aidiyet duygularını rekreatif faaliyetler aracılığı ile gerçekleştirebilmektedir. Ayrıca rekreatif etkinliklerin bireylere, özgür seçim şansı tanıyarak kendilerini ifade etmelerine olanak sunması bireyin akış deneyimi yaşamasını kolaylaştırmaktadır. Bu noktadan hareketle oluşturulan bu ilişkiel tarama araştırmasının amacı; rekreatif bir faaliyet olarak tenis oynayan üniversite öğrencilerinin serbest zaman ilgilenim ve akış deneyimi düzeylerinin cinsiyet, sınıf, toplumsal olarak algılanan refah, serbest zaman kullanımında algılanan güçlük ve haftalık serbest zaman süresinin yeterlilik durumu açısından incelemektir. Araştırmanın evrenini Necmettin Erbakan Üniversitesi öğrencileri oluşturmakta iken örneklem grubunu 112 birey oluşturmaktadır. Verileri elde edebilmek adına "Rekreasyonel katılımcılarda akış deneyimi ölçeği" ve "Serbest zaman ilgilenim ölçeği" kullanılmıştır. Veriler SPSS paket programı aracılığıyla analiz edilmiş olup normallik dağılımını belirlemek için çarpıklık-basıklık testlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; katılımcıların algıladıkları refah düzeyi ve kendini ifade etme alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu, cinsiyet değişkeni ile serbest zaman ilgilenimi ve akış deneyimi arasında anlamlı bir farklılığın oluşmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak; serbest zaman ilgilenimi ve akış deneyimi arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Serbest Zaman, Tenis, Akış Deneyimi, Rekreasyon, Üniversite Öğrencileri

#### ABSTRACT

A person has the opportunity to grow both physically and psychologically as free time increases as well as the industrial revolution and technological advancements. Through recreational activities, the person can have sentiments of enjoyment, companionship, and belonging throughout this time. Additionally, it is simpler for someone to experience flow when engaging in recreational activities that provide them the freedom to express themselves. Accordingly, the purpose of this relational survey research is to examine the leisure time involvement and flow experience levels of university students who play tennis for fun in terms of gender, class, perceived social well-being, perceived difficulty in using leisure time, and adequateness of weekly free time. Students from Necmettin Erbakan University make up the research's population, while 112 people make up the sample group. In order to obtain the data, "Flow experience scale in recreational participants" and "Leisure involvement scale" were utilized. Skewness-kurtosis tests were performed on the data using the SPSS package program to establish the normalcy distribution. According to the results, it was found that there was no

\* Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, mdemirel@erbakan.edu.tr Orcid: 0000-0003-1454-022X

\*\* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, KONYA, Türkiye, fvarol@selcuk.edu.tr Orcid: 0000-0002-0258-5220

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, mbozoglu@erbakan.edu.tr Orcid: 0000-0003-2690-1053

\*\*\*\* Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, akaya@erbakan.edu.tr Orcid: 000-0002-0364-4122

\*\*\*\*\* Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, gazihansuat@gmail.com Orcid: 0000-0001-8196-129X

significant difference between the gender variable and leisure time involvement and flow experience, but there was a significant difference in the participants' assessed welfare level and self-expression sub-dimension. Therefore, a strong and favorable link between leisure time involvement and flow experience was discovered.

**Key Words:** Leisure, Tennis, Flow Experience, Recreation, Collage Students

## GİRİŞ

Rekreasyon, bireylerin çalışma hayatları ve ihtiyaçlarını karşıladıkları sürelerin dışında kalan boş zamanları içerisinde özellikle iş yüklerini azaltıcı, kişisel haz almaya yönelik ve sağlıklarını iyileştirici faaliyetlere katılıma imkân sağlamaktadır. Bu nedenle bireylerin fiziksel, psikolojik ve ruhsal sağlık yönünden nitelikli, etkin ve verimli serbest zaman faaliyetlerine katılması gerekmektedir (Aksu vd., 2021; Çuhadar vd., 2019; Kaya vd., 2021; Lakot vd., 2013; Maltby ve Day, 2001). Serbest zaman, tam olarak tarifi olmayan ve farklı anlamlarda tanımlanan bir zaman dilimi belirtilmektedir. Aristoteles (2013) serbest zamanı; çalışan bireyler için gerekli olan serbestlik olarak belirtmiştir. Ayrıca serbest zaman, bireylerin seçenekleri arasında rahatça eğlenme, rahatlama ve gelişim gibi temel yaklaşımla seçim yapabilme özgürlüğüne sahip olması olarak da tanımlanmaktadır (Leitner ve Leitner, 2012).

Günümüz kentleşme ve iş yaşamında artan yoğunluklar bireylerde aşırı strese neden olurken bir yandan da bireyler tüketim odaklı, hareketsiz bir yaşam tarzı benimseme eğiliminde olabilmektedir. Biyolojik ihtiyaçların ve günlük sorumlulukların dışında kalan zamanlarda bireyler; yenilenmek, tazelenmek ve artan stresten azda olsa uzaklaşabilmek için eğlenceli zaman geçirebileceği aktivitelere ihtiyaç duymaktadır. Bu tür etkinliklere katılım sonucunda elde edilen haz ve mutluluk arttıkça, etkinliğe gösterilen ilginin de artış gösterildiği bildirilmektedir (Kyle ve Chick, 2004). Bu tür etkinliklere katılım gösteren bireyler basit bir şekilde ilgilenim gerçekleştirerek kalmayıp aynı zamanda etkinliği hayatlarının bir parçası olarak benimseme ve hayatlarının uzun bir döneminde düzenli olarak gerçekleştirme (ilgilenim) eğilimi içerisine girmektedirler (Gürbüz vd., 2018). Ayrıca bu tür yoğunlukta ilgilenim gerçekleştiren bireylerin bilgi ve deneyim imkânı üst seviyede olacaktır. Bu doğrultuda tenis, eğlenceli bir spor olmasının yanında fiziksel ve mental olarak geliştirici etkisi olan serbest zaman değerlendirme yönünden nitelikli ve eğlenceli bir rekreasyonel aktivite olarak son zamanlarda çokça tercih edilmekte ve günlük stresin azaltılması noktasında kullanılan etkili bir yöntem olarak bildirilmektedir (Akdeniz ve Ardahan, 2019). Çeşitli araştırmalar bu tür rekreasyonel faaliyetleri katılım sonucunda bireylerin akış deneyimi içerisine girebileceğini bildirmektedir (Stein vd., 1995; Varol vd., 2022; Wolf vd., 2015).

Akış deneyimi, bireylerin sürekli olarak yaptıkları eylemlere yönelik zihinsel bağlanma durumunu ifade etmektedir. Csikszentmihalyi tarafından 1975 yılında ortaya atılmıştır. Csikszentmihalyi (1975) yılında satranç oyuncularını, dağcılar, dansçılar ve aktiviteyi sürdürmenin ana nedeni olarak eğlenmeyi vurgulayan diğer kişilerle görüşerek eğlencenin doğasını ve hazzını araştırmış; çok odaklı bir zihinsel durum olan psikolojik akış teorisini literatüre kazandırmıştır. Optimal psikolojik bir durum olarak akış, aktiviteyi yapan kişi için her şey bir araya geldiğinde oluşan anları temsil etmektedir (Guo, 2005, Metin ve Düşmezkalender, 2022). Csikszentmihalyi'ye göre akış deneyimini bireylerin, tümüyle içinde bulunduğu aktiviteye yoğunlaşarak, aktiviteyle alakası olmayan diğer etkenleri yok sayabilmesi durumu şeklinde tanımlamıştır (Csikszentmihalyi, 1977). Akış deneyimi, bireyin yapmış olduğu eyleme tam konsantre olarak zaman kavramını yitirmesi şeklinde de tanımlanabilmektedir (Korer, 2021). Bireyler akış deneyimi içerisinde zaman algısını yitirerek içinde bulunduğu aktiviteye dair yüksek bir kontrol hissiyatı yaşamaktadır. En sade haliyle akış kuramı, serbest zamanda bireylerin icra ettiği faaliyetler vasıtasıyla haz alma duygusunu deneyimlemesi olarak tanımlanmaktadır (TED, 2022). Optimal bir deneyimin ve mutlu bir yaşamın kaynağının ne olduğunun sorgulanması, pozitif psikolojinin çalışma alanına giren akış kuramının çıkış noktası olmuştur. Akış kuramına göre bu sorunun cevabı, yaşama tam olarak dâhil olma hissidir (Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2009).

Birçok birey akış deneyiminin farkında olmasa da bu deneyimin (akış kuramı) yaşam kalitesinin sağlanmasında ve sürdürülmesinde önemli bir yere sahip olduğunu belirtmektedir (Kaya vd., 2015; Varol vd., 2022). Konu ile ilgili çalışmalar gerçekleştiren Koehn ve Morris (2012), 12-18 yaşları arasında



188 tenisçinin örnekleme oluşturduğu bir araştırmada; algılanan akış durumunun kazanan veya kaybeden sporcularda farklı olduğunu, bu durumun temel nedeninin ise psikolojik faktörlerden kaynaklanabileceğini bildirmektedir. Araştırmacılar ileride gerçekleştirilecek çalışmalarda psikolojik durumda ölçülenmesinin akış kuramı ve tenisçiler üzerinde alana katkı sağlaması noktasında önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bir başka çalışma ise Robin ve Dominique (2022) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar zihinsel imgeleme sürecinin tenisçilerin performansları ve faaliyet doyumu üzerindeki etkisine yönelik gerçekleştirdikleri bir derleme çalışmasında; oyuncuların seviyesi ve yaşından bağımsız olarak zihinsel imgelemenin olumlu etkilerinin bulunduğunu ve zihinsel imgelemenin faaliyetten zevk alma noktasında etkili olduğunu ve bu durumun bireyi akış içerisine sokabileceğini bildirmektedir.

Gerçekleştirilen araştırmaların ortak sonuçları dikkate alındığında (Robin ve Dominique, 2022; Koehn ve Morris, 2012; Abang Sardon vd., 2015; Young, 2007); tenis faaliyetine rekreatif veya profesyonel anlamda katılım gösterilmesi sonucunda bireyin akış içerisine girebileceği ve etkinlikten doyum sağlayabileceği bildirilmektedir. Öte yandan birçok rekreatif faaliyet ile akış deneyiminin ilişkili olduğunu gösteren çalışmaların (Boudreau vd., 2020; Tian vd., 2022; Varol vd., 2022; Wöran ve Arnberger, 2012) bulunmasına karşın serbest zaman ilgilenimi, akış deneyimi ve tenis üzerine gerçekleştirilen bir araştırmanın olmaması böyle bir araştırma tasarımının yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenler doğrultusunda oluşturulan araştırmanın amacı; rekreatif amaçlı tenis oynayan bireylerde akış deneyimi ve serbest zaman ilgileniminin incelenmesidir. Bu kapsamda şu sorulara cevap aranmaktadır:

- Rekreatif amaçlı tenis oynayan bireylerin akış deneyimleri ve serbest zaman ilgilenimleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- Rekreatif amaçlı tenis oynayan bireylerin akış deneyimleri ve serbest zaman ilgilenimleri sınıf ve algılanan refah düzeyi değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- Rekreatif amaçlı tenis oynayan bireylerin akış deneyimleri ve serbest zaman ilgilenimleri serbest zaman kullanımında algılanan güçlük değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- Rekreatif amaçlı tenis oynayan bireylerin akış deneyimleri ve serbest zaman ilgilenimleri haftalık serbest zaman süresinin yeterlilik durumu değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
- Akış deneyimi ve serbest zaman ilgilenimi arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

## 2. YÖNTEM

Bu araştırmada rekreatif bir faaliyet olarak tenis oynayan üniversite öğrencilerinin serbest zaman ilgilenim ve akış deneyimi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlandığından dolayı, araştırma nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeline göre desenlenmiştir (Arslan, 2018).

### 2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Necmettin Erbakan Üniversitesi (NEÜ), Rekreasyon Yönetimi Bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. NEÜ ile yapılan görüşmeler sonucunda ilgili bölüme kayıtlı 225 öğrencinin olduğu tespit edilmiştir. Toplamda 225 öğrencinin evreni oluşturduğu bu araştırmada, örneklem grubunu belirleyebilmek adına “*Sample Size Calculator*” yazılımı kullanılmış olup 142 öğrencinin evreni temsil yeteneğine sahip olduğu anlaşılmıştır (SurveyMonkey, 2022). Örneklem yöntemi olarak, olasılığa dayalı basit rastgele örnekleme metodu kullanılmıştır (Arslan, 2018).

### 2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak; araştırmacılar tarafından oluşturulan katılımcı formu, “Serbest Zaman İlgiilenim Ölçeği” ve “Rekreasyonel Akış Deneyimi Ölçeği” kullanılmıştır. Katılımcı formu: Öğrencilerin cinsiyet, sınıf, toplumsal olarak algılanan refah, serbest zaman kullanımında algılanan güçlük ve haftalık serbest zaman süresinin yeterlilik durumu değişkenlerine yönelik soruları içermektedir.

“Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği”, Kyle vd. (2007) tarafından geliştirilen, Gürbüz vd. (2018) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan ölçek, 30 madde ve 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Alt boyutlar sırası ile “Çekicilik” (1-2-3. Madde), “Önem Verme” (4-5-6. Madde), “Sosyal İlişki” (7-8-9. Madde), “Özdeşleşme” (10-11-12. Madde) ve “Kendini İfade Etme” (13-14-15. Madde) şeklindedir. İlgili ölçek 5’li Likert derecelendirmeye sahiptir. Gürbüz vd. (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ölçeğe ait iç tutarlılık katsayısının 0,58 ile 0,80 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Bizim çalışmamızda Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,73 ile 0,88 aralığında değişmektedir.

“Rekreasyonel Akış Deneyimi Ölçeği” Ayhan vd. (2020) tarafından geliştirilmiştir. İlgili ölçek 9 madde ve tek faktörden oluşmaktadır. 6’lı Likert derecelendirmeye sahip olan ölçek Kesinlikle Katılmıyorum (1) ve Kesinlikle Katılıyorum (6) şeklinde cevap seçeneklerine sahiptir. Ayhan vd., (2020) gerçekleştirdikleri çalışmasında güvenilirlik katsayısını 0,89 olarak tespit etmişlerdir. Bizim çalışmamızda ise güvenilirlik katsayısı 0,92 olarak tespit edilmiştir.

### 2.3. Verilerin Analizi

Araştırmada kullanılan katılımcı formu, “Rekreasyonel Akış Deneyimi Ölçeği” ve “Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği” “Selçuk Üniversitesi/Turizm Fakültesi” etik komisyonu tarafından “283736” karar numarası ile onaylanmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan veri toplama araçları Google formlar aracılığı ile 05.03.2022 – 25.03.2022 tarihleri arasında NEÜ öğrencileri ile paylaşılmıştır. Araştırma kapsamında 121 öğrenciye ulaşılmış olup, 9 öğrencinin eksik/fazla işaretleme yaptığı anlaşılmıştır. 9 veri çalışma dışında bırakılarak 112 veri ile analizler SPSS 23.0 paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Analizler esnasında kullanılacak testleri belirleyebilmek amacıyla normallik analizi gerçekleştirilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013), “Skewness (Çarpıklık)” ve “Kurtosis (Basıklık)” test sonuçlarının  $\pm 1,5$  değerleri arasında olmasının normallik varsayımını sağlayacağını belirtmektedir. Bu sebeple gerçekleştirilen “Skewness (Çarpıklık)” ve “Kurtosis (Basıklık)” test sonuçlarına göre verilerin parametrik test koşullarını sağladığı anlaşılmıştır (Tablo 1).

**Tablo 1.** Çarpıklık & Basıklık Test Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar		Statistic	Std. Error
Rekreasyonel Akış Deneyimi	Skewness	0,839	0,228
Ölçeği	Kurtosis	-0,212	0,453
S.Z.İ.Ö. Çekicilik	Skewness	-0,148	0,228
Alt Boyutu	Kurtosis	-1,009	0,453
S.Z.İ.Ö. Önem Verme	Skewness	-0,266	0,228
Alt Boyutu	Kurtosis	-0,648	0,453
S.Z.İ.Ö. Sosyal İlişki	Skewness	-0,334	0,228
Alt Boyutu	Kurtosis	-0,709	0,453
S.Z.İ.Ö. Kendini İfade Etme	Skewness	-0,301	0,228
Alt Boyutu	Kurtosis	-0,442	0,453
S.Z.İ.Ö. Özdeşleşme	Skewness	-0,559	0,228
Alt Boyutu	Kurtosis	0,057	0,453

Bu nedenle toplumsal olarak algılanan refah düzeyi ve serbest zaman kullanımında algılanan güçlük değişkenlerine yönelik "tek yönlü varyans analiz (Anova) testi, cinsiyete yönelik t-testi ve iki ölçek arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik olarak ise Pearson Korelasyon Testi gerçekleştirilmiştir.

### 3. BULGULAR

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Bilgileri

Değişkenler	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	41	36,6
	Erkek	71	63,4
Sınıf	3. Sınıf	50	44,6
	4. Sınıf	62	55,4
Algılanan Refah Düzeyi	Kötü	31	27,7
	Orta	58	51,8
	İyi	23	20,5
Serbest Zaman Kullanımında Algılanan Güçlük	Her Zaman	17	15,2
	Bazen	77	68,8
	Hiçbir Zaman	18	16,1
	Kesinlikle Yetersiz	7	6,3
Haftalık Serbest Zaman Süresinin Yeterlilik Durumu	Yetersiz	17	15,2
	Kararsızım	43	38,4
	Yeterli	31	27,7
	Kesinlikle Yeterli	14	12,5

Araştırma kapsamında incelemeye tabi tutulan Üniversite 3. ve 4. Sınıf öğrencilerinin, büyük bir çoğunluğunun erkek (%63,4), ağırlıklı olarak 4. Sınıf (%62), topluma yönelik algılanan refah seviyesinin genel anlamda orta (%64,3), serbest zaman kullanımının yoğunluklu olarak ara sıra (%68,8) güçlük çekildiği ve haftalık serbest zaman süresinin yeterlilik durumunun ise ağırlıklı olarak kararsız (%38,4) olduğu görülmektedir (Tablo 2).

**Tablo 3.** Katılımcıların Cinsiyet Değişkeni açısından Ölçek Skorları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Boyut	Cinsiyet	n	$\bar{x} + sd$	t	f	p
RADÖ	Kadın	41	2,78; 1,67	0,116	0,008	0,900
	Erkek	71	2,75; 1,62			
SZİÖ (Çekicilik Alt Boyutu)	Kadın	41	2,66; 0,92	-0,042	1,016	0,967
	Erkek	71	2,67; 1,02			
SZİÖ (Önem Verme Alt Boyutu)	Kadın	41	3,00; 1,01	-0,239	0,091	0,811
	Erkek	71	3,05; 1,03			
SZİÖ (Sosyal İlişki Alt Boyutu)	Kadın	41	3,00; 0,89	-0,312	0,075	0,755
	Erkek	71	2,98; 0,96			
SZİÖ (Özdeşleşme Alt Boyutu)	Kadın	41	3,16; 0,94	0,989	0,156	0,325
	Erkek	71	2,98; 0,92			
SZİÖ (Kendini İfade Etme Alt Boyutu)	Kadın	41	3,04; 0,88	-0,727	0,089	0,469
	Erkek	71	3,17; 0,90			

t testi,  $p > 0,05$

Cinsiyet değişkeni ile Rekreasyonel Akış Deneyimi ( $t_{(,116)} = p > 0,05$ ) ve Serbest Zaman İlgilenimi ( $t_{(-0,042)} = p > 0,05$ ;  $t_{(-0,239)} = p > 0,05$ ;  $t_{(-0,312)} = p > 0,05$ ;  $t_{(0,989)} = p > 0,05$ ;  $t_{(-0,727)} = p > 0,05$ ) arasında gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonucuna göre kadın ve erkek arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir (Tablo 3).

**Tablo 4.** Katılımcıların Sınıf Değişkeni Açısından Ölçek Skorları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Boyut	Sınıf	n	$\bar{x} + sd$	t	f	p
RADÖ	3. Sınıf	50	2,82; 1,89	0,346	7,606	0,730
	4. Sınıf	62	2,71; 1,40			
SZİÖ (Çekicilik Alt Boyutu)	3. Sınıf	50	2,86; 0,90	1,978	1,819	0,050
	4. Sınıf	62	2,50; 1,02			
SZİÖ (Önem Verme Alt Boyutu)	3. Sınıf	50	3,28; 0,98	2,286	0,186	0,024
	4. Sınıf	62	2,84; 1,01			
SZİÖ (Sosyal İlişki Alt Boyutu)	3. Sınıf	50	3,09; 0,87	1,401	1,987	0,164
	4. Sınıf	62	2,84; 0,98			
SZİÖ (Özdeşleşme Alt Boyutu)	3. Sınıf	50	3,20; 0,83	1,558	2,647	0,122
	4. Sınıf	62	2,92; 0,99			
SZİÖ (Kendini İfade Etme Alt Boyutu)	3. Sınıf	50	3,32; 0,87	2,128	0,095	0,036
	4. Sınıf	62	2,96; 0,89			

t testi,  $p > 0,05$

Sınıf değişkeni ile Rekreatif Akış Deneyimi ( $t_{(357)} = p > 0,05$ ) ve Serbest Zaman İlgilenimi ( $t_{(-1,97)} = p > 0,05$ ;  $t_{(2,28)} = p < 0,05$ ;  $t_{(1,40)} = p > 0,05$ ;  $t_{(1,55)} = p > 0,05$ ;  $t_{(2,12)} = p < 0,05$ ) arasında gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonucuna göre kadın ve erkek arasında; SZİÖ “Önem verme” ve “Kendini İfade Etme” alt boyutlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Tablo 4).

**Tablo 5.** Algılanan Refah Düzeyi Açısından Ölçek Skorları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Boyut	Algılanan Refah	n	$\bar{x} + sd$	df	f	p
RADÖ	Kötü	31	2,46; 1,55	2-109	1,874	0,158
	Orta	58	2,71; 1,64			
	İyi	23	3,31; 1,68			
SZİÖ (Çekicilik Alt Boyutu)	Kötü	31	2,58; 1,04	2-109	0,272	0,763
	Orta	58	2,73; 0,90			
	İyi	23	2,61; 1,16			
SZİÖ (Önem Verme Alt Boyutu)	Kötü	31	3,20; 1,00	2-109	0,731	0,484
	Orta	58	3,02; 1,05			
	İyi	23	2,87; 0,97			
SZİÖ (Sosyal İlişki Alt Boyutu)	Kötü	31	2,89; 0,99	2-109	0,442	0,644
	Orta	58	3,03; 0,95			
	İyi	23	2,84; 0,86			
SZİÖ (Özdeşleşme Alt Boyutu)	Kötü	31	2,81; 0,91	2-109	1,893	0,156
	Orta	58	3,20; 0,99			
	İyi	23	2,99; 0,79			
SZİÖ (Kendini İfade Etme Alt Boyutu)	Kötü	31	3,11; 0,92	2-109	0,078	0,925
	Orta	58	3,10; 0,95			
	İyi	23	3,19; 0,76			

Algılanan refah düzeyi ile RADÖ ve SZİÖ arasında gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda; bireyin toplumsal olarak algıladığı refah düzeyi ile RADÖ ( $f_{(1,874)}, 158 = p > 0,05$ ), SZİÖ Çekicilik ( $f_{(2,272)}, 763 = p > 0,05$ ), Önem verme ( $f_{(1,731)}, 484 = p > 0,05$ ), Sosyal ilişki ( $f_{(1,442)}, 644 = p > 0,05$ ), Özdeşleşme ( $f_{(1,893)}, 156 = p > 0,05$ ) ve Kendini ifade etme ( $f_{(1,078)}, 925 = p > 0,05$ ) arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır.

**Tablo 6.** Serbest Zaman Değerlendirmede Çekilen Güçlük Açısından Ölçek Skorları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Boyut	Çekilen Güçlük	n	$\bar{x} + sd$	df	f	p
RADÖ	Her Zaman	17	2,67; 1,41	2-109	1,162	0,317
	Bazen	77	2,66; 1,65			
	Hiçbir Zaman	18	3,30; 1,86			
SZİÖ (Çekicilik Alt Boyutu)	Her Zaman	17	2,71; 1,12	2-109	0,292	0,747
	Bazen	77	2,69; 0,97			
	Hiçbir Zaman	18	2,50; 0,99			
SZİÖ (Önem Verme Alt Boyutu)	Her Zaman	17	2,86; 1,06	2-109	2,067	0,132
	Bazen	77	3,16; 0,99			
	Hiçbir Zaman	18	2,67; 1,05			
SZİÖ (Sosyal İlişki Alt Boyutu)	Her Zaman	17	3,06; 0,90	2-109	0,174	0,840
	Bazen	77	2,95; 0,97			
	Hiçbir Zaman	18	2,87; 0,88			
SZİÖ (Özdeşleşme Alt Boyutu)	Her Zaman	17	2,69; 0,94	2-109	2,856	0,062
	Bazen	77	3,19; 0,94			
	Hiçbir Zaman	18	2,80; 0,83			
SZİÖ (Kendini İfade Etme Alt Boyutu)	Her Zaman	17	3,22; 0,89	2-109	0,132	0,876
	Bazen	77	3,10; 0,89			
	Hiçbir Zaman	18	3,15; 0,98			

Bireylerin serbest zaman değerlendirmede çekilen güçlük düzeyleri ile RADÖ ve SZİÖ arasında gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda; çekilen güçlük ile RADÖ ( $f_{(1,162)} ,317 = p > 0,05$ ), SZİÖ Çekicilik ( $f_{(2,292)} ,747 = p > 0,05$ ), Önem verme ( $f_{(2,067)} ,132 = p > 0,05$ ), Sosyal ilişki ( $f_{(1,174)} ,840 = p > 0,05$ ), Özdeşleşme ( $f_{(2,856)} ,062 = p > 0,05$ ) ve Kendini ifade etme ( $f_{(1,132)} ,876 = p > 0,05$ ) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 7.** Rekreatyonel Akış Deneyimi ve Serbest Zaman İlgilenimine İlişkin Korelasyon Tablosu

	n	$\bar{x}$	Ss		1	2	3	4	5	6
1. Rekreatyonel Akış Deneyimi Ölçeği	112	2,76	1,64	Pearson's r	-	.030	.108	.112	.039	.021
				p değeri	.753	.257	.240	.686	.824	
2. SZİÖ (Çekicilik alt boyutu)		2,66	0,99	Pearson's r	.030	-	.650**	.651**	.487**	.462**
				p değeri	.753	.000	.000	.000	.000	.000
3. SZİÖ (Önem Verme alt boyutu)		3,04	1,02	Pearson's r	.108	.650**	-	.708**	.705**	.595**
				p değeri	.257	.000	.000	.000	.000	.000
4. SZİÖ (Sosyal ilişki alt boyutu)		2,96	0,94	Pearson's r	.112	.651**	.708**	-	.622**	.541**
				p değeri	.240	.000	.000	.000	.000	.000
5. SZİÖ (Kendini İfade Etme alt boyutu)		3,05	0,94	Pearson's r	.039	.487**	.705**	.622**	-	.665**
				p değeri	.689	.000	.000	.000	.000	.000
6. SZİÖ (Özdeşleşme alt boyutu)		3,12	0,90	Pearson's r	.021	.462**	.595**	.541**	.665**	-
				p değeri	.824	.000	.000	.000	.000	.000

Pearson Korelasyon Testi, \*\* $p < .01$ .

İlgili ölçekler arasındaki ilişkiyi saptamaya yönelik gerçekleştirilen Pearson Korelasyon Testi sonucuna göre; SZİÖ "Çekicilik" alt boyutu ile "Önem verme" ( $r = .650, p < .001$ ), "Sosyal ilişki" ( $r = .651, p < .001$ ), "Kendini İfade Etme" ( $r = .487, p < .001$ ) ve "Özdeşleşme" ( $r = .462, p < .001$ ) alt boyutu arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu; "Önem verme" alt boyutu ile "çekicilik" ( $r = .650, p < .001$ ), "Sosyal ilişki" ( $r = .708, p < .001$ ), "Kendini İfade Etme" ( $r = .705, p < .001$ ), ve "Özdeşleşme" ( $r = .595, p < .001$ )

alt boyutu arasında; “Sosyal İlişki” ile “çekicilik” ( $r = .651, p <.001$ ), “Önem verme” ( $r = .708, p <.001$ ), “Kendini ifade Etme” ( $r = .622, p <.001$ ), ve “Özdeşleşme” ( $r = .541, p <.001$ ) alt boyutu arasında; “Kendini ifade etme” ile “Çekicilik” ( $r = .487, p <.001$ ), “Önem verme” ( $r = .705, p <.001$ ), “Sosyal İlişki” ( $r = .622, p <.001$ ) ve “Özdeşleşme” ( $r = .541, p <.001$ ) alt boyutu arasında; “Özdeşleşme” alt boyutu ile “Çekicilik” ( $r = .462, p <.001$ ), “Önem verme” ( $r = .595, p <.001$ ), “Sosyal İlişki” ( $r = .541, p <.001$ ) ve “Kendini ifade Etme” ( $r = .665, p <.001$ ) alt boyutları arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucuna göre SZİÖ alt boyutları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu fakat iki ölçek arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 7).

#### 4. TARTIŞMA

Akış deneyimi ile ilgili olarak rekreasyon faaliyetleri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda temel amacın bireyleri akış deneyimi içerisine sokan faaliyetlerin neler olduğunu ve hangi durumlarda akış sürecinin sürekliliğinin sağlandığının tespit edilmesidir (Tian vd., 2022; Zwart ve Ewert, 2022; Tao vd., 2022; Shen vd., 2022). Serbest zaman ilgilenimi üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda ise temel amacın “insanların eğlence seçenekleri incelemek” (Gürbüz vd., 2018: 257) olduğu görülmektedir. Nitekim serbest zaman etkinliğinden alınan haz ve mutluluk arttıkça bireyin faaliyete olan bağlılığının arttığı, doğal olarak akış deneyimi içerisine girme olasılığının da artabileceği bildirilmektedir (Jamroz, 1996; Wiley vd., 2000).

Necmettin Erbakan Üniversitesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü Rekreatif amaçlı tenis oynayan 3. ve 4. Sınıf öğrencilerinin akış deneyimi ve serbest zaman ilgilenimini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada cinsiyet değişkeni açısından Rekreasyonel Akış Deneyimi Ölçeği (RADÖ) ve Serbest Zaman İlgiilenimi Ölçeği (SZİÖ) arasında herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilmemiş olup kadın katılımcıların rekreasyonel akış deneyiminde ve serbest zaman ilgileniminin sosyal ilişki, özdeşleşme alt boyutlarında erkek katılımcılara göre daha fazla ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Erkek katılımcıların ise çekicilik, kendini ifade etme, önem verme alt boyutlarında kadın katılımcılara göre daha fazla ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha fazla sosyal ilişki konusunda yetkin olması, katılım sağladıkları faaliyetlerle daha fazla özdeşleşmelerinden dolayı kaynaklanabileceği belirtilebilir. Beyhan Baştürk (2021) tarafından halk eğitim merkezi kurs katılımcılarının serbest zaman doyumlarını, akış deneyimlerini ve iyi oluş hallerini incelemek amacıyla yapılan bir çalışmaya göre cinsiyet değişkeni ile akış deneyimi arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Akgül (2020) tarafından yapılan bir çalışmaya göre cinsiyet değişkeni ile akış deneyimi arasında anlamlı farklılık olup kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha yüksek akış deneyimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Cengiz (2022) tarafından fitness katılımcılarının rekreasyonel faaliyetlere yönelik serbest zaman ilgilenimini ve algılanan hizmet kalitesini belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada, serbest zaman ilgileniminin cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılıklar oluşturduğu aynı zamanda serbest zaman ilgileniminin sosyal ilişki, özdeşleşme ve kendini ifade etme alt boyutlarında kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha fazla ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Aydın (2021) tarafından yapılan infaz koruma memurlarının sportif serbest zaman ilgilenimlerini ve psikolojik dayanıklılık düzeylerini belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada serbest zaman ilgilenimi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiş ve erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek ortalama puana sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırma bulgularını destekler nitelikte (Serdar, 2021; Soyer, 2020) ve aksi yönünde (Aydın, 2022) çalışmalar bulunmaktadır.

Katılımcıların sınıf değişkeni ile Rekreasyonel Akış Deneyimi Ölçeğinde (RADÖ) anlamlı bir farklılık tespit edilmemişken Serbest Zaman İlgiilenim Ölçeğinde (SZİÖ) anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Anlamlı farklılığın önem verme ve kendini ifade etme alt boyutları arasından kaynaklandığı aynı zamanda gerek rekreasyonel akış deneyimi gerekse serbest zaman ilgilenim alt boyutlarında en yüksek ortalamanın 3. Sınıf öğrencilerine ait olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun 3. sınıf öğrencilerin 4. sınıf öğrencilerine göre katılım sağladıkları tenis faaliyetiyle daha fazla özdeşleşmeleri, ilgili rekreasyonel faaliyetin getirisi olarak 3. sınıf öğrencilerinin daha fazla sosyal olmalarından dolayı kaynaklanabileceği söylenebilir. Acar Zorbaz (2019) tarafından yapılan bir çalışmaya göre katılımcıların sınıf değişkenleri ile akış eğilimleri



arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Kocaer (2018) tarafından katılımcıların öğretmenlik mesleğine karşı tutumları, rekreasyon fayda düzeyleri ve serbest zaman ilgilenimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan çalışmada katılımcıların sınıf değişkenleri ile ilgilenimleri arasında herhangi anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Algılanan refah düzeyi ile SZİÖ ve RADÖ arasında herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Algıladıkları refah düzeyi iyi olan bireylerin tenis faaliyetinde diğer refah düzeyine sahip bireylere göre daha fazla rekreasyonel akış deneyimine sahip oldukları aynı zamanda serbest zaman ilgileniminin kendini ifade etme alt boyutunda ise en yüksek ortalamaya sahip oldukları belirlenmiştir. Refah düzeyi kötü olan bireylerin diğer katılımcılara göre serbest zaman ilgilenimi “önem verme” alt boyutunda daha fazla ortalamaya sahip oldukları belirlenmiştir. Algıladıkları gelir düzeyi orta olan bireylerin serbest zaman ilgilenim “çekicilik”, “özdeşleşme” ve “sosyal ilişki” alt boyutlarında daha fazla ortalamaya sahip oldukları belirlenmiştir. Bu durumun gelir düzeyi düşük olan bireylerin tenis faaliyetini rekreasyonel bir faaliyetin yanında ilgili faaliyeti kariyer getirisi sağlaması açısından bir ciddi serbest zaman faaliyeti olarak görmelerinden dolayı kaynaklanabileceği söylenebilir. Yönet (2018) tarafından katılımcıların dijital oyun bağımlılıkları, serbest zaman ilgilenimleri ve yaşam kaliteleri düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada katılımcıların algıladıkları refah düzeyleri ile serbest zaman ilgilenimleri arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Güldür (2020) tarafından katılımcıların benlik algıları ile serbest zaman ilgilenim düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan çalışmaya göre serbest zaman ilgilenimi ile katılımcıların gelir düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. Kandil (2021) tarafından yapılan bir çalışmaya göre katılımcıların gelir durumlarının artışına bağlı olarak serbest zaman ilgilenim seviyelerinin de artış gösterdiği tespit edilmiştir.

Serbest zamanların değerlendirilmesinde çekilen güçlük değişkeni ile rekreasyonel akış deneyimi ve serbest zaman ilgilenim alt boyutları arasında herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Serbest zamanlarını değerlendirmede her zaman güçlük çeken bireylerin rekreasyonel akış deneyim ortalamalarının diğer katılımcılara göre daha düşük seviyede olduğu, serbest zamanlarını değerlendirmede “hiçbir zaman” güçlük çekmeyen bireylerin diğer katılımcılara göre rekreasyonel akış deneyimi ortalamalarının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu durumun serbest zamanlarını etkin ve verimli bir şekilde kullanan bireylerin serbest zamanlarını etkin bir şekilde kullanamayan bireylere göre rekreasyonel faaliyetlerden daha fazla haz almaları, aynı zamanda bu hususun rekreasyonel akış deneyimlerini -serbest zaman yönetimini bağlı olarak- daha iyi bir şekilde tecrübe etmelerini kolaylaştırması durumundan kaynaklanabileceği belirtilebilir.

Rekreasyonel akış deneyimi ile serbest zaman ilgilenimi ölçekleri arasında yapılan korelasyon testine göre ölçekler arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Tenis faaliyetine yönelik olarak serbest zaman ilgileniminin artması durumunda bireylerin rekreasyonel akış deneyiminin de artacağı söylenebilir.

## **SONUÇ**

Sonuç olarak; cinsiyet, algılanan refah düzeyi ve serbest zaman değerlendirmede yaşanan güçlük değişkenleri ile serbest zaman ilgilenimi ve rekreasyonel akış deneyimi açısından anlamlı bir farklılığın gerçekleşmediği, bireylerin algıladıkları refah düzeyleri ve sınıf değişkeni açısından serbest zaman ilgilenimi açısından anlamlı farklılıkların ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre rekreasyonel bir etkinlik olarak tenis faaliyetinde daha fazla akış deneyimi yaşadığı, 3. Sınıf öğrencilerinin tenis faaliyetine yönelik serbest zaman ilgilenimlerinin daha fazla olduğu aynı zamanda daha fazla akış deneyimine sahip oldukları, algıladıkları refah düzeyleri iyi olan öğrencilerin tenis faaliyetine ilişkin daha fazla akış deneyimi yaşadıkları, serbest zamanlarını değerlendirmede hiçbir zaman zorluk çekmeyen öğrencilerin ise tenis etkinliği sırasında daha fazla akış deneyimi yaşadığı belirlenmiştir.

Elde edilen çalışma sonucunda; serbest zaman ilgilenimi ve akış deneyimi arasında doğrusal bir ilişkinin varlığını tespit eden çalışmalardan farklı olarak (Boudreau vd., 2020; Tian vd., 2022), bu araştırmada



akış deneyimi ve serbest zaman ilgilenimi arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Konu ile ilgili olarak gerçekleştirilen literatür taramasında (Türkçe ve İngilizce) serbest zaman ilgilenimi ve akış deneyimine yönelik olarak tasarlanan nitel bir araştırmaya rastlanılmaması son derece ilginçtir. Konu ile alakalı olarak gerçekleştirilecek nitel çalışmaların olguların altında yatan nedenleri derinlemesine incelemesi açısından son derece önemli olacaktır.

## KAYNAKLAR

- Abang Sardon, D. Z. N., Mazaulan, M., & Mohamed, M. N. (2016). Effect of imagery intervention on flow state and performance in tennis. In Proceedings of the 2nd International Colloquium on Sports Science, Exercise, Engineering and Technology 2015 (ICoSSEET 2015) (s. 269-280). Springer, Singapore.
- Acar Zorbaz, N. (2019). *Lise Öğrencilerinin Ototelik Kişilik Özellikleri, Yaşam Amaçları, Hayat Anlamları ve Akış Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Akdeniz, Y. ve Ardahan, F. (2019). Bireyleri rekreasyonel tenise başlamaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve geçerlilik güvenilirlik çalışmasının yapılması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 188-207.
- Akgül, O. (2020). *Rehberli Turlarda Algılanan Değer, Akış Deneyimi ve Davranışsal Niyet İlişkisi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi.
- Aksu, H.S., Harmandar Demirel, D., Kaya, A. ve Demirel, M. (2021). *Akademik Serbest Zaman ve Rekreasyon Araştırmaları*. A. Kaya ve S. Uslu (Ed.), E-Spor Faaliyetlerinin Rekreasyon ve Spor Açısından Değerlendirilmesi (s. 23-40). NEÜ Yayınları.
- Aristoteles (2013). *Politika*. (Çev. M. Temelli). Ark Kitapları.
- Aslan, Ş. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eğitim Yayınevi.
- Aydın, E. (2021). *İnfaz Koruma Memurlarının Sportif Serbest Zaman İlgilenimi ve Psikolojik Dayanıklılık Düzeyleri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi.
- Aydın, İ. (2022). Serbest Zaman İlgilenimi ve Yaşam Doyum İlişkisinde Etkinlik Doyumunun Kısmi Aracılık Etkisi: Rekreasyonel Koşucular Örneği. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 53-72.
- Ayhan, C., Eskiler, E. ve Soyer, F. (2020). Rekreasyonel katılımcılarda akış deneyiminin ölçülmesi: Ölçek geliştirme ve doğrulama. *Journal of Human Sciences*, 17(4), 1297-1311.
- Beyhan Baştürk, G. (2021). *Halk Eğitim Merkezi Kurs Katılımcılarının Serbest Zaman Doyumları, Akış Deneyimi ve İyi Oluşlarının İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi.
- Boudreau, P., Mackenzie, S. H., & Hodge, K. (2020). Flow states in adventure recreation: A systematic review and thematic synthesis. *Psychology of Sport and Exercise*, 46, 101611.
- Cengiz, R. (2022). *Fitness Katılımcılarının Rekreasyonel Etkinliklere Yönelik Serbest Zaman İlgilenimi ve Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeylerinin Belirlenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi.
- Csikszentmihalyi, M. (1977). *Beyond Boredom and Anxiety*. Jossey-Bass.
- Çuhadar, A., Er, Y., Demirel, M. ve Harmandar Demirel, D. (2019). Bireyleri rekreasyonel amaçlı egzersize motive eden faktörlerin incelenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(3): 153-161.
- Guo, Y. (2005). *Flow internet shopping: a validity study and an examination of a model specifying antecedents and consequences of flow* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Texas: A&M Üniversitesi.
- Güldür, B. (2020). *Hentbol Sporcularının Serbest Zaman İlgilenim ve Benlik Algısı Düzeyleri Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi.
- Gürbüz, B., Çimen, Z. ve Aydın, İ. (2018). Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği: Türkçe Formu Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(4), 256-265.

- Jamrozy, U., Backman, S.J., Backman, K.F. (1996). Involvement and opinion leadership in tourism. *Annas of Tourism Research*, 23(4), 908-924.
- Kandil, N. (2021). *Rekreasyonel Fiziksel Aktivite Olarak Kayak ve Snowboard Yapan Bireylerde Serbest Zaman İlgilenim ve Serbest Zaman Engelleri İlişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Kaya, A., Demirel, M. ve Harmandar Demirel, D. (2021). *Akademik Serbest Zaman ve Rekreasyon Araştırmaları*. A. Kaya ve S. Uslu (Ed.), Ciddi Serbest Zaman ve Rekreasyon Uzmanlığı Arasındaki İlişkinin Kavramsal Açından Değerlendirilmesi (s. 4-22). NEÜ Yayınları.
- Kaya, B., Metin, T. ve Kozak, M. A. (2015). Kapalı rekreasyon tesislerinde kullanıcıların akış deneyimi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/Journal of Travel and Hospitality Management*, 12(2), 6-25.
- Kocaer, G. (2018). *Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenleri ve Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum, Serbest Zaman İlgilenim ve Rekreasyon Faaliyetlerine Yönelik Fayda Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Bartın İli Örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi.
- Koehn, S., & Morris, T. (2012). The relationship between performance and flow state in tennis competition. *The Journal of sports medicine and physical fitness*, 52(4), 437-447.
- Korer, E. (2021). *Raketlon Sporcularının Akış Deneyimlerinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Kyle G.T., Absher J., Norman, W., Hammit, W. ve Jodice, L. (2007). Modified involvement scale. *Leisure Studies*, 26(4): 398-427.
- Kyle, G. ve Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: The importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 23: 243–266.
- Lakot, K., Korur, E., N., Öncü, E. ve Gürbüz, K. (2013). Bireyler rekreatif aktivitelere neden katılmazlar? Akademisyenler örneği. *II. Rekreasyon araştırmaları kongresi*, Aydın.
- Leitner, M. J. ve Leitner, S. F. (2012). *Leisure Enhancement*. Sagamore Publishing.
- Maltby, J. ve Day, L. (2001). The relationship between exercise motives and psychological well-being. *Journal of Psychology*, 135(6), 651-660.
- Metin, M. ve Düşmezkalender, E. (2022). Dağ tırmanışı etkinliğinin akış deneyimi bağlamında değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 1-22.
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2009). Flow Theory and Research. C.R. Snyder Erik Wright ve C. R. Snyder Erik Wright (Ed.), *Handbook of Positive Psychology* (s. 195-206). Oxford University Press.
- Robin, N., & Dominique, L. (2022). Mental imagery and tennis: a review, applied recommendations and new research directions. *Movement & Sport Sciences-Science & Motricité*. 1(2), 46-52.
- Serdar, E. (2021). Serbest zaman engelleri ile ilgilenim arasındaki ilişki: Fitness merkezi katılımcıları üzerine bir araştırma. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 49-61.
- Shen, C. C., Tsai, C. H., & Tseng, T. A. (2022). The Influence of Flow Experience and Serious Leisure on Attachment in Board Game. *Leisure Sciences*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/01490400.2022.2061654>
- Soyer, A. (2020). *Serbest Zaman İlgilenimi ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Yerel Yönetimlerde Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Stein, G. L., Kimiecik, J. C., Daniels, J., & Jackson, S. A. (1995). Psychological antecedents of flow in recreational sport. *Personality and social psychology bulletin*, 21(2), 125-135.
- SurveyMonkey. (2022). *Sample size calculator*. <https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. ve Ullman, J. B. (2007). *Using Multivariate Statistics*. MA Pearson.
- Tao, H., Zhou, Q., Tian, D., & Zhu, L. (2022). The Effect of Leisure Involvement on Place Attachment: Flow Experience as Mediating Role. *Land*, 11(2), 151.
- TED. (2022). <http://www.ted.com>
- Tian, H., Zhou, W., Qiu, Y., & Zou, Z. (2022). The Role of Recreation Specialization and Self-Efficacy on Life Satisfaction: The Mediating Effect of Flow Experience. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3243.
- Varol, F., Aksu, H. S., & Demirel, M. (2022). Evaluation of outdoor recreation potential of destinations in terms of paragliding: the case of Konya. *Tourism and Recreation*, 4(1), 13-23.
- Wiley, C.G.E., Shaw, S.W., Havitz, M.E. (2000). Men's and women's involvement in sports: An examination of the gendered aspect of leisure involvement. *Leisure Sciences*, 22(1), 19-31.
- Wolf, S., Brölz, E., Keune, P. M., Wesa, B., Hautzinger, M., Birbaumer, N., & Strehl, U. (2015). Motor skill failure or flow-experience? Functional brain asymmetry and brain connectivity in elite and amateur table tennis players. *Biological psychology*, 105: 95-105.
- Wöran, B., & Arnberger, A. (2012). Exploring relationships between recreation specialization, restorative environments and mountain hikers' flow experience. *Leisure Sciences*, 34(2), 95-114.
- Young, J. (2007). Tennis players in flow: Csikszentmihalyi's and reversal theory's approaches to flow. *Medicine and Science in Tennis*, 12(2), 24-28.
- Yönet, E. (2018). *Lise Öğrencilerinin Sportif Serbest Zaman İlgilenim, Dijital Oyun Bağımlılığı ve Yaşam Kalitesi Düzeylerinin Araştırılması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Zwart, R., & Ewert, A. (2022). Human Health and Outdoor Adventure Recreation: Perceived Health Outcomes. *Forests*, 13(6), 869.

## SANAT SİNEMASI BAĞLAMINDA SARMAŞIK FİLMİNİN ANALİZİ

### *An Analysis of The Sarmaşık Film in the Context of Art Cinema*

Muhammed Göktuğ SEZGİN\*

#### ÖZ

Sanat sineması ana damar sinemadan farklı olan, ticari kaygı gütmeyen, izleyicisini düşünmeye sevk eden tematik bir yapıdır. Kendisine özgü yöntemleriyle izleyicisini düşünmeye sevk eden sanat sineması izleyicinin beklentisi odaklı ilerlemez. Durağan olan sanat filmleri edebi bir zevk uyandırır. Sanat filmlerinde ele alınan olaylarda verilmek istenilen mesajlar nesnelere başta olmak üzere çağrışım yapılarak aktarılır. Sanat filmleri mesajlarını soyutsal yöntemle izleyicisine aktarır. Tolga Karachelik'in yönettiği *Sarmaşık* filmi ele aldığı konuyu işleyiş biçimi ve tekniğiyle sanat sinemasına örnek teşkil eder. *Sarmaşık*'ın sanat sinemasına nasıl bir örnek oluşturduğunun incelendiği çalışmada film de verilmek istenen alt metinler de analiz edilmiştir. Karachelik, filmde toplumdaki yöneten ve yönetilen ilişkisini ele almış, bu ilişkiyi altı erkek karakter üzerinden irdelemiştir. Filmde kadın karakter yoktur ama 'kadınlaştırılan' karakterler mevcuttur. Yönetici sınıf ve işçi sınıfının karakterlere indirgenerek anlatıldığı film de otoritesini kaybeden bir iktidar ve bunalımdaki halk gitmeyen bir gemide mahsur kalanlar olarak anlatılmıştır. Çalışma sanat sineması doğrultusunda "*Sarmaşık*" filminin incelenmesi açısından önemlidir. Film betimsel yöntemle analiz edilmiştir. Çalışmada *Sarmaşık*'ın ele aldığı konuyu işleme tarzıyla bir sanat filmi örneği oluşturduğu sonucuna varılır.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat, Sinema, İktidar, Erkek

#### ABSTRACT

Art cinema is a thematic structure that differs from mainstream cinema in that it does not cause commercial concern and makes its audience think. Art cinema, which makes its audience think with its own unique methods, does not progress based on the expectation of the audience. Art films that are stationary evoke a literary taste. The messages that are wanted to be given in the events discussed in art films are conveyed by connotation, especially objects. Art films convey their messages to their audience in an abstract way. The film *Sarmaşık*, directed by Tolga Karachelik, is an example of art cinema with the way it handles the subject and the technique it deals with. In the study in which it is examined how *Sarmaşık* creates an example of art cinema, the sub-texts that would like to be given in the film have also been analyzed. Karachelik, in his film, discussed the relationship between the manager and the manager in society, examined this relationship through six male characters. There are no female characters in the film, but there are 'feminized' characters. The film, in which the ruling class and the working class are reduced to characters, is also described as a power that has lost its authority, and the depressed people are stranded on a ship that does not leave. The work is important for the study of the film "Ivy" in the direction of art cinema. The film was analyzed by descriptive method. In the study, it is concluded that *Sarmaşık* creates an example of an art film with the way of processing the subject he is addressing

**Key Words:** Art, Cinema, Government, Men

#### GİRİŞ

Sanat sineması, olayları, karakterleri hatta mekânları sanatsal şekilde izleyiciye sunar. Sanatsal şekilde sunuşun çeşitli yolları vardır. Goard, sanatsal sunuşu yedi maddede açıklar. Bu temel maddelerden ilki geçişli anlatıya karşı geçişiz anlatıdır. Filmin anlatımı epizodik şekilde, araya yazılarak girerek bölünür. Goard sanat filmlerinin özdeşleşmeye karşı yabancılaşmayı öne çıkardığını söyler. Sanat filmlerinde herhangi bir karakterle özdeşleşmek pek mümkün değildir. Her karakterin ayrı bir hikâyesi vardır. Bu hikâyelerin hiçbiri sıradan değildir, hepsi özenle tasarlanmıştır. Sanat filmleri anlattığı temel hikâyede de izleyicinin karakterle özdeşleşmesine izin vermez. Sanat filmlerinde yönetmen tekniği önce çıkar ve tek bir olay etrafında birden çok olay anlatılabilir. Tek bir ana olaya bağlı kalınmaz. Goard'a göre

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema ABD, goktugsezgin1@gmail.com Orcid: 0000-0001-6217-3992

seyircinin isteği doğrultusunda bitmeyen sanat filmleri hakikati de olduğu gibi gösterir. Goard bu şekilde sanat sinemasını yedi temel maddede özetler.

Tolga Karaçelik'in yönettiği *Sarmaşık* filmi de taşıdığı özellikleriyle sanat sinemasındaki yerini alır. Filmde kullanılan çerçeveler ve ışık, yani filmin tekniği sanat sinemasına örnek teşkil eder. Filmde her açının ve ışığın kullanımı bir anlam ifade etmektedir. Film karakterleri soyutsal imgelere dönüştürür. Devlet yapısını gemide mahsur kalan altı erkek üzerinden anlatır ve alt metnindeki mesajları yine altı erkek karakter üzerinden verir. Filmde kadın karakter yoktur ama erkeklerin kadınlaştırılması mevcuttur. Yine filmde gemi imgesi başta olmak üzere kadınsal mesajlar verilmiştir.

Sanat sinemasına ait filmleri izleyicisini düşünmeye sevk eder. Bu tarz filmlerin yönetmeni izleyiciye "iyi gönderme yapmış" dedirtmelidir. *Sarmaşık* devlet yapısı, iktidar ve toplum arasındaki ilişkiyi yansıması bakımından izleyicisini düşünmeye davet eder. Teknik olarak da ana akım sinemadan farklı olan film, karakterlerin ve olayların ele alınışı açısından Türk sanat sinemasının yakın tarihli bir örneğidir. Çalışmanın amacı sanat sineması kavramını tanımlamak ve sinema filmlerinin hangi özellikleri ile sanat sinemasına örnek oluşturduğunu koymaktır. Çalışma *Sarmaşık* filminin sanat sineması bağlamında analiz edilmesi açısından önemlidir. Çalışma kapsamında sinema filmlerinin hangi kriterlere göre sanat sinemasına örnek oluşturduğu yer almaktadır. Çalışmanın sınırlılığını Tolga Karaçelik'in yönettiği *Sarmaşık* filmi oluşturur.

## 2. SANAT SİNEMASI TANIMI

Sanat sineması ana akım sinemadan farklı olarak, izleyicinin alımlıma sürecinde daha aktif rol almasını sağlayan, gerçek olanın ortaya konma biçimini popüler sinemadan farklı olarak gerçeğe daha uygun ortaya koyma iddiasında olan biçimdir. Gerçeği ortaya koyuş biçimi sanat filminin tanımlanmasındaki asıl unsurdur ve bu biçim anlaşılır kılınmayı da beraberinde getirir (Karadoğan, 2010:1).

Ticari kaygılardan çok insanları düşünmeye sevk eden sanat filmleri estetik ve edebi bir sevk uyandırırken, izleyiciyi düşünmeye sevk eder. Popüler kültüre karşı bir duruş sergileyen ve izleyicinin beklentisine göre şekillenmeyen, film içerisinde ve film sonunda izleyicide yeni pencereler açan sanat sineması, izleyicinin düşünmesine de olanak tanır. Bu olanaklar filmin sonunun açık uçlu bitmesi gibi film içerisinde gerçekliği çok daha verimli yansıtmak amacıyla uzun ve sonu belirsiz sahneler verilerek de gerçekleştirilebilir (Sanal: <https://www.babblela.com>).

Sanat sineması temelde, Hollywood ve izleyiciyi katarsise ulaştıran akımlara karşı olan, içindeki sekanslarla film içerisinde kısa film olduğu hissini uyandıran, herhangi bir karakterle bütünleşmeyen, her karakterin hikâyesini ayrıca anlatma potansiyeline sahip olan ve filmdeki nesnelere soyut anlamlarda kullanarak belirli imgeler yaratır. Gerçeği olduğu gibi vermesinin yanı sıra fantastik konuları da işleyen sanat sineması her iki alanda da izleyiciyi düşünmeye sevk eder. Sanat sinemasına ait bir film sahnesi kendinden sonraki sahne hakkında çok fazla ipucu vermeyerek izleyicinin düşünmesini gerçekleştirir ve izleyiciyi filmde aktif halde tutar. Filmin sonunda olduğu gibi filmin içinde var olan açık uçluluk ve gerçekçi anlatım dolayısıyla verilen uzun ve diyalogsuz sahneler nedeniyle popüler bir filme göre izlenmesi daha zordur.

Popüler sanat kar amacıdır ve insanları eğlenceye sevk eder. Sanat sineması ise buna karşıdır, bu yüzden sanat sinemasında estetik kaygısı oldukça fazladır (Karadoğan, 2010:7).

## 3. PETER WOLLEN'A GÖRE YEDİ TEMEL MADDEDE GODARD'IN SANAT SİNEMASI

Wollen, Godard'ın filmlerinde sinemanın yedi büyük günahına karşı yedi temel erdemini vurguladığını ifade eder. *Sarmaşık* filminde de bu yedi temel maddeden özellikler bulunmaktadır. Bu yedi madde şu şekildedir;

**3.1. Geçişli anlatıya karşı geçişsiz anlatı:** Bir olayın başka bir olayı izlemesine karşı oluşturulan araya girmeler, epizodik inşa ve ara yazılar geçişsiz anlatı örnekleridir. Geçişli anlatıda film içerisindeki sahne kendisinden sonraki sahnenin habercisidir. Sahneler bir nedensellik zincirine uygun olarak ilerler ve seyirci bir sonraki sahneyi tahmin edebilir. Klasik filmlerin anlatı tekniği olan geçişli anlatı sanat

filmlerinde çok nadiren kullanılır. Sanat filmleri seyircisini düşünmeye yönelttiği için anlatılarında bir neden-sonuç ilişkisi bulunmayabilir. Bir sonraki sahne bir öncekinden bağımsız olabilir ve geçişler epizodik olarak kullanılır.

**3.2. Özdeşleşmeye karşı yabancılaşma:** Klasik sinema ve Hollywood filmlerinin izleyicisi bir karaktere duygusal olarak bağlanabilir. Seyirci karakterin yerine kendini koyar. Sanat filmlerinde ise herhangi bir karakterle özdeşleşme söz konusu değildir. Bir veya birden fazla karaktere çok sayıda yorum yapılabilir.

**3.3. Saydamlığa karşı öne çıkma:** Sanat filmlerinde kullanılan teknik yani film dili görmezden gelinmeyi istemez. Klasik filmlerin aksine sanat filmleri metnin mekanizmalarını açık ve görünür kılar. Sanat filmleri açıkça yönetmenin kendisini ifade eden teknik özellikleri taşır.

**3.4. Tek anlatıma karşı çok anlatım:** Hollywood filmlerinde gösterilenler aynı dünyaya aittir. Film bütüncül olarak bir konuyu anlatır, sahneler ve sekanslarda filmin ana konusunun tamamına yöneliktir. Sanat filmlerindeyse film içinde film söz konusudur. Sanat filmlerinin evreni heterojendir. Tek bir konu ele alınmaz, yan karakter olarak gözüken karakterlerin de hikâyesi ana unsur olarak ele alınabilir. Film içerisindeki sekanslar adeta bir kısa film oluşturur.

**3.5. Sona karşı açık uç:** Sanat filmleri seyircisini kendi içerisinde düşünmeye teşvik etmesinin yanı sıra anlatısının sonunu da seyirciye bırakır ve böylelikle filmin tamamında seyirciyi düşünmeye teşvik etmiş olur.

**3.6. Hoşlanmaya karşı rahatsız olma:** Hollywood filmleri izleyicisine tatmin sağlamayı hedefleyen eğlence unsuru filmlerdir. Sanat filmleri ise izleyicisine tatminden çok tahmin sağlamayı hedefleyen ve kar odaklı olmayan filmlerdir. Sanat filmleri izleyicinin beklentisi doğrultusunda sona ermez. Yönetmen filminin tepki alacağını bilse dâhil kendi isteği doğrultusunda çeker. Sanat filmlerinde seyircinin doyuma ulaşmasını beklemek yanlış olur.

**3.7. Kurmacaya karşı gerçek:** Sanat filmleri gerçeği olduğu gibi gösterir. Sanat filmleri de fantastik konuları ve karakterleri ele alabilir. Öykülerinde hakikati olduğu gibi göstermesinin yanı sıra makyajlı oyunculara karşı gerçek yaşam kullanan sanat filmleri özel efektleri nadiren kullanır (Büker, 1985; aktaran Karadoğan, 2010:113-122).

#### 4. SANAT SİNEMASI ANLATIMI

Sanat sineması anlatımında olay örgüsü klasik sinema kadar düzenli değildir. Filmin tümü kalıcı ve baskılayıcı boşluklar taşır, olayların izleyiciye sunumunu geciktirir. Sanat sineması yeni bir gerçeklik yaratır. Sanat sineması anlatımı neden-sonuç ilişkisinin oluşturduğu gerçekliği sorgular ve gelecekte olaya dair anlatı boşluklarında az bağlayıcı düşünceler yaratarak geliştirdiği açık uçlulukla neden-sonuç ilişkisine açık kapı bırakır. Sanat sinemasının tipik ve kesin hatları bulunmaz. Kesin bir iyi ya da kötü tanımı yoktur. Sanat filmleri karakter üzerinden bilgi vermiyorsa nesne ya da mekan seyirciyi bilgilendirir.

Sanat filmlerinde olay örgüsü nedensel bağlantıyı kopararak ilgiyi başka yöne çeker. Tematik düğüm noktası modern yaşam yargılarını ifade eden sanat filmlerinde karakterin sorgulanması gerilim ve merak duygusunu yaratır. Sanat filmlerinde anlatının temel yapısı izleyici için ana unsurdur. Sanat filmi nesnel-içsel gerçeklik ve yönetmenin film dili göz önüne alınarak anlaşılabilir. İzleyicisini çok fazla belirsizlik kullanarak düşünmeye sevk eden sanat filmleri yan anlamsal bir okuma ve daha yüksek yorumlama talep eder (Brodwell, 1985; aktaran Karadoğan, 2010:125-141).

#### 5. SANAT SİNEMASI BAĞLAMINDA BİR İNCELEME: SARMAŞIK

##### 5.1. Sarmaşık filminin özeti

Bir armatörün iflas edip gemisini ortadan bırakmasının ardından denizcilik kuralları gereği gemide kalmak zorunda olan toplamda altı denizcinin yaşadıkları anlatılır. Gemide kalan denizciler kolayca maaş alacakları için bu duruma çok olumlu bakarlar. Gemide hiyerarşik mücadele ile birlikte bir iktidar mücadelesi söz konusudur. Erkeklerin egemen olduğu bir ortamda iktidarı kendi elinde tutma ve düzeni



sağlama amacı bulunan Kaptan Beybaba ve onun iktidarına karşı gelenlerin mücadelesi filmin konusunu oluşturur. Film gemi üzerindeki altı karakteri imgeleyerek parçalanmış bir iktidarı gözler önüne serer. Gemide kalan altı kişi Kaptan Beybaba, Adanalı Cenk, İsmail, Kamarot Nadir, Kürt ve Alper'dir.

Gemide kaldıkları ilk andan itibaren otoritesini yitirmeye başlayan kaptan zamanla kaygısını yitiren mürettebata karşı yanlış yönetim stratejileri uygular. Bu yanlış uygulamalar gemidekilerin birbirlerine düşmesine yol açar ve gemidekiler bir nevi delirmeye başlar (Metin, 2019:18)

*Sarmaşık* politik bir konuyu ele almasa da izleyicinin ezberini bozmaya yöneltmesi nedeniyle "yeni politik sinema" olarak değerlendirilebilir. Yeni politik sinema yaşanmakta olan politik olayları konu almanın ötesinde sinemada alışlagelmişin dışında öznel algı ve deneyime vurgu yapan filmleri tanımlar (Şener, 2016:147).

## 5.2. Filmde karakterlerin temsili

Film, gemide kalan altı karakter üzerinden ilerler. Filmde hiç kadın karakter yoktur ama erkek karakterlerin sohbetlerinde ve imgesel olarak kadın figürü aralarda görülmektedir. İmgelerin dışında diyalogların arasında geçen "kadın" konulu konuşmalar da mevcuttur (Anlar, 2020:41). Gemide kalan altı kişiyi şu şekilde analiz edilebilir;

Beybaba: Gerçek bir otorite figürüdür. Düzeni korumak için ahlaki değerleri çiğnemekte sakınca görmez. Düzenin sorunsuz devam etmesi için herkesin hayatını tehlikeye atabilir (Özçınar, 2017:83). Beybaba'nın toplumdaki yeri küçük burjuva sınıfıdır. Kendisinin de emir aldığı yerler vardır ve emir aldığı yerlere bağımlıdır. Alt sınıfta ise söz sahibidir, burjuvanın düzenini sağlamakla yükümlüdür. Onu alt sınıftan ayıran bulunduğu konumdur. Beybaba gemidekilerin aksine daha konforlu ve güvenli bir kamarada kalır, diğerlerinin maaşları yatmazken Beybaba'nın maaşının düzenli yatma ihtimali vardır. İşçi sınıfı hakkında söz sahibi olan ve onları dizginleyen unsurdur.

Kürt: "Selamünaleyküm ben Kürt" diyalogu haricinde hiç sesini duymadığımız ve adını bilmediğimiz Kürt karakteri ise olayların akışını değiştiren ve yanında yer aldığı kesimin güçlü olmasını sağlayan karakterdir (Özçınar, 2017:83). Kürt hiç konuşmaz ve gülmez (Metin, 2019:33). Anlar'a göre (2020:29) *Kürt karakteri, bakışları ve beden dili ile konuşmaktadır. Türkiye'de belirli bir dönem dil konusunun yasaklı olduğu günlere, Kürt karakteri üzerinden mesaj verilmiştir.* Kürt karakteri toplumdaki güçlü elinde bulunduran kesimin bir temsilidir. Kürt yapısı itibariyle çok güçlüdür ve onun yanında yer aldığı kişi kendisini istediği şekilde savunamaz. Kürt, toplumdaki askeri sınıfı temsil eder. Kürt karakteri film içerisinde kaybolur, onun kaybolmasıyla filmdeki çatışmalar daha da alevlenir çünkü çıkan kargaşaları bastırarak bir kuvvet artık yoktur.

Alper ve Cenk: Eski bir taksici olan Alper ve dolandırıcı olan Cenk gemide arkadaş olurlar. İkisinin gidecek hiçbir yeri olmadığından için gemiye sığınmışlardır. Cenk'in anlamı savaştır ve otoriteye, alışlagelmiş her şeye karşıdır. (Özçınar, 2017:83). Film boyunca seyirci sürekli onun aşırı bunalmış ruh haline ve isyankârlığına tanıklık eder. Cenk, Alper'e göre daha asi ve sinirlidir. Alper ise her zaman, Cenk birileriyle tartıştığına bile, arayışta yumuşatmaya çalışan, ılımlı bir kişidir. Cenk toplumdaki düzenin değişmesini isteyen, bu düzeni isyanla değiştirebilecek olan devrimci kesimin bir temsilidir. Alper'de muhalif kesime aittir yalnız Alper devrim için şiddet gerektirecek bir davranışta bulunmaz, bu yüzden mevcut otoriteye de daha kolay boyun eğer. Alper'in Cenk ile ortak noktası düzene karşı durmalarıdır, farkları ise Alper'in karşı duruşta kimseye zarar vermeyecek olmasıdır. Cenk düzen değişikliği için olay çıkartabilir ama Alper daha sağduyuludur. İki karakter de toplumdaki muhalefeti temsil eder, Cenk daha muhalif olan kesimin temsilidir.

İsmail: İsmail itaatkâr, beş vakit namazında ve işine sadık usta bir gemicidir (Özçınar, 2017:83). İsmail, Beybaba'nın otoritesini sorgulamadan biat eder ve kendisine verilen emirlerde alt sınıfı incitmekten çekinmez. İsmail, Beybaba'nın emirlerini gösterse de aslında kendi otoritesini kanıtlama amacındadır (Yaşın, 2018:19). İsmail içinde bulunduğu durumu ibadet ile aşmaya çalışır. İsmail toplumda manevi değeri yüksek olan dinci kesimin bir portresidir. İçinde olduğu sorunlar İsmail'i ruhen bunaltmaktadır ve kendini rahatlamak amaçlı dine sığınmıştır (Anlar, 2020:24).

Kamarot Nadir: Beybaba'nın otoritesine mecburen boyun eğen bir karakterdir. Beybaba'dan korktuğu için onun sözünden çıkmaz. Nadir, toplumdaki işçi sınıfının temsilidir. Mevcut düzenden memnun olmasa dâhil bu düzeni değiştirmek için kendi başına hareket edemez. Ekonomik çaresizliği emirlere biat etmesine neden olur.

## 6. ÜÇ BÖLÜM BİR GEMİ

Farklı sanat dallarında kullanılan gemi metaforu sinemada da önemli yer teşkil etmektedir (Yaşın, 2018:16). Gemiler genelde hayatın zorluklarını ele alan ve hayatta ilerleyen araçlardır. Tolga Karaçelik'in mekân olarak gemiyi seçmesinin nedeni ise gemi metaforuyla karakterlerin üzerinden insanların hayatlarını ve yaşayış şekillerini ilişkili biçimde sunarak içinde yaşadıkları ülkeyi anlatmaya çalışmış olmasıdır (Anlar, 2020:28). Gemi metaforuyla devlet temsil edilmiştir. Gemi de tıpkı devlet gibi belirli bir hedefi olan genel kuralları ve gelenekleriyle ortak yaşam kültürünü barındıran bir yapıdır. Geminde, devletteki gibi düzen ve istikrarını sağlayacak hukuku, bu hukuku uygulayacak yöneticisi ve kuralları vardır (Yaşın, 2018:16). Filmde gemi imgesiyle siyasal düzene bir atıf yapılmıştır ve gemi devleti temsil eden bir araçtır. Büker (2016:230) geminin bir anne gibi önce Cenk'i içine aldığı vurgular, çünkü *gemiler dışıldır ve gemi içbükey gövdesi, içinde insanları barındırması, kadın rahmini simgelemesiyle dışıl bir imgedir. Rahmin içine giren erkekler onu yönlendirme ve yönetme erkini üstlenmişlerdir.*

*Film, Coleridge'nin "Yaşlı Gemici" şiirinden yapılan alıntılarla üçe bölünür. Yapılan ilk alıntı "Direkler eğik burnumuz batmış suya, insan düşmanın sillesinden kaçır ya, Soluğunu ensesinde duya duya, ve koşar başını hiç kaldırmadan; gemi öyle koştu, rüzgar öyle coştı: kaçtık güney hiç durmadan." bölümüdür ve bu şiir bize anlatının ilerleyişi ile ilgili ipuçları verir. Filmde şiirin kullanılışı anlatının ilerleyişine ilişkin ipuçları vermesinin yanı sıra, anlatının şiirsel atmosferine ve filmin rizomatik yapısına da katkı sunar (Özçınar, 2017:84). İlk bölümde gemideki mürettebat bir araya gelir. Mürettebat birbirini tanıırken izleyici de karakterleri tanır. Düzen ve disiplinin hâkim olduğu gemide herkes Beybaba'nın hiyerarşisine bağlıdır. Beybaba ise kendisine emir veren armatöre ve liman yetkililerinin emrine bağlıdır. Geminin ilerlemesi için çalışan mürettebat ilerleyen bölümlerde gemi ilerlemeyince amaçsız kalacaktır. (Yaşın, 2018:17). Otoriter bir anlam taşıyan filmin karakterleri de içerisinde buldukları kimliklerin sıkıntılarıyla seyirciye aktarılır. Filmde anlatılmak istenen direkt olarak aktarılmak yerine bir hikâyenin içerisinde aktararak verilmeye çalışılır. Bunun en belirgin örneği filmin başında sarmaşıkla kaplı mezar taşlarının gösterilmesidir. Sarmaşık metaforu ana karakterlerle aynı anda gösterilir ve sarmaşıkların mezar taşına sarılı olması filmdeki karakterlerin ölü olduğunu seyirciye gösterir (Anlar, 2020:26). Filmin başındaki dizeler bir şeylerden kaçma halini anlatırken gemide kalan karakterlerin, önceki hayatlarına ait sorunlardan kaçarak gemiye geldikleri görülür (Şener, 2016:145).*

*Filmin ikinci bölümü Karaçelik'in Coleridge'den kullandığı şiirin şu bölümüyle başlar: "Birden rüzgâr dindi tüm yelkenler indi, yoğun bir hüzün çöktü her şeye, ağırlığı hissettik, rastgele sözler ettik, sırf denizin sessizliği bozulsun diye" (Özçınar, 2017:83). Bu bölümde Beybaba'ya gösterilen rıza kaybolmaya başlar. Beybaba otoritesindeki kişilere sert davranarak herkesi karşısına alır (Özçınar, 2017:85). Durum öyle bir hale gelir ki Beybaba bulunduğu odasının kapısı kitler ve aşağıda yaşananlara hiç kulak asmaz. Beybaba filmin ikinci bölümünde İsmail'i sağ kolu olarak seçer. Beybabanın otoritesinden rahatsız olan Alper ve Cenk ise tepkisini otorite sahibi olana değil onun temsilcisine gösterirler. İsmail'de Beybaba'dan aldığı emirleri sert şekilde uygulamaktan çekinmez. Ona karşı gelenlere Beybaba'yı bahane eder (Yaşın, 2018:18-19). Filmdeki ilk gerilim kısmı İsmail ile Cenk'in kavgasında yaşanır. Bu kavgayı ayıran ve Cenk'in tepkisine uğrayan Kürt ise fiili olarak bir daha gemide gözükmez. Kürt gerçek ve hayalin birbirine karıştığı, gemide gerçeklik algısının kaybolduğu zaman hayali olarak filmde yer alır. Kürt bir devletteki fiziksel gücü bulduran sınıfın temsilidir. Kürt'ün ortadan kaybolması var olan düzendeki asayişin kaybolması demektir. Kürt kaybolduktan sonra gemideki gerilim ve tekinsizlik daha da çoğalır.*

Gemideki herkesin adeta patlamaya hazır bomba olduğu bir zamanda Cenk, giden aşçının sakladığı yiyeceklerden bir sucuk bulur ve sucuğu pişirir. Bu davranış alt tabaka da sıcak karşlanır, Cenk ile arası kötü olan İsmail bile pozitif bir adım atar. Pişen sucuğun Beybaba'ya yani yönetici sınıfa ikram

edilmesiyle filmdeki doruk noktası yaşanır. Beybaba bu duruma çok sinirlenir, yemeği yere döker, herkesi güvertede toplar. Kürt'ün bulunamaması onu daha da sinirlendirir. Beybaba otoritesini ve egosunu kanıtlamak için şiddete başvurur. Beybaba Cenk'i tokatlar arkasını döndüğü sıradaysa otoriteye karşı ilk başkaldırı gerçekleşir. Kimin fırlattığı belli olmayan bir çekiç Beybaba'ya doğru atılır. Çekiç bilerek Beybaba'ya yani iktidara isabet ettirilmemiştir ama burada alt sınıfın mesajı çok nettir "Bizim de söz hakkımız var, kendimizi savunuruz ve ezdirmeyiz" Nitekim gemideki alt sınıftan kimsenin çekici fırlatana göstermemesi, alt sınıfında mevcut iktidardan ve düzenden memnun olmadığını kanıtlar. Çekicinin fırlatılmasından Cenk'i sorumlu tutan Beybaba, Cenk'e çekici yerini koymasını söyler. İktidar da halkının kendisinden memnun olmadığını farkındadır ama suçlu asi kesime yıkar.

Büker'e (2016:231) göre filmde kadınlar ötekileştirilmiş ya da erkekler kadınlaştırılmıştır. Bu kadınlaştırma önce mutfak sorumlusu olan Nadir, daha sonraysa Alper üzerinden gerçekleşir. Nadir ataerkil toplumlarda kadınların yaptığı yemek pişirme işini yapar. Alper ise tıpkı bir çocuğun annesinden çikolata istediği gibi aşçı Nadir'den çikolata ister. Alper ayrıca Cenk'in sırtına binmesi, el şakalarına maruz kalması şeklinde kadınlaştırılır. Cenk'in Alper'e "Eski civcivler ne zaman horoz oldu?" demesi de Alper'in kadınlaştırıldığına örnek verilebilir. Horoz diklenmesi başta olmak üzere birçok açıdan erkeği temsil ederken civciv masumiyeti ve savunmasızlığıyla kadını temsil etmektedir. Alper civciv olarak görülür, beklenmedik bir tepki verdiğinde ise Cenk'ten bu cevabı alır. *Freud'a göre kutular, kasalar, sandıklar, dolaplar, fırınlar rahim yerine geçen simgelerdir, ayrıca içi boş nesnelere, tekneler, gemiler kadın cinsel organına karşılık gelir. İmgelem bu tür nesnelere erkek cinsel organı yerine kullanılmasına izin vermez* (Freud, 1976:471-476, aktaran; Büker 2016:230).

*Coleridge'nin "Nasıl ısız bir yolda yürürken birisi, adımlarını korku ve dehşetle atar ve dönüp ardına baktıktan sonra, çevirip de başını bakmazsa tekrar, çünkü bilirse bir adım gerisinde, kendisini izleyen bir şeytan var"* (Özçınar, 2017:85) dizeleriyle başlayan filmin son bölümü kaosu ve bunalımın sonucu olan çöküşü anlatır. Bu bölümde Nadir intihara kalkışır. İsmail arkasında ağır bir darbe alır. Beybabaya bilerek isabet ettirilmeyen çekiç İsmail'in tam kafasına fırlatılmıştır. İsmail, Cenk'i suçlar çünkü araları bozuktur. İsmail Cenk'e ağır küfür etmiştir, onun intikam aldığını düşünür. Gerçekliğin karıştığı bir anda yaşanan bu olayda çekici kimin fırlattığı kesin olarak bilinmez. Gemideki "uyumlu sınıf" olan Alper ise herkesi toplar, İsmail'i tedavi eder. Alper'in bunu yapmasının sebebi toplumdaki muhalif ama devrimci olmayan kesimi temsil etmesidir.

Cenk madde kullanımı nedeniyle hayal görmeye başlar, önce bir salyangozla oynar, sonra güvertenin her yanını saran koca bir salyangoz korosunu yönetir. Bu çürümenin ve lanetin bir çeşit dışavurumudur (Özçınar, 2017:87). Nadir intihar ederken, İsmail kafasından darbe almışken oluşan yaralardan sarmaşık çıkar. Sarmaşık nefretin doğurduğu şiddeti sembolik olarak seyirciye gösterir. Gemideki nefret duygusu da tıpkı sarmaşık gibi giderek yayılmıştır (Yaşın, 2018:50). Son bölümde nefret ile beraber çaresizlik ve otorite de zirveye çıkar, fiziksel ve ruhsal durumlarında bozulma gösteren karakterler şiddetin açığa çıktığı bir süreçte ilerler (Şener, 2016:145). Salyangozlar, sarmal yapıları ve yavaş ilerlemeleriyle tıpkı sarmaşık metaforuyla verildiği gibi içinde bulunan sonu belirsiz bir döngüyü ifade eder. Salyangozlar yağmur yağdıktan hava kötü olduktan sonra ortaya çıkan hayvanlardır. Durum çığırından çıktığında salyangozlar çoğalır.

Gemide kargaşa yaşanırken ve yaşanan kargaşa bir sarmaşık gibi gemiyi sarmışken Beybaba çar esizce telefon başındadır. Yöneten sınıfta dışı bağımlıdır ve Beybaba telefona sarılmış, ağlamaklı bir ses tonuyla yardım ister. Beybaba tüm yaşananlara rağmen, kendisine ısrarla seslenilse de aşağıya inmez. Bu durum halk yani gemi erkânı tarafından hoş karşılanmaz. Gemidekiler birlik olurlar, İsmail'i yaralayan çekiç Cenk'in elindedir ve Cenk çekiçle adeta isyan çağrısı yapmaktadır. Cenk hiçbir şey olmamış gibi İsmail'e kilit soruyu sorar "İsmail, Beybaba'nın anahtarı sende mi?" (Büker 2016:231-232). Film fiziksel şiddetin açığa çıktığı bir süreçte ilerlerken, izleyici yorumuna açık bir sonla tamamlanır (Şener, 2016:145). Halkın arasındaki anlaşmazlıklara rağmen yönetilmemeye ortak bir tepki verip vermediği, İsmail'in Cenk ile ödemiş ödemediğinin cevabı filmde verilmez. İsmail otoriteden vazgeçmeyip anahtarı vermemiş olabilir, adeta bir sarmaşık gibi her şey yeni baştan yaşanır. Otoriteyi

savunulara savaş açılmış olunabilir ya da açılan savaşta isyan eden kesim bozguncu olarak gösterilip ortadan kaldırılmış olabilir. Mevcut düzen devam ediyor olabilir, Beybaba tahtından edilmiş de olabilir. Tüm bu alternatif sonlar seyirciye bırakılmıştır. Bilinen tek şey filmin olası sonlarının da tıpkı bir sarmaşık gibi dolambaçlı olduğudur.

## SONUÇ

Sanat sineması, gerçeği ana akım sinemadan farklı sunan, ticari kaygısı olmayan biçimdir. Sanat filmleri izleyicisinin düşünmeye sevk eder, izleyicinin istediği şekilde sonuçlanmaz, açık uçlu ya da rahatsız edici sonla bitebilir. Epizodik anlatım tarzı kullanılması, durağan ve uzun süreli sahneler sanat filmlerinin düşünmeye sevk etme yöntemleri arasındadır. Sanat filmlerinde bir sonraki sahne, kendisinden bir öncekinin sonucu olmayabilir. Sanat filmlerinin her bir sekansı adeta bir kısa filmi andırır ve kısa filmler bütünü oluşturur. Sanat filmlerinde anlatılmak istenen olaylar ve verilmek istenen mesajlar somut olarak çok sık aktarılmaz. Sanat filmleri alt metinlerini imgeler yoluyla soyut olarak verir.

Tolga Karaçelik'in yönettiği *Sarmaşık* 'ta bir sanat filmi örneğidir. Karaçelik, yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkiyi soyutsal olarak ifade ederken, çıkmaza girmeyi ve bunalımı salyangoz ve sarmaşık gibi imgelere başvurarak anlatır. *Sarmaşık* filmi de epizodik olarak bölünmüş bir filmidir. Film 'Yaşlı Gemicî' şiirinden alıntılarla üç bölümde anlatılır. Film de herhangi bir karakter ile bütünleşme söz konusu değildir. Her karakterin ayrı hikâyesi vardır ve her karakter toplumdaki bir kesimi ifade eder. Filmin yoruma açık şekilde sona erer. Yönetmen filmin sonunu izleyiciye bırakır. Filmdeki çoğu sahne kendinden önceki sahnenin sonucu değildir. Her sahnede kullanılan imgeler seyirciyi düşünmeye iter. *Sarmaşık* tüm bu özellikleri ile tipik bir sanat filmi örneğidir.

## KAYNAKÇA

Anlar, S. C. (2020). Tolga Karaçelik' in "Sarmaşık" Filminin Göstergibilimsel Çözümlemesi. (Yüksek Lisans tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Büker, S. (2019). Dolana Dolana Erkek Hikâyeleri: Sarmaşık. Sinecine: *Sinema Araştırmaları Dergisi*, 7(2): 219-233.

Karadoğan, A. (2010). Sanat Sineması Üzerine: Yaklaşımlar ve Tartışmalar. Ankara: De Ki Basım Yayın.

Özınar, M. (2017). Deleuzyen Sinema: Minör Bir Oluş Olarak Sarmaşık Filminin Rizomatik Yapısı. *SineFilozofi*, 2(4): 73-93.

Sanat Filmi Nedir?. (2022). <https://www.babblela.com/sanat-filmi-nedir-sanat-filminin-ozellikleri-nelerdir/> (Erişim Tarihi: 05.07.2022).

Şener, M. (2016). "Sarmaşık Filmi ve Sinematik Mekân Kullanımı üzerine Bir İnceleme: İktidarın Evreleri ve (Erk)eklik - İktidar ilişkisi". *Mimarlık ve Yaşam* 1(1): 143-161

Velioğlu Metin, Ö. (2019). Gerçek ve Gerçekdışının Sınırlarında: Auteur Eleştiri Çerçevesinde Tolga Karaçelik Sineması. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi, 1(5): 4-45.

Yaşın, F. (2018). Sarmaşık'ın Machiavelli'ye Uzanan Kökleri: Sarmaşık Filminin Machiavelli'nin Siyaset Felsefesi İle Analizi. (Yüksek Lisans tezi). Kayseri: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

## DUYGUSAL ZEKÂ VE İŞ YERİ MUTLULUĞU ARASINDAKİ İLİŞKİDE İŞ ÖZERKLİĞİNİN ROLÜ

### *The Role of Work Autonomy in the Relationship Between Emotional Intelligence and Workplace Happiness*

Ebru DEMİREL\*  
Beyza ERER\*\*

#### ÖZ

Bu çalışmada, duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasındaki ilişkide iş özerkliğinin aracı rolünü belirlemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, araştırma verileri otel işletmelerinde çalışan 263 kişiden çevrimiçi anket tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler SPSS 25, AMOS 23 ve PROCESS macro istatistik programları kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, iş özerkliğinin duygusal zekâ ve işyeri mutluluğu arasındaki ilişkide aracı role sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, sonuç bölümünde değerlendirilerek önerilerde bulunulmuştur. Alan yazında duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda iş özerkliğinin aracı rolünü birlikte değerlendiren çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın ilgili alana kaynak ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Duygusal Zekâ, İşyeri mutluluğu, İş Özerkliği.

#### ABSTRACT

In this study, it was aimed to determine the mediating role of job autonomy in the relationship between emotional intelligence and workplace happiness. Within the framework of this purpose, research data were obtained from 263 people working in hotel businesses by online survey technique. These data were analyzed using SPSS 25, AMOS 23 and PROCESS macro statistical programs. As a result of the analysis, it was determined that job autonomy has a mediating role in the relationship between emotional intelligence and workplace happiness. The findings obtained from the research were evaluated in the conclusion section and suggestions were made. In the literature, there are no studies examining the relationship between emotional intelligence and workplace happiness together with the mediating role of job autonomy. For this reason, it is thought that this study will provide a source and contribution to the related literature.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Workplace Happiness, Job Autonomy.

#### GİRİŞ

Bireysel mutluluk ve daha iyi bir yaşam arayışı, hem zengin, gelişmiş; hem de fakir, gelişmekte olan ülkelerde aranan bir hedektir. Mutluluk sadece bireysel anlamda aranan bir hedef değil aynı zamanda örgüt yaşamında çalışanlar açısından da ele alınan ve hedeflenen bir kavram haline gelmiştir. Buna bağlı olarak günümüz teknoloji çağında bireysel mutlulukla birlikte işyeri mutluluğunun da önemi giderek artmaktadır. İşyeri mutluluğu işletmelerin hedeflerini gerçekleştirilmesinde ve başarısında (Altan ve Turunç, 2021; Kara ve Başboğa, 2022), örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde (Mousa vd. 2020; Singh ve Banerji, 2022), iş yeri motivasyonunu artırmada ve örgütsel katılımı (Foncubierta-Rodriguez ve Sanchez-Montero, 2019; Ravina-Ripoll vd. 2019; Joo ve Lee, 2019) önemli bir rol üstlenmektedir.

Mutluluk gibi diğer duygular da insan olmanın önemli bir parçası olarak, davranış ve uygulamalar için eylemlerimizi ve motivasyonumuzu etkileyen bir unsurdur (Soomro vd. 2022:300). Dolayısıyla duygular, bireyin tepkisini ve işyerine karşı tutumunu belirlemede bir öncü olarak karşımıza çıkmakta ve duyguların anlaşılması önem kazanmaktadır (Kassim vd. 2016:53). İş yerinde duyguların,

\* Öğr. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi / Gülşehir Sosyal Bilimler MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ebrudemirel@nevsehir.edu.tr, Orcid:0000-0001-50730683

\*\* Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi / Söke İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, berer@adu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-00837102



davranışların ve tutumların etkili bir şekilde yönetilmesi literatürde karşımıza duygusal zekâ olarak çıkmaktadır. Duygusal zekâ sayesinde çalışanlar hem kendi davranış ve duygularını hem de karşı tarafın davranış ve duygularını etkili bir şekilde yönetip şekillendirerek başarıyı yakalayabilmektedir. Aynı zamanda duygusal zekâyı etkin bir şekilde yönetebilmek doğal olarak işyeri mutluluğunu da beraberinde getirmektedir (Zang ve Chen, 2017; Arar ve Öneren, 2021; Komathi ve Sankar, 2022). Bu bağlamda, işletmeler açısından duygusal zekâ seviyesi yüksek çalışanlara sahip olmak stratejik bir kaynak olarak değerlendirilebilir.

İş yerinde olumlu duygular kadar bireylerin özerk bir ortamda çalışması bir diğer ifadeyle, kendilerine yetki ve sorumluluk verilmesi, kendi kararlarını alabilecekleri ve yeteneklerini açığa çıkartmalarına yardımcı olacakları çalışma ortamlarının sunulması da önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylesi bir ortamda çalışanların iş performansı artmakla birlikte işyeri mutlulukları da artmakta ve duygusal zekâlarını etkin bir şekilde kullanacakları düşünülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın esas amacı duygusal zekâ ile iş yeri mutluluğu arasındaki ilişkiyi ele alarak iş özerkliğinin aracı etkisini ölçmektir.

## 2. TEORİK ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

### 2.1. Duygusal Zekâ

Son yıllarda insan davranışları üzerine odaklanan araştırmacılar, iş yaşamında çalışanların verimliliğini arttırarak motive etmek adına, bireylerin kendi davranışlarını incelemeye başlamış ve bu konuda birbirinden farklı görüşler ileri sürmüşlerdir. Bu görüşler arasında en etkili olanlardan biri ise “Duygusal Zekâ (EQ)” olarak karşımıza çıkmaktadır (Çankaya ve Eriş, 2020:657). Çünkü bireylerin başarıya ulaşmalarında ve mutluluklarının sağlanabilmesinde Bilişsel Zekâ'nın (IQ) tek başına yeterli olmadığı, bireylerin bilişsel zekâları ile birlikte duygusal zekâlarını da kullanmaları gerektiği belirtilmiştir (Gürbüz ve Yüksel, 2008:174). Benzer şekilde Segal (2009:15), çalışmasında her iki zekâ türünün de sinerjik kaynaklar olduğunu ve birbirlerini tamamladığını savunmaktadır. Yani duygusal zekâ olmadan bilişsel zekâ, sınavdan yüksek puanla geçmeyi sağlarken, aşama kaydetmeyi bir diğer ifade ile sürekli başarıyı sağlamayabilmektedir.

Duygusal zekânın temellerinin, 1920 yılında E. L. Thorndike tarafından ilk kez tanımlanan sosyal zekâ kavramı ile atıldığı kabul edilmektedir (Carmeli ve Josman, 2006:404; Balanescu, 2018:21). Ancak sosyal zekânın bir türü olarak karşımıza çıkan duygusal zekâ kavramına terim olarak ilk defa Salovey ve Mayer (1990)'in çalışmalarında rastlanmak mümkündür. Yazarlar sosyal zekâyı “kişinin kendisi ile birlikte başka kişilerin de duygularını takip ederek bu duygular arasında ayırım yapma ve bu durumu kendi düşünce ve eylemlerine rehberlik edecek şekilde yönlendirme yeteneği” şeklinde tanımlamışlardır (Salovey ve Mayer,1990:189). Bu bağlamda duygusal zekâ; sözel olan/olmayan duygu ve değerlendirmelerin ifadesini, kişinin kendisinin ve başka kişilerin hislerini düzenlemeyi, sorunun çözüme kavuşturulmasında duygusal temaları kullanmayı kapsamaktadır (Mayer ve Salovey, 1993:433).

Duygusal zekâ, Goleman'ın 1995'de “Duygusal Zekâ: Neden IQ'dan Daha Önemlidir?” ve 1998'de “İş Başında Duygusal Zekâ” isimli kitaplarının yayımlanmasından sonra popüler hale gelmiştir (Doğan ve Şahin, 2007:234-235). Goleman (2000) duygusal zekâyı; “kişinin ortaya çıkan aksiliklere karşın kendini motive ederek amacına ulaşması, ruh halini düzeltebilme, sorunların düşünülmesini engelleme, empati kurabilme ve ümit etmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca bilişsel zekâyı kıyasla duygusal zekânın mühim olduğunu belirterek duygusal zekâ yoksunluğunda; bireyin özel yaşantısından iş başarısına, sosyal ilişkilerden sağlığına ilişkin pek çok alanda olumsuz sonuçlarla karşılaşabileceğini vurgulamaktadır.

Genel kabul görmüş bir tanımı olmamakla birlikte, alan yazında duygusal zekâ ile ilgili farklı tanımlar yapılmış ve her tanım duygusal zekânın çeşitli yönlerine dikkat çekmektedir. Lynn (2001:39)'e göre duygusal zekâ, bireyin kendisi ve diğer kişilerle olan ilişkilerini yönetmeye yönelik becerilerden sorumlu zekâ türüdür. Dulewicz ve arkadaşları (2003:407) duygusal zekâyı, “bireyin his ve duygularını farkında



olarak yönetmesi, motivasyonunu yüksek tutması ve diğer kişileri etkileyerek yönlendirmesi” şeklinde açıklamışlardır. Reuven Bar-On (2006:17)’ya göre duygusal zekâ, kişinin çevresinden gelen baskı ve taleplerle başarılı şekilde baş edebilmesinde kişiye destek olabilecek, bireysel, duygusal ve sosyal yeterlilik ve beceriler dizisidir. Diğer bir tanıma göre, duygusal zekâ, “bireyin kendisiyle ve başkalarıyla başa çıkabilmeyi kolaylaştıran duyguları tanıma, anlama ve etkin biçimde kullanma yeteneği” olarak belirtilmiştir (Baltaş, 2006:7). Sonuç olarak duygusal zekâ, kişinin toplumsal ve çalışma yaşamında kendisinin ve başkalarının duygularını farkında olması, tanıması ve denetleme mahareti şeklinde ifade edilebilir (Gürbüz ve Yüksel, 2008:176).

## 2.2. Duygusal Zekâ ve İşyeri Mutluluğu Arasındaki İlişki

İnsanların yaşamlarındaki en temel amaç ve ihtiyaçlarından biri mutluluk (Gilman vd. 2000:135) olmakla birlikte, iş yaşamındaki mutluluğun da işletmelerin amaçlarına ulaşmasında önemli bir kaynak olduğu belirlenmiştir (Altan ve Turunç, 2021:2554). Çünkü çalışanların iş ortamından, yapmış oldukları işlerden ve iş yerinden mutlu olması hem örgütün başarısı için büyük önem taşımakta (Kara ve Başboğa, 2022:369) hem de çalışanların bireysel mutluluklarına yansımaktadır. Bu durumun anlaşılmasıyla mutluluğun örgütsel davranış alanında araştırılması hız kazanmış ve pozitif örgütsel davranış konuları arasında yerini almıştır.

İşyeri mutluluğu göreceli bir nosyon olduğu için alan yazında üzerine birçok tanım yapılmıştır. Keyes (2005:530)’e göre işyeri mutluluğu; iş ile alakalı iyilik durumu olup kişinin kendisini işinde zinde ve ongun hissetmesidir. Maenapothi (2007) tarafından yapılan tanımda işyeri mutluluğu; bireylerin çalışmaktan mutluluk duyduğu ve iş yapıyormuş hissine kapılmadığı, bireysel ve örgütsel seviyede amaçlanan hedeflere ulaşılan örgütsel durum olarak ifade edilmiştir. Diğer bir tanıma göre işyeri mutluluğu işyerindeki ruh olarak nitelendirilmiş ve işyeri ruhu; işiyle ilgili tutkulu ve enerji dolu, işlerinde anlam ve amaç bulan, kendilerini tam olarak ifade edebileceklerini hisseden ve çalıştıkları kişilere bağlı hisseden çalışanların deneyimlerini tanımlayan bir durum şeklinde tanımlanmıştır (Abdullah ve Ling, 2016:80). Erhan (2021:5694) ise işyeri mutluluğunu, “*Kişilerin sahip olduğu genel mutluluk düzeylerinden beslenen pozitif duygularını negatif olanlardan daha fazla anımsama durumu ve bu pozitif bakış açısı ile ilişkilendirilen başta umut olmak üzere iyimserlik, şartlardan bağımsız yaşanan andan keyif alma ve pozitif duygu aktarımı ile kalıcı bir memnuniyet hali*” olarak ifade etmiştir.

İşyeri mutluluğuna ilişkin yapılan çalışmalarda, çalışanın mutluluğunu etkileyen birçok bireysel, örgütsel ve çevresel değişkenin olduğu ve bu değişkenlerin kişiden kişiye hatta toplumdan topluma veya ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Örneğin; motivasyon, yaş ve sağlık durumu (Tadic vd. 2013), liderlik, işi anlamlandırma, iş yaşamının kalitesi, paylaşılan ortak değerler (Santidhiraku, 2011), statü, gelir, olumlu işyeri arkadaşlığı (Wesarat vd. 2015), örgütsel destek, psikolojik sermaye (Joo ve Lee, 2017), pozitif kişilik, şükür, esnek çalışma saatleri, katılımcı yönetim anlayışı ve kişi-iş uyumu (Erer, 2021) işyeri mutluluğunu etkileyen değişkenler arasında yer almaktadır. Bu değişkenlerden biri de duygusal zekâ seviyesidir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde (Andrew, 2011; Tarhan, 2014; Karayaman, 2021) duygusal zekânın işyeri mutluluğunu pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar dikkate alınarak duygusal zekâ seviyesinin işyeri mutluluğunu güçlendireceği düşünülmüş ve aşağıdaki hipotez önerilmiştir:

H<sub>1</sub>: Duygusal zekâ işyeri mutluluğunu yordamaktadır.

## 2.3. İş Özerkliğinin Rolü

Hackman ve Oldham (1976) ortaya koydukları “iş özellikleri modelinde” özerkliği, çalışanları daha iyi iş çıktılarını elde etmeye motive eden beş iş özelliği boyutundan (beceri çeşitliliği, görev kimliği, görev önemi, özerklik, geri bildirim) biri olarak önermişlerdir (akt. Özkoç, 2016:62). İş özerkliği; “*görevin veya işin planlanması ve yürütülmesi için kullanılacak prosedürlerin belirlenmesinde çalışana önemli ölçüde özgürlük, bağımsızlık ve takdir yetkisi sağlama düzeyi*” olarak tanımlanmıştır (Saragih, 2011:205). Diğer yandan özerklik, çalışanların işleri üzerindeki kontrol ve etki seviyesini yansıtmakta (Esser ve Olsen,

2012:443) ve yöneticilerin çalışanlarına otoriteyi kullanmaları ve karar süreçlerinde onlara serbestlik tanınması şeklinde de ifade edilmektedir (Kuratko vd. 2007:67).

Çalışanlar genel olarak iş ortamında özgür bir şekilde işlerini yapabilmek, öğrenmek, deneyim kazanmak, yenilikçi ve yaratıcı işler yapabilmek için çaba gösterdiklerinden dolayı işte özerklik, insan kaynakları uygulamalarının ana temaları arasında yer almaktadır (Sekhar, 2011:26). Ayrıca çalışanlarına yeterli düzeyde özerklik tanıyan işletmelerde elde edilen araştırma sonuçları özerkliğin; öz yeterlilik (Wang ve Netemeyer, 2002; Saragih, 2011), yaşam tatmini (De Cuyper ve De Witte, 2006; Coad ve Binder, 2014), iş performansı (Dysvik ve Kuvaas, 2010; Khan vd., 2012; Serinikli, 2020), işe bağlılık (Lin ve Ping, 2016; Malinowska vd. 2018), motivasyon (Whitaker, 2013; Wu vd. 2015), iş tatmini (Thompson ve Prottas, 2006; Doğan ve Can, 2009), işe gömülmüşlük ve kişi-iş uyumu (Erer, 2021) gibi birçok bireysel ve örgütsel hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik olumlu katkılar sağladığını ortaya koymuştur. Bunların yanı sıra özerklik; iş-aile çatışması (Butler vd. 2005; Gözükara ve Çolakoğlu, 2016), iş stresi (Saragih, 2011; Yen Ju Lin vd. 2011), sinizm (Çiçek vd. 2018; Kwantesa ve Bond, 2019), işten ayrılma niyeti (Shahzad, 2016) ve işe yabancılaşma (Berardi, 2010; Özkoç, 2016) gibi olumsuz tutum ve davranışları da azaltmaktadır.

İş özerkliğinin hem çalışanlara hem de örgütlere önemli katkılar sağlaması, kavramın pozitif örgütsel davranış alanındaki değerini ortaya koymaktadır. Çalışanların kendilerini yeterli düzeyde özerk hissetmeleri ise bazı değişkenlerin etkisinde gerçekleşmektedir. Bu kapsamda, iş yaşamı ile özerk olma arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde, duygusal zekâ seviyesinin iş özerkliğinde belirleyici (Kamil vd. 2014; Waglay vd. 2020; Soomro vd. 2022) olduğu sonucuna ulaşılmış ve aşağıdaki hipotez önerilmiştir:

H<sub>2</sub>: Duygusal zekâ iş özerkliğini yordamaktadır.

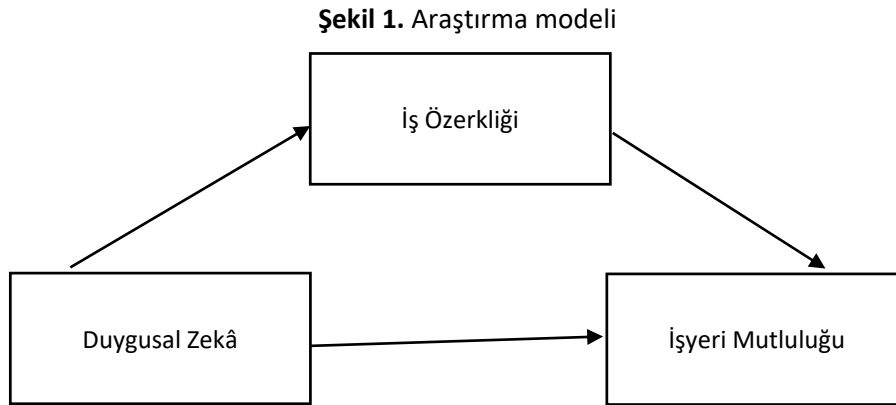
Yukarıda da belirtildiği gibi iş özerkliği birçok olumlu sonuçlar sağlamaktadır. Bu sonuçlardan biri de işyeri mutluluğudur (Tadic vd. 2013; Özkalp, 2013; Erer, 2021). Alan yazın ve yapılan çalışmalar dikkate alınarak aşağıdaki hipotez önerilmiştir:

H<sub>3</sub>: İş özerkliği işyeri mutluluğunu yordamaktadır.

Önceden yapılan çalışmalardan da anlaşıldığı gibi duygusal zekâ hem işyeri mutluluğunu hem de iş özerkliğini yordamaktadır. Bununla birlikte iş özerkliği de işyeri mutluluğunu yordamaktadır. Bu durum duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasındaki ilişkide iş özerkliğinin aracı rol üstleneceği beklentisini ortaya çıkarmaktadır. Bu beklenti bağlamında aracılığa yönelik aşağıda yer alan hipotez önerilmiştir:

H<sub>4</sub>: Duygusal zekâ, iş özerkliği aracılığıyla işyeri mutluluğunu dolaylı şekilde yordamaktadır.

Yukarıda yer alan hipotezler dikkate alınarak Şekil 1'deki araştırma modeli oluşturulabilir:



### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Örneklem ve Prosedür

Araştırma Aydın ili Kuşadası ve Didim ilçelerindeki otel çalışanları üzerine yapılmıştır. Araştırmada tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, Mayıs 2022 - Temmuz 2022 döneminde araştırmaya katılmayı kabul eden çalışanlara elektronik ortamda anket formu iletilmiştir. İletilen anket formlarından 12'si çeşitli nedenlerden dolayı analiz dışı bırakılmış ve 263 geçerli anket değerlendirmeye uygun görülmüştür. Çok değişkenli çalışmalarda, örneklem hacminin araştırmadaki değişken sayısının 10 katı veya daha fazlası olması gerektiği belirlenmiş ve araştırma için seçilecek örneklem büyüklüğünün minimum 240 olmasının yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Büyüköztürk, 2012:22). Dolayısıyla analizlerin gerçekleştirilmesinde ihtiyaç duyulan büyüklük sağlanmıştır.

Yapılan analiz sonuçlarına göre, örneklem grubunun 146'sı erkek (%55,5) ve 117'si kadın (%44,5) şeklindedir. Medeni durumları açısından 169 katılımcı bekâr (%64,3) ve 94 katılımcı ise evlidir (35,7). Örneklem grubunun yaş ortalaması 33,7 olup büyük çoğunluğu (96) lisans eğitimine sahiptir (%36,5). Mesleki deneyimleri incelendiğinde yine büyük çoğunluğunun (105) 6-10 yıl arasında toplam mesleki deneyime sahiptir (%39,9). Mevcut iş yerinde çalışma süreleri ise büyük çoğunluğunun (140) 1-5 yıl arasında değişmektedir (%53,2).

#### 3.2. Ölçekler

Araştırmada kullanılan ölçeklere (duygusal zekâ, iş yeri mutluluğu ve iş özerkliği) ait detaylı bilgiler aşağıda verilmiştir. Ölçeklerde yer alan her bir madde "Kesinlikle Katılmıyorum (1) ile Kesinlikle Katılıyorum (5)" şeklinde beşli Likert'e göre derecelendirilmiştir.

**Duygusal Zekâ Ölçeği:** Katılımcıların duygusal zekâ seviyeleri Chan (2004) tarafından geliştirilen "Duygusal Zekâ" ölçeği kullanılarak belirlenmiştir. Çankaya ve Çiftçi (2019) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği analiz edilen ölçek 12 madde ve dört alt boyuttan (duygusal değerlendirme, duyguların yönetimi, empatik duyarlılık ve duyguların pozitif kullanımı) oluşmaktadır. Ters madde bulunmayan ölçekte "*İçinde yaşadığım duygu halinin/duygularımın farkındayım*", "*Üstlendiğim bir işin iyi sonucunu hayal ederek kendi kendimi motive ederim*" şeklinde ifadeler yer almaktadır.

**İşyeri Mutluluğu Ölçeği:** Katılımcıların işyerindeki mutluluğunu belirlemek için Polatçı ve Ünüvar (2021) tarafından geliştirilen "İşte Mutluluk" ölçeğinin kısa formu kullanılmıştır. Ters madde bulunmayan ölçek 8 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte "*Yöneticim çalışanlarına karşı güler yüzlüdür*", "*İş arkadaşlarımla ilişkilerimiz samimi ve içtendir*" şeklinde ifadeler yer almaktadır.

**İş Özerkliği Ölçeği:** Katılımcıların iş özerkliği seviyelerini belirlemek için Dude (2012) tarafından geliştirilen, Katırcioğlu ve Kabakulak (2020) tarafından Türkçeye uyarlanan "İş Özerkliği" ölçeği kullanılmıştır. 4 madde ve tek boyuttan oluşan ölçekte 3. ve 4. ifadeler ters çevrilerek ortalamaya dâhil edilmiştir. Ölçekte "*İşimi ne şekilde yerine getireceğime dair seçim yapabiliyorum*", "*İşim gereği belirli aktivitelerin ne zaman yapılacağına karar veremiyorum*" şeklinde ifadeler yer almaktadır.

#### 3.3. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde SPSS 25.0, AMOS 23.0 ve Process Makro programları kullanılmıştır. Araştırmanın analiz aşamasında ilk olarak kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA), iç tutarlılığının belirlenmesinde güvenilirlik analizi yapılmıştır. İkinci olarak araştırma değişkenlerine yönelik tanımlayıcı istatistik analizler gerçekleştirilmiş ve değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz aşamasının son kısmında ise hipotezlerin test edilmesine yönelik Process Makro eklentisi kullanılarak regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Doğrulayıcı Faktör ve Güvenirlik Analizi

Araştırma modeli kapsamında önerilen hipotezlerin test edilmesine geçilmeden önce, araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliklerinin belirlenmesine yönelik DFA yapılmıştır. Analiz yapılırken ölçekte yer alan ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayısının 0,70'ten düşük olmamasına ve p değerinin 0,05'ten büyük olmamasına dikkat edilmiştir (Hair vd. 2009:679). Modele ait uyumlulukları belirleyebilmek için "CMIN/DF, RMR, IFI, CFI, RMSEA" değerleri incelenmiştir. Analiz sonucunda bazı değerlerde gerekli referans değerlerine ulaşılmamış ve iyileştirmeler için maddeler arasında modifikasyonlar yapılmıştır. Tablo 1'de modifikasyon sonrası elde edilen uyum indeks değerleri yer almaktadır.

**Tablo 1.** Ölçeklerin Uyum İndeks Değerleri

İndeksler	Referans Değeri	Duygusal Zekâ	İşyeri Mutluluğu	İş Özerkliği
CMIN/DF	$0 < \chi^2/sd \leq 5$	2,72	2,83	2,25
RMR	$\leq ,10$	,01	,01	,00
IFI	$\geq ,90$	,98	,99	,99
CFI	$\geq ,90$	,98	,99	,99
RMSEA	$\leq ,90$	,08	,08	,06

Tablo 1 incelendiğinde, ölçeklere ilişkin uyum indekslerinin referans alınan uyum indeks değerleri aralığında olduğu görülmektedir. Yapılan DFA analizleri sonrasında ölçeklerin güvenilirlikleri için ihtiyaç duyulan analizler yapılmıştır. Güvenirlik analizlerinde Cronbach Alpha katsayılarının (duygusal zekâ= 0,913; işyeri mutluluğu= 0,982; iş özerkliği=0,984) 0,70'den yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu analizlere ek olarak ölçeklerin AVE (average variance extracted) ve CR (composite reliability) değerlerine de ait hesaplamalar yapılmıştır. Hesaplamalar sonucunda söz konusu değerlerin (duygusal zekâ: AVE= 0,606, CR= 0,896; işyeri mutluluğu: AVE= 0,639, CR= 0,887; iş özerkliği: AVE= 0,718, CR= 0,955) referans değerleri (AVE>.5; CR>.7; CR>AVE) sağladığı belirlenmiştir (Gürbüz, 2021: 86).

### 4.2. Hipotezlerin Testi

Araştırmada kullanılan değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistikler ve değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Tanımlayıcı İstatistikler Ve Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	Ort.	S.S.	Çarpıklık	Basıklık	1	2	3
1.Duygusal Zekâ	3,45	1,19	-,562	-1,161	1		
2.İşyeri Mutluluğu	3,29	1,07	-,394	-1,353	,447**	1	
3.İş Özerkliği	3,28	1,07	-,411	-1,260	,486**	,845**	1

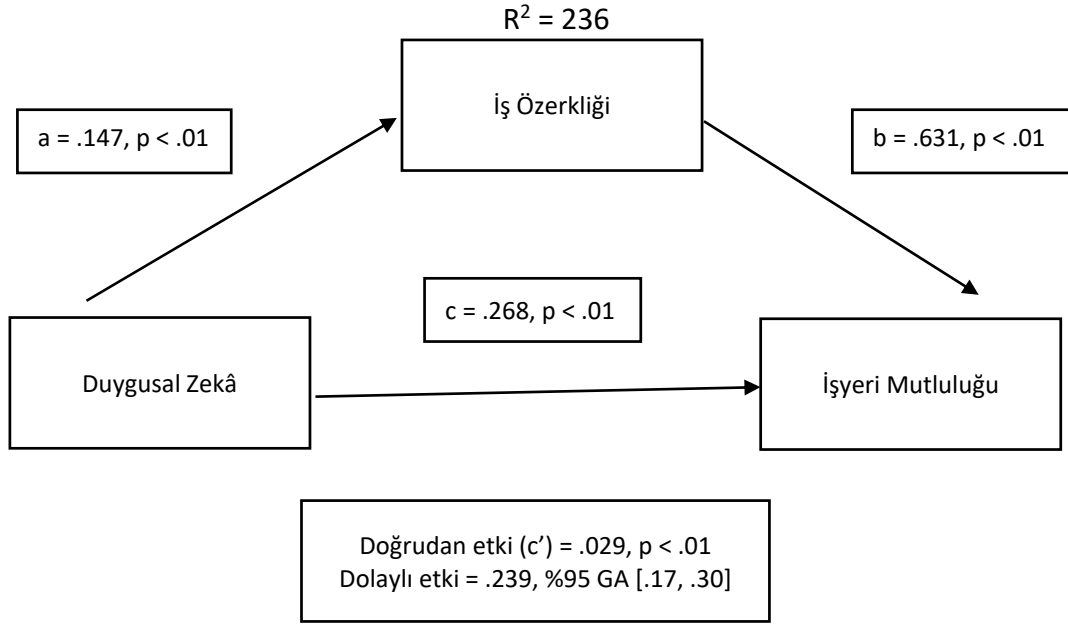
\*\*p<0,01

Tablo 2 incelendiğinde, ölçeklere ait çarpıklık ve basıklık katsayılarının  $\pm 2$  değer aralığında olduğu görülmektedir. Söz konusu katsayıların bu değer aralığında olması, verilerin normal dağılıma uygunluğunu göstermektedir (George, 2011). Tablo 2'deki korelasyona ait sonuçlar duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasında pozitif ( $r=,447$ ) yönlü ve orta kuvvet seviyesinde, iş özerkliği arasında pozitif ( $r=,486$ ) yönlü ve orta kuvvet seviyesinde; işyeri mutluluğu ile iş özerkliği arasında pozitif ( $r=,845$ ) yönlü ve yüksek kuvvet seviyesinde anlamlı ilişkilerin olduğunu göstermektedir.

Duygusal zekânın işyeri mutluluğu üzerindeki etkisinde, iş özerkliğinin aracılık rolü olup olmadığını belirlemek için bootstrap yöntemini esas alan regresyon analizi yapılmıştır. Bootstrap yönteminin, Baron ve Kenny (1986)'nın geleneksel yönteminden ve Sobel testinden daha güvenilir sonuçlar verdiği

öne sürülmektedir (Gürbüz, 2021:71). Bu kapsamda analizler, Hayes (2018) tarafından ortaya koyulan Process makro kullanılarak yapılmıştır. Analizler için bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiş olup, araştırma hipotezinin desteklenmesi için analiz sonucunda elde edilen %95 güven aralığındaki (GA) değerlerin sıfır (0) değerini kapsamamasına dikkat edilmiştir. Analizlere ait sonuçlar Şekil 2’de sunulmuştur.

**Şekil 2.** Hipotezlere Ait Bulgular



Şekil 1’de özetlenen bulgular duygusal zekânın hem işyeri mutluluğunu ( $b = .029$ , %95CI [-.1460, -.0734],  $p < .01$ ) hem de iş özerkliğini ( $b = .147$ , %95CI [.1145, .1788],  $p < .01$ ) anlamlı düzeyde ve olumlu yönde etkilediğini, dolayısıyla  $H_1$  ve  $H_2$  hipotezlerinin desteklendiğini göstermektedir. İş özerkliğinin işyeri mutluluğuna etkisine bakıldığında, anlamlı düzeyde ve olumlu yönde ( $b = .631$ , %95CI [.1482, .1778],  $p < .01$ ) olduğu görülmekte, bu nedenle  $H_3$  hipotezi de desteklenmektedir. Aracılığa ait bulgulardan ise duygusal zekânın işyeri mutluluğu üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu; dolayısıyla da iş özerkliğinin, duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasındaki ilişkiye aracılık ettiği ( $H_4$ ’ün kabulü) görülmektedir ( $b = .239$ , %95 GA [.1755, .3013]). Bu sonuca göre, duygusal zekânın hem doğrudan hem de dolaylı olarak işyeri mutluluğunu artırdığı söylenebilir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasındaki ilişkide işyeri özerkliğinin aracı etkisini tespit etmek üzere yapılmıştır. Literatür taraması yapıldığında duygusal zekâ ve işyeri mutluluğu arasındaki ilişkilerde işyeri özerkliğinin aracı etkisini ele alan çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu kapsamda bu konuya dikkat çekmek ve alana katkı sağlamak için turizm sektöründe otel çalışanları üzerine bir araştırma yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarında duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasında pozitif yönlü orta kuvvet seviyesinde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre duygusal zekâ seviyesi arttıkça işyeri mutluluğunun da buna bağlı olarak artış gösterdiği, duygusal zekâ seviyesi azaldıkça işyeri mutluluğunda azalış gösterdiği bulunan sonuçlar arasındadır. Bu bağlamda hem kendi davranış ve duygularını hem de karşı tarafın duygu ve davranışlarını kontrol edebilen, olumsuz durumlarda duygu ve his durumlarını kontrol ederek motivasyonunu düşürmeyen, çevresinden gelen baskı ve mobbing durumları karşısında bile hislerini kontrol edebilen çalışanların iş yerinde mutlu olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular literatürü destekler niteliktedir (Zang ve Chen, 2017; Arar ve Öneren, 2021; Komathi ve Sankar, 2022).

Yine araştırma sonucu kapsamında duygusal zekâ ile iş özerkliği arasında pozitif yönlü orta kuvvet seviyesinde bir ilişki olduğu elde edilmiştir. Bu bağlamda otel çalışanlarının duygusal zekâ seviyeleri arttıkça iş özerkliklerinin de arttığı ortaya çıkmıştır. Buna göre duygularını, hislerini etkin bir şekilde yöneten otel çalışanlarının daha bağımsız çalışabildikleri, etkili kararlar alabildikleri, sorumluluklarını yerine getirebildikleri ve sorumluluk alabildikleri, öğrenmeye ve yeniliklere açık oldukları araştırma sonucunda elde edilmiştir. İlgili alan yazın incelendiğinde duygusal zekâ ile iş özerkliği arasında ilişki olduğu ve ulaşılan sonuçların literatürü destekler nitelikte olduğu görülmüştür. Jafri (2018), finans sektöründe çalışanları üzerinde yaptığı çalışmada duygusal zekâ ve iş yeri özerkliği arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Araştırma sonucunda bu iki kavram arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yine Jain ve Duggal (2018) yaptıkları çalışmada duygusal zekânın iş özerkliği ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma bulgularında, bu kavramlar arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında ölçülen diğer bir hipotez iş özerkliği ve iş yeri mutluluğu arasındaki ilişkidir. Araştırma sonucunda iş özerkliği ile işyeri mutluluğu arasında pozitif yönlü yüksek seviyede bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre otel çalışanlarının iş özerkliği arttıkça yani bağımsız çalışacağı, kendi kararlarını ve sorumlulukları alabilecekleri bir çalışma ortamı sağlandığında çok daha mutlu olduklarından işyeri mutluluğunun da sağlandığı ortaya çıkmıştır. Mousavi ve arkadaşları (2019), iş özerkliği ve işyeri mutluluğu arasındaki ilişkiyi belirlemek için hemşireler üzerine yaptığı çalışmada bu iki kavram arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Yine literatür incelemesi yapıldığında, başka çalışmalarda da iş özerkliği ve işyeri mutluluğu arasında pozitif ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır (Tadic vd. 2013; Özkalp, 2013). Buna göre bulunan sonuç literatürü destekler niteliktedir.

Araştırma da dördüncü hipotezi test etmek amacıyla duygusal zekânın, iş özerkliği aracılığıyla işyeri mutluluğunu etkileyip etkilemediğine bakılmıştır. Analiz sonucunda duygusal zekânın otel çalışanlarının işyeri mutluluğu üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu; dolayısıyla da iş özerkliğinin, duygusal zekâ ile işyeri mutluluğu arasındaki ilişkiye aracılık ettiği ortaya çıkmıştır. Buna göre, duygusal zekânın hem doğrudan hem de dolaylı olarak otel çalışanlarının işyeri mutluluğunu pozitif yönde etkilediği sonucu elde edilmiştir.

Sonuç olarak duygusal zekânın yani duygu yönetiminin iş hayatında ne kadar önemli olduğu bu sayede çalışanların daha etkin ve mutlu oldukları ve iş özerkliğinin de bu duruma doğrudan ya da dolaylı olarak etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Duygusal zekâ seviyesi yüksek çalışanların iş yerinde karşılaştıkları negatif duyguları etkin bir şekilde yöneterek bu duygu durumundan en az etkilendikleri, bu sayede işlerine daha rahat adapte oldukları ve bu becerileri sayesinde iş özerkliğini ve işyeri mutluluklarını sağladıkları elde edilen sonuçlar arasındadır. Buna göre duygusal zekâyı etkin yönetebilen çalışanlara sahip olmak aslında insan kaynakları açısından bakıldığında stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Böyle bir kaynağa sahip olmak ise işletmelere rekabet avantajı da kazandıracakı şüphesizdir.

Bu çalışma sadece otel çalışanları üzerine yapılmış olmasından dolayı bazı sınırlılıklara sahiptir. Bu kapsamda gelecekteki çalışmaların diğer sektörlerde duygusal zekâ ve işyeri mutluluğu arasında iş özerkliğinin rolüne bakarak alana katkı sağlayabilecekleri düşünülmektedir. Yine gelecekteki çalışmalarda yöneticiler açısından bu durumun değerlendirilebileceği yönündedir. Bu çalışma nicel araştırma yönetimi kullanılarak yapılmıştır. Bu konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara karma yöntem kullanarak hem nicel hem de nitel açıdan bu durumun analiz edilebileceği önerilmektedir.



## KAYNAKÇA

- Abdullah, A. ve Ling, Y. L. (2016). Understanding Workplace Happiness in Schools: The Relationships Between Workplace Happiness, Teachers' Sense of Efficacy, Affective Commitment and Innovative Behavior. *Academy of Social Science Journal*, 1(4): 80-83.
- Altan, S. ve Turunç, Ö. (2021). Algılanan Örgütsel Destek ile İş Yaşamında Mutluluk İlişkisinde Yaş ve İş Yaşam Dengesinin Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3): 2552-2570.
- Andrew, S. S. (2011). S.M.I.L.E.S.: The Differentiating Quotient for Happiness at Work. *Social Sciences and Medicine*, 1-13.
- Arar, T. ve Öneren, M. (2021). Role of Emotional Intelligence and Work-Life Balance in Relationship between Workplace Happiness and Perceived Performance in Academic Setting. *Ege Akademik Bakış*, 21(4): 391-406.
- Balanescu, R. C. (2018). Emotional Intelligence – A Possible Predictor of Performance or Success at Organizational and Individual Level?!. The 14th International Scientific Conference eLearning and Software for Education, Bucharest, April 19-20, 21-26.
- Baltaş, Z. (2006). *Duygusal Zekâ*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 18: 13-25.
- Berardi, F. B. (2010). *The Soul at Work: From Alienation to Autonomy*. Los Angeles CA: Semiotext.
- Butler, A. B., Grzywacz, J. G., Bass, B. L. ve Linney, K. D. (2005). Extending the Demands Control Model: A Daily Diary Study of Job Characteristics, Work Family Conflict and Work- Family Facilitation. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 155-169.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). Örneklem Yöntemleri. <http://cv.ankara.edu.tr/duzenleme/kisisel/dosyalar/21082015162828.pdf>, (Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2022)
- Carmeli, A. ve Josman, Z. E. (2006). The Relationship Among Emotional Intelligence, Task Performance and Organizational Citizenship Behaviors. *Human Performance*, 19(4): 403-419.
- Chan, D. W. (2004). Emotional Intelligence and Components of Burnout Among Chinese Secondary School Teachers in Hong Kong. *Teaching and Teacher Education*, 22(8): 1042-1054.
- Coad, A. ve Binder, M. (2014). Causal Linkages Between Work and Life Satisfaction and Their Determinants in A Structural VAR Approach. *The Levy Economics Institute Working Paper*, 809: 1-16.
- Çankaya, M. ve Çiftçi, G. E. (2019). Hemşirelerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarında Duygusal Zekânın Etkisi: Çorum İlinde Bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2): 391-414.
- Çankaya, M. ve Eriş, H. (2020). Hemşire ve Ebelerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Tespitine Yönelik Bir Çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(74): 656-664.
- Çiçek, S., Yıldırım, O. ve Sezginer, B. (2018). Relationship Between Work Autonomy, Career, Cynicism, Performance, Smart Simplicity and A Research. *International Journal of Management and Applied Science*, 4(5): 27-33.
- De Cuyper, N. ve De Witte, H. (2006). Autonomy and Workload Among Temporary Workers: Their Effects on Job Satisfaction, Organizational Commitment, Life Satisfaction and Self-Rated Performance. *International Journal of Stress Management*, 13: 441-459.
- Doğan, H. ve Can, A. (2009). Örgütlerde Mesleki Özerklik Sorunu ve Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi'nde Ampirik Bir Çalışma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1): 133-148.
- Doğan, S. ve Şahin, F. (2007). Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1): 231-252.



- Dude, D. J. (2012). Organizational Commitment of Principals: The Effect of Job Autonomy, Empowerment and Distributive Justice. *Educational Policy and Leadership Studies in the Graduate College of the University of Iowa, ABD.*
- Dulewicz, V., Higgs, M. ve Slaski, M. (2003). Measuring Emotional Intelligence: Content, Construct and Criterion-Related Validity. *Journal of Managerial Psychology, 18(5): 405–420.*
- Erer, B. (2021). İşte Özerk Olmak İşe Gömülmüşlüğü Etkiler Mi? Kişi-İş Uyumu Bağlamında Bir İnceleme, V. International Kaoru Ishikawa Business Administration And Economy Congress, May, 2021.
- Erer, B. (2021). İşyeri Mutluluğunun Öncülleri ve Sonuçları Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Pamukkale İşletme Araştırmaları Dergisi, 8(1): 215-229.*
- Erhan, T. (2021). İşyeri Mutluluğu: Bir Kavram İncelemesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 17(38): 5686-5712.*
- Esser, I. ve Olsen, K. M. (2012). Perceived Job Quality: Autonomy and Job Security Within A Multi-Level Framework. *European Sociological Review, 28(4): 443–454.*
- Foncubierta-Rodriguez, M. J. ve Sanchez-Montero, J. M. (2019). Towards Happiness In The Workplace: Taking Care of Motivations And Eliminating "Digital Fears". *Retos-Revista De Ciencias De La Administracion Y Economía, 9(18): 231-248.*
- Gilman, R., Huebner, E. S. ve Laughlin, J. E. (2000). A First Study of the Multidimensional Students' Life Satisfaction Scale with Adolescents. *Social Indicators Research, 52(2): 135-160.*
- Goleman, D. (2000). Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?. Banu S.Y. (Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Gözükara, İ. ve Çolakoğlu, N. (2016). The Mediating Effect of Work Family Conflict on the Relationship Between Job Autonomy and Jobsatisfaction. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 229: 253–266.*
- Gürbüz, S. (2021). Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi (Temel İlkeler Ve Uygulamalı Analizler). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Yüksel, M. (2008). Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 9(2): 174-190.*
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. ve Anderson, R. (2009). *Multivariate Data Analysis.* New York: Pearson.
- Jafri, M. H. (2018). Moderating Role of Job Autonomy and Supervisor Support in Trait Emotional Intelligence and Employee Creativity Relationship. *Vision-The Journal of Business Perspective, 22(3): 253-263.*
- Jain, P. ve Duggal, T. (2018). Transformational Leadership, Organizational Commitment, Emotional Intelligence and Job Autonomy: Empirical Analysis on The Moderating and Mediating Variables. *Management Research Review, 41(9): 1033-1046.*
- Joo, B. K. ve Lee, I. (2017). Workplace Happiness: Work Engagement, Career Satisfaction, And Subjective Well-Being. *Evidence-based HRM, 5(2): 206- 221.*
- Kara, E. ve Başboğa, M. İ. (2022). İşyeri Mutluluğu ve İş Tatmini İlişkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolünün Belirlenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1): 364-384.*
- Karayaman, S. (2020). Yönetimde Duygusal Zekâ ve İşyeri Mutluluğu İlişkisi: Okul Yöneticileri Örneği. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1): 51-66.*
- Kassim, S. İ., Bambale, A.J. ve Jakada, B. A. (2016). Emotional Intelligence and Job Satisfaction among Lecturers of Universities in Kano State: Empirical Evidence. *Journal of Education and Practice, 7(10): 53-59.*

- Katircioğlu, E. ve Kabakulak, A. (2020). Öz Yeterliğin İş Özerkliği Üzerindeki Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 3(1): 32-43.
- Keyes, C. L. M. (2005). Mental Illness and /or Mental Health? Investigating Axioms of The Complete State Model of Health. *Journal of Consulting Clinical Psychology*, 73(3): 539-548.
- Khan, A., H., Nawaz, M., M., Aleem, M. ve Hamed, W. (2012). Impact of Job Satisfaction on Employee Performance: An Empirical Study of Autonomous Medical Institutions of Pakistan. *African Journal of Business Management*, 6(7): 2697-2705.
- Komathi, M. ve Sankar, A. (2022). Emotional Intelligence and Job Satisfaction of High School Female Teachers. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(3): 10383-10387.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S. ve Goldsby, M. G. (2007). The Relationship of Stakeholder Salience, Organizational Posture, and Entrepreneurial Intensity to Corporate Entrepreneurship. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4): 56-72.
- Kwantesa, C. T. ve Bond, M. H. (2019). Organizational Justice And Autonomy As Moderators Of The Relationship Between Social And Organizational Cynicism. *Personality and Individual Differences*, 151, 1-10.
- Lin, J. T. P. ve Ping, N. C. L. (2016). Perceived Job Autonomy and Employee Engagement as Predictors of Organizational Commitment. *Undergraduate Journal of Psychology*, 29(1): 1-16.
- Lyn, A. B. (2001). *The Emotional Intelligence Activity Book: 50 Activities for Promoting EQ at Work*. United States: Harpercollins Focus.
- Maenapothi, R. (2007). *Happiness in the Workplace Indicator (Master's Thesis)*. Human Resource Development, National Institute of Development Administration.
- Malinowska, D., Tokarz, A. ve Wardzichowska, A. (2018). Job Autonomy in Relation to Work Engagement and Workaholism: Mediation of Autonomous and Controlled Work Motivation. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 31(4): 445-458.
- Mayer, J. ve Salovey, P. (1993). The Intelligence of Emotional Intelligence. *Intelligence*, 433- 442.
- Mousa, M., Massoud, H. K. ve Ayoubi, R. M. (2020). Gender, Diversity Management Perceptions, Workplace Happiness and Organisational Citizenship Behaviour. *Employee Relations*, 42(6): 1249-1269.
- Mousavi, S. R., Amini, K., Ramezani-badr, F. ve Roohani, M. (2019). Correlation of Happiness and Professional Autonomy in Iranian Nurses. *Journal of Research in Nursing*, 24(8): 622-632.
- Özkalp, E. (2013). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özkoç, G. A. (2016). Job Autonomy and Work Alienation: Organizational and Occupational Identification as A Mediator. *European Journal of Business and Management*, 8(11): 61-73.
- Polatçı, S. ve Ünüvar, H. (2021). İşte Mutluluk Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Journal of Research in Business*, 6(1): 177-202.
- Ravina-Ripoll, R., Romero-Rodriguez, L. M. ve Ahumada-Tello, E. (2022). Workplace Happiness as a Trinomial of Organizational Climate, Academic Satisfaction and Organizational Engagement. *Corporate Governance-The International Journal of Business in Society*, 22(3): 474-490.
- Salovey, P. ve Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3): 185-211.
- Saragih, S. (2011). The Effects of Job Autonomy on Work Outcomes: Self Efficacy as an Intervening Variable. *International Research Journal of Business Studies*, 4(3): 203-215.
- Segal, J. (2009). *Duygusal Zekânızı Yükseltmek*. (Çev: P.S. Öztürk). İstanbul: Kilim Matbaası.

- Sekhar, S. F. C. (2011). Correlates of Work Autonomy. *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 10(3): 26-40.
- Serinikli, N. (2020).Sağlık Çalışanlarında İş Özerkliği ve İş Performansı Arasındaki İlişkide Örgütsel Sinizm ve Yaşam Tatmini Seri Çoklu Arabuluculuğu. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2): 1693-171.
- Shahzad, M. B. (2016). Impact of Perceived Job Autonomy on Turnover Intention in Sales & Marketing Managers of Services Industry: Moderating Role of Procedural and Distributive Justice. *Sci Int*, 28(3): 2881–2896.
- Singh, A. ve Banerji, R. (2022). Happiness at Work, Organization Citizenship Behaviour and Workplace Diversity: A Study on Indian Private Sector Bank Employees. *Industrial and Commercial Training*, 54(3): 460-475.
- Soomro, F. A., Khan, S., Khan, J., Mehmood, J. ve Jan, F. U. (2022). Impact of Emotional Intelligence on Job Autonomy. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 28(3): 299-317.
- Tadić, M., Bakker, A. B. ve Oerlemans, W. G. M. (2013). Work Happiness Among Teachers: A Day Reconstruction Study on the Role of Self-Concordance. *Journal of School Psychology*, 51(6): 735–750.
- Tarhan, N. (2014). *Duyguların Psikolojisi*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayıncılık.
- Thompson, C. A. ve Prottas, D. J.(2006).Relationships Among Organizational Family Support, Job Autonomy, Perceived Control and Employee Well-Being. *Journal of Occupational Health Psychology*, 11(1): 100-118.
- Waglay, M., Becker, J. R. ve Plessis, M. (2020). The Role of Emotional Intelligence and Autonomy in Transformational Leadership: A Leader Member Exchange Perspective. *SA Journal of Industrial Psychology*, 46, 1-12.
- Wang, G. ve Netemeyer, R. (2002). The Effects of Job Autonomy, Customer Demandingness, and Trait Competitiveness on Salesperson Learning, Self efficacy and Performance. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 30(3): 217-228.
- Wesarat, P., Sharif, M. Y. ve Majid, A. H. (2015). A Conceptual Framework of Happiness at the Workplace, *Asian Social Science*, 11(2): 78-88.
- Whitaker, B. G. ve Jason J. D. (2013). The Influence of Autonomy and Supervisor Political Skill on The Use and Consequences of Peer Intimidation in Organizations. *Human Performance*, 26(5): 353-373.
- Wu, C. H., Luksyte, A. ve Parker, S. K. (2015). Overqualification and Subjective Well-Being at Work: The Moderating Role of Job Autonomy and Culture. *Social Indicators Research*, 121(3): 917–937.
- Yen-Ju Lin, B., Kai-Lin, Y., Chien-Lin, C. ve Tse-Lin, T. (2011). Job Autonomy, its Predispositions and its Relation to Work Outcomes in Community Health Centers in Taiwan, *Health Promotion International*, 28(2): 166-177.
- Zang, G. ve Chen C. (2017). The Influence of Service Leadership on Well-being in Workplace: Using Workplace Friendship as an Mediator Variable and Self-Efficacy and Emotional Intelligence as Moderating Variables. *Topics in Economics, Business and Management*, 1(1): 183-184.

## İDARİ PARA CEZASI VE İDARİ PARA CEZASININ BELİRLENMESİ

### *Administrative Fine and Determination of Administrative Fine*

Berrin AKBULUT\*

#### ÖZ

İdari para cezası, kabahatler hukuku yaptırımlarından biridir. Kanun koyucu suçlar için öngörülen para cezasından ayırmak için kabahatlere uygulanacak para cezasını idari para cezası kavramıyla ifade etmiştir.

İdari para cezası, Kabahatler Kanununun İdari Yaptırımlar başlığını taşıyan 3. Bölümünün 17. maddesinde düzenlenmiştir. Düzenlemede idari para cezası tanımlanmamış, ancak türleri belirtilmiş ve nasıl yerine getirileceği hükme bağlanmıştır. Ayrıca düzenlemede alt ve üst sınırlar arasında öngörülen idari para cezasını belirlenmesinde hangi ölçütlerin kullanılacağı da ifade edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** kabahat, idari yaptırım, idari para cezası

#### ABSTRACT

Administrative fine is one of the misdemeanor law sanctions. The legislator expressed the fine to be applied to misdemeanors with the concept of administrative fine in order to distinguish it from the fines foreseen for the crimes.

Administrative fines are regulated in Article 17 of Chapter 3, titled Administrative Sanctions, of the Misdemeanor Law. Administrative fines are not defined in the legislation, however, its types are specified and it is decided how it will be fulfilled. In addition, it is also stated which criteria would be used in determining the administrative fine stipulated between the lower and upper limits in the legislation.

**Key words:** misdemeanor, administrative sanction, administrative fine

#### GİRİŞ

765 sayılı Kanun döneminde suçlar, cürüm ve kabahat olarak ikiye ayrılmakta ve cürüm ve kabahatler için ayrı yaptırımlar öngörülmekteydi. 1 Haziran 2005 tarihinde suçların cürüm kabahat diye ayrılmasına son verilmiş, kabahatler suç olmaktan çıkarılmıştır. 1 Haziran 2005 tarihinde suçlar için Türk Ceza Kanunu, kabahatler içinse genel Kanun niteliğinde 5326 sayılı Kabahatler Kanunu yürürlüğe girmiştir.

Kabahatler Kanununda, kabahatlere ilişkin genel esaslara, bazı kabahatlere, yaptırımların yerine getirilmesine ve muhakemeye ilişkin hükümlere yer verilmiştir. İdari yaptırımlar ise Kabahatler Kanununun Genel Hükümler ismini taşıyan Birinci Kısımın üçüncü bölümünde düzenlemiştir. Bu bölümde idari yaptırımların neler olduğu, idari para cezası, mülkiyetin kamuya geçirilmesi ve zamanaşımı düzenlenmiştir.

Kabahatler Kanununun 17. maddesinde, alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının belirlenmesinde kabahatin haksızlık içeriğinin, failinin kusurunun ve ekonomik durumunun birlikte göz önünde bulundurulacağı belirtilmiştir. Zira kanunilik ilkesi gereğince yalnızca kanunda cezanın belirlenmesi yetmemekte, cezanın belirlenmesinde uygulanacak kriterlerin de gösterilmesi gerektiğinden kanun koyucu bu gerekliliği karşılamıştır.

Bu çalışmada Kabahatler Hukukunda uygulanan idari para cezası ve türlerine, alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının nasıl belirleneceğine ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.

---

\* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Ceza ve Ceza Muhakemesi Hukuku Anabilim Dalı, bakbulut@selcuk.edu.tr, Orcid:0000 0001 8045 2784

## I. İDARİ PARA CEZASI

### A. Genel Olarak

İdari para cezası, kabahatler hukuku yaptırımlarından ilkinin oluşturmaktadır. Kabahatler Kanununun 17. maddesinde düzenlenmiştir. Ancak maddede idari para cezasının ne olduğu tanımlanmamıştır. İdari para cezası, kabahat karşılığında kanunda öngörülen ve kanunda açıkça gösterilen idarî kurul, makam veya kamu görevlileri tarafından verilen karar uyarınca kişiden alınan parasal nitelikte yaptırım şeklinde tanımlanabilir. Kanun koyucu kabahatin yaptırımı olan para cezasını suçun karşılığı olan para cezasından ayırmak için suçlar için adli para cezası, kabahatler içinse idari para cezası kavramını kullanmıştır.

Genel nitelikte bir düzenleme olan KK'nın 17. maddesinde idari para cezasının alt ve üst sınırları gösterilmemiştir. Ancak kanaatimizce kanunilik ilkesinin gereği olarak kabahatin düzenlendiği normda alt ve/veya üst sınırın gösterilmediği haller için 17. maddede genel nitelikte bir belirlemeye gidilmesi gerekirdi. Muhtemelen kanun koyucu ilgili normlarda idari para cezası miktarını tespit ettiği ve idari para cezasının nispi para cezası dışında her yıl artırılması söz konusu olduğu için belirleme yapmama yolunu tercih etmiştir. Ancak gün para cezasının kabul edilmediği 765 sayılı mülga Ceza Kanununun Esaslar başlığını taşıyan Birinci Kitabında ağır para cezası ile hafif para cezasının alt ve üst sınırları gösterilmiştir (m. 19, 24).

Türk Ceza Kanunu ve Kabahatler Kanunu 1 Haziran 2005 tarihinde yürürlüğe girerken 5252 sayılı Türk Ceza Kanununun Yürürlük ve Uygulama Şeklinde Kanunla, hem daha önce var olan idari para cezalarıyla hem de kabahatler suç olmaktan çıkarıldığı ve yaptırımı idari para cezasına dönüştürüldüğü için ilgili kanunlardaki hafif hapis ve hafif para cezalarıyla ilgili düzenleme getirilmiştir.

İlki daha önce de varlığı söz konusu olan idari para cezalarıyla ilgilidir. 5252 sayılı Kanunun 4. maddesinde düzenlenmiştir. Bu maddeye göre, "(1) 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun dışındaki kanunlarda yer alan para cezalarından nispi nitelikteki vergi ve resim cezaları, nispi para cezaları ve tazminat kabilinden değişen orana bağlı bulunan para cezaları hariç olmak üzere, kanun ve yönetmeliklerde (...) gösterilmiş bulunan para cezalarından (idarî ve disiplin para cezaları dahil);

a) Türkiye Büyük Millet Meclisinin ilk kurulduğu tarihten önce yürürlüğe girmiş bulunan bütün kanun ve tüzüklerde yazılı olup da daha sonraki tarihlerde Türkiye Büyük Millet Meclisince miktarına dokunulmamış para cezaları yüzkırkikibinsekizyüzaltmış katına,

b) Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından kabul olunup da;

1. 31.12.1939 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları seksenbeşbinyediyüzonbeş katına,

2. 1.1.1940 tarihinden 31.12.1945 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları elliyedibinyüzkırkbeş katına,

3. 1.1.1946 tarihinden 31.12.1959 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları yirmisekizbinbeşyüz yetmiş katına,

4. 1.1.1960 tarihinden 31.12.1970 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları ondörtbinikiyüzseksenbeş katına,

5. 1.1.1971 tarihinden 31.12.1977 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları sekizbinbeşyüz yetmiş katına,

6. 1.1.1978 tarihinden 31.12.1980 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları ikibinsekizyüzaltmış katına,

7. 1.1.1981 tarihinden 31.12.1987 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları bindörtüyüzotuz katına,

8. 1.1.1988 tarihinden 31.12.1993 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları kırkdört katına,

9. 17.10.1996 tarihli ve 4199 sayılı, 21.5.1997 tarihli ve 4262 sayılı kanunlarla değişik 2918 sayılı Karayolları Trafik Kanunu istisna olmak üzere, 1.1.1994 tarihinden 31.12.1998 tarihine kadar yürürlüğe girmiş kanunlardaki para cezaları yirmidokuz katına,

10. 1.1.1999 tarihinden 31.12.1999 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları beş katına,

11. 1.1.2000 tarihinden 31.12.2000 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları dört katına,

12. 1.1.2001 tarihinden 31.12.2001 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları üç katına,

13. 1.1.2002 tarihinden 31.12.2002 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezaları iki katına,

Çıkarılmıştır".

Dolayısıyla idari para cezası olarak daha önce var olan idari para cezaları 4. madde gereğince artırılacak, 1 Haziran 2005 tarihinde yürürlüğe giren KK'nın 17. maddesinin 7. fıkrası gereğince 2005 yılından sonrası için her yıl yeniden değerlendirme oranında artırılacaktır. Ancak 4. maddede belirtilen tarihlere yürürlüğe giren kanunlarda 1 Haziran 2005 tarihinden sonra değişiklikler olmuşsa bu değişikliklerdeki idari para cezaları geçerli olacak (Yürürlük Kanunu m. 4 uygulanmayacak) bu cezalar KK'nın 17/7. maddesi gereğince her yıl yeniden değerlendirme oranında artırılacaktır. Örneğin 1930 tarihli Umumi Hıfzıssıhha Kanununun 282. maddesinde 23.1.2008 tarihinde 5728 sayılı Kanunla değişiklik yapıldığından bu değişiklik maddede öngörülen idari para cezası KK m. 17/7 gereğince her yıl yeniden değerlendirme oranında artırılacaktır. Yürürlük Kanununun 4. maddesi son olarak 1.1.2002 tarihinden 31.12.2002 tarihine kadar yürürlüğe girmiş bulunan kanunlardaki para cezalarına ilişkin belirleme yapmış, 31.12.2002 tarihinden sonra yürürlüğe giren kanunlara ilişkin düzenleme yapmamıştır. Dolayısıyla 1.1.2003 tarihi ve sonrasında yürürlüğe giren kanunlarda 1 Haziran 2005 tarihine kadar (bu tarihten sonra artık KK m. 17 uygulanacak) artırım uygulanmasını sağlayan bir hüküm olmadığı için artırım uygulanamayacak yeniden değerlendirme oranında artırım ancak 2006 ve devamı yılları için mümkün olacak, dolayısıyla 2003 ila 2005 yılları arasında kanunda yazılı ceza geçerli olacak, bu ceza üzerinden 2005 sonrası için yeniden değerlendirme oranında artırım yapılacaktır. Örneğin Ocak 2004 tarihinde yürürlüğe giren kanundaki kabahati mayıs ayında işleyen kişi için kanundaki idari para cezası uygulanacak, herhangi bir artırım yapılmayacak, ancak bu kanundaki kabahatin 2007 yılında işlenmesi halinde ise 2004 tarihli kanundaki idari para cezası KK'nın yürürlüğe girmesinden sonraki dönem için sadece m. 17/7 gereğince yeniden değerlendirme oranında artırılarak idari para cezası belirlenecektir<sup>1</sup>.

İkincisi ilgili kanunlardaki hafif hapis ve hafif para cezalarının idari para cezalarına dönüştürülmesidir. Bu sorunun çözülmesi 5252 sayılı Türk Ceza Kanununun Yürürlük ve Uygulama Şeklinde Kanunun 7. maddesinde düzenlenmiştir. Bu maddeye göre, kanunlarda, "hafif hapis" veya "hafif para" cezası olarak öngörülen yaptırımlar, idari para cezasına dönüştürülmüştür. İdari para cezasının hesaplanmasında 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 52. maddesi hükümleri uygulanacaktır. İlgili kanunda "hafif hapis" cezasının üst sınırının belirtilmediği hallerde, idari para cezasının hesaplanmasında esas alınacak gün sayısının üst sınırı, yediyüzotuz gün olarak kabul edilecektir. Bu noktada 1 Haziran 2005 tarihinden önce işlenen fiillerde gün karşılığı idari para cezasının belirlenmesinde mülga 647 sayılı Kanunun 4. maddesinin mi yoksa ise TCK'nın 52. maddesindeki oranın mı uygulanacağı problem oluşturmuştur.

<sup>1</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz.: Güçlü, Güçlü, Yaşar, İdari Para Cezaları ve Diğer İdari Yaptırımlar, Ankara 2020, s. 129 vd.



Bazı yazarlar TCK'nın 52. maddesinin uygulanacağını<sup>2</sup>, bir günün karşılığı olarak 20 ila 100 TL arasında bir miktarın belirlenerek idari para cezasının tespit edileceğini belirtmektedirler<sup>3</sup>. Yargıtay doğru olarak lehe kanun olması nedeniyle 647 sayılı Kanunun uygulanmasını kabul etmektedir<sup>4</sup>. 1 Haziran 2005 tarihinden sonra işlenen fiillerde ise ilgili kanunlarda hafif hapis cezası hala yer alıyorsa bu takdirde idari para cezasının gün karşılığının belirlenmesinde TCK'nın 52. maddesi uygulanacak ve bir günün karşılığı olarak 20 TL kabul edilerek idari para cezası hesaplanacaktır<sup>5</sup>. Kanunlarda, "hafif hapis cezası" ile "hafif para cezası"nın seçimlik olarak veya birlikte öngörüldüğü hallerde, idari para cezası yaptırımının belirlenmesinde "hafif hapis cezası" esas alınacaktır. Kanunlarda, sadece "hafif para cezası"nın öngörüldüğü ve cezanın alt veya üst sınırının belirtilmediği hallerde, idari para cezası, yüzyirmi milyon Türk Lirasından az, onsekiz milyar Türk Lirasından fazla olamayacaktır. Düzenleme idari para cezasına dönüştürülen hafif hapis cezaları için TCK'nın 52. maddesine yollama yapmış, hafif para cezaları içinse alt ve üst sınırlar arasında miktar öngörmüştür. Belirleme açık olup bu miktarların ayrıca yeniden değerlendirilme oranına göre artırılması söz konusu değildir<sup>6</sup>. Yargıtay kararı da bu yöndedir<sup>7</sup>. Yürürlük Kanununun 7. maddesi gereğince idari para cezası vermeye mülki amir yetkili kılınmıştır.

Ayrıca daha önce de belirtildiği gibi, 8. maddede tüzel kişilere verilecek idari para cezası miktarıyla ilgili genel nitelikte belirlemeye gidilmesi, üst sınırın ve uygulanacak ölçütlerin de açıkça düzenlenmesi gerekmektedir.

<sup>2</sup> Aldemir, Hüsnü, Yeni Türk Ceza Kanunu ve Kabahatler Kanununun Yorumu, 2. Baskı, Ankara 2007, s. 809.

<sup>3</sup> Gökcan, Hasan Tahsin, "Kabahatler Kanununa Göre İdari Para Cezalarının Uygulanması", Türk Hukuk, 2005, S. 104, s. 20.

<sup>4</sup> Bu konudaki Yargıtay uygulaması şu şekildedir: "Sanık S. A. B.'ye tayin olunan hafif para cezasının 5252 sayılı Kanun'un 7. maddesi uyarınca idari para cezasına çevrilmesi gerekirken hafif para cezasına hükmedilmesi nedeniyle, kanun yararına bozma istemi yerinde görüldüğünden, ... Sulh Ceza Mahkemesi'nin 14.06.2005 1440-28 sayılı ek kararın 5271 sayılı CMK'nın 309. maddesinin 4. fıkrasının d bendi uyarınca bozulmasına, Sanığın eylemine uyan 765 sayılı TCK'nın 567/1.maddesi uyarınca ve 5083 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Devletinin Para Birimi Hakkında Kanun'un 2. maddesine 5335 sayılı Kanun'la eklenen fıkra uyarınca 1 ay hafif hapis ve 105 YTL hafif para cezası ile cezalandırılmasına, tayin olunan hafif hapis cezasının günlüğü 1 YTL hesabı ile 30 YTL hafif para cezasına çevrilmesine, tayin olunan aynı cins cezalar toplanarak sanığın 135 YTL hafif para cezası ile cezalandırılmasına, 5252 sayılı Kanun'un 5349 sayılı Kanun ile değişik 7. maddesi uyarınca belirlenen sonuç cezanın 135 YTL idari para cezasına dönüştürülmesine, infazın bu miktar üzerinden yapılmasına", 2. CD, 14.05.2008, E. 2008/10314, K. 2008/8728; "Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı'nın kanun yararına bozma istemine dayanan ihbarname içeriği yerinde görüldüğünden Ula Sulh Ceza Mahkemesinin 17.06.2005 gün ve 2005/132 Esas,2005/175 Karar sayılı kararının CMK'nın 309/4-d maddesi uyarınca BOZULMASINA, bozma gereği yeniden uygulama yapılarak sanığın 2918 sayılı yasanın 36/3.maddesi uyarınca 1 ay hafif hapis ve 165 YTL. hafif para cezası ile cezalandırılmasına, tayin olunan hafif hapis cezasının günlüğü 647 sayılı Yasanın 4.maddesi uyarınca 1 YTL'den hesaplanmak suretiyle 30 YTL. hafif para cezasına çevrilmesine, cezaların 765 sayılı TCK'nın 72.maddesi uyarınca toplanarak sanığın sonuç olarak 195 YTL. hafif para cezası ile cezalandırılmasına, 5252 sayılı yasanın 7.maddesi uyarınca tayin olunan sonuç cezanın 195 YTL. idari para cezasına çevrilmesine ve infazın bu miktar üzerinden yapılmasına, hükümden "Yasal ihtarlara rağmen ödenmeyen adli para cezasının hapse çevrilmesine" ibaresinin çıkarılmasına ve diğer kısımlarının aynen bırakılmasına, 13.04.2010 günü oyçokluğuyla karar verildi", 7. CD, 13.4.2010, E. 2007/16258, K. 2010/5985; "sanığın, kumar oynamak suçundan eylemine uyan 765 sayılı TCK'nın 567/1.maddesi uyarınca, mahkemenin takdir gözetilerek, 1 ay hafif hapis ve 105,00 TL. hafif para cezası ile cezalandırılmasına, hükmolunan hafif hapis cezasının, 647 sayılı Yasanın 4.maddesi uyarınca günlüğü 1,00 TL'den hesaplanarak 30,00 TL hafif para cezasına çevrilmesine, 765 sayılı Yasanın 72. maddesi uyarınca hafif para cezaları toplanarak ve 5252 sayılı Yasa uyarınca idari para cezasına çevrilerek, sanığın sonuç olarak 135,00 TL idari para cezası ile cezalandırılmasına, infazın bu miktar üzerinden yapılmasına, hükmün diğer bölümlerinin aynen korunmasına, 17.03.2010 tarihinde oybirliğiyle karar verildi.", 2. CD, 17.03.2010, E. 2010/6195, K. 2010/8266.

<sup>5</sup> "sanığın eyleminin 2918 sayılı Yasanın 69/2. madde ve fıkrasına uyduğu anlaşıldığından, 5252 sayılı Yasanın 7. maddesi uyarınca, sanığın 3 ay hafif hapis cezası karşılığı TCK'nın 52/2 maddesi uyarınca günlüğü 20 TL'den 1800 TL idari para cezası ile cezalandırılmasına, ibarelerinin yazılmasına dosyanın Adalet Bakanlığına gönderilmek üzere Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığına tevdiine, 09.11.2015 gününde oybirliğiyle karar verildi", 8. CD, 9.11.2015, E. 2015/14169, K. 2015/24187.

<sup>6</sup> Aksi görüş için bkz.: Kangal, Zeynel T., Kabahatler Hukuku, 3. Baskı, Ankara 2021, s. 280.

<sup>7</sup> "5252 sayılı Kanun'un 7/1. maddesi ile yasalarda "hafif hapis" veya "hafif para" cezası olarak öngörülen yaptırımlar idari para cezasına dönüştürülmüş, uygulanacak idari para cezasının 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 52. maddesi uyarınca belirlenmesi esası getirilmiştir. 5326 sayılı Kabahatler Kanunu'nun 17. maddesindeki düzenleme ise, Yasalarda yaptırımı doğrudan idari para cezası olarak öngörülen kabahatler yönünden idari para cezasının hesaplanması yöntemini göstermektedir. 5326 sayılı Kanun'un 17/7. maddesinin bu şekilde dönüştürülen idari para cezaları bakımından uygulanma olanağı bulunmamaktadır", CGK, 14.04.2009, E. 2008/7-222, K. 2009/99.



## B. İdari Para Cezası Türleri

Kabahatler Kanununun 17. maddesinde idari para cezası tanımlanmamışsa da idari para cezalarının neler olduğu belirtilmiştir.

KK'nın 17. maddesine göre, idari para cezası maktu veya nispi olabilir (f. 1). Ayrıca kanunda alt ve üst sınırı gösterilmek suretiyle de belirlenebilir (f. 2). Düzenlemeye göre idari para cezaları, maktu idari para cezası, nispi idari para cezası ve alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezası olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

### 1. Maktu idari para cezası

Kanunda para cezasının sabit olarak kabul edildiği hallerde maktu idari para cezası söz konusudur. Maktu idari para cezalarında kanun koyucu fiilin haksızlık içeriğini belirlemektedir. Dolayısıyla bu tür cezalarda idari para cezasını uygulayan kişilerin somut olayın şartlarına göre cezayı belirleme yetkisi, kabahati gerçekleştiren kişinin kusurunu, ekonomik durumunu göz önünde bulundurması söz konusu değildir. Bu tür cezanın kabul edilmesi hukukçu olmayan kişilerin yaptırım uyguladığı göz önüne alındığında yerinde bir tercih gibi görülebilir. Zira bu kişilerin fiilin haksızlık içeriğini (örneğin kabahatin maddi unsurun neler olduğunu, failin kast veya taksirinin bulunduğunu, bilinçli-bilinçsiz taksirinin söz konusu olduğunu, teşebbüsü) belirleyebilmesi ve uygulamada adil değerlendirme yapması problem teşkil edecektir. Ayrıca haksızlık içeriği çok az olan bazı kabahatlerde kabul edilmesi makul sayılmış olabilir. Ancak kanun koyucunun bunun dışında maktu para cezası kabul etmesinin doğru olmadığı belirtilmelidir. Kanun koyucu maktu ceza belirlemesi yaptığında fiilin haksızlık içeriğini kendisi belirlemekle birlikte, fiilin işlenmesindeki özelliklerin, meydana gelen zarar veya tehlikenin göz önünde tutulmasına imkan vermemekte, failin kusurunun göz önüne alınması ve idari para cezasının bireyselleştirmesini sağlaması mümkün olmamaktadır. Ayrıca yüksek miktardaki maktu para cezalarında işletmenin veya kişinin ekonomik durumunun da göz önüne alınması söz konusu olmamaktadır (küçük miktardaki idari para cezaları için ekonomik durumun göz önüne alınmaması kabul edilebilir). Ayrıca yüksek miktarların söz konusu olduğu durumlarda maktu belirleme yapılması da işlenen fiilin haksızlık içeriğiyle, tüzel kişinin ekonomik durumuyla orantılı olmayan idari para cezası verilmesi sonucunu doğurmaktadır. Oysa idari para cezasının alt ve üst sınırlar arasında öngörülmesi suretiyle fiilin ağırlığıyla orantılı ceza verilmesi sağlanabilirdi. Maktu para cezalarının kabahatler hukukunda sayılarının fazla olması göz önünde tutulduğunda bu belirlemelerin belirtilen gerekçelerle hukuk devleti ilkesiyle, orantılılık ilkesiyle, eşitlik ilkesiyle uyuşmadığı görülmektedir. Eğer maktu ceza öngörülüyorsa ya ilgili düzenlemede veya Kabahatler Kanununun genel hükümlerinde cezanın indirilmesine imkan da tanınması gerekir. Örneğin fiilin taksirle işlenmesinde veya meydana gelen zarar veya tehlikenin azlığında cezada indirim yapma konusunda takdir yetkisi getirilmeliydi. Anayasa Mahkemesi 28.3.2013 tarihli ve 6455 sayılı Kanun'un 44. maddesiyle değiştirilen 19. maddesinin ikinci fıkrasının (c) bendinin "Aşağıdaki hallerde, sorumlulara sekiz yüz elli bin Türk Lirası idari para cezası verilir" bölümünün, bendin (3) numaralı alt bendindeki "8. maddenin ihlali" yönünden Anayasaya aykırılığı ileri sürülerek yapılan başvuruda, "...itiraz konusu kuralda bayilerin bağlı buldukları dağıtıcı haricinde başka dağıtıcılardan veya onların bayilerinden akaryakıt ikmal etmeleri durumunda öngörülen idari para cezası' regülatif idari para cezası' niteliğinde maktu olarak düzenlenmiştir. Bu cezada, işletmelerin ekonomik büyüklüğü ve sınıfına ilişkin herhangi bir kademelendirme yapılmadığı görülmektedir. Buna göre, tek pompa ile faaliyet gösteren ve idari para cezası miktarı kadar yıllık cirosu bulunmayan bir akaryakıt istasyonu ile büyük ölçekteki akaryakıt istasyonunu işletenler açısından yükümlülüğün ihlali halinde verilecek ceza miktarı aynı olmakla birlikte, para cezasının miktarının yüksek olması göz önüne alındığında tek pompa ile faaliyet gösteren ve cirosu yüksek olmayan akaryakıt bayisi için verilen ceza daha ağır sonuçlar doğurabilmektedir. Diğer taraftan, bayilerin bağlı buldukları dağıtıcı haricinde başka dağıtıcılardan veya onların bayilerinden akaryakıt ikmal etmeleri durumunda maktu idari para cezası ile cezalandırılmalarının öngörülmesi nedeniyle, idari para cezası uygulanırken fiilin işleniş şekli, diğer bir ifadeyle akaryakıtın ikmalinin ne şekilde yapıldığı, failin kusur durumu başka bir ifadeyle bayinin fiili kasıtlı veya taksirle işleyip işlemediği ve ikmal edilen akaryakıtın miktarı gibi hususlarda dikkate alınmamaktadır. Bu itibarla bayilerin bağlı buldukları

*dağıtıcı haricinde başka dağıtıcılardan veya onların bayilerinden akaryakıt ikmal etmeleri hâlinde fiilin haksızlık içeriği, bayilerin kusur durumu dikkate alınmadan, ekonomik büyüklüklerine ve sınıflarına göre adil bir denge gözetilmeden, itiraz konusu kuralla ölçülü ve makul olmayan idari para cezası ile cezalandırılmaları, hukuk devletinin gereği olan 'adalet' ve 'hakkaniyet' ilkeleriyle bağdaşmamaktadır” şeklinde belirleme yapmıştır<sup>8</sup>. Ancak Anayasa Mahkemesi, 2.3.2005 tarihli ve 5307 sayılı Sıvılaştırılmış Petrol Gazları (LPG) Piyasası Kanunu ve Elektrik Piyasası Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un, 23.1.2008 tarihli ve 5728 sayılı Kanun’un 569. maddesiyle değiştirilen 16. maddesinin ikinci fıkrasının; (a) bendinde yer alan “Aşağıdaki hâllerde sorumlulara beşyüzbin Türk Lirası idarî para cezası verilir” ibaresinin bendin (1) numaralı alt bendi yönünden, (b) bendinde yer alan “Aşağıdaki hâllerde sorumlulara ikiyüzellibin Türk Lirası idarî para cezası verilir.” ibaresinin bendin (1) numaralı alt bendi yönünden yapılan başvuruda idari para cezaları maktu ve miktarları yüksek olmasına rağmen Anayasaya aykırı görmemiştir. Mahkemeye göre, “Kanunla yapılan düzenlemelerin etkili bir şekilde hayata geçirilebilmesi bakımından, öngörülen yükümlülüklerin yerine getirilmesini sağlamak ve yasaklanan fiillerin işlenmesini önlemek için hangi tür ve ölçekte idarî yaptırım uygulanacağı kanun koyucunun takdir yetkisindedir. Maktu olarak belirlenen idarî para cezaları, cezayı gerektiren fiili işleyenlerin üzerinde, ekonomik durumlarına göre farklı etkiler doğurabilirse de bu durumun adalet ve hakkaniyet ilkelerine aykırılık oluşturduğu söylenemez. Kanun koyucunun, takdir yetkisine kapsamında fiilin meydana getireceği neticeleri de dikkate alarak düzenlediği itiraz konusu kuralda hukuk devleti ilkesi ile çelişen bir yön bulunmamaktadır”<sup>9</sup>.*

KK’nın 32, 33, 34 ve 35. maddelerinde maktu nitelikte idari para cezalarına yer verilmiştir. Yine Çevre Kanununun 20. maddesinde maktu nitelikte idari para cezalarının düzenlendiği görülmektedir. Bazen kanun koyucu artırım miktarı açısından da sabit artırım miktarı öngörebilmektedir (Çevre Kanunu m. 20/1-d). Bu tür artırım miktarlarının da belirtilen gerekçelerle doğru olmadığı ifade edilmelidir. Bazen de kanun koyucu idari para cezasını belirlerken bazı hususlara göre belirlemeyi tercih etmekte, ama yine idari para cezası maktu nitelik taşımakta, idari para cezasının belirlenmesinde yaptırım uygulayacak kişi veya makamlara takdir yetkisi verilmemektedir. Örneğin Çevre Kanununun 20. maddesinin 1/ı) bendinde groston başına idari para cezası belirlenmekte, denize akıtılan zararlı atığın miktarı göz önüne alınmamaktadır. Groston başına belirleme yapılırken alt ve üst sınırlar arasında belirleme yapılsa bu takdirde somut olayın koşullarına göre (örneğin taksirle gerçekleştirilmesine veya zararlı atığın miktarına göre) belirleme yapılabilir.

Maktu idari para cezaları, her takvim yılı başından geçerli olmak üzere o yıl için 4.1.1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298. maddesi hükümleri uyarınca tespit ve ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılarak uygulanmaktadır. Bu şekilde idarî para cezasının hesabında bir Türk Lirasının küsuru dikkate alınmamaktadır. (KK m. 17/7). Kanun koyucu kabahat karşılığında kanunda öngörülen idari para cezasının enflasyon nedeniyle Türk parasının değerinin düşmesi nedeniyle anlamsız hale gelmemesi için her yıl artırılmasını kabul etmiştir.

## 2. Nispi İdari Para Cezası

Nispi idari para cezası, kabahate ilişkin tanımda idari para cezası miktarı gösterilmediği, idari para cezası miktarının belirli bir oran dairesinde belirlendiği ve olaya göre azalıp çoğalabilen nitelikte para

<sup>8</sup> Anayasa Mahkemesinin 3/5/2016 tarihli ve 29107 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 7/4/2016 tarihli ve E. 2015/109, K. 2016/28 sayılı kararı.

<sup>9</sup> Anayasa Mahkemesinin 18.7.2017 tarihli ve 30127 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 31.05.2017 tarihli E. 2017/103, K. 2017/108 sayılı kararı, Anayasa Mahkemesinin 3/11/2016 tarihli ve 29877 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 12/10/2016 tarihli ve E. 2015/73, K. 2016/161 sayılı kararı; “Maktu olarak belirlenen idari para cezaları, cezayı gerektiren fiili işleyenlerin üzerinde ekonomik durumlarına göre farklı etkiler doğurabilirse de bu durumun adalet ve hakkaniyet ilkelerine aykırılık oluşturduğu söylenemez. Kaldı ki itiraz konusu kuralın da yer aldığı 19. maddede farklı fiillere farklı idari yaptırımlar öngörüldüğü gibi idari yaptırımların hangi hâllerde artırılması ve indirilmesi gerektiği de düzenlenmiştir. Dolayısıyla kanun koyucunun takdir yetkisi kapsamında fiilin meydana getireceği neticeleri de dikkate alarak düzenlediği itiraz konusu kuralda hukuk devleti ilkesi ile çelişen bir yön bulunmamaktadır”, Anayasa Mahkemesinin 22/12/2017 tarihli ve 30278 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 1/11/2017 tarihli ve E. 2017/132, K. 2017/149 sayılı kararı.

cezalarıdır<sup>10</sup>. Bu nitelikteki idari para cezalarında da yaptırımı uygulayanların idari para cezasının belirlenmesinde takdir yetkisi bulunmamaktadır. KK'nın genel gerekçesinde, idari para cezalarının, kamu açısından oluşmuş zararın giderilmesi amacına da hizmet edebildiği belirtilmektedir.

Çevre Kanununun 20/1-e maddesinde, “Çevresel Etki Değerlendirmesi sürecine başlamadan veya bu süreci tamamlamadan inşaata başlayan ya da faaliyete geçenlere yapılan proje bedelinin yüzde ikisi oranında idarî para cezası verilir” düzenlemesiyle nispi nitelikte idari para cezası belirlenmiştir. Yine Petrol Piyasası Kanununun m. 19/1-a, ç, d, e, f, h’de net satış hasılatının binde sekizi oranında idari para cezası verileceği öngörülerek nispi idari para cezasına yer verilmiştir. Kanun koyucu Petrol Piyasası Kanunundaki düzenlemelerde net satış hasılatına göre idari para cezasının belirleneceğini kabul ederken, ayrıca belirlenecek miktarın kanunda öngörülen alt sınırdan az ve üst sınırdan da fazla olmamasını istemiştir. Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 17. maddesinde de nispi idari para cezası düzenlenmiştir. Bu maddeye göre, “Kurul, teşebbüs ve teşebbüs birliklerine, 16 ncı maddenin birinci fıkrasında belirtilen cezalar saklı kalmak kaydıyla,

a) Nihai karar veya geçici tedbir kararı ile getirilen yükümlülükler ya da verilen taahhütlere uyulmaması,

b) Yerinde incelemenin engellenmesi ya da zorlaştırılması,

c) Kanunun 14 ve 15 inci maddelerinin uygulanmasında, istenen bilgi veya belgenin belirlenen süre içinde verilmemesi,

durumunda her gün için, ilgili teşebbüsler ile teşebbüs birlikleri ve/veya bu birliklerin üyelerinin karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan, bunun hesaplanması mümkün olmazsa karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin onbinde beşi oranında idarî para cezası verir”. Nispi para cezasının kabul edildiği hallerde alt ve üst miktar arasında sınırlama getiren düzenlemenin daha doğru olacağı ifade edilmelidir.

Nispi nitelikteki idari para cezalarında, KK'nın 17. maddesinin 7. fıkrasındaki “idarî para cezaları her takvim yılı başından geçerli olmak üzere o yıl için 4.1.1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298 inci maddesi hükümleri uyarınca tespit ve ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılarak uygulanır” hükmü uygulanmamaktadır.

Doktrinde bazı yazarlar nispi nitelikteki idari para cezalarının belirlilik ilkesine aykırı olduğunu, zira her somut olaya göre miktarının değişebildiğini belirtmektedirler<sup>11</sup>.

### 3. Alt ve Üst Sınırlar Arasında Gösterilen İdari Para Cezası

Kanun koyucu bazı kabahatlerde idari para cezasını alt ve üst sınırlar arasında göstermiştir. Aslında alt ve üst sınırlar arasında ceza belirlemesi işlenen fiilin ağırlığıyla orantılı ceza verilmesi ilkesi açısından olması gereken düzenlemedir. Bu nitelikte idari para cezası belirlemesi, soyut cezanın somut cezaya dönüştürülmesine imkan vermektedir. Aksi takdirde somut olayın koşulları göz önüne alınmadan kanundaki idari para cezasının uygulanması yoluna gidilmektedir. Olması gereken açısından idari para cezasının alt ve üst sınırlar arasında gösterilmesi olmakla beraber kanun koyucu kabahatlerde sayısı az olmayan şekilde maktu nitelikte idari para cezalarına yer vermiştir. Bazı idari para cezalarının kanunlarda maktu şekilde belirlenmesinin sorun oluşturduğunu düşünüyoruz. Örneğin Kabahatler

<sup>10</sup> Yargıtay 1984 tarihli İBK’ da: “Nispi para cezaları ise, Mer’iyet Kanununun 20. maddesinde tarif edildiği gibi, miktarı muayyen bir nispet dairesinde ve hadiseye göre azalıp çoğalabilir mahiyette bulunan para cezalarıdır. Kanun, bazı hallerde, para cezasının miktarının önceden maktu bir biçimde tayini yoluna gitmemekte; bu miktarı, ya suç nedeniyle verilen zararlar veya failin suçtan elde ettiği kazançla orantılı olarak tespit etmektedir. Kanun koyucu, bu tür para cezasını düzenlerken, bazı amaçları göz önünde tutmaktadır. Birincisi, TCK’nın 278. madde gerekçesinde de belirtildiği gibi, sadece asgari ve azami hadlerin tespiti halinde para cezasının yeterli şekilde yüksek olmama eksikliğini göstermesidir. 2. ise, paranın değerini kaybetmesi halinde etkili bir müeyyide olmamasıdır. Nispi para cezaları konusunda belirtilmelidir ki, asgari ve azami hadleri kanunda gösterilen cezalar için uygulanabilecek olan ferdileştirme kuralı, yani temel cezanın tayini, nispi para cezaları için uygulanamaz” şeklinde belirleme yapmıştır: YİBK, 25.06.1984, E. 1984/41, K. 1984/5.

<sup>11</sup> Kangal, s. 279.

Kanununun 32. maddesinde düzenlenen maktu idari para cezası bu niteliktedir. Kanun koyucu farklı alanlarla (adli işlemler, kamu güvenliği, kamu düzeni, genel sağlık) ve işlemlerle ilgili her emirde, emrin niteliğine ve sonuçlarına bakılmaksızın aynı idari para cezasının verilmesini kabul etmiştir. Genel sağlıkla ilgili verilen bir emirde bireye de işletmelere de aynı idari para cezasını verilmektedir. Oysa bireylerin emre aykırı davranmasıyla işletmelerin emre aykırı davranmasının doğurduğu tehlikeler, sonuçlar aynı değildir. Bu anlamda 32. maddede yer alan idari para cezası miktarının da bazı emirler için yeterli olmadığını, haksızlık içeriğini karşılamak açısından az olduğunu düşünüyoruz. Emre aykırılığın haksızlık içeriğine göre her kanuni düzenlemede ayrı belirleme yapılmasının ve yaptırımının da asgari ve azami hadler arasında olmasının daha doğru olacağını düşünüyoruz<sup>12</sup>.

KK'nın 38. maddesinin 2. fıkrasında, 42. maddenin 1. fıkrasında idari para cezası alt ve üst sınırlar arasında gösterilmiştir. Yine Kişisel Verilerin Korunması Kanununun 18. maddesinde, kabahatlere ilişkin idari para cezaları alt ve üst sınırlar arasında gösterilmiştir. Alt ve üst sınırlar arasında idari para cezasının öngörüldüğü haller, yaptırıma karar vereceklere cezayı belirleme yetkisi veren hükümlerdir. Cezayı belirleme yetkisinin tanınması bunun keyfi olarak kullanılacağı anlamına gelmemektedir. Cezanın tespitinde uygulayıcıya takdir yetkisi verilen durumlarda bu yetkinin nasıl kullanılacağına da belirlilik ilkesi gereğince kanunda gösterilmesi gerekir. Aksi durumda uygulayıcılara farklı şekilde yaptırım uygulama imkanı verilmekte, bu da kanunilik ve bu çerçevede belirlilik ilkesine aykırılık teşkil etmekte ve adil olmayan sonuçlara yol açmaktadır. Keyfiliğe, değerlendirme farklılığına yol açacak düzenlemelere kanunda yer verilmemesi, haksız uygulamalar yol açılmaması gerekir KK'nın 17. maddesinin 2. fıkrası da belirtilen nedenlerle alt ve üst sınırlar arasında gösterilen cezanın tespitinde hangi ölçütlerin kullanılacağına düzenlemiştir.

Alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idarî para cezaları da her takvim yılı başından geçerli olmak üzere o yıl için 4.1.1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298. maddesi hükümleri uyarınca tespit ve ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılarak uygulanmaktadır. Kanun koyucu kabahatler karşılığı kabul edilen idari para cezalarında klasik sistemi benimsemiştir.

## **II. ALT VE ÜST SINIRLAR ARASINDA GÖSTERİLEN İDARİ PARA CEZASININ BELİRLENMESİ**

### **A. Genel Olarak**

Kabahatler Kanununun 17. maddesinin 2. fıkrasında, idarî para cezasının miktarı belirlenirken işlenen kabahatin haksızlık içeriği ile failin kusuru ve ekonomik durumunun birlikte göz önünde bulundurulacağı ifade edilmiştir. Düzenlemede idari para cezasının belirlenmesinde 3 husus ifade edildiğinden bunun dışındaki bir neden idari para cezasının belirlenmesinde göz önünde bulundurulmaz. İdari para cezasını uygulayacak makam veya kişi kanunda alt ve üst sınırlar arasında gösterilen cezayı bu ölçütleri uygulayarak belirleyecektir. Ayrı ayrı değil, birlikte uygulayarak idari para cezasını tespit edecektir. Kanun koyucu fiilin haksızlık içeriği, kusur ve ekonomik durum derecelendirildiği için alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının tespitinde göz önünde bulundurulmasını kabul etmiştir.

KK'nın 17. maddesinde yer verilen ölçütler alt ve üst sınırlar arasında gösterilen cezanın tespitinde göz önünde tutulacağından alt ve üst sınırın aşılması söz konusu değildir. İlgili kabahatte nitelikli haller düzenlemişse nitelikli haller göz önünde bulundurulacaktır.

KK'nın 17. maddesinin 2. fıkrasında yer alan düzenlemeyle idari para cezası uygulayacak kişilerin takdir yetkisini keyfi olarak uygulamalarının önüne geçilmiştir. Takdir yetkisinin keyfilikten uzak ve denetlenebilir olması sağlanmıştır. Dolayısıyla idari para cezasını uygulayacak kişilerin kararında hangi ölçütleri kullanarak cezanın belirlendiğini, alt sınırdan neden uzaklaşıldığını gerekçe göstererek ortaya koymaları gerekir<sup>13</sup>. İdari para cezasının alt ve üst sınırlar arasında gösterildiği durumlarda yaptırım

<sup>12</sup> Bkz.: Akbulut, Berrin, "Kabahatler Hukukunda Kanunilik İlkesi ve Covid-19 Nedeniyle Alınan Tedbirlere Aykırılık", Ceza Hukuku ve Kriminoloji Dergisi-Journal of Penal Law and Criminology 2021, 9(1), s. 13

<sup>13</sup> "Belirtilen hükümlerin birlikte değerlendirilmesinden, idarî para cezalarının Kanun'da alt ve üst sınır belirtilmek suretiyle belirlendiği durumlarda, idarî para cezası vermeye yetkili makâmın, 5015 sayılı Kanun'un 19. Maddesinin 7. fıkrasında

uygulayacak kişilerin keyfi şekilde kurala veya tedbirlere aykırılık durumunda önceden herkese aynı yaptırım uygulanacağını belirtmesi m. 17 düzenlemesine aykırılık teşkil etmektedir. Keza farklı şehirlerdeki veya yerlerdeki idari yaptırım uygulama yetkisine sahip makamların veya kişilerin aynı kabahatle ilgili olarak alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezası miktarını farklı uygulamaları kanunilik ilkesine, orantılılık ilkesine aykırılık oluşturacaktır. Dolayısıyla pandemi nedeniyle aynı kabahatle ilgili her il valisinin veya kaymakamının kendi bölgesi için alt ve üst sınırlar arasında gösterilen miktar (Umumi Hıfzıssıhha Kanunu m. 282) için önceden genel bir şekilde farklı belirleme yapması söz konusu değildir. İdare tarafından yaptırım belirlenirken her işlenen fiil açısından fiilin haksızlık içeriği, failin kusuru ve ekonomik durumu göz önüne alınarak tespit yapılmalıdır.

Kanun koyucu her ne kadar 17. maddesinin 2. fıkrasında *idari para cezasının miktarı belirlenirken* ifadesi kullanmışsa da sayılan üç ölçüt hem idari para cezasının belirlenmesine hem de bireyselleştirmesine ilişkin ölçütü ifade etmektedir. Yani söz konusu ifade sadece idari para cezasının belirlenmesini değil, bireyselleştirilmesini de belirtmektedir. Fiilin haksızlık içeriği idari para cezasının belirlenmesine ilişkin ölçütü, failin kusuru ve ekonomik durumu ise idari para cezasının bireyselleştirilmesine ilişkin ölçütü karşılamaktadır.

## **B. Fiilin Haksızlık İçeriği**

İdari para cezasının belirlenmesinde kullanılması istenen ölçütlerden ilki, aslında tek ölçüt (cezanın belirlenmesi açısından) fiilin haksızlık içeriğidir. Haksızlık içeriğinin belirlenmesinde davranışın kast veya taksirle gerçekleştirilmesi, amaç veya saik, fiilin işleniş şekli, fiilin işlendiği zaman ve yer, fiilin işlenmesinde kullanılan araçlar, fiilin işlenmesindeki kolaylık, meydana gelen zarar veya tehlikenin ağırlığı, konunun önemi ve değeri gibi hususlar rol oynamaktadır. Bunların idari para cezasının belirlenmesinde dikkate alınabilmesi için kabahate ilişkin tipte unsur olarak ifade edilmemiş olması gerekir. Zira çifte değerlendirme yasağı bir nedenin iki kere göz önüne alınmasına izin vermemektedir.

Kabahate ilişkin idari para cezasının belirlenmesinde haksızlık içeriği kapsamında belirlenecek hususlardan biri kabahatin kast veya taksirle gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğidir. Kabahatler hukukunda kural kabahatlerin hem kasten hem de taksirle işlenmesi olduğu ve kanuni tanımda idari para cezasına ilişkin kast veya taksirle gerçekleştirilmesi arasında ayırım yapılmadığı için idari para cezasını tespit eden kişi veya makamlar KK'nın 17. maddesinin 2. fıkrası gereğince alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasını belirlerken fiilin kasten veya taksirle mi işlendiğini göz önüne alacaklardır. Kasten işlenen kabahat için idari para cezası miktarı taksirle işlenmesine göre daha fazla olacaktır. Taksirle işlenmesinde ise bilinçli taksirin cezası bilinçsiz taksirin cezasına göre daha fazla belirlenecektir. Kasten işlenmesinde ise idari para cezasının miktarı olası kastta doğrudan kasta oranla daha az olacaktır. Kanuni tanımda kabahatin kasten işlenmesi kabul edilmişse idari para cezasının belirlenmesinde fiilin doğrudan kastla işlenmesinin cezası olası kastla işlenmesine göre daha fazla olacaktır.

---

belirtilen idarî para cezası yaptırımı konusundaki takdir yetkisini kullanırken, Kabahatler Kanunu'nun 17. maddesinde yer alan kabahatin haksızlık içeriği ile failin kusur ve ekonomik durumunu göz önünde bulundurması ve hangi nedenle idarî para cezasını üst sınırdan verdiğinin yargısal denetime imkân verecek şekilde somut olarak ortaya koyması gerekmektedir. Ancak bu durumda idarî para cezasına konu işlemin yargısal denetiminin yapılması mümkün olacaktır. Dava dosyasının incelenmesinden, bayilik lisansı sahibi davacıya ait akaryakıt istasyonunda, 18/11/2014 tarihinde yapılan denetimde istasyon sahasında bulunan fiyat ilan panosu üzerinde tavan fiyatlarının yazılı olmadığı tespit edildiğinden bahisle yapılan inceleme ve soruşturma sonucu 21.01.2016 tarihli ve 6080-13 sayılı Kurul kararıyla, 5015 sayılı Kanunun 4'üncü ve Petrol Piyasası Fiyatlandırma Sistemi Yönetmeliği'nin 13. Maddelerine aykırı hareket ettiği gerekçesiyle 5015 sayılı Kanunu'nun 19. Maddesinin 7. fıkrası uyarınca 72.751-TL idari para cezası uygulanması üzerine bakılan davanın açıldığı anlaşılmaktadır. Mevzuat hükümleri ve olayın birlikte değerlendirilmesinden; 18/11/2014 tarihinde yapılan denetimde istasyon sahasında bulunan fiyat ilan panosu üzerinde tavan fiyatlarının yazılı olmadığı açık ise de, davalı idare tarafından idarî para cezasının hangi nedenle üst sınırdan verildiğinin somut bilgi ve belgelerle ortaya konulmadığı, ayrıca bu konuda herhangi bir açıklama da getirilmediği göz önünde bulundurulduğunda, herhangi bir kriter gözetmeksizin salt takdir yetkisinden hareketle Kanun'da öngörülen üst sınırdan idarî para cezası verilmesine ilişkin dava konusu kararda hukuka ve hakkaniyete uygunluk görülmemiştir", Ankara BİM, 7. İDD, 24.5.2017, E. 2017/184, 2017/140. Aynı yönde Ankara BİM, 7. İDD, 22.11.2017, E. 2017/712, 2017/526.



Amaç veya saikin kanuni tanımında açıkça belirtilmediği hallerde amaç veya saik de KK'nın 17. maddesi kapsamında kabahatin haksızlık içeriğiyle ilgili olarak değerlendirilebilecektir. Kabahatler hukukunda 17. maddede de amaç veya saik açıkça sayılmamışsa da haksızlık içeriğinin belirlenmesinde etken olduğundan göz önüne alınacaktır. Failin kabahatten elde etmek istediği netice veya kabahati işlemeye yönelten neden idari para cezasının belirlenmesinde etken olacaktır. Örneğin kazanç hırsı, açgözlülük, mesleki başarı hırsı failin aleyhine etki doğurur. Buna karşılık ekonomik zorluk nedeniyle fiili işlemişse idari para cezası daha az belirlenecektir.

Alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının belirlenmesinde fiilin işleniş biçimi de göz önüne alınacaktır. Seçimlik hareketli kabahatlerde seçimlik hareketlerinin tümünün veya birkaçının veya sadece birinin gerçekleştirilmesi idari para cezası miktarı açısından önem taşıyacaktır. Örneğin seçimlik hareketlerin tümünün gerçekleştirilmesi halinde idari para cezası alt sınırdan verilemeyecektir. Kabahatin kesintisiz şekilde işlendiği durumlarda, bu nedenle idari para cezası verilmeye kadar tek fiil sayılmakla beraber fiilin icrasının devam ettiği süre alt ve üst sınırlar arasında gösterilen cezanın tespitinde dikkate alınacaktır. Yine tek fiille birden fazla kabahatin gerçekleştirildiği durumlarda en ağır idari para cezası içeren fiilden yaptırım uygulanmakla beraber diğer kabahat idari para cezası verilen alt ve üst sınırları arasında gösterilen cezasının tespitinde göz önüne alınacaktır. Tüketen tüketilen norm ilişkisinde de tüketilen norm tüketen normdan ceza tespit edilirken göz önüne tutulabilecektir. Bu çerçevede dikkate alınacak diğer bir husus da iştirak katkılarıdır. Her ne kadar iştirak şekilleri arasında Kabahatler Kanununda ayırım yapılmassa da alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının tespitinde bu ayırımın göz önüne alınması gerekir<sup>14</sup>. Fail veya müşterek fail olan kişinin idari para cezası ile yardım eden konumunda olan kişinin idari para cezası aynı olmayacaktır. İdari para cezası tespit edilirken her bir iştirak eden için bireysel haksızlığa göre belirleme yapılması yoluna gidilmelidir.

Kabahate ilişkin kanuni tanımında belirtilmemiş olmak kaydıyla fiilin işlenmesinde fonksiyon icra eden, failin bu nedenlerden özellikle yararlandığı ve fiilin işlenmesini kolaylaştıran nedenler kapsamında kabahatin işlenmesinde kullanılan araç, kabahatin işlendiği yer ve zaman da fiilin haksızlık içeriği belirlenirken dikkate alınabilecek hususlardandır. Kabahatin işlendiği zaman ve yer, fiilin işlenmesinde fonksiyon icra eden, failin bu nedenlerden özellikle yararlandığı ve fiilin işlenmesini kolaylaştıran nedenlerdir. Kabahate ilişkin normda kabahatin işlendiği yer ve zamanla ilgili belirleme yapılmamışsa, fiilin işlenmesinde fonksiyon icra eden, onu kolaylaştıran yer ve zaman idari para cezasının belirlenmesinde dikkate alınacaktır. Yine kabahate ilişkin normda dikkate alınmamışsa kabahat nedeniyle meydana gelen zarar veya tehlikenin ağırlığı fiilin haksızlık içeriğini etkilediğinden kabahatten dolayı verilecek idari para cezasının belirlenmesinde asgari haddten uzaklaşılması sonucunu doğuracaktır. Meydana gelen zarar veya tehlikenin ağırlığı, doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleşen zararın çokluğunu veya tehlikenin büyüklüğünü ifade etmektedir.

Kabahatin konusunu oluşturan şeyin değerinin az veya çok olması, insanlar için önemi yine idari para cezasının tespitinde fiilin haksızlık içeriği kapsamında göz önüne alınacaktır.

### C. Failin Kusuru

Alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının belirlenmesinde kullanılması istenen ölçütlerden diğeri failin kusurudur. Kanun koyucu kabahatin işlenmesine katılan herkesi fail olarak kabul ettiğinden 17. maddede kusur açısından failin kusuru ifadesini kullanmıştır.

<sup>14</sup> Bkz.: Weber, Ulrich, "Konzeption und Grundsätze des Wirtschaftsstrafrechts (einschließlich Verbraucherschutz)", ZStW, 1984, Band 96, s. 404; Cramer, Peter, "Die Beteiligung an einer Zuwiderhandlung nach § 9 OWiG", NJW, 1969, Heft 44, s. 1931; Kienapfel, Diethelm, "Beteiligung und Teilnahme", NJW, 1970, Heft 41, s. 1827; Schumann, Heribert, Zum Einheitstätersystem des § 14 OWiG, Berlin 1979, s. 71; Bohnert, Joachim, OWiG Ordnungswidrigkeitengesetz, Kommentar, 2. Auflage, München 2007, § 14, kn. 3; KKOWiG-Rengier, Karlsruher Kommentar zum Gesetz über Ordnungswidrigkeiten, 3., neu bearbeitete Auflage, München 2006, § 14, kn. 15; Wolters, Gereon, "Gesetzliche Grundsätze des Deutschen Ordnungswidrigkeitenrechts", İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Tarafından Düzenlenen İdari Ceza Hukuku Sempozyumu, Ankara 2009, s. 155; Rebmann, Kurt/Roth, Werner/Herrmann, Siegfried, Gesetz über Ordnungswidrigkeiten, Kommentar, Band 1, 3. Auflage, 15. Lieferung, Stand 2010, § 14, kn. 17.

Kabahatin iştirak halinde işlenmesi durumunda alt ve üst sınırlar arasında ceza belirlenirken fail olarak kabul edilen herkes için aynı idari para cezası belirlenmeyecektir. Kabahate katılan kişilerin bireysel kusurluluğuna göre idari para cezası belirlenmelidir.

Somut olayda kabahat taksirle işlenmiş ve birden fazla kişinin taksiri varsa her bir kişi kendi kusuruna göre idari para cezasıyla sorumlu olacaktır. Alt ve üst sınırlar arasında cezanın gösterildiği hallerde her fail için ayrı belirleme yapılmalıdır. Taksiri bulunan her faile kusur değerlendirmesi yapmaksızın aynı idari para cezasının uygulanması doğru değildir. Kişinin kendi kabiliyetleri, içinde bulunulan şartlar kusurun, dolayısıyla cezanın tespitinde göz önünde bulundurulmalıdır

KK'nın 12. maddesinde TCK'nın kusurluluğu ortadan kaldıran nedenlere ilişkin hükümlerinin kabahatler bakımından uygulanacağı, kusurluluğu azaltan nedenlerin kabahatler hukukunda uygulanamayacağı anlamı ortaya çıkmakla beraber, kusurluluğu azaltan nedenler alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının tespitinde uygulayıcılar tarafından göz önüne alınabilecektir. Bu anlamda fiili işlediği esnada 15 yaşından büyük 18 yaşından küçükler hakkında alt sınırdan ceza verilecektir. Akıl hastalığı kusur yeteneğini ortadan kaldırmamakla beraber kusur yeteneğinin azalmasına neden olmuşsa yine bu durum idari para cezasının belirlenmesinde göz önüne alınacaktır. Keza irade dışı alınan alkol veya uyuşturucu maddenin kusur yeteneğini azaltması hali de alt ve üst sınırlar arasında belirtilen idari para cezasının tespitinde göz önüne alınacaktır (TCK m. 61). Kusur yeteneğini azaltan sağır ve dilsizlik, haksız tahrik de alt ve üst sınırlar arasında belirtilen cezanın tespitinde dikkate alınacaktır.

Yukarıdakilerin dışında kasten işlenen suçlarda fiilin haksızlık oluşturduğu konusunda kaçınılabılır hataya veya kusurluluğu ortadan kaldıran nedenlerin maddi şartlarında kaçınılabılır hataya düşülmesi de alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının belirlenmesinde kusur bağlamında göz önünde tutulacak hususlardandır.

#### **D. Failin Ekonomik Durumu**

Alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezasının belirlenmesinde kullanılması söz konusu olan ölçütlerden sonuncusu failin ekonomik durumudur. Failin ekonomik durumunun kötü olması veya iyi olması alt ve üst sınırlar arasında gösterilen cezanın belirlenmesinde dikkate alınacaktır. Örneğin ekonomik durumunun kötü olması alt sınırdan ceza verilmesi sonucunu doğuracaktır.

Kişinin ekonomik durumu göz önüne alınırken, ekonomik durumunun kesin olarak tespitine, tüm malvarlığının ortaya konulmasına gerek bulunmamaktadır. Para miktarının takdir edilmesine yetecek ölçüde araştırma yapılması yeterlidir. Ekonomik duruma bakılırken hüküm zamanındaki ekonomik hale bakılmalıdır

Kişi hakkında ekonomik durum göz önüne alınarak idari para cezası tespit edilirken idari para cezasının uyarı fonksiyonunu yerine getirecek, kişi üzerinde etken olacak şekilde belirleme yapılmalıdır. İdari para cezası tespit edilirken ekonomik durumu iyi olan ile kötü olan arasında ayırım yapılmaması, aynı idari para cezasının verilmesi ekonomik durumu iyi olan açısından uyarı fonksiyonunun gerçekleşmemesi, ekonomik durumu kötü olan açısından ise haksız uygulama, eşitliğe aykırı olma sonucunu doğuracaktır. Ekonomik durum nedeniyle ceza tespit ederken çok farklı ekonomik durumların olabileceğinin göz önünde bulundurulması, farklı ekonomik duruma sahip olanlara aynı idari para cezasının verilmesi sonucunu doğurmamalıdır.

#### **SONUÇ**

Kabahatler Kanununda idari para cezaları maktu, nispi ve alt ve üst sınırlar arasında gösterilen idari para cezaları olarak sınıflandırılmaktadır. Kanun koyucunun haksızlık içeriğini kendisinin belirlediği hallerde maktu idari para cezası öngörmektedir. Kabahatler hukukunda da maktu idari para cezalarının sayısı az sayılmayacak orandadır. Bu tür cezanın kabul edilmesi hukukçu olmayan kişilerin yaptırım uyguladığı göz önüne alındığında yerinde bir tercih gibi görülebilir. Zira bu kişilerin fiilin haksızlık içeriğini (örneğin kabahatin maddi unsurun neler olduğunu, failin kast veya taksirinin bulunduğunu, bilinçli-bilinçsiz



taksirinin söz konusu olduğunu, teşebbüsü) belirleyebilmesi ve uygulamada adil değerlendirme yapması söz konusu olmayabilir. Ancak bu durum fiilin işlenmesindeki özelliklerin, meydana gelen zarar veya tehlikenin göz önünde tutulmasına imkan vermemekte, failin kusurunun göz önüne alınması ve idari para cezasının bireyselleştirmesini sağlaması mümkün olmamaktadır. Ayrıca yüksek miktardaki maktu idari para cezalarında işletmenin veya kişinin ekonomik durumunun da göz önüne alınması söz konusu olmamaktadır (küçük miktardaki idari para cezaları için ekonomik durumun göz önüne alınmaması kabul edilebilir). Ayrıca yüksek miktarların söz konusu olduğu durumlarda maktu belirleme yapılması da işlenen fiilin haksızlık içeriğiyle, tüzel kişinin ekonomik durumuyla orantılı olmayan idari para cezası verilmesi sonucunu doğurmaktadır. Oysa idari para cezasının alt ve üst sınırlar arasında öngörülmesi suretiyle fiilin ağırlığıyla orantılı ceza verilmesi sağlanabilirdi. Ayrıca eğer maktu idari para cezası öngörülüyorsa ya ilgili düzenlemede veya Kabahatler Kanununun genel hükümlerinde cezanın indirilmesine imkan da tanınması gerekir. Örneğin fiilin taksirle işlenmesinde veya meydana gelen zarar veya tehlikenin azlığında cezada indirim yapma konusunda takdir yetkisi getirilmelidir.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, B. (2021). Kabahatler Hukukunda Kanunilik İlkesi ve Covid-19 Nedeniyle Alınan Tedbirlere Aykırılık. *Journal of Penal Law and Criminology*, 9(1), 197-253.
- Aldemir, H. (2007). *Yeni Türk Ceza Kanunu ve Kabahatler Kanununun Yorumu*, (2. Baskı) Ankara. Kartal Yayınevi.
- Anayasa Mahkemesinin 18.7.2017 tarihli ve 30127 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 31.05.2017 tarihli E. 2017/103, K. 2017/108 sayılı kararı.
- Anayasa Mahkemesinin 3/11/2016 tarihli ve 29877 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 12/10/2016 tarihli ve E. 2015/73, K. 2016/161 sayılı kararı.
- Anayasa Mahkemesinin 3/5/2016 tarihli ve 29107 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 7/4/2016 tarihli ve E. 2015/109, K. 2016/28 sayılı kararı.
- Bohnert, J. (2007). *OWiG Ordnungswidrigkeitengesetz, Kommentar*, 2. Auflage, München.
- Cramer, N. J. W. (1969). Cramer, Peter: Die Beteiligung an einer Zuwiderhandlung nach § 9 OWiG.
- Gökcan, H. T. (2005). Kabahatler Kanununa Göre İdari Para Cezalarının Uygulanması. *Türk Hukuk Dergisi, Kasım-2005*, S, 104, 18-26.
- Güçlü, Y. (2020). *İdari Para Cezaları ve Diğer İdari Yaptırımlar*, (4. Baskı) Ankara. Seçkin Yayınevi.
- Heft 44, s. 1931; Heft 41, s. 1827;
- Kangal, Z. T. (2021). *Kabahatler Hukuku*, (3. Baskı) Ankara. Adalet Yayınevi.
- Kienapfel, D. (1970). „Beteiligung“ und „Teilnahme“. *Zum Verhältnis vom OWiG zum StGB. NJW*, 1826-1833.
- KKOWiG-Rengier, (2006). *Karlsruher Kommentar zum Gesetz über Ordnungswidrigkeiten*, 3., neu bearbeitete Auflage, München.
- Rebmann, K., Roth, W., Herrmann, S. (2010). *Gesetz über Ordnungswidrigkeiten, Kommentar*, Band 1, 3. Auflage, 15. Lieferung, Stand.
- Schumann, H. (1979). *Zum Einheitstätersystem des § 14 OWiG*, Berlin.
- Weber, U. (1984). *Konzeption und Grundsätze des Wirtschaftsstrafrechts (einschliesslich Verbraucherschutz): dogmatischer Teil II: das Wirtschaftsstrafrecht und die allgemeinen Lehren und Regeln des Strafrechts*.
- Wolters, Gereon, (2009). „Gesetzliche Grundsätze des Deutschen Ordnungswidrigkeitenrechts“, İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Tarafından Düzenlenen idari Ceza Hukuku Sempozyumu, Ankara.

## TOPLU İŞ HUKUKUNDA İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİSİNİN FESHE KARŞI KORUNMASI

### *Protection of The Workplace Union Representative Against Termination in Collective Labor Law*

Nezihe Binnur TULUKCU\*

#### ÖZ

İşyeri sendika temsilcisinin temel görevleri, 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nda "işyeri ile sınırlı olmak kaydı ile işçilerin dileklerini dinlemek ve şikâyetlerini çözümlmek, işçi ve işveren arasındaki iş birliğini, çalışma barışını ve uyumunu sağlamak, işçilerin hak ve çıkarlarını gözetmek ve iş kanunları ile toplu iş sözleşmelerinde öngörülen çalışma şartlarının uygulanmasına yardımcı olmak" şeklinde düzenlenmiştir.

İşyeri sendika temsilcisi görev ve yetkilerinin gereğini yerine getirirken işini kaybetme korkusu olmamalı ve herhangi bir baskıya maruz kalmamalıdır. Bu açıdan bu işçilerin iş ilişkisinin devamında feshe karşı korunması ve buna ilişkin özel olarak güvence altına alınması büyük öneme sahiptir. İşveren, işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesini haklı bir neden olmadıkça ve nedenini yazılı olarak açık ve kesin şekilde belirtmedikçe feshedemez. Fesih bildirimini tebliği tarihinden itibaren bir ay içinde, temsilci veya üyesi bulunduğu sendika dava açabilir. Temsilcinin işe iadesine karar verilmesi halinde, fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakları ödenir.

**Anahtar Kelimeler:** Sendikal Güvenceler, İşyeri Sendika Temsilcisi, Feshe Karşı Koruma, Haklı Nedenle Fesih, İşe İade Davası.

#### ABSTRACT

The main duties of the workplace union representative are, in the Law on Trade Unions and Collective Bargaining No. 6356, "to listen to the wishes of the workers and to resolve their complaints, to ensure the cooperation, work peace and harmony between the worker and the employer, to observe the rights and interests of the workers and to work to assist the implementation of the working conditions stipulated in the laws and collective bargaining agreements".

The workplace union representative should not be afraid of losing his job and should not be exposed to any pressure while fulfilling his duties and powers. In this respect, it is of great importance that these workers are protected against termination in the continuation of the employment relationship and that they are specifically guaranteed. The employer cannot terminate the employment contract of the workplace union representative unless there is a justified reason and the reason is clearly and precisely stated in writing. The representative or the union of which he is a member can file a lawsuit within one month following the notification of the notice of termination. In the event that the reinstatement of the representative is decided, the termination shall be deemed invalid and the wages and other rights shall be paid between the date of termination and the finalization date of the decision, provided that the term of representation is not exceeded.

**Key Words:** Union Guarantees, Workplace Union Representative, Protection Against Termination, Termination for Just cause, Reemployment Case.

#### GİRİŞ

İşyeri sendika temsilcisinin güvencesi 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun 24. maddesinde düzenlenmiştir. İşveren, işyeri sendika temsilcilerinin iş sözleşmelerini haklı bir neden olmadıkça ve nedenini yazılı olarak açık ve kesin şekilde belirtmedikçe feshedemez. Fesih bildirimini tebliği tarihinden itibaren bir ay içinde, temsilci veya üyesi bulunduğu sendika dava açabilir.

Temsilcinin işe iadesine karar verilmesi halinde, fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakları ödenir. Kararın

---

\*Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, btulukcu@selcuk.edu.tr Orcid: 0000-0001-7909-4297

kesinleşmesinden itibaren altı işgünü içinde temsilcinin işe başvurması şartıyla, altı işgünü içinde işe başlatılmaması hâlinde, iş ilişkisinin devam ettiği kabul edilerek ücreti ve diğer hakları temsilcilik süresince ödenmeye devam edilir. Bu hüküm yeniden temsilciliğe atanma hâlinde de uygulanır. İşveren tarafından, sendika temsilcisinin işe başlatılmaması, işveren temerrüdü olarak kabul edilmektedir. Feshin geçersizliğinin tespiti ile birlikte, sözleşme kesintisiz devam etmiş olmakta, edimi haklı bir neden olmadan kabulden kaçınan işverenin temerrüdü ortaya çıkmaktadır. İşverenin temerrüdü nedeniyle, işveren sendika temsilcisinin ücretini ve diğer haklarını temsilcilik süresince ödemek zorundadır.

6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu m.24 ile işyeri sendika temsilcilerine “feshe karşı koruma” ve “işyeri değişikliğine karşı koruma” olmak üzere iki farklı güvence öngörülmüştür. Çalışmamızda öncelikle işyeri sendika temsilcisinin atanması, görev ve yetkileri ele alınmış, sonra Kanun ile özel olarak hükme bağlanan feshe karşı güvence öğretisi görüşleri ve yargı kararları ile birlikte değerlendirilmiştir.

## I. İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİSİNİN ATANMASI, GÖREV VE YETKİLERİ

İşyeri sendika temsilcisi atama yetkisi, toplu iş sözleşmesi yapma yetkisi kesinleşen işçi sendikasına aittir (STİSK.27/1). Sendika işyerinde temsilci olarak atadığı üyelerinin kimliklerini on beş gün içinde işverene bildirir. Bunlardan biri baş temsilci olarak seçilir (STİSK.27/1).

Temsilcilik görevi, sendikanın yetkisi devam ettiği sürece devam eder (STİSK.27/1). Bu nedenle işyeri sendika temsilcisi atamış olan sendikanın toplu iş sözleşmesinin sona ermesinden sonra da toplu iş sözleşmesi yapma yetkisi devam ediyorsa, işyeri sendika temsilciliği sıfatı buna bağlı olarak devam eder. Yeni yapılacak toplu iş sözleşmesi yetkisinin bir başka sendikaya ait olması halinde ise, toplu iş sözleşmesinin sona ermesi ile birlikte sendika temsilcisinin görevi de sona erer<sup>1</sup>.

İşyeri sendika temsilcilerinin görevleri STİSK.27/3'te düzenlenmiştir. Buna göre, “İşyeri sendika temsilcileri ve baş temsilcisi; işyeri ile sınırlı olmak kaydı ile işçilerin dileklerini dinlemek ve şikâyetlerini çözümlenmek, işçi ve işveren arasındaki iş birliğini, çalışma barışını ve uyumunu sağlamak, işçilerin hak ve çıkarlarını gözetmek ve iş kanunları ile toplu iş sözleşmelerinde öngörülen çalışma şartlarının uygulanmasına yardımcı olmakla görevlidir.”<sup>2</sup>

Sendika temsilcisi, belirtilen bu görevlerinin dışında, Yıllık Ücretli İzin Yönetmeliği'nin 15. maddesine göre İzin Kurulunda, İş Sağlığı ve Güvenliği Kurulları Hakkında Yönetmeliğin 6. maddesi uyarınca bu kurulda yer alır; toplu iş sözleşmeleri, sendika tüzüğü ve yönetmelikleri ile de işyeri sendika temsilcilerine çeşitli görev ve yetkiler verilebilir<sup>3</sup>. İşyeri sendika temsilcileri tüm bu görevleri yerine getirirken ve yetkileri kullanırken iş disiplinini bozmamak ve işyerindeki işleri aksatmamak zorundadırlar (STİSK.27/4)<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Sur, Melda, İş Hukuku Toplu İlişkiler, 10.B., Ankara 2022, 74 vd.; Demir, Fevzi, “İşyeri Sendika Temsilciliği”, Prof. Dr. Nuri Çelik'e Armağan, C. II, İstanbul 2001, 1555 vd.; Akyiğit, Ercan, Toplu İş Hukuku,, Ankara 2021, 346; Aynı Yazar, “Sendika İşyeri Temsilciliği İşyerindeki İşçi Sayısına Endeksli Midir?”, Kamu İş, 1994/3, 63; Erkul, İhsan, “İşyeri Sendika Temsilcisi, Tayini ve Teminatı Meselesi”, EAÜİİBFD., 1986/1, 207, 208; Kutal, Metin, “Yeni Sendikalar Yasasında Sendika Üyeliği, Yöneticiliği ve Temsilcinin Güvencesi”, İktisat ve Maliye D., C. XXX, 1983/9, 355; Tuncaç, A. Can, “2821 Sayılı Sendikalar Kanunu Hükümlerine Göre İşyeri Sendika Temsilciliği”, İktisat ve Maliye D., C. XXXII, 1985/13, 147; Centel, Tankut, “6356 Sayılı Yasa Karşısında İşyeri Sendika Temsilciliği”, Sicil İş Hukuku Dergisi, 2014/31, 7 vd.; Taşkent, Savaş, “İşyeri Sendika Temsilciliği, İş Hukukunun Ulusal ve Uluslararası Temel ve Güncel Konuları”, Ankara 1993, 273; Aynı Yazar, “Temsilcilerin Yasal Görevleri ve Sendikal Sorumlulukları”, Basisen İşyeri Sendika Temsilcileri Eğitim Semineri, 1998, 71.

<sup>2</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Mollamahmutoğlu, Hamdi/Astarlı, Muhittin/Baysal, Ulaş, İş Hukuku, 7.B., Ankara 2022, 1136 vd.; Çelik, Nuri/Canıkıoğlu, Nurşen/Canbolat, Talat/ Özkaraca, Ercüment, İş Hukuku Dersleri, 35.B., İstanbul 2022, 850 vd.

<sup>3</sup> Arıcı, Kadir, Türk İş Hukuku II Toplu İş İlişkileri Hukuku, Ankara 2022, 120,121; Sur, 189; Taşkent, 274.

<sup>4</sup> Ertürk, Şükran, İşyeri Sendika Temsilciliği ve Güvencesi, Legal İHSGHD., 2007/13, 11 vd.; Yürekli, Sebahattin, “İşyeri Sendika Temsilcilerinde Olması Gereken Nitelikler”, Legal İHSGHD., 2007/13, 35 vd; Aynı Yazar, İşyeri Sendika Temsilciliği ve Güvencesi, İstanbul 2004, 119 vd.; Göktepe, Seracettin, “İşyeri Sendika Temsilcilerinin Teminatı”, Osman Güven Çankaya'ya Armağan, Ankara 2010, 307 vd.; İnciroğlu, Lütfi, “Yeni Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nda İşyeri Sendika Temsilciliğinin Güvencesi”, Çalışma ve Toplum, 2013/1, 65 vd.; Sur, 189,190; Centel, 7 vd.

Toplu iş sözleşmesi yapma yetkisi kesinleşen sendikanın kaç kişiyi işyeri sendika temsilcisi olarak atayabileceği STİSK.27/1'de gösterilmiştir. Buna göre sendika işyerinde işçi sayısı,

- Elliye kadar ise bir,
- Elli bir ile yüz arasında ise en çok iki,
- Yüz bir ile beş yüz arasında ise en çok üç,
- Beş yüz bir ile bin arasında ise en çok dört,
- Bin bir ile iki bin arasında ise en çok altı,
- İki binden fazla ise en çok sekiz

İşyeri sendika temsilcisini işyerinde çalışan üyeleri arasından atayarak on beş gün içinde kimliklerini işverene bildirir. Toplu iş sözleşmesi ile, bu sayıların üstünde temsilci atanacağı kararlaştırılmaz<sup>5</sup>.

## II. İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİSİNİN FESHE KARŞI GÜVENCESİ

### A. GENEL OLARAK

İşveren, işyeri sendika temsilcilerinin iş sözleşmelerini haklı bir neden olmadıkça ve nedenini yazılı olarak açık ve kesin şekilde belirtmedikçe feshedemez. Fesih bildirimının tebliği tarihinden itibaren bir ay içinde, temsilci veya üyesi bulunduğu sendika dava açabilir (STİSK.24/1). Bir aylık süre hak düşürücü süredir. Bu süre geçtikten sonra temsilcinin veya üyesi bulunduğu sendikanın dava açma hakkı düşer. Hâkim de davanın süresi içinde açılıp açılmadığını kendiliğinden dikkate alır<sup>6</sup>. Sendika temsilcisinin iş sözleşmesi, nedeni yazılı olarak açık ve kesin bir şekilde belirtilmek suretiyle feshedilebilir; hükümde düzenlenen bu usul, geçerlilik koşuludur. Buna göre bu usule uyulmadan sözleşmenin feshedilmesi halinde STİSK.24/3 gereğince, feshin geçersizliği söz konusu olacaktır<sup>7</sup>.

Bu hükme göre işyeri sendika temsilcisinin belirli veya belirsiz süreli iş sözleşmesi ancak haklı nedenle feshedilebilir. İşyeri sendika temsilcisi güvencesi gereğince, 6356 sayılı Kanun'a göre işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesini geçerli nedenle feshedilemez; ancak geçerli nedene ilişkin olumsuzluk feshe ilişkin haklı neden sayılabilecek nitelikte ise, temsilcinin sözleşmesi feshedilebilecektir.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> Narmanlioğlu, Ünal, "İşyeri Sendika Temsilcileri", DEÜHFD, C. 3, S. 1-4, Ankara 1988, 45; Akyiğit, 262; Çelik/Caniklioğlu/Canbolat/Özkaraca, 857; Çoban, Nazlı, İşyeri Sendika Temsilcisinin Feshe Karşı Korunması, Ankara Barosu Dergisi, 2020/1, 101 vd.

<sup>6</sup> Şahlanan, Fevzi, İşyeri Sendika Temsilcisinin Güvencesi, Sicil İş Hukuku Dergisi, 2013/29, 145 vd.

<sup>7</sup> "İş güvencesi kapsamındaki işçilerin iş akitlerinin geçersiz veya haksız feshinde yargı organı tarafından verilen karar gerçek (mutlak) bir geçersizlik olmayıp, taşıdığı özellikler nedeniyle (başvuru ve işe davet) kendine özgü bir geçersizlik niteliği taşır. Buna karşılık temsilcilerin iş akitlerinin haklı bir neden olmaksızın feshedilmesi halinde yargı organı tarafından verilen karar, kesinleşmesiyle hemen devreye giren, mutlak anlamda ve genel hükümlere uygun bir geçersizliktir. Zira kesinleşme ile işveren feshi ortadan kalkar ve işveren boşta geçen tüm süre için ücret ve diğer hakları öder (Şüzek. S. İş Hukuku. 11. Bası. s. 680). Görüldüğü üzere 6356 sayılı Kanun'un 24. maddesinde düzenlenen sendika temsilciliğinin güvencesine dayanılarak açılan işe iade davası ile, 6356 sayılı Kanun'un 25. maddesinde düzenlenen sendika özgürlüğünün güvencesine dayanılarak açılan davanın uygulanma şartları ve sonuçları birbirinden farklıdır. Elbette sendika temsilcisi 24. madde yerine 25. madde hükümlerinin uygulanmasını isteyerek dava açabilecektir. Ancak her iki hükmün amacı, uygulanma şartları ve sonuçları farklı olduğundan, Dairemiz uygulamasına göre karma talepli açılmaz ve karma uygulanamaz. Bu bakımdan dava dilekçesinde hem 6356 sayılı Kanun'un 24/3 maddesinin uygulanmasını hem de 6356 sayılı Kanun'un 25. maddesi uyarınca tazminat talep eden davacıya öncelikle "sendika işyeri temsilciliğinin güvencesi"ni düzenleyen 24. maddenin mi uygulanmasını yoksa koşulları farklı 25. maddenin mi uygulanmasını istediği hususu açıklattırdıktan sonra esasa girilerek değerlendirme yapılması için kararın bozulması gerekmiştir.", Y9HD., 21.01.2016, 25304/1474. "Yapılan yargılamaya ve dosya kapsamına göre davacının iş sözleşmesi davalı işveren tarafından 22.10.2013 günlü yazılı fesih bildirimini ile çalışmalarda beklenen verimi karşılayamadığı, yönetici ve çalışanlara uyum sağlayamadığından İş Yasası 17. madde hükümleri gereğince fesih edildiği anlaşılmış ise de, davacının 4857 Sayılı Yasanın 19. maddesi gereğince hakkındaki iddialara karşı yazılı olarak uyarılıp, savunmasının alınmadığı, fesih gerekçesinin 4857 Sayılı Yasanın 25. maddesinde belirtilen haklı fesih sebeplerine uygun olmadığı, zira işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesinin feshinin 6356 Sayılı Yasanın 24. maddesi gereğince haklı sebeplere dayalı olarak fesih edilmesi gerekeceğinden davacının iş sözleşmesinin feshinin geçersizliğine karar vermek gerekmiştir.", Y22HD., 11.05.2015, 12446/16971.

<sup>8</sup> Alpagut, Gülsevil, 6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun Sendikalara İlişkin Hükümlerinin Değerlendirilmesi, İş Hukukunda Güncel Sorunlar (3), Ankara 2013, 127.

## B. HAKLI NEDENLE FESİH VE İŞE İADE DAVASI

Haklı nedenle fesih kavramının İş Kanunu'nda düzenlenen bildirimli fesih hakkı ile sınırlı olup olmadığının değerlendirilmesi gerekir. İşveren, işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesini ancak İş Kanunlarında veya Borçlar Kanunu'nda düzenlenen haklı nedenlerle feshedebilir<sup>9</sup>. TBK.437/2'ye göre ise, işverenden dürüstlük kurallarına göre iş ilişkisini sürdürmesi beklenemeyen bütün durum ve koşullar da haklı sebep olarak kabul edilmelidir<sup>10</sup>. İşyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesi haklı nedenler dışında ve haklı neden ağırlığında olmayan geçerli nedenlerle feshedilemez.

İşyeri sendika temsilcisinin güvencesine ilişkin m.24'te belirtilen haklı nedenle fesih kavramını, İşK.25/II ile sınırlamak, sözleşmenin bildirimli fesih yolu ile sona erdirilemeyeceği anlamına gelir. STİSK m.24'te ifade edilen "haklı sebep" kavramı, bildirimli fesih ile sınırlı olmayıp, işveren tarafından yapılan hem bildirimli hem de bildirimli tüm fesihler açısından geçerli olmalıdır. Ayrıca, haklı sebep belirlenirken de İşK.25/II'de sayılan haklı sebeplerle sınırlandırılmamalı, somut olayın özellikleri göz önünde tutulmak suretiyle dürüstlük kuralı gereğince haklı sayılabilecek bir nedenin varlığı değerlendirilmelidir. Buna göre, her somut olayda haklı nedenin bulunup bulunmadığı hâkim tarafından tespit edilecektir<sup>11</sup>.

Hükümde, işveren tarafından iş sözleşmesinin haklı bir sebep olmadıkça ve sebebini yazılı olarak kesin bir şekilde belirtmedikçe feshedilemeyeceği ifade edildiğinden, haklı sebebin varlığını ispat yükü işverene aittir. Dolayısıyla işveren fesih sırasında yazılı olarak bildirdiği haklı sebeple bağlıdır. Dava sırasında dayandığı haklı sebebi değiştiremez veya başka bir haklı sebep ileri süremez; işyeri sendika temsilcisinin açtığı davada işveren fesih sırasında dayandığı haklı sebebi ispatlamakla yükümlüdür<sup>12</sup>.

Dava basit yargılama usulüne göre sonuçlandırılır. İş Mahkemeleri Kanunu ile değiştirilmeden önce, STİSK.24/2 hükmünde "Mahkemece verilen kararın temyizi hâlinde Yargıtay kesin olarak karar verir" ifadesine yer verilmekteydi. Kanun'un 31. maddesi ile bu konuda değişiklik yapılmıştır. Buna göre, "6356 sayılı Kanununun 24'üncü maddesinin ikinci fıkrasının ikinci cümlesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir. "Mahkemece verilen karar hakkında istinaf yoluna başvurulması halinde bölge adliye mahkemesi kesin olarak karar verir.". Hükümün gerekçesine göre ise, "Madde ile, 20 Temmuz 2016 tarihinde bölge adliye mahkemelerinin faaliyete geçtiği ve 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanununda öngörülen istinaf kanun yoluna ilişkin hükümlerin uygulanmaya başladığı dikkate alınarak, 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanununun 24'üncü maddesinde uyum düzenlemesi yapılmaktadır. Bu kapsamda işyeri sendika temsilciliğinin güvencesini sağlamak amacıyla açılan davada, ilk derece mahkemesince verilen karara karşı gidilebilecek kanun yoluna ilişkin hüküm sevk edilmektedir. Bu düzenleme Kanunun

<sup>9</sup> Mollamahmutoğlu/Astarlı/Baysal, 1139.

<sup>10</sup> Sur, 67; Akyiğit, 473. "... SenTİSK m.24 işverenin fesih yetkisini bildirimli fesihle sınırlayıcı bir düzenlemeye sahip bulunmamakta, feshin her türüne de uygulanabilecek bir anlatıma sahip bulunmaktadır. Dolayısıyla konuyu feshin iki türü bakımından ayrıca ele almak uygun olur.", Narmanlıoğlu, Ünal, İş Hukuku II Toplu İş İlişkileri, 2.B., İstanbul 2013, 268.

<sup>11</sup> "Esasen hayat olayı olarak nelerin haklı neden sayılabileceğini önceden tahdidi biçimde belirlemek mümkün değildir. Böyle bir anlayış haklı neden kavramıyla da bağdaşmaz, olayın özelliğine göre olayda haklı nedenin bulunup bulunmadığı somut olayda yargıç tarafından değerlendirilmelidir. Nitekim Türk Borçlar Kanunu'nun Hizmet Sözleşmesinin Feshinde "Haklı Sebepler" başlıklı 435'inci maddesinde haklı sebep kavramı "Sözleşmeyi fesheden taraftan, dürüstlük kurallarına göre hizmet ilişkisini sürdürmesi beklenemeyen bütün durum ve koşullar haklı sebep sayılır" şeklinde tanımlanmıştır. Hal böyle olunca, haklı sebep sayılan hal ve durumların İşK. md.25 ile sınırlı olmadığı açıktır. Öte yandan, gerçekten objektif olarak iş ilişkisinin sürdürülmesinin işverenden beklenemeyeceği bir durum söz konusu olduğu halde işverenin sözleşmeyi derhal fesih yerine, onelli fesih yoluna gittiği durumlarda da, temsilcinin işe iadesine karar verilmemelidir. Örneğin işyerinin tümüyle kapatılması durumu, buna örnek gösterilebilir.", Şahlanan, Fevzi, İşyeri Sendika Temsilcisinin Güvencesi, Tekstil İşveren Dergisi, Hukuk Eki, 2014/398, 3. "Kanunda tasrih edilen çerçevede yani "haklı sebep" anlamında ve derecesinde (İşK m.25/II) haklı sayılmasa bile, objektif olarak iş ilişkisinin devamını, sürdürülmesini engelleyen haklılığı kabul edilebilir. Bu itibarla tartışılmayacak, makul nedenlere dayalı olarak yapılan fesih bildirimli ile işveren işyeri temsilcisinin sözleşmesini feshettiğinde, artık temsilcinin işine iadesi söz konusu olmayacaktır. Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu m.24'ün amacı temsilcilik sıfatı dolayısıyla işçiyi korumaya yönelik bulunduğu göre, temsilcilik görevi dolayısıyla ya da bu görevi engellemek için yapılmış fesihlerin, şekli sebeplere rağmen geçersizliğinin kabul edileceğinden kuşku duyulamaz.", Narmanlıoğlu, Toplu İş İlişkileri, 269, dn. 611.

<sup>12</sup> Narmanlıoğlu, Toplu İş İlişkileri, 269; Sur, 68; Akyiğit, 269,270.



“Temyiz edilemeyen kararlar” başlıklı 8’inci maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde yapılan düzenlemenin de zorunlu bir sonucudur.”.

### C. İŞE İADE DAVASININ HUKUKİ SONUÇLARI

Temsilcinin işe iadesine karar verilmesi halinde, fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakları ödenir<sup>13</sup>. Kararın kesinleşmesinden itibaren altı işgünü içinde temsilcinin işe başvurması şartıyla, altı işgünü içinde işe başlatılmaması hâlinde, iş ilişkisinin devam ettiği kabul edilerek ücreti ve diğer hakları temsilcilik süresince ödenmeye devam edilir. Bu hüküm yeniden temsilciliğe atanma hâlinde de uygulanır (STİSK.24/3)<sup>14</sup>.

Temsilcilik süresini aşmaması koşuluyla temsilci, kararın kesinleşmesinden sonra altı işgünü içinde işverene başvurursa da, fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer haklara hak kazanır. İşveren tarafından işe başlatılıp başlatılmamasının da buna bir etkisi söz konusu olmaz<sup>15</sup>.

Kararın kesinleşmesi ile birlikte işe başlatılan temsilci işyerindeki çalışmasını sürdürmüş olacaktır. Böylece temsilcinin işe iadesine karar verilmesi halinde, kararın kesinleşmesinden itibaren, altı işgünü içinde, temsilci işe başvurursa, işveren işe başlatmasa da, temsilcilik süresinin sonuna kadar iş ilişkisinin devam ettiği kabul edildiğinden, bu süreye ilişkin ücret ve diğer haklarının ödenmeye devam edilmesinin yanında, işveren temsilcinin işyerine girerek temsilcilik faaliyetlerinde bulunmasına da

<sup>13</sup> “Sendika işyeri temsilcisi ve amatör sendika yöneticisi için getirilen bu düzenleme, onlar için güvence getiren özel bir düzenlemedir. 4857 sayılı Kanun’un iş güvencesine ilişkin hükümlerde feshin geçersizliği, geçersiz bir fesih işlemine bağlanırken, sendika işyeri temsilcileri ve son fıkra gereği amatör yöneticiler için feshin haksız olması, haklı nedene dayanmaması yeterli kabul edilmektedir. Kısaca sendika temsilcilerinin iş sözleşmesi ancak haklı neden olduğunda feshedilmelidir. Bu kişiler açısından geçerli neden feshin geçersizliğini ortadan kaldırmayacaktır. Diğer taraftan sendika temsilcileri için boşta geçen süre için 4857 sayılı Kanun’daki 4 aylık azami süre sınırlaması kaldırılmış ve temsilcilik süresini, aşmamak kaydı ile fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer haklarının ödeneceği belirtilmiştir. Temsilcilik veya yöneticilik süresini aşmayacak boşta geçen süre için ödenecek ücret ve haklar İş Kanunu’ndaki düzenlemenin aksine işe başvuru şartına da bağlı değildir. Ayrıca en temel farklılıklarından biri temsilci veya amatör yönetici işe başlatılmak için başvurduğunda, başlatılmadığı takdirde işe başlatmama tazminatı yerine iş ilişkisinin başvurma ile devam ettiği kabul edilerek temsilcilik veya yöneticilik görevi süresince ücret ve diğer haklarının ödenmesinin öngörülmesidir. Ayrıca işe başvuru süresi 4857 sayılı Kanun’da 10 iş günü iken, bu süre sendika temsilcisi veya amatör yönetici için 6 iş günü olarak belirlenmiştir. Belirtmek gerekir ki temsilci veya yöneticinin iş sözleşmesinin feshinin geçersizliğine karar verildiğinde, yasanın düzenlemesi gereği feshin sonucuna bağlandığı için talep olsun veya olmasın, boşta geçen süre için ücret ve diğer hakların ödenmesi gerektiğinin tespitine karar verilmesi gerekir. Bu düzenleme taleple bağlılık kuralının istisnasıdır. Somut uyuşmazlıkta amatör sendika yöneticisi olan davacının iş sözleşmesi haklı neden olmadan feshedildiğinden, mahkemece feshin geçersizliğine ve davacının işe iadesine karar verilmesi, 6356 sayılı Kanun’un 24. maddesi uyarınca da isabetlidir. Ancak boşta geçen süre ücret ve işe başlatmama tazminatı yönünden anılan madde hükümleri yerine, 4857 sayılı Kanun’un 21. madde hükümlerinin dikkate alınarak hüküm kurulması hatalıdır. Yukarıda belirtildiği gibi anılan madde uyarınca temsilcilik (yöneticilik) süresini, aşmamak kaydı ile fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer haklarının ödenmesine, başvuru ile temsilcilik veya yöneticilik süresi devam ettiği takdirde iş ilişkisi devam edeceğinden işe başlatmama sonuca etkili olmadığından işe başlatmama tazminatına karar verilmesine yer olmadığına, bunun yerine madde uyarınca ücret ve diğer haklarının ödenmesi gerektiğinin tespitine karar verilmesi gerekir.” Y22HD., 06.02.2017, 33409/1107. Mahkeme tarafından feshin kanuna uygun olduğunu kabul edilirse, fesih geçerli hale gelir. “... mahkeme dava sonunda feshin kanuna uygun bulunduğuna kanaat getirmişse davanın reddine yani dolayısıyla işverence yapılan feshin geçerliliğine karar verecektir. Bu şekilde bir karar karşısında fesih işleminin Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanununun 24’üncü maddesi çerçevesinde tartışılması da artık bundan böyle mümkün olmayacaktır. Zira mahkemenin bu çerçevede verdiği kararın kesin olduğu kanunda açıkça belirtilmiş bulunmaktadır.”, Narmanlıoğlu, Toplu İş İlişkileri, 272.

<sup>14</sup> “... Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu’nun 24/3. maddesinde, işyeri sendika temsilcisinin işe iadesine karar verilmesi halinde, boşta geçen süre için temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakların ödeneceği belirlenmiştir. Davacının işyeri sendika temsilcisi olmasına göre, mahkemece, anılan Kanun maddesi nazara alınmaksızın, boşta geçen süre için yazılı şekilde kararın kesinleşmesine kadar en çok dört aya kadar ücret ve diğer hakların ödeneceğinin hüküm altına alınmış olması hatalıdır.” Y22HD., 22.10.2013, 26981/22045, karar metni ve incelemesi için bkz. Şahlanan, Güvence, 2 vd.

<sup>15</sup> “Feshin geçersizliğini tespit eden mahkeme kararının kesinleşmesinden sonra altı iş günü içerisinde işe başlatılmak üzere işverene başvurmasa da temsilci, boşta geçen sürenin ücretine hak kazanacaktır.” Mollamahmutoğlu/Astarlı/Baysal, 1141. Aynı yönde, Çelik/Caniklioğlu/Canbolat/Özkaraca, 859.



engel olamayacaktır. Bu durumda işe başlatılmayan temsilciye, yeniden atanma hali de dâhil olmak üzere, temsilcilik devam ettiği sürece ücret ve diğer hakları ödenecektir<sup>16</sup>.

Mahkeme tarafından feshin geçersizliğine ve işe iadesine karar verilmesi halinde, sendika temsilcisi süresinde işe başlamak için başvurmuş olsa da, işveren tarafından işe başlatılmaması halinde işe başlatılmama tazminatı söz konusu olmaz. Nitekim İŞK.21 gereğince, işveren tarafından işçinin işe başlatılmaması, yeni bir fesih olarak kabul edilmektedir; işveren bu feshin hukuki sonuçları ve iş güvencesi tazminatı ödemek zorundadır. Ancak STİSK.24'te, işyeri sendika temsilcisinin işe başlatılmaması, yeni bir fesih olarak kabul edilmemekte; dolayısıyla işe başlatılmama tazminatı söz konusu olmamaktadır. İşveren tarafından, sendika temsilcisinin işe başlatılmaması, işveren temerrüdü olarak kabul edilmektedir.

Feshin geçersizliğinin tespiti ile birlikte, sözleşme kesintisiz devam etmiş olmakta, edimi haklı bir neden olmadan kabulden kaçınan işverenin temerrüdü ortaya çıkmaktadır. İşverenin temerrüdü nedeniyle, işveren sendika temsilcisinin ücretini ve diğer haklarını temsilcilik süresince ödemek zorundadır. Yeni temsilci seçilmesi halinde de, temerrüdün devam ettiği kabul edilmelidir. Yargıtay eski tarihli bir kararında, işveren tarafından iş sözleşmesi feshedilen sendika temsilcisinin, işe iade davası sonrasında işe başlatılmaması halinde ödenen haklarının farazi bir hizmet karşılığında ücret niteliğinde olduğu gerekçesi ile prim kesilmesi gerektiğini kabul etmiştir<sup>17</sup>.

Mahkeme tarafından feshin geçersizliğine ve işe iadesine karar verilen sendika temsilcisinin süresi içinde işverene başvurmaması halinde, bunun hukuki sonucuna ilişkin STİSK.24'te bir açıklık bulunmamaktadır. İşçinin kesinleşen mahkeme kararının tebliğinden itibaren altı iş günü içinde işe başlamak için işverene başvurmaması, iş sözleşmesinin işçi tarafından feshi yani istifa olarak kabul edilebilir. Nitekim mahkemenin feshin geçersizliğini tespit etmesi halinde, iş ilişkisi hiç kesintiye uğramamış gibi devam ettiğinden, işe başlamak için başvurmaması, başvurmadan vaz geçmesi veya başvurduktan sonra işverenin işe davetine rağmen işe başlamaması halinde, sözleşmeyi sona erdirme iradesi işçiden kaynaklanmış olmaktadır. Bu durumda sendika temsilcisinin fesih tarihi ile kararın kesinleştiği tarih arasındaki boşta geçen süreye ilişkin ücreti talep hakkı saklıdır<sup>18</sup>.

İşyeri sendika temsilcisinin işe başlatılmaması halinde, işverenin temerrüdü nedeniyle ödenecek ücretten, TBK.408 gereğince indirim yapılmaması gerekir. Nitekim bu hükme göre, işçinin yapmaktan kurtulduğu giderler ile başka bir iş yaparak kazandığı veya kazanmaktan bilerek kaçındığı yararlar ücretinden indirilir. Ancak işyeri sendika temsilcisinin güvencesine ilişkin STİSK.24 hükmü, özel bir hükümdür; dolayısıyla bu güvencenin tam anlamıyla sağlanabilmesi ve işvereni temsilciyi işe başlatma konusunda zorlayabilmesi gerekçesiyle, boşta geçen süre ücretinde ve işe başlatılmaması halinde ödenecek ücrette, bu nitelikte bir indirim yapılmamalıdır<sup>19</sup>.

İşyeri sendika temsilcisinin güvencesine ilişkin STİSK.24 hükmünün etkili bir güvence sağladığı kabul edilebilir; ancak iş sözleşmesi temsilcilik süresinin bitmesinden kısa bir süre önce feshedilmişse ve işçi yeniden temsilci olarak atanmamışsa veya bu mümkün olmamışsa veya temsilcilik süresi bitmek üzere olan işçi yeniden temsilci olmak veya işe geri dönmek istemiyorsa, STİSK.25 hükmünden yararlanabilir<sup>20</sup>.

<sup>16</sup> "6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun 24/3. maddesinde, "Temsilcinin işe iadesine karar verilirse fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakları ödenir. Kararın kesinleşmesinden itibaren altı iş günü içinde temsilcinin işe başvurması şartıyla, altı iş günü içinde işe başlatılmaması halinde, iş ilişkisinin devam ettiği kabul edilerek ücreti ve diğer hakları temsilcilik süresince ödenmeye devam edilir. Bu hüküm yeniden temsilciliğe atanma halinde de uygulanır." hükmü düzenlenmiş olup, davacı işçinin işyeri sendika temsilcisi olmasına göre, mahkemece, boşta geçen süre ücreti ve diğer hakların belirlenmesinde anılan Kanun maddesinin nazara alınmaması hatalıdır.", Y22HD., 17.02.2015, 107/5152.

<sup>17</sup> Y10HD., 13.06.2000, 2921/4359.

<sup>18</sup> Mollamahmutoğlu/Astarlı/Baysal, 1141

<sup>19</sup> Mollamahmutoğlu/Astarlı/Baysal, 1143.

<sup>20</sup> "Kanunun öngördüğü koruma temsilcilik süresinin devamınca söz konusudur. İşveren tarafından işe başlatılmayan temsilcinin temsilcilik süresi sona ererse, bu durum işveren feshini geçerli hale getirmez.", Mollamahmutoğlu/Astarlı/Baysal, 1144.

Nitekim temsilcinin süresi içinde dava açmaması halinde de aynı durum söz konusu olmaktadır. Temsilci, STİSK.24'te düzenlenen güvenceden yararlanmak istemiyorsa, STİSK.25 hükmünden veya iş güvencesine ilişkin genel hükümlerden yararlanabilmesi mümkündür<sup>21</sup>.

Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu m.27/4'te ise işverenin işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesini feshetmek yerine çalışma koşullarını esaslı bir şekilde aleyhe değiştirmesini ve böylece temsilciyi sözleşmeyi feshe zorlamasını önlemeye yönelik isabetli bir hüküm getirilmiştir. Bu hükme göre işveren, yazılı rızası olmadıkça işyeri sendika temsilcisinin işyerini değiştiremez veya işinde esaslı tarzda değişiklik yapamaz. Aksi hâlde değişiklik geçersiz sayılır<sup>22</sup>. Değişiklik önerisini kabul etmeyen temsilci, çalışmadığı süre için ücret ve diğer haklarını işverenin temerrüdü hükümlerine göre işverenden isteyebilir (TBK.408). İş sözleşmesi veya işyerinde yürürlükte bulunan toplu iş sözleşmesi ile işverenin çalışma koşullarında tek taraflı değişiklik yapabileceği kararlaştırılmış olsa da işveren, temsilcinin iş veya işyeri değişikliğini ancak temsilcinin yazılı onayı ile yapabilir<sup>23</sup>.

Temsilcinin, yazılı onayının bulunmadığı iş veya işyeri değişikliklerine ilişkin işverenin talimatlarına uyma yükümlülüğü yoktur. Bu sebebe bağlı olarak işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesinin işveren tarafından feshedilmesi halinde işyeri sendika temsilciliği güvencesi işlerlik kazanır<sup>24</sup>.

## SONUÇ

İşveren, işyeri sendika temsilcilerinin iş sözleşmelerini haklı bir neden olmadıkça ve nedenini yazılı olarak açık ve kesin şekilde belirtmedikçe feshedemez. Fesih bildiriminin tebliği tarihinden itibaren bir

<sup>21</sup> Alpagut, Gülsevil, "6356 Sayılı Kanun'un Avrupa Konseyi, AB ve ILO Normlarına Uyumu Açısından Değerlendirilmesi", 6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanununun Değerlendirilmesi, Kadir Has Hukuk Fakültesi, Seminer, Ankara 2013, 128.

<sup>22</sup> İşyeri sendika temsilcisinin rızası olmadan işyerinin değiştirilemeyeceğine ilişkin güvencesi olmasına karşın sendika üyesinin böyle bir güvencesi yoktur. "Davacı işçi sendika üyesi olmasına karşın işyeri sendika temsilcisi değildir. Davacının iş ve işyerinin değiştirilmesi işverenin yönetim hakkı kapsamında olup davada bunun hukuka aykırı olduğunun tespiti de talep edilmediğinden mahkemece davacının iş ve işyeri değişikliği işleminin iptaline ilişkin talebin reddi gerekirken kabulü hatalıdır." Y9HD., 11.02.2014, 47/3977.

<sup>23</sup> Y9HD., 25.05.2005, 11081/19435, karar metni ve incelemesi için bkz. Demir, Fevzi, "Temsilcinin İş ve İşyeri Değişikliği ile Görev Süresi", Sicil İş Hukuku Dergisi, 2007/5, 101 vd.

<sup>24</sup> "Taraflar arasında işyeri sendika temsilcisinin rızası alınmadan görev yerinin değiştirilmesi halinde bu değişikliğin iptalinin istenip istenemeyeceği noktasında uyuşmazlık vardır. Uyuşmazlığın normatif kaynağı, 2821 sayılı Sendikalar Kanununun 30/son maddesidir. Bu hükme göre işveren yazılı rızası olmadıkça işyeri temsilcisinin çalıştığı işyerini değiştiremez veya işinde esaslı bir değişiklik yapamaz. Aksi halde değişiklik geçersiz sayılır.", Y9HD., 13.02.2012, 38885/3389. "Dosya içeriğine göre sendika üyesi olan ve toplu iş sözleşmesinden yararlanan davacı işçinin görev yeri ve işi değiştirilmiştir. Davacı görevlendirmenin yapıldığı tarih itibarıyla sendika işyeri temsilcisi olmadığı gibi toplu iş sözleşmesinde iş ve işyeri değişikliği işlemine karşı yargı yoluna gidilebileceğine dair ayrı bir hükme yer verilmemiştir. O nedenle davacının iş ve işyeri değişikliği işleminin iptalini isteme hakkı bulunmamaktadır.", Y7HD., 17.12.2013, 11077/22419. "Yazılı muvafakati alınmadan ve geçerli bir sebebe dayanmayan işyeri sendika temsilcisine ilişkin işlemin iptaline ve temsilcinin eski işyerine iadesine...", Y9HD., 20.11.2003, 19237/19592, Legal İHSGHD., 2004/2, 674. "... işyeri sendika temsilcisinin bu görevi süresince başka işyerine nakil suretiyle güvencesinin ortadan kaldırılmaması gerekir. Her ne kadar mahkemece kabul edildiği üzere anılan yasanın metninde bu güvence işverenin fesih işlemi ile sınırlı olarak düzenlenmiş ise de, Dairemizin yerleşik uygulamasına göre işyeri değişikliği sonucu sendika işyeri temsilcisini yasanın öngördüğü güvence dışında bırakmak yasanın amacına aykırı düşecektir. Bu nedenle gerek 2821 sayılı Kanunun 30. maddesi ve gerek Toplu İş Sözleşmesinin 26. maddesi hükümlerine aykırı olarak davacının işyeri sendika temsilciliği görevini sona erdiren nakil işlemine karşı açılan davanın esasının incelenmesi gerekirken yazılı şekilde reddi hatalıdır.", Y9HD, 30.01.2002, 16796/1738, YKD, Temmuz 2002, 1034; "Temsilcinin işyerinin ve işinin haksız olarak değiştirilmesi nedeniyle işveren vekillerine hakaret etmesi ahlak ve iyiniyet kurallarına aykırı bir davranıştır. Toplu iş sözleşmesinde buna karşı yevmiye kesme cezası öngörülmesi iş sözleşmesinin feshini haksız hale getirir, ancak geçerli hale getirmesini ortadan kaldırmaz.", Y9HD, 19.07.2006, 16065/20340, Çalışma ve Toplum, 2006/4, 169-172. "İş ve işyeri değişikliği işverenin yönetim hakkı kapsamında kalmaktadır. İşverence bu yönde yapılan tasarrufların mahkeme tarafından iptali söz konusu değildir. Talep halinde ancak yapılan işlemin hukuka aykırı olup olmadığına karar verilebilir. Bu şekildeki bir iş ve işyeri değişikliği işyeri sendika temsilcisine uygulanması halinde hem mülga 2821 sayılı Sendikalar Kanununun 30/3 maddesi hem de 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanununun 24/4 maddesi uyarınca bu işlemin iptaline karar verilebilir", Y9HD., 11.02.2014, E. 2012/47 K. 2014/3977. "... sendika işyeri temsilcisi olarak göreviyle ilgili girişimlerde bulunduğu, işvereni, Bölge Çalışma Müdürlüğü'ne şikâyet ettiği, bunun üzerine işyeri değiştirilip psikolojik tacize uğradığı anlaşılmaktadır.", Y9HD., 11.6.2007, 32353/18337, karar metni ve incelemesi için bkz. Güzel, Ali/Ertan, Emre, İşyeri Sendika Temsilcisine Yönelik Psikolojik Taciz ve Kötüniyet Tazminatı, Çalışma ve Toplum, 2008/1, 149 vd.

ay içinde, temsilci veya üyesi bulunduğu sendika dava açabilir. İşyeri sendika temsilcisinin güvencesine ilişkin m.24'te belirtilen haklı nedenle fesih kavramını, İŞK.25/II ile sınırlamak, sözleşmenin bildirimli fesih yolu ile sona erdirilemeyeceği anlamına gelir. STİSK m.24'te ifade edilen "haklı sebep" kavramı, bildirimsiz fesih ile sınırlı olmayıp, işveren tarafından yapılan hem bildirimli hem de bildirimsiz tüm fesihler açısından geçerli olmalıdır. Haklı nedenle fesih kavramının İş Kanunu'nda düzenlenen bildirimsiz fesih hakkı ile sınırlı olup olmadığı değerlendirilmesi gerekir. İşveren, işyeri sendika temsilcisinin iş sözleşmesini ancak İş Kanunlarında veya Borçlar Kanunu'nda düzenlenen haklı nedenlerle feshedebilir.

Temsilcinin işe iadesine karar verilmesi halinde, fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakları ödenir. Kararın kesinleşmesinden itibaren altı işgünü içinde temsilcinin işe başvurması şartıyla, altı işgünü içinde işe başlatılmaması hâlinde, iş ilişkisinin devam ettiği kabul edilerek ücreti ve diğer hakları temsilcilik süresince ödenmeye devam edilir. Bu hüküm yeniden temsilciliğe atanma hâlinde de uygulanır.

Mahkeme tarafından feshin geçersizliğine ve işe iadesine karar verilen sendika temsilcisinin süresi içinde işverene başvurmaması halinde, bunun hukuki sonucuna ilişkin STİSK.24'te bir açıklık bulunmamaktadır. İşçinin kesinleşen mahkeme kararının tebliğinden itibaren altı iş günü içinde işe başlamak için işverene başvurmaması, iş sözleşmesinin işçi tarafından feshi yani istifa olarak kabul edilebilir. Nitekim mahkemenin feshin geçersizliğini tespit etmesi halinde, iş ilişkisi hiç kesintiye uğramamış gibi devam ettiğinden, işe başlamak için başvurmaması, başvurmaktan vaz geçmesi veya başvurduktan sonra işverenin işe davetine rağmen işe başlamaması halinde, sözleşmeyi sona erdirmeye iradesi işçiden kaynaklanmış olmaktadır. Bu durumda sendika temsilcisinin fesih tarihi ile kararın kesinleştiği tarih arasındaki boşta geçen süreye ilişkin ücreti talep hakkı saklıdır.

İşyeri sendika temsilcisinin işe başlatılmaması halinde, işverenin temerrüdü nedeniyle ödenecek ücretten, TBK.408 gereğince indirim yapılmaması gerekir. Nitekim bu hükme göre, işçinin yapmaktan kurtulduğu giderler ile başka bir iş yaparak kazandığı veya kazanmaktan bilerek kaçındığı yararlar ücretinden indirilir. Ancak işyeri sendika temsilcisinin güvencesine ilişkin STİSK.24 hükmü, özel bir hükümdür; dolayısıyla bu güvencenin tam anlamıyla sağlanabilmesi ve işvereni temsilciyi işe başlatma konusunda zorlayabilmesi gerekçesiyle, boşta geçen süre ücretinde ve işe başlatılmaması halinde ödenecek ücrette, bu nitelikte bir indirim yapılmamalıdır.

## KAYNAKÇA

Alpagut, G. (2013). "6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun Sendikalara İlişkin Hükümlerinin Değerlendirilmesi", İş Hukukunda Güncel Sorunlar (3), Ankara.

Alpagut, G. (2013). "6356 Sayılı Kanun'un Avrupa Konseyi, AB ve ILO Normlarına Uyumu Açısından Değerlendirilmesi", 6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanununun Değerlendirilmesi, Kadir Has Hukuk Fakültesi, Seminer, Ankara.

Akyiğit, E. (2021). *Toplu İş Hukuku*, Ankara.

Akyiğit, E. "Sendika İşyeri Temsilciliği İşyerindeki İşçi Sayısına Endeksli Midir?", Kamu İş, 1994/3 (Sendika İşyeri Temsilciliği).

Arıcı, K. (2022). *Türk İş Hukuku II Toplu İş İlişkileri Hukuku*, Ankara.

Centel, T. "6356 Sayılı Yasa Karşısında İşyeri Sendika Temsilciliği", Sicil İş Hukuku Dergisi, 2014/31.

Çelik, N., Canıklıoğlu, N., Canbolat, T., Özkaraca, E. (2022). *İş Hukuku Dersleri*, 35.B., İstanbul.

Çoban, N. İşyeri Sendika Temsilcisinin Feshe Karşı Korunması, Ankara Barosu Dergisi, 2020/1.

Demir, F., "İşyeri Sendika Temsilciliği", Prof. Dr. Nuri Çelik'e Armağan, C. II, İstanbul 2001.

Demir, F., "Temsilcinin İş ve İşyeri Değişikliği ile Görev Süresi", Sicil İş Hukuku Dergisi, 2007/5 (Görev Süresi).

Erkul, İ. "İşyeri Sendika Temsilcisi, Tayini ve Teminatı Meselesi", EAÜİİBFD., 1986/1.

Ertürk, Şükran, İşyeri Sendika Temsilciliği ve Güvencesi, Legal İHSGHD., 2007/13.

Göktaş, S. (2010). "İşyeri Sendika Temsilcilerinin Teminatı", Osman Güven Çankaya'ya Armağan, Ankara.

Güzel, A., Ertan, E. "İşyeri Sendika Temsilcisine Yönelik Psikolojik Taciz ve Kötüniyet Tazminatı", Çalışma ve Toplum, 2008/1.

İnciroğlu, L., "Yeni Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nda İşyeri Sendika Temsilciliğinin Güvencesi", Çalışma ve Toplum, 2013/1.

Kutal, M., "Yeni Sendikalar Yasasında Sendika Üyeliği, Yöneticiliği ve Temsilcinin Güvencesi", İktisat ve Maliye D., C. XXX, 1983/9.

Mollamahmutoğlu, H., Astarlı, M., Baysal, U. (2022). *İş Hukuku*, 7.B., Ankara.

Narmanlıoğlu, Ü. (1988). "İşyeri Sendika Temsilcileri", DEÜHFD, C. 3, S. 1-4, Ankara.

Narmanlıoğlu, Ü. (2013). *İş Hukuku II Toplu İş İlişkileri*, 2.B., İstanbul (Toplu İş İlişkileri).

Sur, M. (2022). *İş Hukuku Toplu İlişkiler*, 10.B., Ankara.

Şahlanan, F. İşyeri Sendika Temsilcisinin Güvencesi, Sicil İş Hukuku Dergisi, 2013/29.

Şahlanan, F., "İşyeri Sendika Temsilcisinin Güvencesi", Tekstil İşveren Dergisi, Hukuk Eki, 2014/398 (Güvence).

Tuncay, A. Can, "2821 Sayılı Sendikalar Kanunu Hükümlerine Göre İşyeri Sendika Temsilciliği", İktisat ve Maliye D., C. XXXII, 1985/13.

Taşkent, S. (1993). "İşyeri Sendika Temsilciliği, İş Hukukunun Ulusal ve Uluslararası Temel ve Güncel Konuları", Ankara.

Taşkent, S. (1998). "Temsilcilerin Yasal Görevleri ve Sendikal Sorumlulukları", Basisen İşyeri Sendika Temsilcileri Eğitim Semineri, (Temsilci).

Yürekli, S. "İşyeri Sendika Temsilcilerinde Olması Gereken Nitelikler", Legal İHSGHD., 2007/13.

Yürekli, S. İşyeri Sendika Temsilciliği ve Güvencesi, İstanbul 2004 (Sendika Temsilciliği)

# TURİZM SEKTÖRÜNDE YEREL HALKIN YAŞAM KALİTESİ KAVRAMI<sup>1</sup>

## *Local People's Quality of Life Concept in Tourism Sector*

Hüseyin KELEŞ\*

Halil AKMEŞE\*\*

### ÖZ

Yerel halkın yaşam kalitesi turizmin gelişiminden ve turizm kaynaklı ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerden direkt olarak etkilenmektedir. Bu bağlamda, yerel halkın turizm faaliyetlerinden memnun olup destinasyonda turizmin gelişimine destek vermesi turizmin o destinasyonda sürdürülebilir olması yönünde ele alınması gereken en önemli unsurlar arasındadır. Dolayısıyla, yerel halk bir destinasyonda turizmin planlanmalarında kilit rol oynayan bir paydaş olarak kabul edilmektedir. Yerel halkın yaşam kalitesi kavramı her ne kadar ilk başlarda turizm bazlı değerlendirilen bir kavram olmasa da son yıllarda turizm destinasyonları açısından oldukça önemli bir kavram haline gelmiştir. Bunun başlıca nedeni turizmin ziyaretçilerin turizmden alacakları hazzın yanı sıra yerel halkı da benzer ölçüde etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Yapılan bu çalışmanın temel amacı kavramsal çerçevede yerel halkın yaşam kalitesi kavramını inceleyerek yaşam kalitesine ilişkin yapılan çalışmaların kapsamlı olarak değerlendirilmesidir. Netice olarak yerel halkın yaşam kalitesine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde, turizm planlamalarının amacına ulaşmasında yöre halkının son derece önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel halk, yaşam kalitesi, turizmin etkileri, turizm gelişimini destekleme

### ABSTRACT

Local people's quality of life is directly affected by the development of tourism and the economic, social, cultural, and environmental effects of tourism, as well. In this sense, the satisfaction of local people with tourism activities and their support for tourism development in the destination are among the most important factors that should be addressed in order for tourism to be sustainable in that destination. Therefore, local people are considered as a key stakeholder in the planning of tourism in a destination. Even though the concept of quality of life, regarding the local people, was not a tourism-based concept at first, it has become a very important concept in terms of tourism destinations in recent years. The main reason for this is that tourism affects the local people in a similar way besides the pleasure that visitors get from tourism. The main purpose of this study is to comprehensively evaluate the studies on quality of life by examining the concept of life quality of local people in a conceptual framework. As a consequence, when the studies on local people's quality of life have been examined, it has been concluded that the local people are extremely important in achieving the purpose of tourism planning.

**Keywords:** Local people, quality of life, effects of tourism, support for tourism development.

### GİRİŞ

Bir destinasyonda turizm gelişiminin ve turizmin sürdürülebilir bir ivme kazanmasının yegâne şartı paydaşlar arasında kurulacak olan dengeye bağlıdır Şüphesiz bu paydaşların en önemlilerinden bir tanesi de yerel halktır (Sharpley, 2014). Turizm sektöründe rol alan bütün paydaşlar sektörün yerel halkın yaşam kalitesi üzerinde olası etkilerinin olduğunu kabul etmektedir ve bu durum en başından beri alanda çalışan akademisyenlerce ele alınmaktadır. Bu bağlamda da gelinen nokta destinasyonda turizm gelişimi açısından yerel halkın turizme dair algısının son derece önemli olduğudur (Stylidis vd., 2014). Turizm hali hazırda ortaya koyduğu etkiler bakımından yerel halkın yaşamını olumlu ya da olumsuz yönlerden etkileyebilmektedir. Kim, Uysal ve Sirgy (2013) sektörün yöre halkının yaşam

<sup>1</sup> Bu çalışma, "Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi, memnuniyeti ve turizme desteği üzerindeki etkileri: Manavgat örneği" adlı Doktora Tezi'nden türetilmiştir.

\* Öğr. Gör. Dr. Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, hkeles@akdeniz.edu.tr, Orcid: 0000-0003-1469-0017

\*\* Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, hakmese@erbakan.edu.tr, Orcid: 0000-0003-4694-2215

kalitesini ortaya koyduğu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel unsurlar aracılığıyla etkilediğini belirtmektedir. Başka bir deyişle, turizmin bir destinasyonda gelişim süreci dâhilinde yerel halkın yararına ekonomik ve sosyal açılardan olumlu yansımalar sağlanmasına karşın, çevresel açıdan bu gelişim olumsuz bir yönelim gösterebilmektedir. Dolayısıyla, o destinasyonda sürdürülebilir turizm anlayışından söz edilebilmesi tüm bu değişkenler arasında kurulacak yapıcı bir dengeyle yakından ilgilidir. Yöre halkının bu etkilere bağlı olarak yaşadıkları bölgede turizm gelişimine verecekleri desteğe yönelik tavrı netleşmektedir (Woo, Kim & Uysal, 2015). Ortaya konan bu tavır çerçevesinde yerel halk turizm gelişimine destek vereceği gibi, turizme karşı bir direnç gösterebilmektedir. Kervankıran (2014) tam da bu noktada yerel halkın turizm gelişimine vereceği desteğin hiçbir alternatifi olmadığını altını çizmektedir. Bu sebeple, turizmin etkileri çerçevesinde yerel halkın tutum ve davranışlarının belirlenmesi önem arz etmektedir. Bir destinasyonda uzun soluklu turizm planlamalarının yapılmasının nihai amacının sektörün olumsuz etkilerinin azaltılmasının yanı sıra yerel halkın yaşam kalitesinin de artırılması da olmalıdır. Bu bağlamda, yaşam kalitesinin turizm planlamalarında temel bir etmen olduğu vurgulanmaktadır (Massam, 2002). Ancak, literatürde turizmin etkilerine yönelik pek çok çalışma yapılmışken direk olarak yaşam kalitesine yönelik yapılan çalışmaların aynı oranda olmadığı gözlemlenmektedir (Andereck & Nyaupane, 2011; Uysal, Sirgy, Woo & Kim, 2016).

Yaşam kalitesi denildiği zaman çoğu insan içgüdüsel olarak hayatımızdaki şartların genel bir değerlendirmesini yapmakta, deneyimlerimizden ve hayatımızdan memnun olup olmadığımızın üzerinde durmaktadır. Yaşam kalitesini tam olarak ne olduğuna dair araştırmacılarca kabul edilen ortak bir tanım bulunmamaktadır. Yapılan çalışmalarda yaşam kalitesi kavramı tanımlanırken, araştırmacılar yaşam şartlarının kalitesi ve bu şartların yaşam çerçevesinde nasıl algılandığına odaklanmaktadır (Diener, 2000). Yaşam kalitesinin özünü anlamaya dair sorulan sorular Aristo'ya ve Eflatun'a kadar gitmektedir (Hagerty vd., 2001). Çağımızda ise, halk temelli verilen siyasi kararların iyileştirilmesi amacıyla ortaya çıkan yaşam kalitesinin ne olduğunun sorgulanması 1960'lardan beri araştırmalara konu olmaktadır (Noll, 2002). Bundan daha önce yapılan çalışmalarda ise sosyal gelişmişlik kriteri genel olarak ekonomi temelli ölçütlere göre yapılmıştır. Örneğin sadece Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH)'ya bakarak insanların yaşam kalitelerine yönelik çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır. Fakat zamanla maddi refahın ya da ekonomik göstergelerin tam anlamıyla yaşam kalitesini tanımlama veya anlama konusunda yetersiz kaldığı fark edilmiştir (Diener & Suh, 1997).

## 2.YAŞAM KALİTESİ KAVRAMI

Tarihsel açıdan yaşam kalitesini ölçmeyi amaçlayan ilk araştırmalar sosyal yaşamın göstergelerini ortaya koyan çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır (Bideman, 1974; Parke & Sheldon, 1974). Veenhoven (2005) yaşam kalitesini insanların ne kadar süreyle ve ne ölçüde mutlu olduklarıyla ölçebileceğimizi iddia etmektedir. Argyle ve Lu (1990), yaptıkları çalışmada yaşam kalitesinin refah düzeyi, yaşam tatmini, yaşamda mutlu ve sağlıklı olma boyutlarıyla ölçebileceğimizi ifade etmektedir. Yaşam kalitesi bir bireyin refahı, hayattan memnun olup olmaması ya da yaşamıyla mutlu veya mutsuz olması anlamına gelmektedir. Genel olarak, yaşam kalitesi bireysel ve toplumsal anlamda yaşamdan memnuniyeti ifade etmektedir. Yaşam kalitesi kavramı önceleri sağlık bilimleri dâhilinde değerlendirilen bir konu iken zamanla sosyoloji, ekonomi ve psikoloji alanında da yapılan çalışmalara da konu edilmeye başlanmıştır. Andereck ve arkadaşlarına (2007) göre en temel ifadeyle yaşam kalitesi bireylerin yaşamlarından ne hissettikleri ve yaşantılarını nasıl değerlendirdikleri demektir. Bundan dolayıdır ki yaşam kalitesi duruma göre göreceli bir kavram halini de alabilmektedir. Sonuç olarak da yaşam kalitesi çok boyutlu bir kavram olarak kabul edilmektedir ve literatürde yaşam kalitesine ait pek çok farklı tanım bulunmaktadır. Yaşam kalitesi özünde birkaç bileşenin oluşturduğu bir kavramdır. Bu kavramlar ise; refah, sosyal şartlar ve sağlık şartları olarak ifade edilmektedir (Sirgy, 2001; Woo vd. 2015). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından yapılan tanıma göre yaşam kalitesi, bireylerin hayatlarında sahip oldukları hedeflere, yaşamdan beklentilerine, yaşam standartlarına ve duydukları endişelere ilişkin, içinde buldukları kültür ve benimsedikleri değer yargıları çerçevesinde, algıları olarak ifade edilmiştir (Mathew & Sreejesh, 2017; Skevington, Lotfy & O'Connell, 2004). Bunun yanı sıra yaşam kalitesi, bireylerin olduğu kadar toplumların da sahip oldukları refah düzeyi olarak da ifade



edilmektedir. Ayrıca, bireylerin refah olgusunu algılama sürecine dair pek çok etkenin olduğunun da altı çizilmektedir ve bu etkenlerin de kişilik özellikleri, sosyo-ekonomik yaşantılar ve coğrafi konum gibi etkenler olduğu ileri sürülmektedir (Vogt vd. 2016: 37).

Tüm bunların yanı sıra, yaşam kalitesine ilişkin boyutların neler olması gerektiği noktasında araştırmacılar tam bir fikir birliği sergileyememektedir. Esasen yaşam kalitesine psikolojik ve fiziki bir çerçeveden bakmak yaşam kalitesinin boyutlarına etki etmektedir. Ayrıca, yaşam kalitesini tanımlarken ve ölçerken gerek subjektif gerekse de objektif boyutlara rastlamak mümkündür. Subjektif boyutlar denildiğinde yaşam kalitesi bireylerin güvenlikleri, mutlulukları, aile içi ilişkileri, toplumsal dayanışma kriterleri, sahip oldukları hobiler ve kulüplere üyelikleri gibi boyutlardan ele alınmalıdır (Petrosillo vd., 2013). Diğer yandan, objektif boyutlar çerçevesinde ise bireylerin yaşam süreleri, sağlık imkânları, toplumdaki suç oranı, ne oranda yoksul oldukları ve eğitim seviyeleri ele alınmalıdır. Toplumun yaşam kalitesini objektif açıdan ölçebilmek için, toplumu oluşturan bireylerin hane halkı gelirlerine, ki bu husus ekonomik boyutta yer almaktadır, yaşam alanlarında boş zamanlarını geçirebilecekleri parkların sayısına, eğlence olanaklarına, yaşadıkları destinasyonun çevresel açıdan refah sağlayıp sağlamadığına, ki bunda da çevrenin temizliğine, bakmak gerekmektedir (Uysal vd., 2016).

Yaşam kalitesi kavramı yıllardır ele alınıp çeşitli yönlerden incelenen bir konudur (Sirgy, 1986; Sirgy, 1998). Sirgy (2001) yaşam kalitesinin gelişimi üzerine yapılan araştırmaları sağlık ve pazarlama gibi farklı bakış açılarından ele almış ve yaşam kalitesinin gelecekteki gelişim çerçevesini değerlendirmiştir. Delibasic ve arkadaşları (2008) yaşam kalitesinin bir birey ya da bir grup insan tarafından hissedilen refah seviyesi olduğunu ifade etmektedirler. Veenhoven (2000) yaşam kalitesi, refah ve mutluluk kavramlarıyla ilişkilendirilen farklı anlamları ana hatlarıyla incelemiş ve bu tanımlamaların yaygın insani değerleri ve erdemleri yorumlamada oldukça benzer olduklarını ifade etmiştir. 1970'li yıllardan beri, Abrams (1973); Campbell, Converse ve Rodgers (1976); Flanagan (1978); ve Krupinski (1980) gibi akademisyenler yaşam kalitesinin oluşumunun ve ona ait birçok alanın önemini derinlemesine incelemiştir. Bunun yanı sıra, Cummins, McCabe, Romeo ve Gullone (1994) ve Cummins (1996), yaşam kalitesine ait toplam yedi tane bileşen olduğunu ifade etmişlerdir. Bu bileşenler; maddi refah, sağlık, üretkenlik, mahremiyet, güvenlik, toplumsal ve içsel refah olarak belirtilmiştir. Ayrıca Cummins (1997), 32 farklı çalışmayı incelemiş ve bu çalışmalarda yaşam kalitesiyle alakalı bu belirtilen bileşenler dâhilinde bulunabilecek toplam 173 tane tanım olduğunu tespit etmiştir.

Literatürde yaşam kalitesi kavramına ilişkin bir ölçüt de Kim (2002) tarafından oluşturulmuş ve Kim bu ölçütte yaşam kalitesini dört farklı boyutta ele almıştır. Kim değerlendirmesinde genel yaşam kalitesini maddi refah, toplumsal refah, içsel refah ve sağlık ve güvenlik refahı çerçevesinde değerlendirmektedir. Dolayısıyla, onun çalışmasında genel yaşam kalitesi bu dört farklı boyutunu toplam ölçekleri yoluyla ölçülmüştür. Maddi refah boyutu yaşam standardı, gelir ve istihdam olmak üzere iki maddeden oluşurken, içsel refah boyutu boş zaman aktiviteleri ve ruhsal (dini) aktivitelerden oluşmaktadır.

## **2.1.Yaşam Kalitesine Dair Kuramlar ve Kavramlar**

Dolnicar vd. (2012) yaşam kalitesinin bireylerin fiziksel ve psikolojik sağlığı, sahip oldukları maddi koşullar, iş yaşamları, aile ilişkileri gibi öğeleri içinde barındıran genel bir kavram olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca, araştırmacılar tarafından yaşam kalitesinin çok boyutlu bir kavram olduğunun, sağlıktan ekonomiye, psikolojiden coğrafya ve sosyoloji kadar farklı pek çok alan içerisinde araştırıldığına da altı çizilmektedir (Barcaccia vd., 2013). Bunun yanı sıra, yaşam kalitesi insanların gelecekle ilgili beklentilerinin karşılanabilmesi ile paralel bir gelişim göstermektedir. Dolayısıyla, yaşam kalitesinin en temel belirleyicilerinin bireylerin geçmiş yaşantılarının, mevcut şartlarının ve geleceğe dair beklentilerinin olduğu ve yaşam kalitesinin bireysel boyutta ölçülebilecek bir kavram olduğu belirtilmektedir (Calman, 1984). Lamb (1996)'a göre, yaşam kalitesi hem fiziki hem de psikolojik öğeleri içine alan ve bir bireyin sağlığını ve mutluluğunu açıklayan bir kavramdır. Tüm bu açıklamalara ilaveten başka birçok araştırmacı da yaşam kalitesinin çerçevesini çizmeye çalışmışlardır. Örneğin, Haas (1999)'a göre yaşam kalitesi bir insanın hayatındaki tüm kültür ve değer öğelerinin çok boyutlu ve kümülatif bir değerlendirmesidir. Başka bir araştırmaya göre yaşam kalitesi yine çok boyutlu bir kavram olarak ele

alınmakta ve fiziki, psikolojik, sosyal ve çevresel şartların yaşam kalitesini oluşturduğu ifade edilmektedir (Lin vd., 2002). Tovbin vd. (2003)'e göre ise, yaşam kalitesi kavramını psikolojik şartlara ve bireyin sağlık durumuna bağlı olarak ele alınmalıdır. Ancak, literatürde yaşam kalitesi kavramına ilişkin en çok rağbet edilen tanımlama ise Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından yapılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (1997)'nün yapmış olduğu tanıma göre, yaşam kalitesi; bireylerin mevcut değer yargıları ve kültürleri çerçevesinde, yaşamdan beklentileri, geleceğe dair şahsi hedefleri, hayat standartları, ilgi duydukları konular bağlamında kendi hayatlarını algılama biçimi olarak açıklanmaktadır. Tüm bu açıklamalardan, yaşam kalitesini gerek bireysel düzeyde gerekse de toplumsal düzeyde tesis edilecek olan refah ve huzur ortamına ve bireysel ve toplumsal yaşamın olumlu ya da olumsuz algılanmasına etki eden maddi manevi bütün bileşenlerden oluşan bir kavram olarak tanımlamak mümkündür (Oprescu, 2011). Calman (1984) yaşam kalitesini bireyin hayatındaki şartlarla başa çıkma yeteneği olarak ifade etmekte ve yaşam kalitesinin özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Yaşam kalitesi yalnızca bireysel değerlere yoluyla tanımlanabilir,
- Yaşam kalitesini birden çok boyutu bulunmaktadır,
- Asıl olan amaç ve hedefler kişiseldir,
- Bu amaç ve hedeflerin belirlenip elde edilmesi kişisel gelişimi destekler,
- Yaşamda karşılaşılan hastalıklar ve tedavi yolları hedeflerde değişikliğe sebep olabilir,
- Ortaya konulan hedeflerin gerçekle bağdaşması gerekmektedir,
- Amaçlara ulaşabilmenin en temel şartı harekete geçmektir,
- Mevcut gerçekler ve beklentilerin farklılığı motive edici bir güç durumundadır.

Bir hedef elde edilince yeni bir hedef belirlenmekte ve bu yolla dinamik bir yapı ortaya çıkmaktadır. Literatür incelendiğinde, bazı araştırmacılara göre iyi olma hali ile yaşam kalitesi birbirlerinin muadili olarak kullanılabilir (Galloway, 2006; Uysal vd., 2016). Diener, Lucas ve Scollon (2006)'e göre yaşam kalitesi kavramını ilişkili pek çok kavram aracılığıyla da açıklamak mümkündür. Bu kavramlar özetle öznel ve nesnel iyilik hali, mutlu olma, yaşam tatmini, psikolojik ve duygusal iyi olma hali ve refah gibi kavramlar olarak sıralanabilmektedir. Araştırmacı iyi olma halini öznel boyut, nesnel boyut ve psikolojik boyut olarak üç boyuta ayırarak açıklamaktadır. İnsanların yaşamlarına dair ortaya koydukları bütün pozitif ve negatif yargılar öznel iyilik halini meydana getirmektedir. Bunun yanı sıra, öznel iyilik hali de üç farklı unsurdan oluşmaktadır. Bunlar, yaşam memnuniyeti ve yaşama ilişkin olumlu ve olumsuz algılamalardır (Diener ve Suh, 1997). Yaşama ilişkin sahip olduğumuz olumlu ve olumsuz algılamalar daha ziyade bireyin mizacı, hisleri ve ruh hali ile alakalı kabul edilirken, yaşam memnuniyeti hayattan elde edilen bilişsel doyumu ifade etmektedir. Konu üzerinde yapılan araştırmalar bireylerin iyi olma halinin diğer insanlara yarar sağlama hissinden olumlu şekilde etkilendiğini ifade etmektedir (Brown vd., 2003, Dunn vd., 2008, Fredrickson vd., 2013). Bu durum ise, bireyleri hayatlarını daha tutarlı ve anlamlı yaşamalarını sağlayarak iyi olma halinin uzun süre devam etmesini desteklemektedir (Ryff, 2014: 23). Diener ve Seligman (2004)'nın ifade ettiğine göre; iyi bir yaşam kalitesinin varlığının olmazsa olmaz gereklilikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Yaşanılan toplumun istikrarlı, demokratik olması ve maddi imkânların ihtiyaçları karşılar nitelikte olması,

- Aile ve sosyal çevrenin destekleyici nitelikte olması,
- Tatmin edici bir geliri olan ve severek yapılan bir işte çalışmak,
- Sağlıksal bir sorunun bulunmaması ve gerekli hallerde sağlık hizmetlerinden yararlanabilmek,
- Mevcut şartlar dâhilinde hedeflerin bulunması,
- Hayata dair tutarlı dini veya felsefi görüşün bulunması.

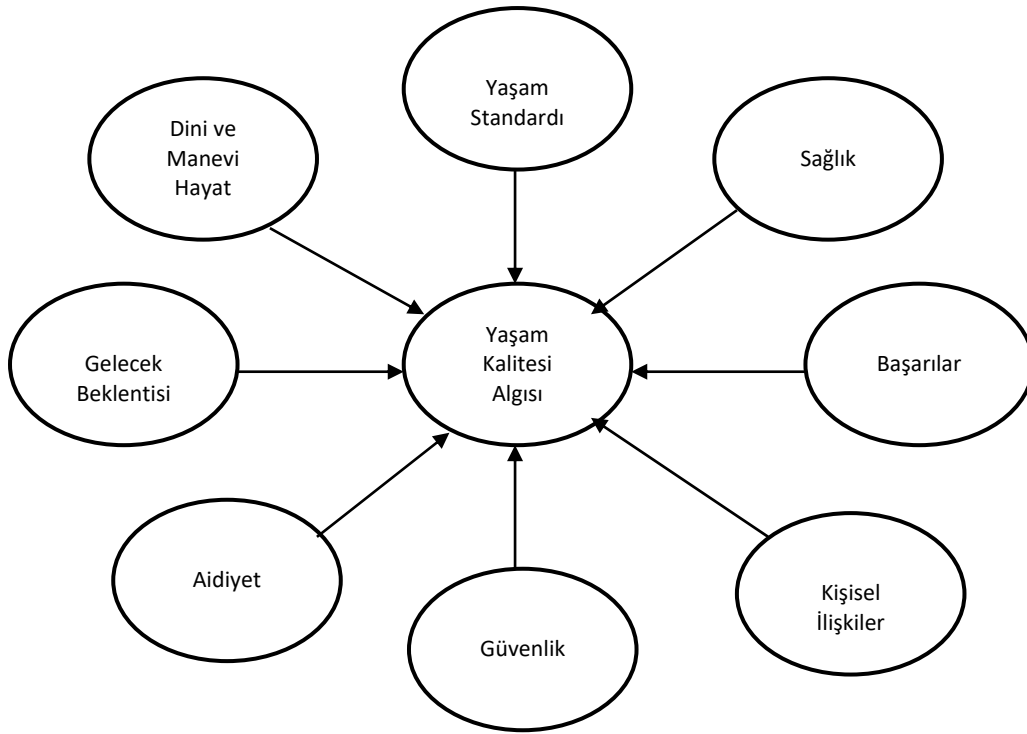
## 2.2.Yaşam Kalitesi Modellemesi

Yaşam kalitesini konu alan literatür incelendiğinde gerek araştırmacılar gerekse de farklı kurum ve kuruluşlar tarafından yaşam kalitesine dair birçok modelleme yapılmıştır. Modellerin bazıları sadece ekonomik ögelere odaklanırken bazıları sosyolojik ve psikolojik değerlendirmeler yoluyla yaşam kalitesini açıklamaya çalışmışlardır. Ayrıca, bazı modeller ise tüm bileşenlerin bir arada değerlendirildiği karma bir yöntem aracılığıyla duruma yaklaşmışlardır. Yaşam kalitesini belirleyebilmek amacıyla üç temel yaklaşımın varlığından bahseden Brock (1989), bu yaklaşımların ilkinin bireyim yaşam kalitesini belirlerken kişinin kendi öznel yargı ve algılamalarından ziyade, ait olduğu sosyal gruplar ve normları temel aldığı belirtmektedir. İkinci yaklaşım ise, ekonomik temelli bir yaklaşım olup bireyim yaşamına ilişkin istek, ihtiyaç ve hedeflerinin karşılanabilmesi ölçütü üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşım istek, ihtiyaç ve hedeflerin karşılanma durumuna göre bireyin yaşam tatminin ya da tatminsizliğinin ortaya çıktığını bunun da yaşam kalitesine bu doğrultuda etki ettiğini savunmaktadır. Üçüncü ve son yaklaşım da bireyin yaşam kalitesini sevinç ve memnuniyet davranışları ya da ferahlık benzeri duygular aracılığıyla açıklayan yaklaşımdır. Diener ve Suh (1997)'a göre, bu yaklaşımda bireyin yaşam kalitesini açıklarken yaşamdan memnun olduğunu ya da memnuniyetsizliğini ifade etmesi yeterli olacaktır.

Literatürde bu yaklaşımlardan farklı yaklaşımlar olduğunu ifade eden araştırmacılar da mevcuttur. Brock (1989)'a paralel olarak Borthwick-Duffy (1992) de yaşam kalitesine dair üç farklı yaklaşım olduğunu ifade etmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki çevresel şartları merkeze alarak hareket etmekte ve objektif yaşam koşulları üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşıma göre bireyin içinde yaşadığı çevresel olanakların geliştirilmesi aynı oranda yaşam kalitesini de geliştirecektir. İkinci yaklaşıma göre ise bireylerin mevcut şartlarına ilişkin ifade ettikleri tatmin duyguları ve öznel değerli yargıları temel alınmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bu yaklaşımda dış koşullardan ziyade bireyin içsel algılamaları ve değersel yargıları belirleyici konumdadır. Üçüncü yaklaşıma göre ise birinci ve ikinci yaklaşım karma olarak değerlendirilmeli ve yaşam kalitesine dair tanımlamalar hem çevresel hem de içsel değerlendirmeler yoluyla yapılmalıdır. Bu yaklaşımların mevcut halleriyle yeterli olamayacağını savunan Felce ve Perry (1995), üçüncü yaklaşımın kriterlerine bireyin yaşama ilişkin beklenti ve isteklerini de ekleyerek yaşam kalitesinin belirlenmesi gerektiğini ifade etmiş ve böylece dördüncü bir yaklaşımın gerekliliğini belirtmiştir.

Cummins (1996) tarafından da yapılan bir modelleme bulunmaktadır. Cummins yaşam kalitesine ilişkin yazılmış olan makaleleri incelemiş ve modelini geliştirmiştir. Yaklaşık olarak 1500 makaleyi inceleyerek yola çıkan Cummins, bu makalelerde yaşam kalitesine dair 173 alt başlığın varlığını tespit etmiş ve bu alt başlıkların da toplam yedi ana grup altında toplandığını ifade etmiştir. Lau, Cummins ve Mcpherson (2005) Cummins yapmış olduğu bu çalışmanın bulgularını geliştirerek bir başka çalışma ortaya koyarak toplam dokuz önermeden oluşan bir ölçek kullanmışlar ve ölçeğe de Personal Wellbeing Index (PWI) adını vermiştir. Orijinalde Cummins'in geliştirmiş olduğu ölçeğin ve modelin bileşenleri Şekil 1'de gösterilmektedir. Bu modele göre Cummins yaşam kalitesini yaşam standardı, sağlık, başarılar, kişisel ilişkiler, güvenlik algısı, aidiyet hissi, gelecek beklentileri ve dini ve manevi hayat alt bileşenleri aracılığıyla ölçmektedir.

**Şekil 1.**Cummins'in Yaşam Kalitesi Modellemesi



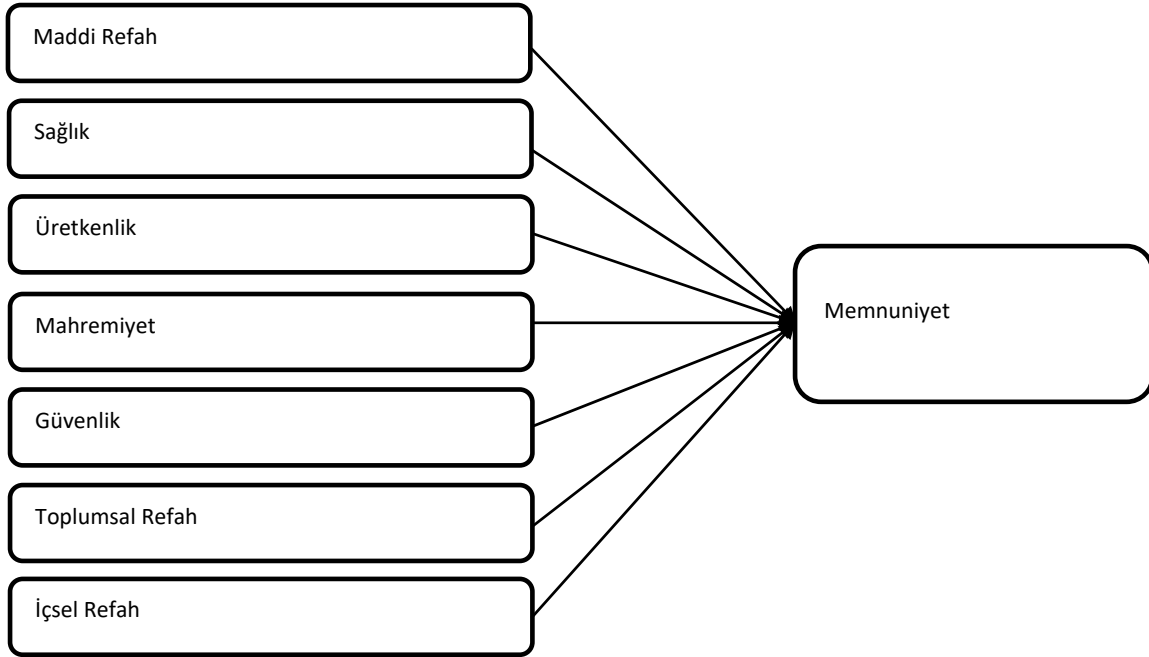
**Kaynak:** Lau, Cummins ve Mcpherson (2005)

### 2.3.Yaşam Kalitesinin Bileşenleri

Ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan bir değişim aracı olan turizm çok yönlü bir sektör olarak kabul edilmektedir (Mowforth & Munt, 2003). Turizmin gelişmesi hem ev sahibi ülkelerde hem de turistlerin kendi ülkelerinde istihdam ve ek gelir kaynakları oluşturmak gibi kayda değer ekonomik yararlar sağlamaktadır (Delibasic vd., 2008). Turizm, ayrıca birçok çevresel ve sosyal çıktıları da olan bir endüstridir. Ancak, literatürde pek az çalışma turizmin yaşam kalitesini güçlendirmesi üzerindeki etkiye odaklanmaktadır (Cohen, 1978; Gursoy, Jurovski, & Uysal, 2002; Jurovski, Uysal, & Williams, 1997; Kim, 2002; Linton, 1987; Perdue, Long, & Kang, 1999). Yaşam kalitesi turizmin etkileri üzerine yapılmış olan çalışmaların çoğunda üstü kapalı olarak ele alınan bir kavramdır. Turizm araştırmacıları çalışmalarında turizmin destinasyonlarda yaşayan yerel halkın yaşam kalitesinin çeşitli bileşenlerine yaptığı etkiyi ele almışlardır (Moscardo, 2009).

Cummins (1997) yaptığı çalışmada yaşam tatminine götüren 7 farklı bileşenden bahsetmektedir. Bu 7 farklı bileşen sırasıyla maddi refah, sağlık, üretkenlik, mahremiyet, güvenlik, toplumsal refah ve içsel refah. Kim (2002)'in yaptığı çalışmaya göre ise, yaşam kalitesi 6 farklı alan halinde sınıflandırılmış ve bu alanların maddi refah, toplumsal refah, içsel refah, sağlık ve güvenlik refahı olduğu ifade edilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde de bu bileşenlerin ele alınmasının amacı yerel halkın yaşam kalitesini ölçmek için kullanılacak olmalarıdır.

**Şekil 2.**Yaşam Tatmininin 7 Farklı Bileşeni



**Kaynak:** Cummins, 1997.

Maddi refah düzeyinden memnun olma bireylerin yaşam maliyeti, gelir ve istihdam durumlarına bağlı olarak ortaya çıkan bir durumdur. Yaşam kalitesinin bileşenlerine dair yaptıkları çalışmada Campbell vd. (1976), çalışmaya katılanların %73'ünün maddi refahı en önemli bileşen olarak kabul ettiklerini ifade etmektedir. Cummins (1996)'e göre, bir bireyin ekonomik refahından memnun olup olmaması onun ekonomik durumuna, gelire, yaşam durumuna, yaşam standardına, barınma şartlarına, sosyo-ekonomik statüsüne, mali statüsüne ve kişisel varlıklarına dayanmaktadır. Cummins tüm bunların içerisinde yaşam standardının kısmen de olsa yaşam kalitesini belirlediğini ifade etmektedir. Nakano vd. (1995) yaşam kalitesini ölçerken sorulması gerek soruları şu şekilde belirlemişlerdir: “Yaşam standardınız hakkında ne hissediyorsunuz? – Mevcut barınmanız, arabanız ve mobilyanız gibi sahip olduğunuz şeyler hakkında neler hissediyorsunuz?”

Yaşam kalitesinin ekonomik refah bileşeni üzerinde çalışma yapan araştırmacılar bu alana ait birçok soru yöneltilmektedirler. Bunlardan bir tanesi de “Ekonomik refah nedir?” şeklinde sorulmaktadır. Durum bütün toplumlar nezdinde değerlendirildiğinde, bireylerin daha çok paraya sahip olmaları, bireysel olarak daha mutlu anlamına gelmektedir. Ancak, Duncan (1975) 19 ülkede mutluluğa yönelik yaptığı çalışmalar temelinde bütün insanların gelirlerinin yükselmesinin, onların mutluluklarının artacağı anlamına gelmediğini ifade etmiştir. Yapılan başka bir çalışmada da gelirin yaşam kalitesi algısında en önemlisi olmasa da çok önemli bir rol oynadığı belirtilmiştir (Campbell, 1981). Veenhoven (1991) dünyanın farklı birçok ülkesini ya da bölgesini ele alarak yaptığı çalışmada, gelir ve mutluluk arasındaki karşılıklı değişimi hesaplamış birkaç bu iki kavram arasında güçlü bağlantılar bulmuştur. Bu sonuca göre de, finansal kaynakların iyi biçimde yönetilmesi doğal olarak daha yüksek düzeyde ekonomik refaha ve de yaşam tatminine giden yolun önünü açmaktadır.

Sağlık ve güvenlik refah düzeyi denildiği zaman bireylerin yaşamlarında sağlık ve güvenlik unsurlarının tatmin edici seviyede olması kastedilmektedir. Bubloz vd. (1980) çevreyi, insanla çevrili olan birimleri ve bireylerin birbirleriyle olan etkileşimlerini kullanarak yaşam kalitesi kavramını açıklamaya çalışmışlardır. Araştırmacıların ifadeleri doğrultusunda insanla çevrili olan birimden kasıt bir çevre

çerçevesinde oluşturulan sosyal yapılardır. Çevreyse, insanla çevrili birimin devamlılığını sağlayabilmek için gereken kaynakları ve enerjiyi sağlayan ortamdır. Bunlara ek olarak, bireylerin sağlıkları, toplumsal çevre kaynakları ve güvenlikleri yaşam kalitesinin göstergeleri arasında ele alınmaktadır (Raphael vd., 1996).

Genel yaşam kalitesini belirlemek amacıyla yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular, yerel halkın öznel yaşam kalitesi algısının yanı sıra toplumsal refah, güvenlik, suç ve toplumu iyileştirme programlarına ilişkin algılara da önem verdiğini ortaya koymaktadır. Cummins (1997)'in araştırması bu gerçeği destekler niteliktedir. Cummins araştırmasında bireylerin eğitimden, yaşadıkları mahalleden, hizmet ve olanaklardan, sosyal yaşam imkânlarından ve sosyal ilişkilerden memnun oldukları zaman toplumsal refah düzeyinin gelişiminden söz edebileceğimizi belirtmektedir.

İçsel refah düzeyi bireylerin boş zamanlarını kaliteli biçimde geçirmeleri ve ruhsal refahlarının kaliteli olması olarak ifade edilebilir. Cummins (1997) 32 farklı çalışmanın bulgularını analiz ederek 173 ana terimi belirlemiş ve bu terimleri de 7 farklı bileşen altında toplayarak bir modelleme yapmıştır. Cummins'in oluşturduğu modelde içsel refah düzeyi bileşenin çoğunlukla boş zaman aktivitelerinden, dini öğelerden, eğlence faaliyetlerinden ve hobilerden kaynaklandığı belirtilmiştir.

### **3.YAŞAM KALİTESİNİ KONU ALAN ÇALIŞMALARA BİR BAKIŞ**

Literatürde turizmin yerel halkın yaşam kalitesini ne ölçüde etkilediğinin belirlenmesi adına yapılan çalışmalar hala önemini korumaktadır (Bimonte & Faralla, 2016). Turizmin ekonomik etkilerinden ziyade yerel halkın yaşam kalitesine yönelik çalışmaların her geçen gün daha fazla çalışmanın araştırma alanına girdiği görülmektedir (Uysal vd.,2016). Ancak, her ne kadar da turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerinde birebir etkisinin olduğu kabul gören bir anlayış olsa da, bu konu hakkında yapılan uygulamalı araştırmaların pek de tatmin edici düzeyde olmadığı gözden kaçmamaktadır (Liang & Hui, 2016; Almeida-Garcia vd., 2016). Amerika'nın Virginia eyaletinde toplam 321 katılımcının dâhil edildiği bir çalışmada, Kim, Uysal ve Sirgy (2013) Yapısal Eşitlik Modelini kullanarak turizmin yerel halkın yaşam kalitesiyle doğrudan ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır. Yine aynı çalışmanın bulgularına dayanılarak, turizmin ortaya koyduğu olumlu ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerin yaşam kalitesinin sırasıyla ekonomik durum, toplumsal yaşam ve duygusal boyutlarıyla ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır (Kim vd., 2013). Ayrıca, araştırmacılar turizme bağlı olarak ortaya çıkan olumsuz çevresel etkilerin yaşam kalitesinin sağlık ve güvenlik boyutuna olumsuz yönde etki ettiğini belirlemişlerdir. Constanta (2009)'ya göre turizm yerel halkın yaşam kalitesini artırabilmektedir ve bunu çeşitli şekillerde başarmaktadır. Bunlar, dinlenme, rahatlama, eğlence, düzenin korunması, gelişim konusunda bilinçlenme, yaşam doyumu, estetik ve güzellik algılamasının gelişimi şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Arizona'da yapılan bir çalışmada farklı iki etnik grup araştırma kapsamında ele alınmış, telefon ve elektronik posta aracılığıyla veriler toplanmış ve araştırma bulgularına ulaşılmıştır. Elde edilen sonuca göre, araştırmaya katılan bireylerin farklı etnik kökenden olmanın turizmin yaşam kalitesine etkisini algılama da anlamlı bir ilişki göstermediğine ulaşılmıştır. Ancak, bireylerin turizmin etkilerinin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini orta seviyede algıladıkları tespit edilmiştir (Andereck vd., 2007). Croes vd. (2018), Malta adasında yaptıkları çalışmada, yerel halkın yaşam kalitesinin turizmden etkilenme düzeyinin sürekli aynı olmadığını, turizmin yaşam kalitesini kısa vadede olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Ancak uzun süre zarfında aynı olumlu etkinin devam etmediğinin ve bu etkinin istenilen düzeyde olabilmesi için de yerel yönetimlerin etki ve verimliliklerini artırması gerektiğinin de altını çizmektedirler. Woo ve arkadaşları (2015) turizmin yerel halkın yaşam kalitesine ve yaşam kalitesinin de turizmin gelişimine destek verme üzerindeki etkisini belirlemek için çevrim içi anket uygulayarak bir çalışma yapmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre, turizmin gelişimine verilen destekle yerel halkın yaşam kalitesi arasında çok yakın bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, turizmin yaşam kalitesinin yaşam doyumu gibi soyut boyutlarına daha çok etki ettiği sonucuna da ulaşılmıştır. Bir başka çalışma da Çin'in Shenzen kentine yaşayan yerel halk üzerinde gerçekleştirilmiş olup, turizmin yerel halkın yaşam kalitesinin maddi olmayan boyutlarıyla yakından ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Liang & Hui, 2016). Karabük ilinin Safranbolu ilçesinde yapılan bir araştırmaya



göre, turizmin ortaya koyduğu ekonomik, çevresel ve kültürel etkilerin bu destinasyonda yaşayan bireylerin yaşam kalitesine olumlu yönde etki ettiği ancak sosyal etkiler boyutunda ise yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Türker vd., 2016).

Jafari (2012)'ye göre, eğer bir destinasyon yerel halka yeterli seviyede kaliteli bir yaşam sağlayamazsa, aynı şekilde destinasyona gelen ziyaretçilere de yüksek kalitede turizm deneyimi sunamayacaktır. Çalışmasında Jafari turistlerde memnuniyet hissini uyandırılabilmesi adına yerel halkın rolünün öneminin altını çizmektedir ve turistlerin kaliteli deneyimler yaşayabilmesinin direkt olarak yerli halkın turizm faaliyetlerinden yüksek kazanç sağlamasıyla ilişkili olduğunu ileri sürmektedir. Bu durumda, yerel halkın yaşam kalitesinin iyi olması demek, destinasyonu ziyaret eden turistlerin tatil deneyimlerinden memnun kalacakları anlaşılabilir. Eskişehir'in Odunpazarı semtinde yaşayan yerel halk üzerinde yapılan bir çalışmada turizmin yerel halkın yaşam kalitesini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Sarı ve Özdemir, 2014). Küçük (2014) tarafından Konya Beyşehir'de yapılan çalışmaya göre yerel halk turizmin destinasyonlarında gelişim göstermesinin hizmet ve olanakları gerek nitelik gerekse de nicelik açısından geliştireceğine ve doğal olarak da yaşam kalitesinin artacağına inanmaktadır. Bu bulgulara paralel olarak Saatçi ve Ülkü (2014) tarafından Bursa'nın Harmancık semtinde yapılan bir çalışma, yerel halkın bölgelerinde eko turizm faaliyetlerindeki artışın yaşam kalitelerini iyileştireceğine inandıklarını göstermektedir. Ancak Altıntaş (2010)'ın Alanya destinasyonunda yaptığı bir çalışma ise yukarıdaki bulgulara zıt sonuçlar ortaya koymuştur. Altıntaş çalışmasında sürdürülebilir turizm uygulamalarının yerel halkın yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyebileceğini ifade etmiştir. Ayrıca, Türker vd. (2016) Safranbolu'da yaptıkları çalışmalarında turizmin yerel halkın yaşam kalitesini genel olarak olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerinin yaşam kalitesi üzerinde olumlu yansımalar yaparken sosyal etkilerin ise yaşam kalitesine olumsuz etki edeceği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada yapılan korelasyon analizleri göstermiştir ki yerel halk turizm destinasyonlarında gelişim gösterdikçe yaşam kalitelerinde küçük değişimler ortaya çıkmasını beklemektedirler.

#### **4.YEREL HALKIN YAŞAM KALİTESİNİN TURİZMLE İLİŞKİSİ**

Turizm çok yönlü bir olgudur. Devamlı olarak gelişim ortaya koyan sektör hem ulusal hem de bölgesel açıdan devletlerin kalkınmasında önemli katkılar sağlamaktadır. En dikkat çeken katkısının ekonomik bakımdan olduğu kabul edilen turizm sektörünün daha çok gelişip sürdürülebilir olması planlı bir gelişim süreci çerçevesinde olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesine bağlıdır. İşte bu planlı gelişim sürecinde en çok desteğine ihtiyaç duyulan paydaş ise yerel halktır. Zira yerel halkın turizm gelişimine yönelik istekli davranması sektörün sürdürülebilir kılınması bağlamında son derece önemlidir. Turizm bir yandan istihdam olanakları sağlayıp vergi gelirlerini artırırken, diğer yandan da ekonomik çeşitliliği ve zenginliği artırmaktadır. Olumlu, olumsuz ve hatta karışık etkileri olan turizm destinasyonları olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Ancak, ulusal, bölgesel ya da yerel planlama bakışıyla ele alındığı zaman, turizmin yerel halkın yaşam kalitesini olumlu yönde iyileştirmeyi desteklemesi gerektiğinin altı çizilmektedir (Puczko & Smith, 2001). Çünkü, bir topluluğun yaşam alanı turistik bir destinasyon haline geldiğinde o destinasyonda yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerinden etkilenmesi kaçınılmazdır (Jurowski, Uysal & Williams, 1997).

Turizmin gelişimini tamamladığı destinasyonlarda, yaşam kalitesinin turizm planlamaları dâhilinde ele alınması gereken temel amaçlardan biri olduğu görülmektedir (Liang & Hui, 2016). Bu anlayışa paralel olarak, turizmin yerel halkın yaşam kalitesini artırmak adına olumlu yansımaları olabileceği ve olması gerektiği de ileri sürülen görüşlerdendir (Andereck vd., 2007). Bu husus turizmin ana hedeflerden birisi olarak kabul görse de turizmin gelişimi yerel halkın yaşam kalitesi üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Örneğin, turizmin gelişmesi destinasyonda sosyal, kültürel etkinliklerinin sayısını artırabilir. Yerel halkın bu etkinliklere katılımı yaşam kalitesini olumlu yönde etkileyecektir. Turizm yerel halkın istihdam olanaklarını ve kazanç durumlarını olumlu yönde etkileyecektir. Turizm sayesinde destinasyonun vergi gelirleri artacağı için alt ve üst yapının iyileştirilmesi yerel halkın yaşam kalitesini artıracaktır. Kısacası yerel halk turizmin sağlayacağı pozitif olanaklardan faydalanırsa daha iyi bir yaşam kalitesine sahip olacaktır. Ancak, tüm bunlara karşın, turizm destinasyonun aşırı kalabalıklaşmasına,

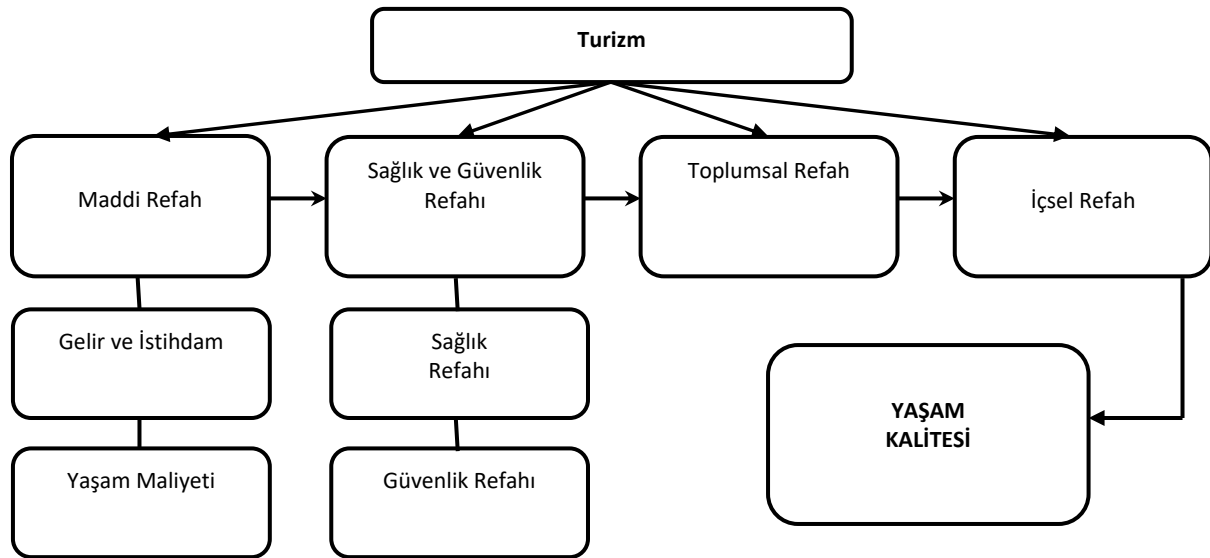


çevrenin tahrip edilerek her türlü kirliliğin artmasına, aşırı trafik yoğunluğuna, kültürel yozlaşmaya, toplumsal ve bireysel suç oranlarının artmasına, konut fiyatlarının ve kiraların orantısız biçimde artmasına ve yaşamın pahalılaşmasına sebep olabilecek tüm bu gelişmeler de yerel halkın yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyecektir (Mathew & Sreejesh, 2017).

Toplam turizm faaliyetlerinin destinasyonda yaşayan yerel halkın yaşamı üzerinde ciddi etkiler yarattığı gerek turizmin paydaşları gerekse de araştırmacıların ortaya koyduğu çalışmalar kabul edilmektedir. Bu açıdan turizmin gelişmesinde yerel halkın turizmin etkilerini algılama biçimi oldukça önemlidir (Stylidis vd., 2014). Turizmin bir destinasyonda gelişim gösterebilmesi ve sürdürülebilir olması, turizmin temel bileşenleri olan turist, yerel halk, turizmde faaliyet gösteren işletmeler ve örgütler çerçevesinde kurulan dengeyle yakından ilgilidir (Sharpley, 2014). Yerel halkın turizm faaliyetlerinden direkt olarak etkilendiği ve turizmin gelişimine vereceği desteğin turizmi algılamasıyla paralel doğrultuda olduğu gerçeği bütün kesimlerin kabul ettiği bir konudur ve bu konu uzun yıllardır araştırmacıların ilgi gösterdiği bir alan olma özelliğini sürdürmektedir. Bu bağlamda, yerel halk turizmin etkilerini hissettiği ve algıladığı ölçüde turizmin gelişimine destek vermektedir (Stylidis vd. 2014). İşte yerel halk, hissettiği bu pozitif ve negatif etkileri süzgecinden geçirerek tavrını ortaya koymaktadır (Woo, Kim & Uysal, 2015). Bu nedenle, bir destinasyonda yaşayan yerel halkın turizmden ne ölçüde etkilendiği, yaşam kalitesi ve buna bağlı olarak da turizm faaliyetlerine karşı sergileyeceği tavrın belirlenmesi turizmin gelişmesi adına son derece önem arz etmektedir. Turizm faaliyetleri planlanırken yerel halkın turizmin olumsuz etkilerini en az düzeyde hissetmesi ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi adına gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir (Massam 2002). Dolayısıyla, yaşam kalitesi kavramı turizmin gelişimine yönelik yapılan planlamalarda en temel faktörlerden birisi olarak kabul görmektedir. Ancak, literatür incelendiğindeyse bu konuya yönelik yapılan çalışmaların ise tatmin edici seviyede olmadığı dikkat çekmektedir (Andereck & Nyaupane, 2011; Uysal, Sirgy, Woo & Kim, 2016).

Literatürde bugüne kadar yapılan pek çok çalışmada (Jennings & Nickerson, 2006; Andereck vd., 2007; Jennings vd., 2009; Moscardo, 2009; Andereck & Nyaupane, 2011), turizmin yaşam kalitesi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik değerlendirme yapılmış ve turizmin yerel halkın hayatında uygulanabilir ve sürdürülebilir etkiler ortaya koyabildiği sürece yaşam kalitesine olumlu yönde etki edeceği fikrine ulaşılmıştır. Ancak bu konuda daha genel çıkarımlar yapabilmek adına yaşam kalitesi üzerinde turizmin ortaya koyduğu etkilerin daha geniş bir yelpazede analiz edilmesinin de gerekliliği vurgulanmıştır (Moscardo, 2009).

**Şekil 3.** Turizmin Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkisi



**Kaynak:** Aref, 2011

Aref (2011) çalışmasında turizmin yaşam kalitesine hangi açıdan ve nasıl etki ettiğine yönelik bütüncül bir bakış açısı geliştirmiş ve turizm-yaşam kalitesi ilişkisinin tek boyutlu bir süreç olmadığını altını

çizmiştir. Turizmin gelir ve istihdam, yaşam maliyeti aracılığıyla sağlayacağı maddi refahın; sağlık ve güvenlik refahı yoluyla sağlayacağı sağlık ve güvenlik refahının; toplumsal refahın ve içsel refahın yerel halkın yaşam kalitesi algısını oluşturacağını Şekil 3'te belirtmiştir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Devletlerin gerek ulusal gerekse yerel bazda turizm gelişim planları arasında yerel halkın yaşam kalitesinin artırılarak, halkın turizm gelişime destek vermelerinin sağlanması ana hedefler arasında yer almaktadır (Yayla, 2021). Bunun asıl nedeninin ise, sürdürülebilir turizm gelişimi açısından, turizmin ana paydaşlarından kabul edilen yerel halkın desteğinin önemini anlaşılmış olmasıdır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmada yaşam kalitesinin yerel halkın turizm algısına doğrudan etki ettiğinin önemi vurgulanmaktadır. Nitekim turizmin ortaya koyacağı etkilerden maddi manevi ilk olarak etkilenecek olan paydaş yerel halktır. Yöre halkının yaşam kalitesi sektörün etkilerine bağlı olarak şekillenmekte ve bireylerin turizme yönelik sahip oldukları algını olumlu ya da olumsuz olmasına etki etmektedir. Yaşam kalitesinin iyileşmesi sektörün gelişimine verilen desteğin artmasını sağlamaktadır. Öte yandan, yerel halkın turizmin daha çok olumsuz etkilerini hissetmesi yaşam kalitesinin azalmasına sebep olacağı için, turizm gelişim ve planlama sürecinde isteksiz davranmasına yol açacaktır. Bu durumda destinasyonda turizm gelişimini tehdit eden bir sonuçtur. Onun için, turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerinde ortaya koyacağı etkiler son derece önem arz etmektedir.

Bu çalışma çerçevesinde yapılan kavramsal değerlendirmede yaşam kalitesi kavramı farklı boyutlarıyla ele alınmıştır. Öncelikle yaşam kalitesi kavramı derinlemesine incelenmiş, yaşam kalitesine dair kullanılan kavramlar ve modeller değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra yerel halkın yaşam kalitesi olgusunun daha iyi anlaşılmasına yönelik yaşam kalitesinin bileşenleri de çalışma kapsamına dâhil edilmiştir. Ayrıca, kapsamlı bir literatür taraması dahilinde yaşam kalitesine ilişkin yapılan çalışmalar ve bu çalışmaların odak noktaları üzerinde durularak çalışmaya konu olan yerel halkın yaşam kalitesi kavramının turizmle olan ilişkisi ele alınmıştır. Tüm bu inceleme ve bilgiler ışığında geleneksel turizm sektörünün ana paydaşlarından biri olan yerel halkın mevcut yaşam kalitesinin destinasyonda turizm gelişimi açısından son derece önemli olduğudur.

Literatürde yerel halk üzerinde yapılan çalışmaların genel olarak turizmin etkilerine yönelik yerel halkın turizm algısını araştırmaya odaklandığı tespit edilmiştir. Ancak Türkiye'de turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerindeki etkilerine yönelik çalışmaların istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir (Andereck ve Nyaupane 2011; Uysal, Sirgy, Woo ve Kim 2016). Bu çerçevede, bu çalışmanın alan yazında mevcut boşluğu doldurmaya katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Bir turizm destinasyonunda sürdürülebilir turizm gelişimi açısından yerel halkın turizme vereceği destek çok önemlidir. Turizm gelişimine verilecek olan destek doğrudan yerel halkın sahip olacağı olumlu bir turizm algısına bağlıdır ki bu algının ortaya çıkması da turizmin yaşam kalitesi üzerinde yaratacağı etkiye bağlıdır. Bacasız sanayi olarak nitelediğimiz turizm sektörü, her ne kadar temiz bir alan olarak değerlendirilse de durumun her zaman bu şekilde olmadığı aşikârdır (Madrigal, 1995). Eğer turizm faaliyetleri ve planlamaları sürdürülebilir ve yeşile dost bir anlayış çerçevesinde yapılmazsa, turizme gelişimine bağlı olarak destinasyonun kaynakların tahrip edilmesi olası bir durumdur. Buna bağlı olarak turizmin olumsuz etkileri yerel halk tarafından derinden hissedilecektir. Ortaya çıkacak bu olumsuz çevresel, sosyal ve kültürel etkiler yerel halkın turizm gelişimine karşı net olumsuz tavır sergilemelerine yol açacaktır. Bu bağlamda turizm planları hayata geçirilmeden önce meydana ortaya çıkabilecek olan olumsuz etkilerin en aza indirgenmesi ve yöre halkının yaşam kalitesinin iyileştirilmesi hedeflenmelidir. Dolayısıyla yerel halkın yaşam kalitesinin artırılması turizm gelişimin planlama sürecinde nihai bir amaç olarak kabul edilmektedir (Masam, 2002). Bölgesel ekonomik kalkınmaya önem veren turizm planlayıcıları, yerel yöneticiler ve sivil toplum örgütleri bölgesel ekonomik gelişmenin genişletilerek sosyal gelişmeyi de tetiklemesi gerektiğine inanmaktadır. Bu amaçla, toplumsal göstergeler bir destinasyonda yaşayan halkın yaşam kalitesini değerlendirmek amacıyla kullanılmalıdır çünkü bireylerin yaşam kalitesindeki iyileşme aynı şekilde toplumun genel yaşam kalitesine de yansıtacaktır.

## KAYNAKÇA

- Abrams, M. (1973). "Subjective social indicators. *Social Trends*, 4, 35–50. Aiming for tourism growth: Saudi diversification goes into gear. (2007, fall)", *Arab Banker*, p. 56.
- Aref, F. (2011). "The effects of tourism on quality of life: A case study of Shiraz, Iran", *Life Science Journal*, 8(2), 26-30.
- Argyle, M., ve Lu, L. (1990). "Happiness and social skills", *Personality and Individual Differences*, 11, 1255-1261.
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena- Vázquez, A. ve Cortés-Macias, R. (2016). "Residents' Perceptions of Tourism Development in Benalmádena (Spain)", *Tourism Management*, 54 (Haziran): 259–274.
- Altıntaş, V. (2010). "*Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkileri: Alanya Bölge Modeli*", (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. ve Knopf, R. C. (2007). "A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions", *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5): 483–502.
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G. P. (2011). "Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents", *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Barcaccia, B., Esposito, G., Matarese, M., Bertolaso, M., Elvira, M. ve De Marinis, M. G. (2013). "Defining Quality of Life: A Wild-Goose Chase?", *Europe's Journal of Psychology*, 9(1): 185-203.
- Biderman, A. D. (1974). "Social indicators", in R. L. Clewett ve J. C. Olson (Eds.), *Whence and whither in social Indicators and marketing* (pp. 27-44). *Chicago: American Marketing Association*.
- Bimonte, S. ve Faralla, V. (2016). "Does Residents' Perceived Life Satisfaction Vary with Tourist Season? A Two-step Survey in a Mediterranean Destination", *Tourism Management*, 55 (Ağustos): 199–208.
- Borthwick-Duffy, S. A. (1992). *Quality of Life and Quality of Care in Mental Retardation*, L. Rowitz, (Ed.) *Mental Retardation in the Year 2000*, New York: Springer, 52-66.
- Brock, D. W. (1989) *Quality of Life Measures in Health Care and Medical Ethics*. M. Nassbaum ve A. Sen, (Ed.) *The Quality of Life*, New York: Oxford University Press, 95-132.
- Brown, S. L., Nesse, R. M., Vinokur, A. D. ve Smith, D. M. (2003). "Providing Social Support May Be More Beneficial Than Receiving it: Results from a Prospective Study of Mortality", *Psychological Science*, 14(4), 320-327.
- Bubloz, M., Eicher, J., Evers, J., ve Sontag, M. (1980). "A human ecological approach to quality of life: Conceptual framework and results of a preliminary study", *Social Indicator Research*, 7, 103-16.
- Calman, K. C. (1984). "Quality of Life in Cancer Patients-An Hypothesis", *Journal of Medical Ethics*, 10(3): 124-127.
- Campbell, A. C., Converse, P. E., ve Rodgers, W. L. (1976). *The quality of American Life*, New York, NY: The Russell Sage Foundation.
- Campbell, A. (1981). *The Sense of Well-Being in America: Recent Patterns and Trends*.
- Cohen, E. (1978). "The impact of tourism on the physical environment", *Annals of Tourism Research*, 5(2), 215-237.
- Constanta, E. (2009). "The impact of tourism in enhancing the quality of life", *Review of International Comparative Management*, 10(2).

- Croes, R., Ridderstaat, J. ve van Niekerk, M. (2018). "Connecting quality of life, tourism specialization, and economic growth in small island destinations: The case of Malta", *Tourism Management*, 65, 212-223.
- Cummins, R. A., McCabe, M. P., Romeo, Y., ve Gullone, E. (1994). "The comprehensive quality of life scale (ComQol): Instrument development and psychometric evaluation on college staff and students", *Educational and Psychological Measurement*, 54, 372-382.
- Cummins, R. A. (1996). *Assessing quality of life*, in R. I. Brown (Ed.), *Quality of life for handicapped people* (pp. 116-150), London, England: Chapman and Hall
- Cummins, R. A. (1997). "The domain of life satisfaction: An attempt to order chaos", *Social Indicator Research Series*, 38, 303-328.
- Delibasic, R., Karlsson, P., Lorusso, A., Rodriguez, A., ve Yliruusi, H. (2008). "Quality of life and tourism in Budečsko", *Retrieved January, 5, 2011*.
- Diener, E., ve Suh, E. (1997). "Measuring quality of life: Economic, Social and Subjective Indicators", *Indicator Research*, 40, 189-216.
- Diener, E. (2000). "Subjective Wellbeing: The Science of Happiness and a Proposal for a National Index", *American Psychologist*, 55: 34-43.
- Diener, E. ve Seligman, M. E. (2004). "Beyond Money Toward an Economy of Well-being", *Psychological Science in The Public Interest*, 5(1): 1-31.
- Diener, E., Lucas, R. E. ve Scollon, C. N. (2006). "Beyond The Hedonic Treadmill: Revising The Adaptation Theory Of Well-Being", *American Psychologist*, 61(4): 305-314
- Dolnicar, S., Lazarevski, K., ve Yanamandram, V. (2012). "Quality-of-life and travel motivations: integrating the two concepts in the Grevillea Model", in *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research* (pp. 293-308). Springer, Dordrecht.
- Duncan, O. D. (1975). "Does money buy satisfaction?", *Social Indicator Research*, 2, 267-274.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B. ve Norton, M. I. (2008). "Spending Money on Others Promotes Happiness", *Science*, 319 (5870), 1687-1688.
- Felce, D. ve Perry, J. (1995). "Quality of Life: Its Definition and Measurement", *Research in Developmental Disabilities*, 16(1): 51-74.
- Flanagan, J. C. (1978). "A research approach to improving our quality of life", *American Psychologist*, 33, 138-147.
- Fredrickson, B. L., Grewen, K. M., Coffey, K. A., Algoe, S. B., Firestine, A. M., Arevalo, J. M., G., Ma, J. ve Cole, S. W. (2013). "A Functional Genomic Perspective on Human Well-being", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(33), 13684-13689.
- Galloway, S. (2006). "Cultural Participation and Individual Quality of Life: A Review of Research Findings", *Applied Research in Quality of Life*, 1: 323-342.
- Gürsoy, D., Jurovski, C. ve Uysal, M. (2002) "Resident attitudes: A structural modeling approach", *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 79-105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Haas, B. K. (1999). Clarification and integration of similar quality of life concepts. *Image: The Journal of Nursing Scholarship*, 31(3), 215-220.
- Hagerty, M. R., R. A. Cummins, A. L. Ferriss, K. Land, A. C. Michalos, M. Peterson, A. Sharpe, J. Sirgy ve J. Vogel (2001). "Quality of Life indexes for national policy: Review and agenda for research", *Social Indicators Research*, 55: 1-96.

- Jafari, J. (2012). Foreword, in M. Uysal, R. R. Perdue and M.J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality of life research: Enhancing the lives of tourists residents of host communities*, New York: Springer.
- Jennings, G. ve Nickerson, N. P. (Eds.). (2006). *Quality tourism experiences*, Oxford, UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Jennings, G., Lee, Y., Ayling, A., Lunny, B., Cater, C. ve Ollenburger, C. (2009). "Quality tourism experiences: Reviews, reflections and research agendas", *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 18, 294–310.
- Jurowski, C., Uysal M. ve William D.R. (1997). "A Therotical Analysis of Host Resident Reactions to Tourism", *Journal of Tourism Research*, 36(3), 3-11.
- Linton, N. (1987). "Trends in tourism and development – values, sustainability and stewardship". *Tourism Management*, 12 (2), 112-118.
- Kervankıran, İ. (2014). "Beypazarı/Ankara örneğinde turizmin ekonomik, toplumsal ve çevresel etkilerine yerel halkın yaklaşımı", *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014(31), 133-153.
- Kim, K. (2002). "The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community", (Unpublished PhD dissertation). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- Kim, K., Uysal, M. ve Sirgy, M. J. (2013). "How Does Tourism in a Community Impact the Quality of Life of Community Residents", *Tourism management*, 36 (Haziran): 527–540.
- Krupinski, J. (1980). "Health and quality of life", *Social Science ve Medicine. Part A: Medical Psychology ve Medical Sociology*, 14(3), 203-211.
- Lamb, V. L. (1996). "A Cross-National Study of Quality of Life Factors Associated with Patterns of Elderly Disablement", *Social Science and Medicine*, 42(3): 363-377.
- Lau, A. L., Cummins, R. A., & Mcpherson, W. (2005). An investigation into the cross-cultural equivalence of the Personal Wellbeing Index. *Social Indicators Research*, 72(3), 403-430.
- Liang, Z. X. ve Hui, T. K. (2016). "Residents' Quality of Life and Attitudes Toward Tourism Development in China", *Tourism Management*, 57 (Aralık): 56–67.
- Lin, M. R., Huang, W., Huang, C., Hwang, H. F., Tsai, L. W. ve Chiu, Y. N. (2002). "The Impact of The Chi-Chi Earthquake on Quality of Life Among Elderly Survivors in Taiwan–A Before and After Study", *Quality of Life Research*, 11(4): 379-388.
- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of tourism research*, 22(1), 86-102.
- Massam, B. H. (2002). "Quality of Life: Public Planning and Private Living", *Progress in Planning*, 58 (3): 141–227.
- Mathew, P. V. ve Sreejesh, S. (2017). "Impact of Responsible Tourism on Destination Sustainability and Quality of Life of Community in Tourism Destinations", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31 (Haziran): 83– 89.
- Moscardo, G. (2009). "Tourism and quality of life: Towards a more critical approach", *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 159–170.
- Mowforth, M. ve Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability Development and New Tourism in the Third World*, London: Routledge

- Nakano, N., MacDonald, M. ve Douthitt, R. (1995). "Toward consumer well-being: Consumer socialization effects of work experience", *New Dimensions of Marketing/Quality-of-Life Research*, 4, 151-175.
- Noll, H. H. (2002). "Towards a European system of social indicators: theoretical framework and system architecture", *Social Indicators Research*, 58: 47-87.
- OPRESCU, G. (2011). "An Epistemological Perspective on the Quality of Life Concept", *Theoretical and Applied Economics*, 2(2): 171-180.
- Parke, R. ve Sheldon, E. B. (1974). "Social indicator one year later: An overview", in R. L. Clewett ve J. C. Olson (Eds.), *Social Indicators and marketing* (pp. 9-26). *Chicago: American marketing Association*.
- Petrosillo, I., Costanza, R., Aretano, R., Zaccarelli, N. ve Zurlini, G. (2013). "The Use of Subjective Indicators to Assess How Natural and Social Capital Support Residents' Quality of Life in a Small Volcanic Island", *Ecological Indicators*, 24 (Ocak): 609-620.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Kang, Y. S. (1999). Boomtown tourism and resident quality of life: The marketing of gaming to host community residents. *Journal of Business Research*, 44(3), 165-177.
- Raphael, D., Renwick, R., Brown, I. ve Rootman, I. (1996). "Quality of life indicators and health: current status and emerging conceptions", *Social Indicators Research*, 39, 65-88.
- Ryff, C. D. (1995). "Psychological Well-Being in Adult Life", *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99-104.
- Saatçi, G. ve Ülkü, A. (2014). "Yerel Halkın Ekoturizme Yönelik Algılarının Değerlendirilmesi: Harmançık Örneği", 15. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, Ankara, 396-410.
- Sari, Y. ve Özdemir, C. (2014). "Turizm Gelişiminin Eskişehir Odunpazarı Sakinlerinin Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkisi", 15. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, Ankara, 241- 253.
- Sharpley, R. (2014). "Host Perceptions of Tourism: A review of the research", *Tourism Management*, 3 (42): 37- 49.
- Sirgy, M. J. (1986). "A quality-of-life theory derived from Maslow's developmental perspective: "Quality" is related to progressive satisfaction of a hierarchy of needs, lower order and higher", *American Journal of Economics and Sociology*, 45, 329-342.
- Sirgy, M. J. (1998). "Materialism and quality of life", *Social Indicators Research*, 43, 227-260.
- Sirgy, M. J. (2001). *Handbook of Quality-of-Life Research: An Ethical Marketing Perspective* (8. Baskı). New York: *Springer Science and Business Media*, ISBN 978-94-015-9837-8.
- Skevington, S. M., Lotfy, M. ve O'Connell, K. A. (2004). "The World Health Organisation's WHOQOL-BREF quality of life assessment: Psychometric properties and results of the international field trial. A report from the WHO QOL Group", *Quality of Life Research*, 13, 299-310.
- Stylidis, D. Biran, A., Sit, J. ve Szivas, E. M. (2014). "Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts", *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Tovbin, D., Gidron, Y., Jean, T., Granovsky, R. ve Schnieder, A. (2003). "Relative Importance and Interrelations Between Psychosocial Factors and Individualized Quality of Life of Hemodialysis Patients", *Quality of Life Research*, 12(6): 709-717.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E. ve Kim, H. L. (2016). "Quality of Life (QOL) and Well-being Research in Tourism", *Tourism Management*, 53 (Nisan): 244-261.
- Veenhoven, R. (1991). "Is happiness relative?" *Social Indicators Research*, 24, 1-34.



Veenhoven, R. (2000). "Freedom and happiness: A comparative study in 46 nations in the early 1990s", In E. Diener ve E. M. Suh (Eds.), Culture and subjective wellbeing (pp. 257–288). Cambridge, MA: MIT Press.

Veenhoven, R. (2005). "Apparent quality-of-life in nations: How long and happy people live", *Social Indicators Research*, 61-86.

Vogt, C., Jordan, E., Grewe, N. ve Kruger, L. (2016). "Collaborative Tourism Planning and Subjective Well-Being in a Small Island Destination", *Journal of Destination Marketing and Management*, 5 (1): 36–43.

Woo, E., Kim, H. ve Uysal, M. (2015). "Life satisfaction and support for tourism development", *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97, ISSN 0160-7383, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>

World Health Organization. (1997). WHOQOL: Measuring Quality of Life World Health Organization: Division of Mental Health and Prevention of Substance Abuse. Geneva.

Yayla, Ö. (2021). Destinasyon Sosyal Sorumluluğunun Yerel Halkın Turizm Algısı Ve Desteği Üzerine Etkisi: Beypazarı Kırsal Turizm Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 1306-1320.



# DÖNÜŞEN; DEMOKRATİKLEŞEMEYEN KAMUSAL ALAN

## *Transforming; Non-Democratic Public Sphere*

Dilek TERZİOĞLU\*

### ÖZ

Liberal demokratik teori, bireyin önceliğini vurgulasa da “halkın, halk için, halk tarafından yönetimi” tanımında da sembolleştiği gibi sivil toplumun katılımını talep etmektedir. Bu birlikte hareket etme durumu “kamusal alanda ortak aklın kullanımıyla” mümkün kılınacaktır. Kamusal alan özünde, bir topluma ait gerçeklerin ve düşüncelerin dolaştığı ve ortak bir bilgi birikiminin toplu siyasal eyleme temel oluşturduğu o topluma ait iletişim alanlarını ve kurumlarını içerir. Kamusal alanının dönüşümü sürecinde on sekizinci yüzyıl itibarıyla kitle iletişim araçları toplumun ana enformasyon kaynağı ve paylaştığı deneyimin odağına dönüşmüştür. Modern “haber” kavramı, vatandaşları en önemli bilgilerle donatmanın bir aracı olarak gelişmiştir. Ancak medyanın ekonomi-politiği nedeniyle kitle iletişim araçlarının kamusal alan yaratmak yerine, siyasi ve ekonomik güç odaklarının ideolojik aracı haline geldiği iddia edilmektedir. Gelişen iletişim teknolojileri yoluyla dolaymlanan enformasyon daha kolay ve hızlı ulaşılabilir ve paylaşılabilir olsa da kamusal alanın bu dönüşümü, demokratikleşme yönünde bir ivme sağlamamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamusal Alan, Demokrasi, Medya, Ekonomi Politik

### ABSTRACT

Liberal democratic theory demands the participation of civil society, as symbolized in the definition of "government of the people, for the people, by the people" even if it emphasizes the priority of the individual. This state of acting together will be made possible by “the use of common sense in public space”. In essence, the public space includes the communication fields and institutions of that society, where the facts and ideas of a society circulate and a common knowledge base forms the basis for collective political action. In the process of transformation of the public space, as of the eighteenth century, the mass media has become the main source of information and the focus of the shared experience of the society. The modern concept of “news” has developed as a means of equipping citizens with the most important information. However, due to the political economy of the media, it is claimed that the mass media have become the ideological tool of political and economic power centers instead of creating a public space. Though the information mediated through the developing communication technologies can be accessed and shared more easily and quickly, this transformation of the public space does not provide an impetus for democratization.

**Keywords:** Public Sphere, Democracy, Media, Political Economy

### GİRİŞ

Demokrasi tartışmalarında demokrasinin ön koşulu olma sıfatıyla sıklıkla gündeme gelen ‘kamusal alan’ kavramı, eşit ve özgür yurttaşların kendilerini ilgilendiren ortak meselelerde serbestçe iletişim kurarak ve uzlaşma arayarak, irade ve eylemleriyle bu alanı var ederken, aynı zamanda etkinlikte bulunmaları şeklinde açıklanmaktadır. Bu durumda sıklıkla birbirine karıştırılan devlet aygıtının kullandığı yerler anlamındaki “kamu erkinin alanı” ile toplumdaki “demokratik katılım ve eleştirel söylem alanı” şeklinde ifade edilebilecek “kamusal alan”ın birbirinden farklı kavramlar olduğu ortaya çıkmaktadır (Ercins, 2013: 298).

Latince “privare” (bir şeyi kendine mal etmek) kökenine sahip olan ‘özel’in karşısında, onunla ilişkisi içinde belirlenen ‘kamusal’ olan, özel olanın tersine ‘bir şeyi herkese mal etmek’ anlamını içermektedir (Sarıbay, 2000: 3). Zira demokrasi, herkesi ilgilendiren kararların, eşit haklara sahip bireylerin katılımıyla alınmasını öngörmektedir. Bu anlamda kolektif kararlar alanına aittir. Yani, demokrasi kolektif karar alma aşamasında halk denetimini ve bu denetimin hak eşitliği esasıyla yapılmasını gerektirmektedir. Demokrasinin bu şekilde tanımlanması iki konuya açıklık getirmektedir: İlk olarak, genelde düşünüldüğünün aksine demokrasi sadece devlet ve hükümeti ilgilendiren bir mesele değildir. İkincisi,

---

\* Doktora Öğrencisi, Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı, e-posta: dilek.terzioglu@giresun.edu.tr, Orcid: 0000-0001-5339-6203

aslında demokrasi halk denetiminin ve siyasal eşitliğin daha fazla nasıl sağlanacağı ve kolektif karar alma aşamasında ne kadar eşitlikçi bir katılımın benimsendiğiyle ilgilidir (Vercic, 2005: 1-2). Çünkü demokrasi ancak devlet ve özel alan arasındaki mesafe siyasal kurumlar ve yasalar tarafından tanınıp güvence altına alındığında, bireylerin temel hakları korunduğunda ve yine bireyler kendilerini yurttaş olarak görüp, toplu yaşamın oluşumuna katılma imkânı bulduklarında var olmaktadır (Touraine, 2016: 45).

Demokrasi açık tartışma, ikna ve uzlaşmaya dayanmaktadır. Farklı fikirlerin hepsine eşit ilgi gösterilmesi yanında her fikrin açıklanma ve dinlenme hakkının olması demokratik tartışmanın temel özellikleridir. Yurttaşlar arasında eşitlik sağladığı gibi toplumda çoğulculuk ve çeşitlilik olmasına imkân vermektedir. Toplumsal farkları açıklama ve çözümlenmenin en iyi yöntemi olan tartışma, fikirlerin özgürce ifade edilmesi hakkı, ilişki kurma hakkı, hareket ve güvenlik hakkı, sivil ve siyasal haklar olmadan gerçekleşmeyeceği için demokrasi temel özgürlükleri garantilemektedir ve aslında varlığı da bu hakların korumasına bağlıdır (Beetham, Boyle, 2014: 373-375). Demokrasiye dair tüm bu açıklamalar, aslında demokrasinin kaçınılmaz olarak kamusal alandaki iletişime bağlı olduğunu göstermektedir.

## 2. ANTİKİTEDEN GÜNÜMÜZE KAMUSAL ALAN

İlkel topluluklarda kamusal iktidarın oluşmaya başlamasına sebep olan toplumsal değişimlerden sonra Antik Yunan'da "site (polis)" adı verilen kent devletleri ortaya çıkmaya başlamış, çağdaş devletin minyatürü olarak kabul edilen bu kentlerde kent sakinlerinin birlikte yaşam pratiklerinden sosyal, ekonomik ve siyasal ilişkiler doğmuştur (Ekinci, 2016: 8-9).

Tarihsel sürece bakıldığında, politik olarak organize olmuş bir kamunun ilk tutarlı formülasyonun kamusal/özel alan karşıtlığının ortaya çıkmasıyla antik Yunan şehirlerinde şekillenmeye başladığı görülmektedir. Polis'te kamusal alan, yurttaş statüsüne sahip olabilmek için katılınması gereken tüm etkinlikleri temsil ederken, bireyin yalnız kendisini ilgilendiren aile yaşamıyla ilgili pratikler özel alanda yer almaktaydı (Ehrenberg, 1999: 3; Keskin, 2014: 105). Bu yapıda kamusal hayata katılmanın koşulu, üretici çalışmadan muaf olan vatandaşların özel hayat alanında aile reisi olarak özerk olmalarıdır. Vatandaşların bir araya gelip, meseleleri henüz resmi karar aşamasına gelmeden müzakere ettiği, bilgi aldığı, eşitler arasındaki çatışmada en iyi olanın ortaya çıktığı kamusal alanda her şey ifşa olmakta; herkese orada görünür olmaktadır (Habermas, 2014: 60). Aristo, bu sistemde vatandaş statüsüne sahip olmanın getirdiği sorumluluğu şu şekilde ifade etmektedir: "*Bence yurttaş bütünü ötekilerden etkinlikle ayıran, yargıya ve otoriteye katılması yani yasal, siyasal ve yönetimle ilgili görevler almasıdır*" (Aristoteles, 2013: 193).

Antik Yunan'ın kamusal alanında geçerli olan genellik ve açıklık ilkeleri, yurttaşların görüş ve düşüncelerinin birbiriyle etkileşime girerek ortak bir anlayışa dönüşmesini sağlamıştır. Böyle bir toplumsal yaşam, bugün anladığımız anlamda olmasa da kamuoyu denebilecek bir gücün ortaya çıkmasına neden olmuştur (Ekinci, 2016: 87). Bu Helenik kamu modelinin toplumsal formasyon temeli aynı olmasa da zihinsel-tarihsel bir ideolojik ülkü olarak önce Orta Çağ boyunca, daha sonra ise modern devletin ve ondan ayrıışan burjuva toplumunun oluşumuyla devam ettirildiği, kamu ve özel kategorilerinin burjuva kamusunun politik bilincinin oluşmasına ve hukuksal kurumlaşmasına hizmet ettiği görülmektedir (Habermas, 2014: 60-61). On altıncı yüzyıldan itibaren mutlak devletin sınırsız ve keyfi iktidarı, kentlerin insanları özgür kılan havasını bozmuş, ancak toplumsal deneyimler yeni araç ve biçimlerle yeni bir kamusalılık anlayışını biçimlendirerek kent devletlerinin mirasına sahip çıkmıştır (Köker, 2016: 94).

Avrupa ve Amerika'da baskın ekonomik güç olarak burjuvazinin (ya da kapitalist sınıfın) ortaya çıkışı, otokrasinin devrilmesini ve onun siyasal iktidarının tekelleşmesini gerektirmiştir. Kapitalizmin özgürce gelişmesi için girişimcilik becerileri yanında servete sahip olanların bunu kullanması için düşünce ve eylem özgürlüğü de sağlanmalıydı. Mutlak iktidarın keyfilğine, ilahi hak ideolojisine son verilmeli ve mirastan ziyade pazarda kazanılan sermayenin statüsü tanınmalıydı. Böylece, Locke ve Milton gibi burjuva filozoflar, ideolojik alanda burjuva ekonomik ve politik gücünün gerçeklerini yansıtan temsili demokrasi ve birey/vatandaşlık hakları teorileriyle otokratik güç eleştirisi yaparken, liberal demokratik

teorinin ana kaygısı “devletin saldırısına karşı bireylere sivil özgürlükler vermek” şeklinde formüle edilmiştir (McNair, 2011: 15-17).

Habermas, 18.yüzyılın sonlarından itibaren kilise, krallık ve soyluluk olarak bölümlenmiş temsili kamunun kurumlarının çözüldüğünü, “kamusal” ve “özel” unsurlar arasında parçalanmaya başladığını ifade etmektedir. Temsili kamunun kamu otoritesine dönüşümü, feodal devletin modern devlete dönüşümüyle gerçekleşirken, buna karşılık kamusal alan, muhakeme eden özel şahısların kamusal erke karşı inşa etmeleri, kurumlaşmaları ve tartışma platformlarıyla oluşmuş olan “edebi kamu” nun işlevsel değişimi olarak ortaya çıkmıştır (Yılmaz, 1998: 2-3; Habermas, 2014: 127). Böylece kamu kavramı giderek özel şahısların bir araya gelmesiyle oluşan ‘kamusal’ anlamında ve ‘kamuoyu’ ile birlikte kullanılmaya başlamıştır. Böylelikle kamusal alan “akla dayanan bir alan” olacak; “insan aklının kamusal kullanımı” mümkün kılınacaktı (Falay, 2014: 56).

“Kapitalist ekonomik pratiklerin griftleşerek çoğalıp toplumsal ve politik alana giderek daha çok sızmasıyla birlikte” politik konuşma kamusal topluluğa bağlanmıştır. Özellikle on sekizinci yüzyıldan itibaren hızla yaygınlaşan, basılı yayınlardan da destek alan edebiyat ve tiyatro, buna önemli katkı yapmıştır. Bir yandan yeniden tasarlanan ve anlamlandırılan mekânlar politik konuşmanın dolaşımına imkân yaratırken, diğer yandan basılı metinler üzerine akıl yürütenler “*sanat ve edebiyatı izleyen, tüketen ve eleştirenler*” olarak ilk kamusal toplulukları ortaya çıkarmışlardır. (Köker, 2016: 94, 96) Bu aşama, “*yalnızca sekülerleşme ile olan bağlantısından değil, ayrıca yerel cemaat bağlarının zayıflamasına bir açıklama getirdiği için önemlidir. Okuyan bir kamu, doğası gereği yalnızca daha fazla dağılmış değildir; ayrıca dinleyen bir kamuya göre daha atomistik ve bireycidir*” (Eisenstein, 2011: 157).

Sennett’e göre on sekizinci yüzyıl kamusal konuşması, enformasyon ağırlıklıdır, tartışmayı sağlayacak mekanizmaların ve kuralların oluşturulmasına zemin hazırlar, enformasyon akışının engellenmemesi için mevki ayrımları askıya alınmış, politik konuşma herkese açık tutulmuştur (Köker, 2016: 97). Zamanın insanları konuşma yoluyla bilgi toplamak için kendilerine bir kurgu yaratmışlardır; toplumsal ayrımların olmadığına ilişkin bir kurgudur bu (Sennett, 2016: 114).

Modern devletin bu süreçteki oluşumunda kamusal-özel karşıtlığı kavrayışının, kamusal ve siyasetin anlaşılma biçimlerinde esaslı etkiler yaptığına dikkat çeken Thompson, bu süreçte iletişim medyasının gelişiminin, devletin resmi öğretilerinin dışında ve potansiyel olarak bu öğretileri eleştiren bir kamuoyunun ortaya çıkmasında önemli rol oynadığını ifade etmektedir (Thompson, 2008: 358-359). Ona göre tam da bu nedenle, “*en az devlet müdahalesi ve denetimiyle olayları aktarabilen ve bunlar hakkında yorum yapabilen bağımsız bir basın mücadelesinin, modern anayasal devletin gelişiminde temel bir rol oynadığı iddiasında büyük bir haklılık payı*” vardır (Thompson, 2011: 178).

Gripsrud da devlet/krallık-özel alan arasında, kamuyu keyfi kararlardan koruyan kurumlar dizisi şeklinde bir çeşit “tampon bölge” olması amacıyla böylece ortaya çıkan kamusal alanda özellikle basının; kültür ve siyasetle ilgili ortak çıkarların kamusal ortamda rasyonel, eleştirel ve tarafsız şekilde tartışılması için bir araç veya bir forum olarak işlev görecektir şekilde şekillendirildiğine işaret etmektedir (Akt. McNair, 2011: 18). Kamusal alan, özünde bir toplumun gerçeklerini ve fikirlerini dolaşıma sokan ve kolektif siyasal eylem için temel alınacak bilgi birikimini kullanan iletişim kurumlarını içermeliydi. Bu nedenle kitle iletişim araçları, on sekizinci yüzyıldan itibaren bir toplumun paylaşılan deneyiminin ana kaynağı ve odak noktasına dönüşmüştür. Modern “haber” kavramı, çağdaş gazeteciliğin gereği olarak vatandaşlara en önemli bilgileri, politik faaliyetleri sunup kamuoyunu tartışmaya yönlendiren bir araç olarak geliştirilmiştir (McNair, 2011: 15-17). Burjuva, yeni temsiliyet örüntüleri kurarken politik olarak akıl yürüten kamusal topluluklar, basın aracılığıyla yönetim erkini elinde tutanların kararlarını tartışmaya başlamış, kamuyu politik meselelerden haberdar eden yeni meslek alanlarının uğraşları politik konuşmanın kurumsallaşmasına katkıda bulunmuştur. Bir buçuk yüzyıl süren bu süreç, seçim hakkının genişletilmesi mücadelesiyle taçlandırılmıştır.

“Ancak, kapitalizmin gelişimi ve burjuvazinin iktidarı sahiplenme biçimi, politik yaşamı yeniden düzenleyecek kurumsallaşma eğilimlerini yarıda kesmiş, politik konuşmanın tartışma biçiminde ortaya çıkan görünümünü silikleştirmiştir.” On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren, sermayenin

yoğunlaşması ve tekelleşmesiyle birlikte, konuşma ve tartışma mübadele ilişkilerinin içine çekilmiş, fikir alışverişinde bulunmak bir “işletme konusu” olmuştur (Köker, 2016: 98-100). Bu süreçten sonraki gelişim çizgisine bakıldığında medya için üç yönelim söz konusudur. Bunlar (Thompson, 2008: 121):

- Medya kurumlarının büyük ölçekli ticari şirketlere dönüşümü
- İletişimin küreselleşmesi
- İletişimin elektronik olarak dolayımlanmış biçimlerinin gelişmesi.

Aydınlanma ve modernitenin gelişimi seyrinde ilk yayın organlarında eşitlik, özgürlük, kardeşlik, serbest girişimcilik ve demokratik toplum yapısının güçlü savunusu yapılırken, burjuvazinin siyasi ve ekonomik olarak güç kazanmasıyla eş zamanlı olarak kapitalizmin biçim değiştirmesi ve tekelci bir örgütlenmeye gitmesiyle birlikte basın da misyonunu yeniden tanımlamıştır. Kapitalizmin iş alanına girmeye başlayan kitle iletişim sektörü, diğer sektörlerde olduğu gibi ticari kazanç amacını ön plana almış, sermayenin güç alanını genişletmeye yönelik ittifaklar siyasetle işbirliği yapmaya başlamış ve bu süreçte basın asıl sorumlu olduğu halktan kopmuştur (Güngör, 2011a: 288). Kapitalizmin yirminci yüzyıl ve sonrasında siyaset kurumlarına da eklenmesi ve medyanın sivil toplum adına kamusal alanda etkin olan bir kurum olmak yerine devlet yetkesinin güç alanı içinde işlerlik gösteren bir yapıya bürünmesiyle, *“medyanın sivil toplumla ilişkilendirilmesi, kamusal alanın bir kesiti olarak görülmesi artık olanaksızlaşmıştır”* (Güngör, 2011b: 223). *“Medya endüstrisindeki aşırı kapitalleşme, gerçekten de başat ekonomik güçlerin ayrıcalıklı bir konuma sahip oldukları ve diğer önemli toplumsal güçlere doğrudan, dolayimsız erişimin esirgendiği bir nüfuz alanı yaratmıştır”* (Curran, 2014: 155).

On sekizinci yüzyılda kamusal topluluğun akıl yürüterek konuşmasına yardımcı olan basın, yirminci yüzyılda teknolojinin de yardımıyla kamuların “seyirci-izleyici” halinde kavranmasına katkıda bulunmuştur. Medya sahipliği kamu ile bağlarını kopartırken devletle yakın işbirliğine girmiş, dikey ve yatay tekelleşmelerle oligopoller sektörü ele geçirmiştir (Köker, 2016: 105). Bu gelişmeler nedeniyle Habermas, burjuva kamusal alanının on dokuzuncu yüzyılın ilk yarısından itibaren genişlemeye başlayan devlet ve örgütlenmiş çıkar gruplarının tahakkümü altına girdiğini, medyanın da güçlendirme ve akılçılık rolünden uzaklaşarak, bu ikili yapının kamuyu dışlamasına ve güdümlenmesine aracılık eden bir aygıt haline geldiğini iddia etmektedir (Curran, 2014: 137). Köker’e göre yirminci yüzyılda tarihsel olarak kamusal-özel yaşam arasındaki ayrımın sınırlarını ortadan kaldıran güçlerden biri olarak kitle iletişim araçları, yalnızca yönetim ve hükümet işleri ile ilgili enformasyonun eve iletilmesine aracı olmamış, kişisel olan üzerinde söz üreterek, politik konuşmanın ikincil bir konuma yerleştirilmesine de katkıda bulunmuştur (Köker, 2016: 108).

### **3.MEDYA DOLAYIMLI KAMUSAL ALANA İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR**

Kamusal alanda kitle medyasının eşlik ettiği sürekli bir bozulmadan yakınan Habermas, diyalog aracı olmak yerine özel yaşamı ele geçiren sermayeye bağlı medyanın benmerkezci ve teşhirci bireyciliğe sebep olarak kamuya erişimi bozduğunu; tüketimden ve özsever uçarılıktan başka bir şey olmadığını ileri sürmektedir (Akt. Maigret, 2013: 272).

Frankfurt Okulu’nun ikinci kuşak temsilcisi olarak kabul edilen Habermas, toplum eleştirisinde Marksist düşünceden ayrılmış, devrim ve sınıf mücadelesi anlayışını yadsımıştır. Marx’ın toplumsal evrimi sadece ekonomik ilerlemeyle açıklamasına karşı çıkan, kapitalizmin, modernizmin ve aklın araçsallaştırılmasının eleştirisini yapan Habermas’a göre modern toplumlar birer kriz sistemidir ve toplumsal kurumlar baskıcı ve manipülatiftir. Krizin nedeni insanın özgürlük ihtiyacını karşılayamaması olduğu için krizin çaresi de “iletişimsel eylem”dir. İletişimsel eylem, insanların birbirlerini anlayarak, geleceğe yönelik genel eylem planları yapmalarını sağlar (Akt. Yaylagül, 2013: 106-107).

Maigret’e göre Habermas, büyük düşleri karabasana döndüğü için ilk bağlarından uzaklaşarak yön değiştirmiş ve savaş sonrası Almanya’da demokrasinin sürekli başarısını sağlayacak felsefi bir temel arayışıyla Aydınlanma düşünürlerinin ilk dayanağını oluşturan Kant’ın tasarısına yönelmiştir (Maigret, 2013: 271-272). Aydınlanma düşünürü Kant’a göre insanların tek başına rüştüzlükten kurtulması mümkün değilken, özgürlüğe sahip kamusal topluluğun aydınlanması daha mümkündür. Siyasi

mücadele şeklinde ortaya çıkan bu hesaplaşmanın daha önce şahit olunmamış, özgün bir aracı vardır; kamusal akıl yürütme (usavurum, muhakeme). Akıl yürüten insanlardan oluşan kamusal topluluk, “ortak varlık” üzerine muhakeme edip uzlaşma sağladığında “akıl yürüten vatandaşlar”dan oluşan kamusal topluluk haline gelmektedir. Dolayısıyla Kant’a göre, saf halde dünya akıl sahibi varlıkların iletişim süreciyle kurulacaktır (Habermas, 2014: 93, 202-205).

*“Kamusal olmayan kişiler arasındaki bu verimli alışveriş, bir arenanın, toplumla devlet arasında, bireysel mantığa odaklanmış meşrulaştırma makamı gibi konumlanan kamu alanının yerini tutar. Kamusalılık, bakış açılarının bilinmesinin genelleştiğinin, artık keyfiliğin gizli saltanatının sona erdiği güvencesi verir”* (Maigret, 2013: 272). Habermas, yönetim erkinin daha akılcı hale getirilebilmesinin kamuoyunun kolektif yargılarıyla mümkün olduğunu, ancak kamuoyunun akılcı olabilmesinin de bilgilendirilmesi ve yönetimin saydam olmasıyla mümkün olacağını öngörmektedir. Böylece, kamuoyunun bir denetim organı, yani yönetim erkini ve gücünü elinde tutan kurum ve kişilerin eylem ve tasarruflarını inceleyen bir unsur gibi ele alınması, kamusal alan kavramını kilit bir siyasal öge haline getirmektedir (Falay, 2014: 59, 61).

Kamusal alanı “özgürlüğün kendisini gösterebildiği yer” olarak tanımlayan Arendt’e göre, herkese açık olan bu alanda insanlar sınırlama olmaksızın, uyum içinde bir araya gelirler, birlikte hareket ederler, üstün olmak, itibar görmek ve ölümlülüğü aşmak için burada bulunurlar, dolayısıyla burası bir “görünümler sahnesi”dir. İnsani zenginliklerin yaşayabilmesi için tekdüze, homojen bir kamusal alan tasavvurunun olamayacağını kabul etmek gerekmektedir (Ercins, 2013: 289-299). Kamusal alan, yurttaşların sahip oldukları kültürel, etnik, dinsel vb. sayılabilecek farklılıklarının ötesinde, eşit oldukları, özgürce tartışmalara girdikleri ve fikirlerini paylaşarak etkili olmaya çalıştıkları alandır (Kentel, 2005: 17-19). Kamusal alan, sıradan insanların görüş ve enformasyon paylaştıkları, iletişim kurarak, yurttaş haline geldikleri yerdir (Sayımer, 2012: 39). Aktif vatandaşlıkta birey kamusal alanda, siyasi toplumun dışında, siyasi toplum tarafından belirlenmeyen ama hareket olarak siyasi topluma etkide bulunandır (Keyman, 2004: 22, 27).

Toplum büyük bir kamusal alan olarak değil, çeşitli görüşlerin yer aldığı çoklu alanlar veya içi içe geçmiş arenalar olarak gören Hauser için farklı fikirlere tolerans, işbirliğinin dönüşümünün ve yurttaşlar arasında güvene dayanan sivil toplumun ortaya çıkmasının temel noktasıdır. Böylece sivil toplum, bilgi, iletişim ve ilişki etrafında oluşan iletişimsel bir süreci ifade etmektedir (Akt. Taylor, 2010: 7). Keza Sommerfeldt’e göre de kamusal alan bir kamu çalışmasıdır ve kamuoyu, kamusal diyalogu gerektirmektedir ve demokrasi sadece rakip çıkarlar da kamusal alanda söz sahibi olduğunda var olabilecektir (Sommerfeldt, 2013: 281). Bireyler bu kamusal alanlarda bilinçli karar vermek için her türlü sosyal aktör tarafından yaratılan ve yayılan bilgiye ihtiyaç duyacağı için çeşitli kaynaklardan gelen bilgi akışı, modern demokratik hayatın en gerekli unsuru olarak ortaya çıkmaktadır (Taylor, 2010: 7).

Encabo, kamusal alandaki iletişimsel eylemin temel şartı olan enformasyon özgürlüğü hakkının enformasyon iletme ve alma hakkı şeklinde iki ayrılmaz boyutu olduğunu belirtmektedir. Enformasyon iletme hakkı tarihsel olarak vicdan özgürlüğüyle bağlantılıdır ve sadece medya sahibi ve profesyonellerini değil vatandaşın ifade özgürlüğünü de kapsamaktadır. Bilgi edinme hakkı (enformasyon alma hakkı) ise halkın tarafsız bir şekilde doğru olarak aktarılan enformasyon ile dürüst ya da etik kanılara ulaşabilmesinin güvence altına alınmasıdır. Demokratik devlet anlayışının erkleri (yasama, yürütme, yargı) sadece medyanın değil, yurttaşların da doğru, tarafsız, dürüst enformasyon alma hakkının güvence altına alması için kamu otoritelerini yetkilendirmelidir. Çünkü tıpkı eğitim ya da genel anlamda bilgi edinme hakkı gibi enformasyon hakkı da yurttaşların bireysel ve toplumsal gelişimindeki temel öğelerdendir. Enformasyonun bir meta değil temel bir hak olarak görülmesi, medyanın ve kamu otoritelerinin enformasyonu bir mülk olarak görmelerini engelleyerek, yurttaşı enformasyonu edinme hakkının sahibi kılacaktır (Encabo, 2014: 352-353).

Habermas’a göre, rasyonel-yasal bir otoriteyi gerektiren modern devletin meşruluğu “yalnızca yasalarla değil, aynı zamanda diyalog ve iletişime dayalı bir rasyonellik anlayışı üzerine kurulmuş normatif ilkeler yoluyla da değerlendirilmelidir” Karar alma süreçlerine katılım imkânı vererek alttan

denetimi sağlayan bir “*kamusal iletişim mekanı*”nın varlığı da devlet-toplum arasında kurulacak demokratik bir yönetim için gerekli koşuldur. Katılımcılığı temel alan demokratik yönetim biçimine geçiş için Habermas iki kuramsal manevra önermektedir: Bunlardan ilki, devlet-sivil toplum karşıtlığı temelinde kurulan geleneksel toplum anlayışı yerine “*siyasal toplum/ekonomik toplum/sivil toplum*”a dayanan üç boyutlu toplum anlayışına geçmek, diğeri ise “*iletişimsel ussallık*” dediği yöntemi kullanmaktır. “*Demokrasi, ahlaki ve siyasal eşit olarak kabul edilen bireysel ve kolektif kimliklerin, kendi yaşam tarzlarını etkileyen kararlar üzerinde, özgür ve makul sorgulama/tartışma olanağını buldukları ve bu anlamda karar alma süreçlerine katıldıkları bir kamusal iktidar pratiğidir*” Bu anlamda siyaset etiksel bir eylem; demokrasi de kolektif kimlikler arasındaki sorgulama/tartışma/müzakere yani iletişimsel ussallık temelinde oluşan bir örgütlenme biçimidir (Akt. Keyman, 2014: 65-66).

Müzakere/tartışmaya dayalı böyle bir demokrasi kavramlaştırması ise siyasal hareketliliğe ve bir üretici güç olan iletişimin kullanımına güvenmektedir. Bu noktada Habermas, kamusal alanın politik ve iktisadi istilacıların medyatik iktidarının elindeki kitle iletişim araçlarının egemenliği altında olduğu gerçeğini de kabul etmektedir. Sivil toplumun bu dışarıdan yönlendirilen değerler, konular ve nedenler yelpazesini etkileyerek değiştirme ve eleştirel süzgeçten geçirme ihtimali, kısacası bu iktidar alanıyla rekabet şansının derecesi tartışmaya açıktır. Ancak o, günümüzde bu meselenin ele alınmasında siyasal işlev gören kamusal kavramının hala kullanışlı bir perspektif sunduğunu iddia etmektedir (Habermas, 2014: 44, 54). Kapitalist kitle medyası ile sermaye, dayanışmacı iletişimin rasyonalitesine egemen olmuş, pasif izleyiciler yaratmış, kamusal alanı yok etmiştir. Buna rağmen iletişimsel eylem alanında aktif iletişimciler, ideolojik ve çarpık iletişimden kurtularak, açık, doğru ve bilgilendirici bir iletişim kurabilirler (Yaylagül, 2013: 107).

Curran’a göre bugün yapılması gereken şey, Habermas’ın ortaya koyduğu kamusal idealinin “oldukça farklılaşmış, örgütlü kapitalist toplumdaki kitle politikası döneminde nasıl evrenselleştirileceğinin” araştırılmasıdır. Curran, bunun sadece kamusal alana daha önce dâhil edilmeyenlerin katılıp, kamusal alanın genişletilmesiyle sağlanamayacağı, kamusal alanın ve bu alanla ilişkili olarak medyanın rolünün yeniden tanımlanması ve yeni bir biçimde tekrar inşa edilmesiyle mümkün olduğunu ifade etmektedir. Curran, demokratik medya sisteminin karmaşık bir gereksinimler dizgesi olduğunu, bunun da ancak özel girişim, sosyal pazar, profesyonel ve kamusal medyayı çevresinde toplayan çekirdek bir kamu hizmeti yayıncılığı sisteminin kurulmasıyla mümkün olduğunu belirtmektedir. Habermas’ın kamusal alanın gelişiminde anlattığı ideal durumun çağdaş versiyonu olarak bu yapıda “*çevredeki sektörler, kamu hizmeti yayıncılığının açık bir diyalog sistemi biçiminde işlev görmesini sağlayacak ve sivil toplumun kolektif, ‘kendin yap’ geleneğine güç katacaktır*” (Curran, 2014: 138-184).

Günümüz dünyasının bu şartlarında ne devletin bir parçası, ne de pazara dayalı özerk işlemlere tümüyle bağlı olan bir kamusallığın nasıl güdülenebileceği, kamusal yaşamın yenilenmesi için gerekli koşulların nasıl yaratılacağı meselesinde Thompson’un önerisi, “*düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi*” adı verdiği ilkenin hayata geçirilmesidir. “*Düzenlenmiş çoğulculuk*” bağımsız medya kurum ve kuruluşlarının çoğulcu varlıklarının oluşumuna imkân verecek ve güvenliğini sağlayacak kurumsal bir çerçevenin kurulmasını ifade etmektedir. Geleneksel liberal anlayışın ifade ve basın özgürlüğü vurgularını ciddiye almakla birlikte bu ilke, pazarın kendi başına ifade özgürlüğünü güvence altına alacak koşulları sağlayamayacağını; iletişim alanında farklılık ve çoğulculuğun geliştirilemeyeceğini de kabul etmektedir. İfade özgürlüğünü olanaklı kılacak güvenceleri sağlamak amacıyla, ekonomik ve sembolik iktidar yoğunlaşmasına olduğu kadar, pazara farklılık ve çoğulculuğa zarar vermeyecek şekilde müdahale etmek ve pazarı düzenlemek gerekli olabilecektir. Düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi medya devlerinin bir parçası olmayan bağımsız medyaların gelişimini mümkün kılacak kanunları ve medya endüstrilerine yasal müdahaleyi çağırırken, bu kurumları devletin güç alanından bağımsız kılmayı da hedefleyecektir. Erken liberal düşünürlerin savunduğu gibi medya organları, devlet politikaları ve bunların uygulayıcıları hakkında eleştiri hakkına sahip olmalı ve bu özgürlüğün kısıtlanması amaçlı girişimler –açık sansür, dolaylı mali baskı, tehdit, rüşvet veya caydırmaya yönelik eylemler- kesinlikle engellenmelidir (Thompson, 2008: 363-364).

Keane, kamusal alanların demokratik çoğulculuğu düşüncesi sadece bir ütopya mıydı ya da gelecekte sadece yeni tahakküm şekilleri değil yurttaşların da mekânları tanımlamak ve denetlemek için girişecekleri kamusal mücadeleler olacak mı gibi soruların şu anda siyaset ve iletişim disiplinleri içinde oldukça zayıf şekilde sorulduğunu ve bunlara kesin yanıtlar vermenin henüz mümkün olmadığını ifade etmektedir. Ona göre bugünkü şartlarda yapılması gereken şey, Habermas'ın öngördüğü bütünleşik kamusal alan idealinin terk edilmesi, farklı büyüklüklerde kamusal alanlara dayanan yeni bir kamusal alan yaklaşımının geliştirilmesidir. *“Belki de şimdilik söylenebilecek tek şey, içinde kamuoyunun ve kamusal çıkarın tanımlandığı bütünleşik bir kamusal alan düşüncesine dogmatik biçimde sarılan bir kamusal yaşam kuramının hayal olduğudur ve demokrasinin hatırına bu düşünceden şimdilik vazgeçmek gerekir”* (Keane, 2014: 242, 213).

Thompson ise Habermas'ın medyanın ticarileşmesiyle kamusal alanın imaj yaratımı ve kanaat yönetiminin sahte dünyasına dönüştüğü, gelişmiş yeni medya tekniklerinin politikayı halkın ikna edildiği yönetsel bir gösteriye dönüştürdüğü ve halkın bu yapıda kamusal tartışma ve karar verme süreçlerinden dışlandığı yolundaki meşhur tezini ele alarak, kamusal alanın yeniden feodalleşmesine dair bu tezin ilk bakışta mantıklı görüldüğünü söyledikten sonra itirazlarını sıralamaktadır. Thompson'a göre ilk olarak, medya tekniklerince kolayca yönlendirilen ve büyülenen edilgen alımlayıcı varsayımı abartılı bir yaklaşımdır ve *“bu tür yargılar, bireylerin medya ürünlerine ulaşacakları, onları kullanacakları ve kendi yaşamlarına dahil edecekleri daha bağlamsal ve yorumsamacı açıklamalarla yer değiştirmelidir.”* Diğer yandan Habermas'ın kamusal alanın *“yeniden feodalleştiği”* iddiası da problemlidir. Thompson, Habermas'ın bu savı günümüz siyasetinin gösterişsel özelliği ve kişisel aurayı eleştirel tartışmanın önüne koyan tavrını Ortaçağ'ın temsili kamusal tarzına benzettiği için ileri sürdüğünü, ancak modern dünyada yeni etkileşim biçimleri, yeni görünürlük türleri ve yeni enformasyon ağları yaratan iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin, bu tür bir benzetmeyi olanaksız kıldığını ifade etmektedir.

Dolayimli kamusalığın bu yeni türünde, bireylerin kamusal meseleleri tartışmak amacıyla ortak bir mekânda bir araya gelmeleri ihtiyacı ortadan kalkmıştır. Açıklık ve görünürlüğe, erişilebilir ve görünebilir kılmaya dair bu yeni kamusal ortak bir mekânı paylaşmayı gerektirmemektedir. Kamusalığın yeniden keşfi süreci, devlet kurumlarının ötesine uzanan yeni kamusal formların yaratımını kapsamaktadır. Kaynakların aşırı yoğunlaşmasıyla biçimlendirilen ve sınırları ulus-devletin ötesine uzanan sembolik bir ortamda bugün kamusal yeniden keşfedilmelidir. Bu yüzyıldaki dolayımlanmış arenayı geçmiş çağların kamusalıyla kıyaslamak yerine, yeni enformasyon teknolojilerinin istila ettiği, bireylerin aynı zaman ve mekânda karşılaşmaksızın birbirlerini ve olayları gözlemlediği ve etkileşim kurabildiği bir dünyada 'kamusalığın' ne anlama geldiğini tekrar düşünmeye ihtiyacımız vardır (Thompson, 2008: 119-121, 355).

## SONUÇ

Habermas tarafından 1960'larda kavramsallaştırılan burjuva kamusal alanı, on yedinci yüzyıldan itibaren oluşmaya başlayan ve özel alanla kamu otoriteleri arasında konumlanan özerk bir alanı ifade etmekteydi. Birey hak ve özgürlüklerinin siyasi otoritelere karşı kazanılması sürecinde bu kamusal alanlar, tüm kesimlerden insanların kamusal müzakeresine ortam sağlayarak, ortak aklın işletilmesine imkân sağlamıştı. Ancak bu süreçte başlangıçta yönetim erkine karşı eleştiri ve iddiaların dillendirilmesinde kurumsal yapısıyla önemli destek sağlayan basın, on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren kapitalizmin iş alanı haline gelerek bu yapısını kaybetmiştir. Bu aşamadan sonra medya, siyasal ve ekonomik güç odaklarının tahakkümü altına girmiş ve ortak aklın işletilmesini sağlayacak enformasyonu sağlamak yerine, kamuoyunu bu güç odaklarının lehine güdüleme rolünü üstlenmiştir. Habermas'a göre bu dönüşümden sonra kamusal alanın çöküşü başlamıştır. Demokratikleşmeye katkı yapacak bir kamusal alanın çağımızda tekrar nasıl inşa edileceğine dair öneriler, kamusal alanın dönüşümü ve çöküşü sürecine dair incelemeler ışığında yapılmakta ve yeni bir kamusalığın tartışılması gerektiği noktasında birleşilmektedir.



## KAYNAKÇA

- Aristoteles. (2013). *Politika*. İstanbul: Ark Kitapları.
- Beetham, D. ve Boyle, K. (2014). *Demokrasi Nedir. Sosyoloji Başlangıç Okumaları* (4.Baskı). (Ed: Anthony Giddens). İstanbul: Say Yayınları.
- Curran, J. (2014). *Medya, Kültür, Siyaset* (3.Baskı). İçinde; (Der: Süleyman İrvan) *Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme* (ss. 135-191). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Ehrenberg, J. (1999). *Civil Society: The Critical History of An Idea*. New York: New York University Press.
- Eisenstein, E. (2011). *Okuma Kamusunun Yükselişi. İletişim Tarihi* (Der: David Crowley, Paul Heyer, Çev: Berkay Ersöz). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ekinci, N. (2016). *Siyasal İletişimin Temelleri*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Encabo, M, N. (2014). *Medya, Kültür, Siyaset* (3.Baskı). İçinde; (Der: Süleyman İrvan) *Gazetecilik Etiği ve Demokrasi* (ss. 347-361). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Ercins, G. (2013). Demokrasinin Bir Önkoşulu Olarak Kamusal Alan ve Türkiye’de Kamusal Alan Algısı. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C. 14, S.1. 297-313.
- Falay, N. (2014). Kamusal Alanın Oluşumu, Dönüşümü ve İktisadi Boyut. *Journal of Life Economics*. C.2. ss. 51-70.
- Güngör, N. (2011a). *İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2011b). *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Habermas, J. (2014). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* (12.Basım). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [https://www.academia.edu/6571092/Public\\_Relations\\_is\\_the\\_champion\\_of\\_democracy\\_and\\_the\\_guardian\\_of\\_common\\_sense](https://www.academia.edu/6571092/Public_Relations_is_the_champion_of_democracy_and_the_guardian_of_common_sense). (Erişim tarihi: 22.09.2022)
- Keane, J. (2014). *Medya, Kültür, Siyaset* (3.Baskı). İçinde; (Der: Süleyman İrvan) *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri* (ss. 215-244). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Kentel, F. (2005). *Hukuk, Demokrasi ve Sivil Toplum, Sivil Toplum Anlayışı ve Hareketi, Toplum ve İstanbul*. Hukuk Araştırmaları Vakfı Yayınları.
- Keskin, F. (2014) “Kamusal Alan ve Yalın Yaşam”, *Doğu-Batı Dergisi* (5.Basım), Yıl:2, Sayı:5, Ankara
- Keyman, F. (2004). Türkiye’de ve Avrupa’da Sivil Toplum. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi, *Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları*, No.3.
- Keyman, F. (2014). Kamusal Alan ve Cumhuriyetçi Liberalizm: Türkiye’de Demokrasi Sorunu. *Doğu Batı Dergisi*, (5.Basım), Yıl:2, Sayı:5, Ankara.
- Köker, E. (2016). *Politikaların İletişimi İletişimin Politikası*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Maigret, E. (2013). *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (3.Baskı), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mcnaair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge.
- Sarıbay, A, Y. (2000). *Kamusal Alan, Diyalojik Demokrasi, Sivil İtiraz* (1.Basım). İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Sayımer, İ. (2012). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Sennett, R. (2016). *Kamusal İnsanın Çöküşü* (5.Basım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sommerfeldt, E, J. (2013). The Civility of Social Capital: Public Relations in the Public Sphere, Civil Society, and Democracy. *Public Relations Review* 39. ss.280-289.

Taylor, M. (2010). Sage Handbook of Public Relations (2.Edition). İçinde; (Ed: R.L.Heath) *Public Relations in the Enactment of Civil Society* (ss. 5-16). Los Angeles: Sage Publications.

Thompson, J, B. (2008). *Medya ve Modernite* (1.Baskı). Kırmızı Yayınları: İstanbul.

Thompson, J, B. (2011). İletişim Tarihi. İçinde; (Der: David Crowley, Paul Heyer) *Haber Ticareti* (ss. 174-180). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Touraine, A. (2016). *Demokrasi Nedir?*, Yapı Kredi Yayınları (10.Baskı), İstanbul.

Vercic, D. (2005). “*Public Relations is the Champion of Democracy and the Guardian of CommonSense*”, AGM of the Institute of Public Relations.

Yaylagöl, L. (2013). *Kitle İletişim Kuramları* (5.Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.

Yılmaz, H. (1998). *Kamu, Kamu Otoritesi ve Devlet: Habermas’ın Işığında Türkiye’yi Düşünmek*. Cogito, No.15. <https://hakanyilmaz-ideas.medium.com/kamusal-alan-kamu-otoritesi-ve-devlet-5ea08e4c760e>. (Erişim tarihi: 17.10.2022)